Periodismo histórico y narrativa transmedia como herramientas para fortalecer el sentido de pertenencia de los habitantes del municipio de Villavicencio (Meta)

Andrés Molano Téllez

Facultad de Comunicación Social - Periodismo

Fundación Universitaria Los Libertadores

Maestría en Comunicación Creativa

Director

PhD. César Augusto Palencia

Bogotá

Noviembre de 2023

Tabla de Contenido

Resumen 4
Summary 5
Introducción 6
Estado de la cuestión 8
Problema 29
Objetivos 33
Objetivo general 33
Objetivos específicos 33
Marco teórico 34
Territorio 34
Identidad cultural y sentido de pertenencia 39
Memoria colectiva 43
Patrimonio cultural 45
Periodismo histórico 48
Narrativa transmedia 52
El reportaje transmedia como estructura estructurante estructurada 60
Método 63
Resultados 3
Pertenencia 3
Identificación con el patrimonio local 7
Estabilidad residencial y arraigo 7
Vínculo afectivo con el espacio público y el paisaje natural 7
Confianza en el futuro de Villavicencio 8
Participación comunitaria 8
Influencia de variables demográficas 8
Villavicencio en una sola palabra 11
Belleza y atractivo natural 13
Identidad cultural y llaneridad 13
Oportunidades y desarrollo 13
Sentimientos personales y arraigo 13
Desafíos y críticas 14

Puerta al llano 14
¿Qué es ser villavicense? 14
Identidad cultural arraigada 2
Vínculo emocional y sentido de pertenencia 2
Relación con el entorno natural 2
Asociación con el lugar de nacimiento 3
Ser y ciudad 3
¿Qué entienden por llaneridad? 3
Vínculos con la llaneridad 5
Percepción del paisaje 7
Importancia de la llaneridad en la identidad 7
Interés en políticas culturales alineadas con la llaneridad 8
Impacto emocional de la llaneridad 8
Percepción de la esencia de Villavicencio 8
Calificación general de la influencia de la llaneridad 8
Variación según edades 9
Los medios de comunicación preferidos 11
Los formatos más apreciados 13
Papel del periodismo histórico y la narrativa transmedia en la reconstrucción de memoria 14
Momentos históricos en la construcción de la identidad cultural de Villavicencio 16
Línea de tiempo 19
Producto: Historia disuelta 26
Reportaje transmedia 26
El tema del reportaje transmedia 30
Identificación y análisis de la macrohistoria del reportaje transmedia 31
Las reacciones 47
Conclusiones 49
Reflexiones 52
Referencias 54

Resumen

El presente trabajo de investigación-creación tuvo como propósito analizar la construcción de las identidades culturales de Villavicencio (Colombia) y las conexiones entre la narrativa transmedia y el periodismo histórico como herramientas para fortalecer el sentido de pertenencia de los habitantes del territorio. En ese sentido, se identificaron algunos de los momentos que influyeron en la transformación de las identidades, los medios y los formatos preferidos por las audiencias para consumir la información histórica de la ciudad, así como una aproximación al grado de arraigo de sus habitantes y cómo el periodismo, a través del rescate de la memoria, puede contribuir al mejoramiento de los lazos afectivos por la ciudad, pero con base en la triangulación comunicación, mediaciones tecnológicas e industria cultural, creativa y de contenido, en coherencia con los objetivos de la Maestría en Comunicación Creativa de la Fundación Universitaria Los Libertadores. De esa manera se diseñó la página web www.historiadisuelta.co y se produjo el reportaje transmedia *Huellas de una imprenta* que, aunque partió de un evento anecdótico, como fue la llegada de la imprenta a la ciudad, se implementaron los hallazgos mediante la ampliación de los contextos social, cultural e histórico, que no solo dieron cuenta de los inicios del periodismo histórico en la ciudad sino de la influencia de los padres montfortianos en la construcción de identidad en un momento determinante para la historia local.

Palabras clave: *narrativa transmedia, periodismo histórico, memoria, identidad cultural, sentido de pertenencia, reportaje transmedia.*

Summary

The present research-creation work aimed to analyze the construction of cultural identities in Villavicencio (Colombia) and the connections between transmedia narrative and historical journalism as tools to strengthen the sense of belonging among the inhabitants of the territory. In this regard, several key moments influencing the transformation of identities were identified, alongside the media and preferred formats by audiences for consuming historical information of the city. Moreover, an exploration of the degree of attachment among its inhabitants and how journalism, through memory preservation, can contribute to enhancing emotional ties with the city was conducted. This was accomplished by triangulating communication, technological mediations, and the cultural, creative, and content industry, all aligned with the objectives of the Master's in Creative Communication at the Fundación Universitaria Los Libertadores. In this manner, the website www.historiadisuelta.co was designed, and the transmedia report *Traces of a Printing Press* was produced. While rooted in an anecdotal event, such as the arrival of the printing press in the city, these findings were leveraged to expand the social, cultural, and historical contexts. This expansion not only shed light on the beginnings of historical journalism in the city but also underscored the influence of the Montfortian fathers in shaping identity during a pivotal moment in local history.

Keywords: *transmedia storytelling, historical journalism, memory, cultural identity, sense of belonging, transmedia reportage.*

Introducción

En el presente proyecto de investigación-creación se planteó como objetivo analizar la construcción de la (s) identidad (es) cultural (es) de los habitantes de Villavicencio, como territorio, para fortalecer el sentido de pertenencia por la ciudad, a través del periodismo histórico en conjunción con la narrativa transmedia.

Para ello se hizo necesario reconocer los elementos sobre los cuales se basa las identidades culturales de Villavicencio como territorio, identificar los momentos históricos que influyeron en la construcción y el desarrollo de esas identidades, así como el papel que cumplen el periodismo histórico y la narrativa transmedia en la reconstrucción y la apropiación de la memoria histórica.

Se desarrolló un enfoque metodológico mixto (cualitativo y cuantitativo), que implicó la recolección bibliográfica de archivo, consulta en entidades públicas y privadas del área cultural, así como entrevistas a periodistas y encuestas virtuales a la población de Villavicencio, para su posterior análisis.

Los resultados obtenidos se convierten en una herramienta para abordar los asuntos históricos de la ciudad en la construcción de la memoria, a través del periodismo histórico en conjunción con la narrativa transmedia, sin caer en esencialismos, en aras de fortalecer el sentido de pertenencia y arraigo hacia el territorio.

Teniendo en cuenta lo anterior, se diseñó un reportaje de periodismo transmedia sobre las implicaciones de la llegada de la imprenta a la ciudad, uno de los hechos más significativos para el periodismo histórico y la memoria de Villavicencio, sin reducir a lo anecdótico. Además, por haber sido abordado como una narrativa transmedia, el producto fue construido con historias independientes en diferentes formatos y puestas en circulación en

varios de comunicación y canales que, en conjunto, le dieron mayor sentido al universo narrativo. Por esa razón, todas las historias se agruparon en una página web titulada *Historia disuelta* que, a futuro, será complementada con mayor contenido sobre la historia de la ciudad.

El proyecto es un aporte a la reconstrucción y la apropiación de la memoria histórica de Villavicencio (Meta), una ciudad que por sus características de crecimiento y desarrollo ha dejado de valorar gran parte de su memoria y patrimonio. Es importante recordar que es un municipio que nació a partir de una serie de posadas en el piedemonte llanero, esa frontera del llano y la cordillera Oriental, con influencias del hombre de llano, pero también de los colonos provenientes del oriente de Cundinamarca, de los misioneros montfortianos y de un proceso de globalización, una historia que debe ser narrada en un nuevo contexto.

Abordar la memoria histórica de Villavicencio a partir del periodismo transmedia contribuye a la democratización de la información, permite un acercamiento entre la comunidad y su historia, estimula la reflexión de la identidad cultural del territorio y el arraigo por el patrimonio. Como lo dijo Jeff Jarvis, escritor y profesor de Periodismo de la Universidad de la Ciudad de New York (CUNY), «el periodismo es un servicio, no una fábrica de páginas vistas», según lo referencia De la Hoz Rodríguez (2015), en su artículo *El periodismo es un servicio, no una fábrica de páginas vistas*. Lo que significa que el oficio es entonces un servicio a favor de la memoria histórica.

Estado de la cuestión

Para elaborar el estado de la cuestión se hizo una búsqueda bibliográfica de investigaciones de posgrado en las bases de datos Redalyc, Dialnet, Scielo, Dialnet y Google Académico, con el uso de las categorías de búsqueda: periodismo histórico + memoria, identidad + periodismo histórico, memoria + historia + periodismo y sentido de pertenencia + periodismo y transmedia + periodismo + memoria.

En esa búsqueda, la mayoría de las investigaciones encontradas tuvieron relación con el rescate de la memoria del conflicto armado, pero también se hallaron otras 22 enfocadas en el ámbito cultural desde el patrimonio, y algunas con el uso de narrativas transmediales y multimediales. Aunque los trabajos no hacían referencia específicamente al periodismo histórico, sí se pudo evidenciar que el periodismo, en cualquiera de sus especificidades y apoyado de la creación de productos transmediales logra recortar la brecha comunicacional, ampliar la cobertura y estimular una mayor participación de las audiencias. Se evidenciaron también trabajos de rescate de memoria y tradiciones, pero apoyados en periodismo cultural, aunque con un mayor énfasis en patrimonio. Sin embargo, no se encontraron investigaciones que desarrollen productos de periodismo histórico que involucren narrativa transmedia en temas relacionados con la memoria histórica como herramienta para fortalecer el sentido de pertenencia, así como un nulo contenido generado desde Villavicencio, municipio epicentro de la investigación.

Para tener una visión más clara de las investigaciones, se realizó una matriz con 22 de ellas, en cuyo formato se identificaron el tipo de material (artículo académico, tesina de maestría, proyecto de grado de especialización y tesis de doctorado), la problemática, la pregunta de investigación, los referentes teóricos utilizados, la metodología y el producto que complementó cada una de ellas (Ver Tabla).

Tabla 1. Matriz Estado de la Cuestión

	Material	**Problemática**	**Pregunta de investigación**	**Referentes teóricos**	**Metodologías**	**Producto**
1.	**Artículo:** Enlazar la memoria: hipertextualidad en el periodismo digital histórico. **Autor:** Carolina Campalans. **Año:** 2015. **Revista:** Pauta Geral-Estudos em Jornalismo (Brasil).	Análisis de los especiales periodísticos digitales Proyecto Walsh (Argentina), Los casos de la Vicaría (Chile) y Cuentos de viejos (Colombia y España), que en términos generales siguen la mayoría de convenciones del periodismo de investigación, pero al mismo tiempo subvierten la estructura tradicional del relato a partir de la utilización de hipervínculos.	¿Cómo los lenguajes hipermedia desarrollados en el marco de los medios digitales han multiplicado las posibilidades de hipertextualidad de los géneros periodístico?	Hipertextos digitales e hipertextos textuales de Mendoza.	Estrategia metodológica afín al estudio de casos múltiples y un procedimiento deductivo-inductivo para analizar y describir las modalidades de hipertextualidad presentes en cada uno de los tres casos de estudio. "Coartada metodológica" (Orozco & González, 2011) de la abducción como procedimiento de análisis.	Conclusión teórica sobre cómo las narrativas transmediáticas, a partir de intertextualidades, ofrecen a los usuarios experiencias y posibilidades nuevas.
2.	**Trabajo de investigación :** Narrativa transmedia y patrimonio cultural para el desarrollo social. **Autor:** Quezada, L.; Lindao, J.; Alvarado,	La investigación en torno a la narrativa transmedia del patrimonio cultural desde las redes sociales es un tema de	¿Qué tipo de narrativa se utiliza para generación y divulgación de contenidos patrimoniales orenses dentro de la provincia de El Oro, período 2017?	Narrativa transmedia de Henry Jenkins. Transmedia nativos de Costa. Sociedad del individualismo	Revisión de literatura con base al estudio de documentos, desarrollo de narrativa transmedia para patrimonio cultural y el análisis de	Se concluye que la narrativa transmedia organizada y aplicada en las redes sociales aporta positivamente a los planteamien

	M.;Salcedo, F. **Año:** 2018. **Dónde:** Universidad Técnica de Machala (Ecuador).	poca divulgación académica y de estudio limitado dentro de la comunidad científica.		conectado de Flichy	estadísticas e interacciones en las redes sociales.	tos del programa de Buen Vivir en Ecuador.
3.	**Tesis de maestría:** Proyecto de periodismo cultural transmedia para documentar el Festival Multicultural de Montes de María, en Bolívar. **Autora:** María José Solano. **Año:** 2018. **Dónde:** Universidad de la Sabana.	En el departamento de Bolívar no se ejecutan los procesos de salvaguardia correctamente. No existe un espacio para la recopilación de material de las más de 200 fiestas y festividades autóctonas y culturales que se celebran cada año.	¿Cómo un proyecto de periodismo cultural transmedia podría aportar al proceso de documentación y salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial del Bolívar?	Periodismo cultural de Delponti & Pestano. Transmedia de Jenkins. Narración transmediática de Hernández y Grandío. Narración transmedia de Scolari. Benchmarking entre Museo del Caribe, documental Malvinas 30, proyecto Immersive Journalism, proyecto de periodismo transmedia Cuatro Ríos, producto digital El charco azul, Red Culture.Mondo, Hay Festival, FICCI y Festival Internacional de Música Clásica.	Método cualitativo.	Estrategia en tres áreas de la comunicación, a saber: digital, medios de comunicación local (prensa y tv) y una exposición en los municipios donde se desarrolla la festividad. Caracterización del Festival Multicultural de los Montes de María, plataforma digital recopilatoria de contenidos y estrategia en medios online y offline para la generación de contenidos por parte de la ciudadanía y la masificación de los contenidos, sometido a curaduría de la información recibida.

4.	**Artículo:** Descubrir el patrimonio inmaterial a través de la creación de narrativas digitales con Scratch. **Autor:** Gabriel Rubio-Navarra. **Dónde:** Universidad Pública de Navarra. **Año:** 2016.	El Archivo del Patrimonio Inmaterial de Navarra posee amplios elementos para la investigación y el conocimiento de la riqueza cultural de Navarra y Baja Navarra. Sin embargo, esta base de datos mantiene una cierta distancia con parte de su público objetivo.	¿Cómo podría hacerse llegar este rico patrimonio al alumnado de primaria y secundaria? ¿Cómo se podría contribuir a que el alumnado se apropiara del material existente? Partiendo de una concepción amplia del Patrimonio Cultural e Inmaterial, ¿qué otros materiales habría que elaborar y difundir para sintonizar con este alumnado?	Ficción interactiva, hiperficción e storytelling digital, de Orihuela y Santos. Aprendizaje basado en juegos (GBL), de Van Eck. Creación de juegos por el mismo alumnado, según Wilson, Hainey y Connolly. Videojuegos para destrezas de escritura y narración del alumnado, según Robertson y Good. Narrativa transmedia en patrimonio en proyectos como Aequilibrium – The last guardian of Leonardo, de Morreale y Bertone.	Cualitativa.	Proyecto de narrativa digital con Scratch, entorno de programación gratuito, sobre el patrimonio inmaterial de Navarra.
5.	**Artículo:** Patrimonio de interfaz mutante. Narrativa y difusión del	Falta de interpretación de nuevas comunidades virtuales	¿Cuál es el funcionamiento de las comunidades Quito de aldea a ciudad y Los	Interfaces digitales de Carlos Scolari. Tecnología -cultura-	Etnografía virtual de los espacios Quito de aldea a ciudad (en Facebook y	Artículo.

	patrimonio ecuatoriano en las redes sociales. **Autor:** Pablo Escandón Montenegro. **Dónde:** Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. **Año:** 2019.	en torno al patrimonio de Quito, Ecuador.	ladrillos de Quito, radicadas en Facebook, y los formatos más consumidos por la comunidad virtual en torno a temas culturales y patrimoniales, con motivo del aniversario de la ciudad?	sociedad, de Jesús Martín Barbero. Medios de plataform a digital, de José Luis Brea. Narrativa factual, de Arnau Gifreu-Castells.	Youtube) y Los ladrillos de Quito (en Facebook y su blog).	
6.	**Artículo:** Generación de contenidos digitales para la reactivación del patrimonio arquitectónic o. Estudio de caso: plaza de mercado de techo cubierto de Guayaquil, Medellín. **Autores:** María Isabel Zapata Cárdenas, Edwin Mauricio Hincapié Montoya, Christian Andrés Díaz León, Camilo Mesías Hoyos. **Año:** 2014. **Dónde:** Universidad de Medellín.	La Plaza de Mercado de Techo Cubierto de Guayaquil fue una edificación histórica, patrimonio que se ha ido olvidando.	¿Cómo utilizar la realidad aumentada para la reactivación del patrimonio histórico?	Nuevos medios, de Ramón Salaverría. Realidad aumentad a, de Kaufmann.	Cualitativa.	Técnicas de realidad aumentada y producción de contenidos digitales.
7.	**Tesis de maestría:** Comunicació n transmedia para potenciar los sitios	Falta difusión y marketing como una necesidad constante de ir	¿Cómo comunicar y fomentar los atractivos turísticos de la provincia de El Oro, por	Marca transmedi ática, representa ción transmedi ática,	Cualitativa.	Logo, sitio web, concurso video-turístico, video

	turísticos de la provincia de El Oro, en Ecuador. **Autor:** Édgar Efrén Romero Calderón. **Año:** 2018. **Dónde:** Universidad Casa Grande de Ecuador.	mejorando y creando nuevas formas que permitan al cliente poder relacionarse con los espacios a visitar.	medio de una propuesta de comunicación transmedia?	ritual transmediático, juego transmediático, activismo transmediático, y espectáculo transmediático, de Levoyer Salas. Producción y consumo de información, de Irigaray y Lovato. Transmedia, de Henry Jenkins.		musical, story telling,
8.	**Tesis:** Relatos digitales museológicos en la comunicación social de la ciencia. Estrategias narrativas innovadoras para salvaguardar el patrimonio de los museos capitalinos. **Autores:** Claudia Liliana Moreno Romero Dayana Díaz Salamanca Jenny Tatiana Rojas. **Año:** 2019. **Dónde:** Universidad Cooperativa	La disciplina de los museos se relaciona lógicamente con la museología y la aproximación directa con el ser. Con la evolución tecnológica, se ha evidenciado una ruptura entre estos dos elementos, es decir, entre museo y sociedad.	¿Cuáles son las estrategias narrativas innovadoras que se están implementando en los museos de Europa y que les falta a los museos de Bogotá para incursionar en la era digital?	Multimedia, de Paloma Díaz, Nadia Catenzzi e Ignacio Aedo. Nuevas narrativas audiovisuales, de Costa, C., y Piñeiro, T. Evolución de identidad cultural, de Molano. Narrativas transmedia, de Scolari.	Cualitativa: La ruta metodológica de la investigación está orientada directamente al análisis de los documentos relacionados con temas de museología, narrativas digitales, comunicación y transmedia	Investigación.

	de Colombia (Bogotá).					
9.	**Artículo:** Reinvención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. Autora: Carmen Peñafiel Sáiz. **Año: 2016. Dónde:** Universidad del país Vasco.	La comunicación transmedia desde el periodismo, en una época de crisis económica global, que afecta a los medios tradicionales.	¿Cómo el periodismo y la comunicación transmedia se innovan dentro del ecosistema digital?	Concepto 2.0, de Tim O'Relly. Información, narrativa e interfaz, de Álvaro Liuzz. Multiplataforma, multimedia, participativo y ciudadano, web 2.0, periodismo 3.0, y periodismo crossmedia. Audiencia en creación de contenidos, de Peñafiel. Diferenciación de los medios de comunicación, de José Luis Orihuela. Narrativas transmedia, de Montecarlo. Narrativas transmedia, de Jenkins. Periodismo transmedia, de Kevin Moloney. Transmedia, de	Cualitativa.	Artículo.

				Carlos Scolari. Narrativa transmedia, de Eduardo Prádanos.		
10.	**Tesis de especialización:** El colectivo: Una nueva propuesta en el periodismo narrativo dedicado a los nuevos escritores. **Autor:** Julián Mora Peña. **Año:** 2019. **Dónde:** Universidad Jorge Tadeo Lozano.	Complejidad de la migración de la crónica al mundo digital.	¿Qué es lo que está ocurriendo con el periodismo narrativo y el periodismo de largo aliento dentro del mundo digital y como medios hispanohablantes están introduciendo el slow journalism en esta nueva esfera digital? A partir de esto ¿Cuáles son las herramientas necesarias para la creación de un nuevo medio digital innovador?	Crónica, de García Galindo & Cuartero Naranjo.	Cualitativa.	crear un nuevo medio digital innovador de libre participación basado en crónicas
11.	**Artículo:** Audiojuegos, nueva herramienta para el periodismo y medios de comunicación. **Autores:** Alex Rene Jaramillo Campoverde, Hernán Yaguana Romero, Graciela Martínez. **Dónde:** Revista	La búsqueda de nuevas narrativas sonoras en el periodismo.	¿Qué papel juega un audiojuego como material de información periodística?	Periodismo y narrativas transmedia, de Peñafiel. Audiojuegos, de Bermejo, Lunati y Arias. Proceso productivo de videojuego, de Manrubia. Gamificación, de Barrios.	Metodología diagnóstico-propositiva, de enfoque mixto, es decir, se utilizaron técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación.	Prototipo de audiojuegos periodístico.

	Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação. **Año:** 2019.			Bermejo y los audiojuegos.		
12.	**Tesis:** Manual de Periodismo Transmedia: Introducción y orientación al desarrollo de reportajes periodísticos transmedia. **Autores:** Matías Martín Santiago Rodríguez. **Año:** 2017 **Dónde:** Universidad Nacional de Córdoba, en Argentina.	Son pocas las universidades que han reestructurado sus programas de periodismo con base en nuevas narrativas virtuales.	¿Por qué es necesaria la aplicación de las Narrativas Transmedia en el periodismo?	Convergencia digital, de Jenkins. Prosumidores, de Toffler y Mancini. Cambio de consumo de información, de Canavilhas. Narrativa Transmedia, de Scolari. Periodismo transmedia, de Kevin Moloney) y Porto Renó y Flores.	Investigación bibliográfica y documental de la temática, entrevistas con especialistas y realizadores de proyectos transmedia vinculados al campo del periodismo, junto con el estudio de producciones periodísticas de este tipo.	Manual para producir reportajes periodísticos en lenguaje transmedia.
13.	**Tesis:** Directo Bogotá, bajo las narrativas transmedia. **Autor:** Carlos Obando Arroyave. **Año:** 2018. **Dónde:** Pontificia Universidad Javeriana.	Pocos medios producen contenidos interactivos que permitan a los millennials la participación en la creación de contenidos, un comportamiento que es habitual para ellos en redes sociales.	¿Cuál es el nuevo modelo de comunicación que nos propone la sociedad digital?	Transmedia y Transmedia Storytelling, de Henry Jenkins. Fandom, de Obando. Bottom up y top down, de Scolari.	Análisis documental y bibliográfico.	Creación de un fandom a la plataforma noticiosa Directo Bogotá, para poder convertirla en una plataforma innovadora en el medio, donde podrán encontrar y compartir todo tipo de contenidos noticiosos, de entretenimiento, vida citadina, nocturna, espacios

						culturales y musicales de la ciudad, retroalimentada por los mismos consumidores.
14.	**Artículo:** Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas. **Autora:** María José Arroyo. **Año:** 2014. **Dónde:** Universidad de la Sabana.	Los diseños comunicativos con sus objetivos, procesos y resultados necesitan de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).	¿Cuáles son las nuevas oportunidades y retos que los transmedia le plantean al sector informativo?	Concepto de prosumidor de Levinson, Renó y Merino. El cometido de lo artificial asociado a diseños, de Simón. Ciencias de la comunicación en ciencias de lo artificial, de González y Arrojo. Ciencias de la comunicación en ciencias de diseño y transformación creativa de la realidad, de González. Rasgos de la creatividad de Kaufman & Bae, Dasgupta y González. Transmedia de Carlos A. Scolari, Dena, Jenkins y Long.	Cualitativo.	Artículo.

				Contenido en diferentes plataformas, de Kevin Moloney. Transmedia de Gosciola y Prádanos. Democratización de la información de Irala. Cambio de perspectiva del periodismo, de Bradshaw. Diferencias en periodismo, de Picard. Mensajes hipermediáticos de Landow.		
15.	**Artículo:** Una mirada crítica a las estrategias comunicativas para la conservación del patrimonio cultural en Zipaquirá. **Autores:** Leidy Carolina Aguilar Peñuela y Mónica Patricia Perassi.	Estrategias para la conservación de los bienes patrimoniales no siempre tienen un alto grado de efectividad en Zipaquirá.	¿Cómo las instituciones gestoras culturales del municipio pueden potenciar la difusión asertiva para la preservación y la socialización de los valores del patrimonio cultural?	Patrimonio cultural de astiblanco, Perassi y Sanjuán-Ballano. Modelos de consumo de Alvarado y Martín.	Investigación descriptiva y analítica con enfoque cualitativo.	Artículo.

	Año: 2018. **Dónde:** Universidad Minuto de Dios.					
16.	**Tesis pregrado**: Propuesta de Narrativas Transmedia para la recuperación de la memoria colectiva del barrio La Tola a través de Facebook. **Autora:** Adriana Alexandra Márquez Duque y Patricio David Jara Ormaza. **Año:** 2018. **Dónde:** Universidad Central de Ecuador.	Desconocimiento de la importancia patrimonial del barrio La Tola, en Quito. Falta de sentido de pertenencia de sus habitantes.	¿De qué manera se puede rescatar el valor cultural de la memoria colectiva del Barrio La Tola mediante una propuesta de narrativa transmedia a través de Facebook para crear un vínculo entre la cultura tradicional y la cultura actual?	Ecología de los medios, de McLuhan, Scolari y Neil Postman. Cultura y tecnología, de Postman. Brecha digital de Ramirez. Prosumidor de Tello. Cultura digital de Cabrero. Tecnología cambia la forma de vida, según Postman. Comunicación e Internet, de Castells. Web 2.0 de O'Reilly. Segentación de público, según Orihuela. Marketing digital de Kotler & Amstrong, y de Vertice Editorial. Narrativa transmedia de Frank Rose. Transmedi	Investigación mixta (cualitativa y cuantitativa). Se usaron técnicas como el análisis documental, entrevistas a profundidad, encuestas y focus group.	Productos comunicacionales: recopilar las tradiciones, prácticas y saberes del barrio La Tola, En Quito, para difundirlas a través de plataformas digitales, específicamente Facebook con la finalidad de llegar a los públicos más jóvenes mediante un contenido transmedia.

				a de Henry Jenkins. Multimodalidad, cross-media, multiplataforma o narrativa aumentada, de Scolari. Cultura, según Herskovits, Eagleton		
17	**Artículo:** Propuesta para la aportar a la recuperación de la memoria cultural, en la comunidad Misak de Guambía desde un producto Transmedia. **Autor:** Diego Alfonso Imbachí Garcés. **Dónde: Universidad Nacional del Rosario (Argentina). Año:** 2019.	Complementar el trabajo de grado de pregrado y que como resultado final se creó un producto comunicativo denominado Fotocrónicas y testimonios Misak donde el texto le daba a la imagen una profundidad histórica y de contexto.	¿Cómo crear estrategias que permitan abordar la recuperación de las tradiciones culturales de la comunidad indígena misak de la vereda Las Delicias en Silvia, Cauca?	Intertextualidad transmedia, de Marsha Kinder. Convergencia y transmedia storytelling, de Henry Jenkins. Transmedia de Carlos Scolari.	Cualitativa.	Análisis del contenido transmedia 'Cuentos de viejos' (serie documental), y creación del proyecto transmedia Misak en colaboración con la comunidad establecida en la vereda Las Delicias en Silvia Cauca. Mapa interactivo, crónicas, grabaciones radiales, fotografías
18	**Tesis pregrado:** Contenidos culturales en	Desafío actual que tiene el periodismo frente a las narrativas transmedia.	¿Cuáles son las características de los contenidos culturales de la plataforma	Periodismo transmedia de Ford, Renó y Flores. Transmedi	Revisión bibliográfica y análisis de contenido.	Análisis de RTVE Lab.

	Periodismo Transmedia: el caso de RTVE Lab. **Autora:** Alba Ménguez Alonso. **Año: 2018. Dónde:** Universidad de Valladolid.		RTVE Lab (rtve.es/lab) en la era de la comunicación transmedia?	a storytelling de Henry Jenkins. Narraciones transmedia de Carlos Scolari, Rost y Bergero. Transmedia y creatividad de Arrojo. Narrativa multiplataforma y Crossmedia de Costa y Piñeiro. Mundos transmediales de Klastrup & Tosca. Webdod de Calatayud. Documental multimedia interactivo de Berenguer. Docugame de Paíno y Rodríguez. Gamificación de García y García. Podcast de Alonso del Barrio. Narrativas inmersivas de Pérez-Seijo. Evolución de la cultura de Izquierdo. Periodism		

				o cultural de Jorge B. Rivera y Rodríguez. Contenidos interactivos de Porto.		
19	**Artículo:** Periodismo multiplataforma: Transmedia y crossmedia. Similitudes y diferencias. **Autor:** Miguel Ángel Ossorio Vega. **Dónde:** Universidad Complutense de Madrid. **Año:** 2015.	La evolución de las nuevas tecnologías modifica las realidades existentes, transformando aquellos sectores que se prestan a ello por sus características y funcionamiento, como lo es el periodismo.	¿Cuáles son las similitudes y diferencias entre transmedia y crossmedia como paradigma de un nuevo lenguaje para comunicar y de una nueva forma de ejercer el periodismo?	Crossmedia de Drew Davidson, Hayes y Nicoletta Iacobacci. Transmedia de Ossorio Vega	Investigación cualitativa, dado que se ha recurrido a fuentes cualificadas de autores expertos en las materias objeto de estudio.	Artículo.
20	**Artículo:** Arte y Medios: Narrativa transmedia y el translector. **Autora:** Natalia Aguerre. **Fecha:** 2019. **Dónde:** Universidad de Palermo (Argentina).	Los avances en el ecosistema de los medios de comunicación e Internet han transformado las formas de construcción de relatos y los modos de lectura de los sujetos.	¿Cómo los artistas hacen uso de los medios digitales variando sus operaciones y cómo los receptores fueron trasladando sus prácticas de lectores, espectadores a internautas, translectores?	Fenómenos sociales de Uranga. Digitalización de los medios de Scolari. Internauta de García Canclini. Narrativa transmedia de Jenkins, Pratten, Harvey, Scolari. Comunicación de Martín Barbero. Transmedia	Cualitativa.	Artículo.

				storytelling de Jenkins. Nuevos medios de Mark Tribe y Reena Jana. Arte de los nuevos medios de Cirelluelo. Lecturas de pantallas de Murolo. Hiperficción o Ciberliteratura de Rico.		
21	**Artículo:** Análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia. **Autores:** Magdalena Trillo-Domínguez y Jordi Alberich-Pascual. **Año:** 2019. **Dónde:** Universidad de Granada.	El sector prensa se encuentra en un momento de profunda transformación.	¿Cuáles son los formatos periodísticos que están emergiendo en los nuevos medios a medida que las empresas y profesionales están consolidando su apuesta prioritaria por el entorno digital? ¿ Hasta qué punto la puesta en marcha de laboratorios de innovación, con la creación y definición de estrategias específicas para asumir los desafíos tanto en formación como en exploración de proyectos innovadores,	Crisis del papel en el periodismo, de Trillo. Supervivencia del periodismo en la era digital, de Orihuela, Salaverría y Jarvis. Video-news de Playground, de Daniel Zomeño y Rocío Blay-Arráez. Periodismo transmedia de Pilar Carrera, Rost, Bernardi y Bergero, Jenkins, Porto y Flores, Scolari, Renó. Innovación	Cualitativa.	Artículo

			supone un distintivo final en los contenidos?	de Orihuela, Salaverría, De Lara González y Sádaba. Estudio de PlayGround Magazine, por Zomeño y Blay-Árraez. Cine y periodismo de Trillo, Sedeño & Moral. Juego y periodismo de García Ortega y García Avilés. Memes de Glenda González. Video blogs de Herrero-Solana y Trillo-Domínguez.		
22	**Artículo:** Difusión patrimonial en la web: herramienta de análisis para instituciones culturales. Autores: Fernando Díaz Pérez, Lorena Martínez Solís y Celia	Un alto porcentaje de museos no tienen o cuentan con una web que más parece un simple folleto que a un recurso informativo virtual propio del siglo XXI.	¿Qué información se debe incluir en la web institucional de un museo?	Sitios web y cultura, de Navarro y Viñarás. Web de museos marítimos de Díaz Pérez. Cibercultura de García Cantero. Exposiciones virtuales de Quijano Pascual. Las	Cualitativa y cuantitativa.	Documento de análisis.

	Chaín Navarro. Año: 2019. Dónde: Revista General de Información y Documentación (España).			exposiciones virtuales y sus modelos de Flores Enriquez. Nueva narrativa hipermedia y transmedia, de Moreno Sánchez y Ferreira.		

Luego, se tomó la decisión de seleccionar cinco referentes, uno internacional y el resto nacionales, los cuales se detallarán más adelante, trabajos que tenían o tienen una relación más cercana con el proyecto planteado. Estos abordan, desde diversas perspectivas y contextos, la intersección entre el periodismo y la narrativa transmedia en la construcción y preservación de la identidad y memoria cultural de comunidades específicas. Desde la creación de manuales prácticos para reportajes transmediales hasta proyectos que buscan salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial. Estas investigaciones evidencian el poder del periodismo transmedia como herramienta de conexión, interacción y fortalecimiento del sentido de pertenencia en las comunidades. Ya sea mediante la promoción de prácticas culturales, la documentación de festivales, la participación activa de la audiencia o la recuperación de tradiciones, estos estudios refuerzan la relevancia de integrar técnicas transmedia en el periodismo para potenciar la apropiación y reconstrucción de la memoria histórica y cultural de territorios específicos.

Sin embargo, a pesar de las valiosas contribuciones de estas investigaciones en el ámbito del periodismo transmedia y la preservación de la identidad cultural, es evidente que existe un vacío en relación con la específica interacción de estos elementos en el contexto de Villavicencio (Meta), incluso, no hay investigaciones de este tipo realizadas desde la región.

Por esa razón, el presente trabajo se distingue por centrarse en este territorio particular, enfocándose en analizar y fortalecer el sentido de pertenencia de sus habitantes mediante la combinación del periodismo histórico y la narrativa transmedia. Mientras que las investigaciones previas proporcionan herramientas y enfoques metodológicos importantes, ninguna aborda de manera directa la construcción de la identidad cultural de Villavicencio y la singularidad de su historia. Esta singularidad y enfoque novedoso hacen del proyecto una aportación única en el campo, llenando un hueco en la literatura existente y proporcionando una nueva perspectiva sobre cómo el periodismo transmedia puede ser utilizado en contextos específicos para potenciar el sentido de pertenencia local.

Entre las investigaciones internacionales que, de alguna manera, tienen un cruce transversal con el presente proyecto se encontró la realizada por Martín y Rodríguez (2017), de la Universidad Nacional de Córdoba, en Argentina, quienes diseñaron un manual de periodismo transmedia en el que responden a la tesis de la necesidad de la aplicación de este tipo de narrativas en el oficio. Concluyen con la publicación de un manual para realizar reportajes transmediales, una herramienta de gran valor para el desarrollo de esta investigación. La relación con el presente proyecto es que este trabajo establece la importancia estas narrativas en el ámbito periodístico y presenta un manual para realizar reportajes transmediales, mientras que sirve como base teórica y metodológica sobre cómo aplicarlas al periodismo, aportando al desarrollo práctico de la investigación principal.

En el ámbito nacional, Solano (2018) propone en su tesis de maestría un proyecto de periodismo cultural transmedia para documentar el Festival Multicultural de Montes de María, en Bolívar (Colombia). El objetivo planteado allí fue aportar al proceso de documentación y salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, el cual fue ejecutado a través de estrategias de generación de contenido digital, uso de medios de comunicación

local, prensa escrita y televisión, y el desarrollo de una plataforma digital para difundir contenidos desarrollados con apoyo de la comunidad, con una previa curaduría periodística.

Es decir, aquí se presenta un proyecto de periodismo cultural transmedia, similar al enfoque de Villavicencio, pero centrado en el Festival Multicultural de Montes de María, y contribuye a su vez, porque muestra cómo la narrativa transmedia puede ser usada para documentar y preservar el patrimonio cultural inmaterial, lo cual podría ser relevante también para fortalecer el sentido de pertenencia en Villavicencio.

Además, teniendo en cuenta que la presente investigación tiene una relación directa con el ámbito periodístico, en el Estado de la Cuestión se incluyó el proyecto «Directo Bogotá, bajo las narrativas transmedia», de Medina (2018), de la Pontificia Universidad Javeriana, el cual crea una comunidad de aficionados —fandom— a las historias periodísticas del medio de comunicación *Directo Bogotá*, creado por estudiantes. En esta plataforma difunden contenidos noticiosos, de entretenimiento y culturales, que además son retroalimentados por una audiencia prosumidora. Este se relaciona con la investigación planteada, porque aborda la creación de una comunidad de aficionados a historias periodísticas a través de la narrativa transmedia, y contribuye a la misma porque muestra cómo la audiencia puede interactuar y retroalimentar las narrativas periodísticas transmedia, lo que puede ser aplicable para fortalecer el vínculo con la comunidad de Villavicencio.

Imbachí (2019), por su parte, propuso un aporte a la recuperación de la memoria cultural, en la comunidad Misak de Guambía desde un producto transmedia, que es la narrativa escogida para este proyecto. El objetivo fue crear estrategias para la recuperación de las tradiciones culturales de dicha comunidad en la vereda Las Delicias, en Silvia, Cauca. De esa manera se creó el producto «Fotocrónicas y testimonios Misak», que incluyó mapa interactivo, crónicas, grabaciones radiales y fotografías. La relación con la presente investigación es que esta se

enfoca en la recuperación de la memoria cultural de una comunidad específica a través de un producto transmedia y aporta de igual manera debido a que la metodología y las estrategias utilizadas para recuperar las tradiciones culturales de la comunidad Misak podrían ser adaptadas para Villavicencio, especialmente en cuanto a la apropiación de la memoria histórica.

Y para concluir, Erazo y Erazo (2020) plantean una estrategia de comunicación transmedia para visibilizar las prácticas culturales de la comunidad de San Cipriano, Valle del Cauca, y contribuir a la preservación de la memoria histórica. Se destaca en este trabajo la participación de la comunidad y sus oralidades. Así como la generación de contenidos culturales en diferentes medios y formatos, como pódcast, blog, libro-álbum, fotohistorias, webisodios, pósteres, museo móvil y una página web. La relación con la investigación planteada es, entonces, que implementa una estrategia de comunicación transmedia para visibilizar prácticas culturales y preservar la memoria histórica, que son objetivos similares a los de la investigación principal, mientras que la contribución son los formatos y medios utilizados, así como la participación activa de la comunidad en la creación y retroalimentación del contenido, los cuales pueden servir de referencia para diseñar estrategias efectivas en Villavicencio.

Problema

Villavicencio es una ciudad frontera, de 531.275 habitantes (Dane, 2018), incrustada en el piedemonte llanero, en la línea que divide la cordillera Oriental y los llanos colombo-venezolanos. Desde su poblamiento, la ciudad se ha distinguido por ser un cruce de caminos en los que convergen diversas culturas que han producido transformaciones aceleradas de identidades que nunca son estáticas.

La ciudad nació de manera espontánea a partir de ese cruce de caminos, los cuales eran utilizados para transportar el ganado desde los Llanos Orientales de Colombia hasta la capital del país. Antes de subir la cordillera Oriental, los vaqueros hacían una parada de descanso para luego continuar la travesía, lo que desencadenó la instalación de posadas y dio origen a la conformación de lo que hoy es Villavicencio. En este primer escenario se introdujo la cultura llanera, propia de los departamentos del Meta, Casanare y Arauca.
Ese cruce de caminos, abajo del piedemonte llanero, hizo que la zona se transformara en un lugar de intercambio comercial, lo que atrajo la migración de la población del oriente de Cundinamarca, quienes se instalaron en el caserío. Los nuevos pobladores llegaron con identidades y costumbres diferentes a las llaneras.

El tema de los intercambios comerciales no era algo nuevo, se cree que, en tiempos prehispánicos, cuando la zona estaba habitada por la comunidad guayupe, esta realizaba trueques con los muiscas del altiplano cundiboyacense. El intercambio cultural ha estado siempre presente en la zona (Rausch, 2011).

Adicional a lo anterior, la dificultad de la conectividad con el centro del país, por la inexistencia de carreteras, hizo que Villavicencio permaneciera olvidada por el Gobierno central. Aprovechando la dificultad del acceso, empezaron a llegar ladrones a Villavicencio,

quienes huían de la capital del país, así como convictos que acababan de pagar alguna pena y se refugiaban en el poblado o en otros caseríos aledaños.

También, la violencia partidista, los efectos del narcotráfico y la formación de grupos guerrilleros y paramilitares, produjo el desplazamiento de comunidades desde el interior de los Llanos Orientales hasta Villavicencio, ciudad en la que encontraron refugio.

Con la firma de los acuerdos de paz, el 26 de septiembre de 2016, el turismo se reactivó y reapareció el interés de invertir en la ciudad, lo que representó una nueva ola de migrantes, sumado a las políticas culturales que han favorecido la llaneridad o las prácticas asociadas al trabajo de llano y al joropo, atractivo para muchos turistas.

> La cultura llanera en Villavicencio es una invención con réditos políticos y económicos desde el turismo, debido a que aún, en tiempos modernos, la población urbana no tiene mucha relación con las actividades ganaderas o agrícolas del sector rural y, en muchos casos, ni siquiera son oriundos de la región. Por el contrario, la vida de la ciudad se ha nutrido de los aventureros, los expulsados y los comerciantes que, venidos de otras regiones, se instalan y hacen suyo el lugar, adoptando las costumbres que, se supone, deben tener. (Cortés Acuña & Castañeda, 2020, p.22).

Además, en la ciudad se percibe una falta de sentido de pertenencia, tal como lo sugirió Pabón (2003) al concluir que los villavicenses no tienen querencia por la ciudad, tanto así, que desde distintas organizaciones privadas y culturales se gestó el proyecto Vivencia de la Villavicensidad, para fomentar ese vínculo afectivo por la ciudad.

En el 2002, el alcalde de ese entonces, Ómar López Robayo, decretó el 21 de octubre como Día de la Villavicensidad, porque se hacía «necesario socializar sentimientos de identidad y pertenencia por nuestra ciudad» y debido a que «desde hace varios meses en Villavicencio se

realizan tareas a cargo de las entidades oficiales y particulares enmarcadas dentro del proyecto de Vivencia de la villavicensidad» (Concejo, 2002). Surgió entonces una gran preocupación:

> Villavicencio está dejando de ser el vividero y ciudad cordial que todos hemos amado. Este crecimiento, de alguna manera hace que el sentido de pertenencia se resquebraje, por eso, fuerzas vivas, comunitarias, empresariales, institucionales, se dieron a la tarea de liderar un proceso que, mediante acciones y esfuerzos coordinados, permitan crear conciencia y lograr el disfrute de vivir Villavicencio (Cámara de Comercio de Villavicencio, 2004).

Lo anterior me impulsó a desarrollar la presente investigación con base en un análisis de la construcción de las identidades culturales de los habitantes de Villavicencio, como territorio, para fortalecer el sentido de pertenencia, a través del periodismo histórico en conjunción con la narrativa transmedia.

Se hizo necesario identificar los momentos históricos en los que se evidencia la construcción de identidad colectiva, hasta el momento desconocidos para la mayoría de la sociedad villavicense, así como reconocer algún cambio o influencias significativas en la mezcla o hibridación de identidades que han permeado el desarrollo de la ciudad.

Para Villavicencio es importante contar con investigaciones desde la academia que permitan identificar las posibles causas del desarraigo cultural y que puedan convertirse en fuentes de consulta para la construcción de territorio y para el establecimiento de mejores políticas culturales.

Los medios de comunicación desempeñan un papel importante dentro del desarrollo cultural de los territorios, pero la globalización y la democratización de la información les

han abierto también las puertas a informaciones falsas, fuera de contexto y que han impactado en la población. Por eso, nació la necesidad de valerse del periodismo histórico y de la narrativa transmedia como herramientas para fortalecer el sentido de pertenencia en los habitantes del municipio de Villavicencio.

Luego de las anteriores reflexiones se planteó la siguiente pregunta: ¿Cómo la memoria histórica de Villavicencio como territorio, puede fortalecer el sentido de pertenencia en los habitantes del municipio, a través del periodismo histórico en conjunción con la narrativa transmedia?

Objetivos

Objetivo general

Analizar la construcción de la (s) identidad (es) cultural (es) de los habitantes de Villavicencio, como territorio, para fortalecer el sentido de pertenencia por la ciudad, a través del periodismo histórico en conjunción con la narrativa transmedia.

Objetivos específicos

1. Reconocer los elementos sobre los cuales se basa (n) la (s) identidad (es) cultural (es) de Villavicencio como territorio.

2. Identificar los momentos históricos que influyeron en la construcción y el desarrollo de la (s) identidad (es) cultural (es) de quienes habitan en Villavicencio.

3. Analizar el papel que cumplen el periodismo histórico y la narrativa transmedia en la reconstrucción y la apropiación de la memoria histórica del territorio de Villavicencio.

Marco teórico

El tema de investigación es un aporte a la reconstrucción y la apropiación de la memoria histórica de Villavicencio (Meta), una ciudad que por sus características de crecimiento y desarrollo ha dejado de valorar gran parte de su memoria y patrimonio. Los archivos patrimoniales y de investigación histórica de Villavicencio son reducidos, y los que existen forman parte de documentos aislados y de consulta compleja por restricciones bibliotecarias. Son contenidos que no han alcanzado la frontera del mundo de las tecnologías de la información, salvo pocos documentos que han sido digitalizados.

Abordar la memoria histórica de Villavicencio desde el periodismo histórico y la narrativa transmedia contribuye a la democratización de la información; permite un acercamiento entre la comunidad y su historia, estimula la reflexión sobre la identidad cultural del territorio y el arraigo por el patrimonio.

Entre los conceptos que se incluyeron en la investigación se encuentran territorio, memoria histórica, patrimonio cultural, identidad, sentido de pertenencia, periodismo histórico y narrativa transmedia.

Territorio

Se entiende a Villavicencio como un territorio, un espacio socialmente apropiado para asegurar la reproducción de este y la satisfacción de las necesidades vitales, materiales o simbólicas, un objeto de disputa asociado a relaciones de poder, el cual es producido, regulado y protegido por dichos intereses (Giménez, 2005). Es entonces un escenario de relaciones sociales que va más allá de lo geográfico, en el que confluyen diferentes culturas y fuerzas sociales; por ejemplo, del total de habitantes en la ciudad, el 56,38 por ciento nació en otros municipios (Dane, 2018). También existen fuerzas hegemónicas, algunas son organizaciones políticas, culturales y cívicas que han reproducido en mayor medida, por

ejemplo, el discurso de la llaneridad, por encima de grupos que no se identifican con ciertos patrones asociados a esa cultura en un territorio de piedemonte y al que han llegado comunidades o población del oriente de Cundinamarca, tal es el caso del colectivo #SomosdelMeta #Somosllaneros, quienes se identifican como una alianza público-privada que, a través de la firma del Gran pacto por la llaneridad, «pretende fortalecer el sentido de pertenencia, el arraigo y la identidad llanera en nuestro departamento» (Riveros, 2020, p.2).

En ese sentido, Villavicencio, en relación también con lo que señala Spíndola (2016), se confirma como un territorio, «una construcción cultural con un eje histórico, objeto de representaciones sociales» (p. 35) y «es consecuencia del devenir histórico, vive las mismas transformaciones que la población» (p. 36). La ciudad se transforma a medida que se construyen diferentes identidades asociadas al territorio, no exclusivas a lo llanero, como lo sugieren Montañez y Delgado (1998): «la actividad espacial de los actores es diferencial y por lo tanto su capacidad real y potencial de crear, recrear y apropiar territorio es desigual» (p. 123). Villavicencio es multicultural; es decir, existen y conviven varios grupos culturales en el mismo territorio (Hernández-Reyna, 2007), pero también multiétnica y diversa, por encima del imaginario centralista de un villavicense de a caballo y en cotiza (o alpargata). Se entiende la importancia de analizar la ciudad desde un contexto social con unos conflictos de territorialidad no resueltos, producto de las olas de migraciones que en diferentes momentos se han producido en la ciudad y que han generado un alto número de asentamientos informales, lo que alinea a la ciudad con el contexto nacional, como lo ratifica Uribe Castro y Holguín (2012), «no es un fenómeno nuevo, dado que desde el siglo pasado los procesos de toma de tierras, como consecuencia de eventos como el desplazamiento forzado, los procesos migratorios campo-ciudad e incluso los ocasionados por los desastres naturales, se han constituido en una práctica que genera dinámicas complejas en las ciudades» (p. 243).

El municipio es una ciudad receptora y, por consiguiente, diversa en términos culturales. La influencia del llano está presente porque, de alguna manera, ha sido entendida como un portal hacia ese llano. Pero es evidente que, al ser una ciudad con un alto porcentaje de migrantes, una parte de la población carga consigo las marcas de sus pueblos de origen, sus costumbres, su idiosincrasia, algunas innatas y otras trasmitidas por sus padres, pero, aun así, tras las interrelaciones político y socioculturales generadas en el territorio que habitan, la asumen como propia sin desprenderse de un pasado; es decir, una diáspora como hibridación (Hall, 2007).

Villavicencio es multicultural, pero se cae en lo que Viaña, Tapia y Walsh (2010) denominan «la nueva lógica multicultural del capitalismo global» (p. 78). Se reconoce su diferencia, pero se vacía su significado en función de la lógica neoliberal al promocionar las costumbres y las tradiciones llaneras como la identidad del departamento del Meta y, por ende, de su capital, con la intención de fomentar el turismo en lugar de concebir el territorio como una ciudad intercultural.

> La interculturalidad (crítica) se entiende como una herramienta, un proceso y proyecto construido desde la perspectiva de la gente, en contraposición a la interculturalidad funcional impuesta desde las posiciones dominantes. Este enfoque apuntala y demanda la transformación de estructuras, instituciones y relaciones sociales, así como la creación de condiciones para experimentar distintas formas de estar, ser, pensar, conocer, aprender, sentir y vivir (Viaña, Tapia y Walsh, 2010, p. 78).

Algunas instituciones políticas con injerencia en Villavicencio han utilizado el concepto de llaneridad, asociado a las prácticas de la ganadería y al folclor llanero, para influir en la construcción de una identidad; se ha percibido, además, como una herramienta de

dominio, de reconocimiento nacional y de estrategia turística y comercial. Mantilla y Villamil (2019) consideran que el concepto está ligado al entorno natural que le dio vida, a las actividades económicas conexas y afirman que «se basa históricamente en el trabajo de llano, en el rol entre vaquero y ganadero, y en las múltiples interrelaciones que establecieron en la escala social. La llaneridad es un concepto que engloba una visión general de la región» (p. 83-84).

Con la creación del Festival Nacional de la Canción Colombiana en Villavicencio, que luego pasó a llamarse Torneo Internacional del Joropo, y la posterior creación en la década de los sesenta de los Institutos de Cultura y Turismo del Meta se fortalecieron en la ciudad los procesos culturales en torno al joropo, que aunado con la implementación del Joropódromo, evento dancístico de baile llanero al aire libre, facilitó y promovió el aumento de academias de baile.

> El Torneo Internacional del Joropo permite a Villavicencio posicionarse tanto en la región de los llanos colombo-venezolanos, como en el resto del país. Los villavicenses, por un lado, identifican un referente identitario cultural que trasciende la relación de la región andina para convertirse en la puerta del llano, el lugar desde donde se ve la infinita llanura. Por otro lado, se perfila también a partir de esta identidad cultural la posibilidad de ver, en el folclor, un medio productivo que trae dinero mediante la visibilización de la ciudad (Espinel Riveros & Espinel Sánchez, 2016, p. 55).

Además, el Día de la Llaneridad, establecido por ordenanza en 2008, y el Día de la Villavicensidad, decretado para celebrarse desde el 2002 cada 21 de octubre, han sido

algunas de las estrategias que, desde la institucionalidad local, se han implementado para, en el primero de los casos, rescatar e incentivar los valores ancestrales y autóctonos del Meta, en tanto sugiere el uso de prendas autóctonas del Llano y la realización de actividades propias de la llaneridad el último viernes de cada mes, y en el segundo de los casos, para generar un sentido de pertenencia en Villavicencio. «Las instituciones educativas y dependencias oficiales del orden municipal izarán los 21 de octubre, a partir de la fecha, las banderas de la República de Colombia y el Municipio de Villavicencio en honor a nuestra identidad de ciudad». (Concejo Municipal de Villavicencio, 2002).

Con la aprobación de la Ley 1907 de 2018, desde el orden nacional también se reconoció la cultura, la tradición y la identidad llanera, y se instó a las autoridades locales administrativas a desarrollar un plan especial de salvaguarda al patrimonio cultural llanero. El proyecto de ley fue presentado por la exsenadora metense Nohora Tovar, del Centro Democrático. Tras su aprobación, la Ley ordenó al Congreso de la República, al Ministerio de Cultura y a las entidades administrativas del orden territorial que integran el territorio llanero a realizar «actividades para dar a conocer y promocionar la cultura, tradición e identidad llanera del país» (Ley 1907, 2018).

Lo anterior evidencia que, en las instituciones gubernamentales locales, e incluso en las nacionales, aún prevalece un concepto clásico de identidad, es decir, apuntan casi a una única identidad, pero que, en la cotidianidad, y en un contexto de globalización, lo que se evidencia es una multiplicidad de identidades, tal como se verá en los siguientes párrafos. De esta manera se ratifica la importancia de entender los cambios epistémicos, las carencias y los defectos, las violencias y las migraciones. Es determinante ver el asunto de la identidad de una manera heterogénea.

Identidad cultural y sentido de pertenencia

La identidad cultural se aborda como una relación directa con un término de colectividad, referido a un grupo social o grupo de referencia, en el cual se comparten ciertos rasgos y comportamientos, como costumbres, valores y creencias. Sin embargo, dicha identidad no es estática, se representa de manera individual y colectiva, y puede estar influenciada por elementos externos, tal como lo señala Flores (2005), «las identidades se construyen, se refuncionalizan, se destruyen y crean otras nuevas; o lo que es lo mismo: que el proceso de conformación de la identidad y sus formas de expresión cotidianas es dinámico e interactivo» (p.46).

El concepto anterior tiene relación con el proceso de transformación de Villavicencio. Como se mencionó anteriormente, desde tiempos prehispánicos, la ciudad ha sido un centro de intercambio comercial y cultural, y hoy continúa en constante transformación, producto de olas de migrantes que, en muchos de los casos, no logran adaptarse totalmente al territorio.

Pero esto no quiere decir que esas diásporas sean pensadas, como lo señala Restrepo (2014) citando a Hall (2003), como continuidad o regreso al lugar de origen, sino como «transculturación» e «hibridación». La transculturación se refiere al proceso de interacción y transformación cultural que ocurre cuando dos o más culturas entran en contacto y se influencian mutuamente. Este término, acuñado por Fernández (1971), destaca el carácter dinámico de los procesos de intercambio cultural. En el caso de Villavicencio, la presencia de olas de migrantes que llegan a la ciudad contribuye a la transculturación, ya que las culturas de origen se entrelazan con la cultura local, generando cambios y nuevas formas de expresión cultural, mientras que la hibridación es un proceso dinámico en el que se produce la mezcla y fusión de elementos culturales provenientes de diferentes contextos. Esta mezcla puede tener lugar a través de intercambios culturales, migraciones, procesos de colonización, entre otros. Según Canclini (1999), la hibridación cultural implica la combinación de prácticas, símbolos,

valores y significados provenientes de distintas culturas, generando nuevas formas y expresiones culturales. En el contexto de Villavicencio, la ciudad ha sido un centro de intercambio comercial y cultural desde tiempos prehispánicos, lo que ha contribuido a la hibridación de su identidad cultural.

En ese sentido, es pertinente hablar de identificaciones. La identificación es, entonces, un proceso de articulación, una sutura, una sobredeterminación y no una subsunción. Siempre hay «demasiada» o «demasiado poca»: una sobredeterminación o una falta, pero nunca una proporción adecuada, una totalidad. Como todas las prácticas significantes, está sujeta al «juego» de la *différance*. Obedece a la lógica del más de uno. Y puesto que, como proceso, actúa a través de la diferencia, entraña un trabajo discursivo, la marcación y ratificación de límites simbólicos, la producción de «efectos de frontera». Necesita lo que queda afuera, su exterior constitutivo, para consolidar el proceso (Hall, 2003, pp. 15-16).

Además, para la Alcaldía de Villavicencio (2020), la ciudad es multicultural, producto de las diversas dinámicas de ocupación, en tanto que en el departamento del Meta conviven las poblaciones indígena, campesina y afrocolombiana, además de diferentes habitantes provenientes de otros rincones del país. Pero estas colectividades, según Molano (2007), pueden estar, por lo general, localizadas geográficamente, pero no necesariamente, como en el caso de migrantes, refugiados o desplazados. Esto significa que los migrantes pueden tener todavía un vínculo identitario con su ciudad de origen y no necesariamente con el territorio que habitan, sin caer en continuidades inmutables ni en el borramiento de las heterogeneidades (Restrepo, 2014).

La migración, por su parte, es un fenómeno que ha estado presente en la historia de Villavicencio y que ha tenido un impacto importante en la configuración de su identidad cultural. Según Molano (2007), la migración puede generar procesos de desplazamiento cultural, en los que los migrantes se ven obligados a adaptarse a un nuevo entorno cultural y a

reconstruir su identidad en función de las nuevas condiciones. Sin embargo, también puede ser un proceso de enriquecimiento cultural, en el que los migrantes traen consigo elementos culturales que se integran a la cultura local y contribuyen a su diversidad.

En este contexto, es importante tener en cuenta que la identidad cultural no es una esencia fija e inmutable, sino que está en constante evolución y transformación. Como señala García Canclini (1995), la identidad cultural es un proceso de construcción y de negociación constante, que se da en el marco de relaciones sociales y culturales en constante cambio. En este sentido, la identidad cultural en Villavicencio puede ser entendida como un proceso dinámico y complejo, que involucra la interacción de diferentes elementos culturales y la constante negociación de significados y valores en el contexto de una sociedad multicultural y diversa.

Por su parte, el sentido de pertenencia se trabaja aquí como la apropiación de ese territorio del que se ha hablado, pero enmarcado dentro de un sistema territorial en dos de los niveles propuestos por Giménez (2001): utilitario-funcional (fuente de recursos) y simbólico-cultural (tradición, bien ambiental, patrimonio, identidad de un grupo).

El territorio, según el mismo autor, está compuesto por diversas escalas que incluyen lo local, regional, nacional, plurinacional y mundial. No obstante, para el propósito de esta investigación, se enfocará en las dos primeras escalas: la local y la regional. En términos locales, se plantea que la función central de Villavicencio es la «organización de una vida social base, seguridad, educación, mantenimiento de vías, solidaridad vecinal, celebraciones, entretenimientos» (Giménez, 2001, citando a Di Meo, 2000, p. 7). A nivel regional, se considera como un «espacio social, vivido e identitario, delimitado en función de una lógica organizativa, cultural o política, un campo simbólico donde el individuo en circulación encuentre algunos de sus valores esenciales y experimente un sentido de identificación con respecto a otros» (Giménez, 2001, p. 8).

En relación con los postulados de Sunkel (2008), el sentido de pertenencia también se complementa con el grado de vinculación e identificación que manifiestan los seres humanos con la sociedad y con las instituciones y grupos que la conforman, con expresiones psicosociales y culturales que dan cuenta de los grados de vinculación e identificación ciudadana.

Dentro del objetivo principal de este proyecto de investigación se planteó la importancia de fortalecer el sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio. Por tal razón, se entiende el sentido de pertenencia como la necesidad de identificarse con otros, pero que se hace más fuerte en el migrante, que es una de las características principales de Villavicencio. Torrez (2020) cita a Massey (2017) para reafirmar que las migraciones son procesos sociales que «comprenden una compleja serie de cambios a nivel individual, familiar y comunitario» y que «los sujetos migrantes proyectan en su nuevo lugar de acogida emociones, sentimientos y afectividades que guardan con su lugar de origen».

La decisión de usar las categorías sentido de pertenencia en contraste con identidad busca resaltar aspectos específicos de cómo las personas se relacionan con un grupo social o una comunidad. Aunque tanto la identidad como el sentido de pertenencia están interconectados, cada uno enfatiza diferentes dimensiones y procesos en la relación de un individuo con su entorno social y cultural. En la investigación se destaca la conexión emocional y afectiva que las personas pueden sentir hacia un grupo o comunidad en particular, en lugar de enfocarse únicamente en los aspectos culturales y comportamentales que definen la identidad.

La identidad cultural, como se menciona en el texto, se refiere a la suma de características culturales compartidas, como costumbres, valores y creencias, que conforman una noción de pertenencia a un grupo. Sin embargo, esta identidad puede ser dinámica y estar influenciada por interacciones con otras culturas, lo que la hace evolucionar con el tiempo.

Por otro lado, el sentido de pertenencia se enfoca más en los aspectos emocionales y psicológicos de la relación de un individuo con un grupo o comunidad. Esta expresión destaca la conexión personal y afectiva que siente una persona hacia el grupo al que pertenece, ya sea debido a sus raíces, historia compartida, experiencias en común o simplemente una sensación de arraigo y conexión emocional. El sentido de pertenencia reconoce la importancia de la identificación subjetiva y emocional de un individuo con un grupo más allá de las características culturales concretas.

Memoria colectiva

En el caso específico de Villavicencio, la memoria juega un papel importante en la construcción de su identidad cultural debido a que la ciudad ha vivido momentos históricos significativos que han moldeado su desarrollo y han dejado huellas en su sociedad y en su territorio. Según Halbwachs (2004), la memoria colectiva es un conjunto de representaciones que todos los miembros de un grupo social mantienen y elaboran en común. En este sentido, los habitantes de Villavicencio comparten una memoria colectiva que se ha ido forjando a lo largo del tiempo. El proceso de colonización de la región de los Llanos Orientales, la fundación espontánea desde 1840, su posterior crecimiento como centro urbano de la región y la violencia y el conflicto armado que se vivieron en la zona durante varias décadas son algunos de los eventos que han dejado una marca en la memoria colectiva de los habitantes de Villavicencio. En este sentido, es importante reconocer que la memoria no es un proceso estático, sino que se encuentra en constante evolución y transformación. De esta manera, es posible afirmar que la memoria de Villavicencio es una construcción social que se ha ido moldeando y transformando a lo largo del tiempo en función de los acontecimientos históricos, sociales y culturales que han marcado la vida de la ciudad.

En este trabajo se entiende la memoria como el resultado de un proceso colectivo que le da un significado al pasado y lo utiliza para reconstruir un imaginario social desnaturalizado, incluso desde un ámbito político. Según los autores, la memoria es:

> Una narración construida desde el presente, con fines de interpretación del pasado a partir de criterios normativos y valorativos, seleccionando por su significación los recuerdos de hechos vividos o recibidos por transmisión social, y que sirve para configurar las identidades del grupo, su ideología o visión del mundo, proyectándolas en la pugna por la propia afirmación y por la hegemonía frente a otros grupos (Aranda Bustamante & Salinas Cañas, 2012, p. 16, citando a Ricoeur, 2000).

El rescate de esa memoria permite comprender las características de las construcciones identitarias en Villavicencio y entender que la memoria, en algunos casos, ha sido usada como dispositivo de dominación, en el sentido expuesto por Vázquez y Leetoy (2016): «toda elección en este ámbito implica la jerarquización de la realidad y censura de lo no seleccionado. Por tanto, el criterio de la criba, al ser político, lleva a la promoción de unas representaciones colectivas y al detrimento de otras» (p.72), esto hace pensar que algunas manifestaciones, como las asociadas a la llaneridad, por citar un ejemplo, toman mayor fuerza en Villavicencio por encima de otras.

En la presente investigación, se forma un vínculo entre la memoria y el periodismo, en tanto el oficio, además de narrar el presente, reconstruye la historia, lo que invita a desempolvar la memoria, a re-interpretarla, no como un dispositivo de dominación, sino como un dispositivo de identificación que integre colectividades en torno a un mismo territorio, independientemente del lugar de procedencia, como un crisol de diásporas que entiende el pasado como una fuerza de cohesión, pero a su vez sin ataduras, porque la memoria no debe ser solo un objeto del pasado ni un artefacto museológico, sino un elemento

que le da forma al presente, y en ese contexto es la oportunidad para que, a partir de ese concepto, se fortalezca el sentido de pertenencia hacia la ciudad y se reinterprete la historia para entender mejor el presente, para ver a Villavicencio desde una perspectiva más amplia. Los mismos autores, citando a Schudson (1992), consideran que «la memoria colectiva surge de los modos en que los recuerdos grupales, institucionales y culturales del pasado, dan forma a las acciones de la gente en el presente» p.74. Es decir, la remoción de esa memoria olvidada, que va más allá de la llaneridad, podría generar mayor reflexión frente a las identidades y generar nuevas luchas políticas que reivindiquen un pasado.

> La memoria histórica es producto de la creación de un lenguaje y significación común a los miembros de una sociedad de forma tal que, cuando vuelvan al pasado, lo hagan de manera combinada, dotándose a sí mismos de un sentido compartido de ciertos eventos que, poco a poco, se van constituyendo como parte fundamental de su identidad (Aguirre, 2015, p.1).

En ese sentido, cuando se comparten o reviven diferentes acontecimientos de un pasado, que dan cuenta de un desarrollo multicultural en Villavicencio, los habitantes se pueden identificar como parte de una ciudad que, aunque se constituye por diferencias, evoluciona hacia la interculturalidad.

Patrimonio cultural

El patrimonio cultural puede ser considerado no solo un producto, sino también un proceso «que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio» (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO],

2018). Es, entonces, un concepto fundamental en relación con el territorio y la identidad, ya que abarca un conjunto de bienes y manifestaciones de la vida social que otorgan sentido, identidad y pertenencia a un grupo humano, representando un factor de bienestar y desarrollo (Ministerio de Cultura de Colombia [Mincultura], s.f.).

El patrimonio, conforme a las definiciones ofrecidas por la UNESCO, puede categorizarse en material, inmaterial y natural. Cada una de estas categorías responde a distintos ámbitos de la herencia cultural y natural de la humanidad, y su preservación es esencial para garantizar la transmisión de conocimientos, valores y significados a las futuras generaciones.

El patrimonio material, también conocido como tangible, comprende bienes tangibles de gran valor cultural. Se clasifica en bienes muebles e inmuebles, que abarcan desde artefactos históricos hasta monumentos y lugares arqueológicos (Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, 2017). Por otro lado, el patrimonio inmaterial engloba las tradiciones y expresiones que se transmiten de generación en generación, adaptándose continuamente a su entorno. Esto incluye tradiciones orales, rituales, festividades y técnicas artesanales tradicionales (UNESCO, 2003).

El patrimonio natural engloba formaciones físicas y biológicas, conjuntos geológicos, paisajes y hábitats de especies en peligro de extinción, todos valorados por su importancia científica, conservacionista o belleza intrínseca (Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, 2017).

El Ministerio de Cultura visualiza el patrimonio como un compendio de bienes culturales que otorgan identidad y sentido de pertenencia a las comunidades, alineándose con los objetivos de esta investigación. Lo reconoce además como un motor para el desarrollo y bienestar de la sociedad. Es crucial resaltar la responsabilidad compartida en su gestión y la

imperante necesidad de adoptar estrategias colaborativas para su conservación. En este sentido, diversas entidades territoriales han implementado medidas para su identificación. En Villavicencio, el Plan de Desarrollo (2020-2023) destaca nueve bienes inmuebles que son emblema del patrimonio cultural local, como la Plaza Los Libertadores, la Catedral Nuestra Señora de la Sabiduría y el puente Eduardo Santos, entre otros (Alcaldía de Villavicencio, 2020). Estos lugares no solo son símbolos identitarios, sino también testigos vivientes de la historia y cultura de la ciudad.

> El patrimonio cultural inmueble es el conjunto de bienes que se caracterizan por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y se encuentra fijo a la tierra, que a su vez se relaciona con su entorno; así mismo, posee valores que conforman lazos de pertenencia, identidad y memoria para una comunidad. (Ministerio de Cultura, s.f.)

Por otro lado, los activos culturales inmateriales cumplen un papel crucial en la percepción y conservación de las tradiciones y expresiones culturales de una sociedad. Estas no son simplemente vestigios del pasado, sino que desempeñan una función activa en la construcción de identidades y en cómo las comunidades interactúan con su entorno contemporáneo. De acuerdo con Noyes (2016), las tradiciones, más allá de ser entidades estáticas, se adaptan y se renegocian constantemente en función de los desafíos y demandas del momento. Por lo tanto, estas prácticas no deben ser vistas como meras reliquias del pasado, sino como entidades vivas que responden y evolucionan en respuesta a las circunstancias actuales.

En el contexto específico de Villavicencio, el valor y la promoción del patrimonio inmaterial son vitales para la creación y consolidación de una identidad cohesiva. El Plan de Desarrollo enfatiza la importancia de revitalizar y promocionar las manifestaciones

inmateriales de la región, como sus danzas folclóricas y celebraciones (Alcaldía de Villavicencio, 2020). Siguiendo la visión de Noyes (2016), estas manifestaciones no solo son representaciones de la historia, sino también herramientas activas que perpetúan y refuerzan la identidad y el sentido de pertenencia de la comunidad.

Respecto a las relaciones con el territorio, tanto los activos sociales culturales materiales como los inmateriales están estrechamente ligados a un lugar específico. Los bienes materiales forman parte del paisaje urbano y se integran en la arquitectura y la estructura física de la ciudad. Por su parte, los activos inmateriales están arraigados en las prácticas y tradiciones de la comunidad, vinculándose estrechamente con el territorio y el entorno natural.

La protección, promoción y difusión del patrimonio cultural de Villavicencio son esenciales para preservar la identidad y la riqueza cultural de la ciudad, así como para fomentar el turismo y el desarrollo económico local. Al respecto, el Ministerio de Cultura de Colombia señala que «la salvaguardia, protección y gestión del patrimonio cultural es una responsabilidad compartida y concierne a todas las personas y a todas las entidades públicas y privadas» (Mincultura, s.f., p. 6). Es necesario un compromiso conjunto de la sociedad y las autoridades locales para asegurar la conservación y promoción del patrimonio cultural, reconociendo su importancia como elemento clave para la construcción de identidades y el enriquecimiento de la vida social.

Periodismo histórico

El periodismo va más allá de narrar lo que sucede en el mundo, no es solo la búsqueda y la publicación de información de interés general, el periodismo es un oficio en el que el periodista o comunicador narra, describe, interpreta, argumenta, siempre con una función social y con unos propósitos que se mantienen con el paso del tiempo: informar, formar,

persuadir y entretener. Además de los anterior, la investigación está implícita en el trabajo del periodista; la búsqueda de información requiere la indagación de fuentes, que no son más que personas, instituciones o documentos a través de los cuales se obtiene la información, datos que pueden ser generados o encontrados en el presente, pero también en el pasado, es decir, desenterrar la memoria en el contexto del presente. Y en ese sentido, Aguilera y Durán (2014) consideran que es necesario hablar de periodismo histórico:

> Es el relato verificado de hechos del pasado con el objetivo de formar y entretener al gran público. En general, es atemporal y no está sometido a la actualidad. Es un trabajo a largo plazo que aplica la metodología científica de la investigación histórica al trabajo periodístico y utiliza como fuentes principales los libros y artículos científicos de historia, los archivos y las hemerotecas. En definitiva, es trasladar el trabajo del historiador a las redacciones a cargo de periodistas especializados. (p. 10-11).

Pero más allá del método y del estilo o de si la información proviene de una hemeroteca o de un historiador, hay otros elementos que son necesarios tener en cuenta para un buen ejercicio desde el periodismo histórico, clasificación del oficio que toma fuerza en el presente trabajo por ser también una de las herramientas fundamentales en aras del rescate de la memoria y el fortalecimiento del sentido de pertenencia. Uno de ellos es la contextualización, la importancia del pasado en el presente, para no caer en lo anecdótico.

Con base en lo anterior y teniendo en cuenta que el producto que se desprende del presente trabajo de investigación es un contenido que triangula el periodismo, la memoria y la historia de Villavicencio, fue necesario abordar el asunto desde el periodismo histórico, pero a partir de un análisis de los hechos de tiempos pasados para interpretar el presente y las implicaciones en el futuro, como bien lo decía Kapuscinski (2002), «todo periodista es

historiador», o lo ratificaba Gonzalo Ugidos (2014), citado en Aguilera y Durán (2014), «el periodista es un historiador del presente», pero su función no es la de encontrar una verdad absoluta, pues más allá de narrar un hecho fáctico, la objetividad no existe más allá de una rigurosidad y ética, sobre todo cuando se trata de un asunto de memoria, un trabajo que mezcla lo cuantitativo con lo cualitativo, la encuesta con las entrevistas, una investigación que, pese a estar atravesada por el periodismo tiene una carga importante de subjetividad porque, en muchos de los casos, «las fuentes orales no cuentan los hechos como sucedieron sino tal como les hubiera gustado que sucedieran» (Aguilera y Durán, 2014). Entonces, el periodismo histórico puede asumir dos enfoques: divulgación e investigación. En el primero, el periodista consulta investigaciones de otros para difundir de manera atractiva conocimiento histórico sin aportar novedades científicas propias. Las fuentes utilizadas son trabajos académicos y el objetivo es la formación y el entretenimiento. En el segundo, el periodista aporta investigaciones que generan novedades científicas. Esto implica material recolectado o generado por el propio periodista y busca descubrir la verdad para impactar en el conocimiento del mundo (Hunter, 2013; Quesada, 2004).

Aguilera y Durán (2014) destacan que:

> La relación entre historiadores y periodistas es colaborativa y beneficiosa, ya que ambos comparten la búsqueda de fuentes adecuadas, el equilibrio en el tratamiento de información, una escritura atractiva y la importancia del rigor. Aunque el periodista no tiene la misma profundidad de especialización que un historiador, puede abarcar diversas etapas históricas siguiendo las pautas del periodismo especializado. (p. 13)

Estos autores identifican varias características fundamentales para el tratamiento periodístico de la historia:

Lenguaje claro: Buscan la comprensibilidad, evitando tecnicismos y permitiendo transcripciones de textos históricos que sean entendibles por el público general.

Mantener la tensión: La narrativa debe mantener el interés del lector, distribuyendo elementos de interés a lo largo del texto.

Filtrar los datos: Se debe mantener el rigor, seleccionando datos esenciales sin sobrecargar al lector.

Resumir: A diferencia de textos académicos, se busca más la síntesis que el análisis detallado.

Interpretar: Las interpretaciones deben ser fundamentadas, evitando debates confusos o matices divergentes.

Priorizar el propio relato: Se da más peso al relato propio que a declaraciones de terceros o fuentes externas.

Reproducir documentos: Se pueden incluir documentos inéditos para enriquecer la narrativa.

Apoyos gráficos: Elementos visuales como imágenes, mapas o infografías enriquecen el contenido y facilitan la comprensión (Aguilera y Durán, 2014, pp. 18-20).

Este enfoque y características permiten rescatar la memoria y fortalecer el sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio. Al utilizar la metodología científica de la investigación histórica, el periodismo histórico enriquece el trabajo periodístico al combinar las habilidades de investigación del historiador con las habilidades comunicativas del periodista. Así, este enfoque se convierte en un instrumento para analizar el pasado y comprender su relevancia en el presente, como lo ratifican Aguilera y Durán (2014). La relación colaborativa entre historiadores y periodistas, junto con la aplicación de técnicas como el uso de un lenguaje claro, un estilo literario, el mantenimiento de la tensión y la interpretación adecuada, culmina en la creación de una narrativa histórica atractiva y

rigurosa. En última instancia, el periodismo histórico es entonces un medio de conexión entre el pasado y el presente, permitiendo una comprensión más profunda y significativa de la historia colectiva.

Narrativa transmedia

Como se advirtió en el objetivo general del proyecto, una de las finalidades es fortalecer el sentido de pertenencia a través del periodismo histórico, y para ello es necesario llegar a un amplio número de personas y grupos poblacionales. Por ese motivo, se hizo fundamental la inclusión del concepto de narrativa transmedia, el cual se popularizó a través del investigador Henry Jenkins que, citado por Scolari (2013), identificó inicialmente dos rasgos característicos en esta: el relato se cuenta a través de múltiples medios y plataformas y la audiencia no se limita a consumir el producto, sino que amplía el mundo narrativo con nuevo contenido; es decir, se convierte en prosumidora.

> Las narrativas transmedia se extienden de un extremo a otro de la ecología mediática, abarcando viejos y nuevos medios. También atraviesan los géneros: hay narrativas transmedia en la ficción, en el periodismo, el documental o la publicidad, narraciones que se despliegan a través de múltiples plataformas, donde cada medio contribuye de manera distintiva al entendimiento del universo, siendo suficientemente independientes entre sí como para permitir su consumo autónomo (p.73).

Existen elementos fundamentales que determinan la esencia y funcionamiento de las narrativas transmedia. Según García Carrizo y Heredero Díaz (2015), Rodríguez Ferrándiz destaca varios componentes esenciales: El despliegue del universo narrativo en diferentes medios y plataformas; la habilidad de cada medio para utilizar su potencial y enriquecer el universo, evitando redundancias; la coexistencia de historias autónomas, destinadas a atraer a

un público más general, con aquellas que forman parte de un conjunto más amplio, orientadas a un público transmedia más dedicado; la importancia de una dirección creativa unificada, a menudo centrada en una única entidad; la aparición inevitable de narrativas no oficiales derivadas de la creatividad sin restricciones del usuario (García y Heredero, 2015).

Pero ese universo narrativo es entendido por Scolari, según las autoras, como «macrohistorias», es decir, la «base narrativa del universo transmedia» (p.15). Esta, a su vez, posee una serie de «extensiones» o partes del producto transmedia. De esta manera, se destaca la intertextualidad existente entre estos elementos y la macrohistoria, y cómo se relacionan entre sí para conformar una narrativa cohesiva (García y Heredero, 2015). Las diferentes extensiones no solo añaden capas adicionales a la historia principal, sino que introducen nuevos personajes, eventos y contextos que no estaban presentes en la narrativa original.

Las autoras sostienen que la expansión del universo narrativo, que implica su desarrollo y crecimiento a través de distintos medios y formatos, es esencial en las narrativas transmedia, no solo por su importancia intrínseca sino también porque facilita el análisis. Scolari (2009), citado en García y Heredero (2015), parte de la noción de «macrohistoria» y sugiere varias maneras en que se puede expandir una narrativa: a) mediante microhistorias intersticiales que narren eventos entre los segmentos principales; b) a través de historias paralelas que transcurren simultáneamente a la macrohistoria; c) con narrativas periféricas que mantienen un vínculo tangencial con la trama principal; y d) por medio del contenido generado por los usuarios (CGU) (García & Heredero, 2015, pp. 10-11).

En ese sentido, el periodismo puede hacer uso de la narrativa transmedia, incluso, dentro del mismo oficio se establecen varios géneros, entre ellos el informativo, como la noticia y la entrevista; el de opinión, tales como la crítica, la columna y el editorial; y el interpretativo, dentro de este último se encuentran, por ejemplo, la crónica, el reportaje y el

ciberreportaje. Este último, por sus características, posibilita el uso de diferentes medios de transmisión (gráfico, radiofónico, audiovisual, multimedia), lo que da la oportunidad de romper la linealidad del contenido y fraccionarlo para hacer uso de distintas plataformas (sitio web, redes sociales, televisión, radio…) y formatos (video, encuesta, imagen, podcast, aplicación, código QR, podcast…). Así lo reafirma Callegari (2020):

> De todos los géneros ciberperiodísticos, el reportaje es el que más se aprovecha y enriquece con la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad del internet. Como afirma Ramón Salaverría (2006), el reportaje «puede ir más allá y aprovechar toda la gama de contenidos multimedia: desde galerías fotográficas hasta videos, pasando por gráficos interactivos y grabaciones sonoras». Todo esto, unido al uso de enlaces y a la retroalimentación de los lectores, hace que el género rey adquiera unas dimensiones nunca imaginadas. (p. 240).

Es decir, con el ciberreportaje se incluye la característica del uso de diversos medios y plataformas, propia de la narrativa transmedia, lo que permite también la interacción de las audiencias en diferentes niveles, sobre todo, porque los contenidos producidos por periodistas son de alguna manera generadores de debate. Lo anterior nos hace hablar de periodismo transmedia, como lo conciben Porto Renó y Flores (2012):

> Una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con diversos lenguajes y narrativas a partir de muchos medios dirigidos a diferentes usuarios y todo esto gracias a la interactividad del mensaje. Por tanto, se adoptan recursos audiovisuales, interactivos y de movilidad y su difusión a partir de distintos medios, como los blogs y las redes sociales. (p.16)

Para Jenkins, citado por Martín y Rodríguez (2017), el periodismo transmedia pasa por las noticias que generan participación e interacción del público y puede adoptar muchas formas, como una tradicional carta al director, proyectos que aprovechan la inteligencia colectiva de los lectores para resolver problemas, newsgaming, periodismo inmersivo y alianzas con los llamados periodistas ciudadanos.

Por su parte, Moloney (2011), citado por Martín y Rodríguez (2017), retoma los principios transmedia de Henry Jenkins (2009) y explora su aplicación en el periodismo:

Expansión: Facilitar la distribución de contenidos periodísticos en diferentes plataformas y redes sociales para llegar a audiencias más amplias y superar los límites del público tradicional.

Profundidad (Drillability): Fomentar la exploración y búsqueda activa por parte del público, brindando enlaces a contenido adicional como documentos, videos y otros recursos que amplíen la comprensión de la historia.

Continuidad y serialidad: Mantener coherencia en el enfoque editorial y estilo periodístico mientras la historia se expande a través de diferentes medios y plataformas. Asegurarse de que los diferentes componentes estén en sintonía y fluyan en una narrativa continua.

Inmersión: Utilizar elementos de inmersión, como videojuegos y realidad virtual, para sumergir al público en la historia y permitirles experimentar los eventos desde perspectivas más vívidas y emocionales.

Diversidad y puntos de vista: Incorporar múltiples voces y perspectivas en la cobertura periodística para brindar una visión más amplia y plural de los temas tratados.

Extractibilidad: Ofrecer elementos tangibles o experiencias adicionales relacionadas con la historia, como ediciones especiales de diarios, libros o regalos para donantes, que enriquezcan la experiencia del público.

Mundo real: Explorar y presentar la complejidad y matices de la realidad en lugar de simplificarla, abordando historias desde diferentes ángulos y capturando la esencia de situaciones reales (pp.25-32).

Estos principios buscan crear una experiencia más interactiva y participativa para el público, involucrándolos en la construcción y exploración de historias periodísticas a través de diferentes medios y enfoques. Y es que el estudio de la narrativa transmedia ha dado lugar a un profundo análisis de los nuevos roles y comportamientos que los usuarios han adoptado en el universo digital. En este contexto, como lo mencionan García y Heredero (2015), citando a Scolari, Jiménez y Guerrero, el Contenido Generado por el Usuario (CGU) adquiere relevancia y se define como «todas aquellas manifestaciones textuales, gráficas y audiovisuales que los fans de una determinada producción realizan en torno a ella» (p. 266).

Estas manifestaciones adoptan variadas formas, entre las que se incluyen las historias escritas (fan fiction), videos (fan vids), dibujos (fan art) y las comunidades de fans (fandoms). También forman parte de esta clasificación modalidades divulgativas como las wikis, parodias, finales alternativos o falsos avances, conocidos como *recut trailers*.

Dentro del panorama de la narrativa transmedia, García y Heredero (2015) clasifican a los usuarios según su comportamiento y nivel de interacción con los contenidos de la siguiente manera:

Observador: Este usuario se relaciona con el contenido, pero no contribuye activamente al universo transmedia. Aunque no se manifiesta de forma evidente, su impacto se nota, por ejemplo, en el aumento de vistas de un video o en las ventas de un libro. Su presencia se refleja en las estadísticas de consumo.

Difusor: Este perfil se dedica a propagar y destacar productos narrativos. Su principal herramienta es internet, utilizando enlaces P2P y diferentes medios para difundir contenidos transmedia.

Discursivo: Más allá de ser un simple consumidor, este usuario entra en diálogo acerca del contenido. Participa activamente en comunidades, foros, wikis y redes sociales para discutir y compartir perspectivas. A pesar de su activa interacción discursiva, no suele producir contenido que añada al universo transmedia.

Creador: Este usuario crea contenido original que se añade al universo transmedia. Contribuye principalmente de dos maneras: a. Creando recursos que amplían dicho universo, a menudo motivados por el entusiasmo de los fans. b. Produciendo materiales como videoblogs o reseñas que presentan o resaltan el universo transmedia en diferentes plataformas en línea (García & Heredero, 2015, pp. 267-268).

Esos niveles de participación también han sido llevados al periodismo, y de igual modo categorizados por ciertos autores, entre ellos Solanilla (2002), quien establece cinco niveles. El primero tiene relación con una comunicación privada, entre el productor del contenido y un consumidor, que puede darse, por ejemplo, a través de un correo electrónico. El segundo es la participación del usuario en un chat, pero previamente programado por el emisor. El tercer nivel puede ser un foro de opinión con proyección pública. En el cuarto nivel, la audiencia modifica o amplía la información publicada, mientras que, en el cuarto nivel, el usuario genera contenido nuevo de manera gratuita, como coautor de la página en la que se difunde la información.

En la producción de la narrativa transmedia, es fundamental la planificación de un guion o esquema que abarque todos los posibles aspectos de la historia. Por ejemplo, Martín y Rodríguez. (2017), proponen el Flujograma Algorítmico Circular Rizomático de Denis Porto Renó, que busca desarrollar de manera eficaz los diversos caminos y contenidos de una

historia. Este enfoque implica una historia central que se despliega en subhistorias interconectadas, permitiendo visualizar las múltiples ramificaciones de una trama. Lo anterior permite diseñar los contenidos de un universo narrativo, sincronizarlos, crear experiencias y establecer canales de participación para los usuarios.

El guion transmedia también puede enfocarse en la distribución de los contenidos o en la trayectoria del usuario. Con relación a esta última opción, Hayes, citado por Prádanos (2012), explica el «trayecto del usuario» como un gráfico que ilustra las posibles rutas o itinerarios que las audiencias pueden seguir a lo largo de nuestro proyecto. En su estructura, el autor sugiere: «El eje X representa el tiempo y el eje Y representa el canal o plataforma. Esto proporciona una comprensión clara de las interdependencias y conexiones entre cada elemento, además de resaltar cualquier problema relacionado con los puntos de entrada, llamadas a la acción (CTA o llamados a la acción) o los puntos de finalización del servicio» (p. 13)

Prádanos (2012) también menciona la construcción de una biblia transmedia o documento estratégico que guía la implementación de un proyecto audiovisual en múltiples plataformas mediáticas. Contiene elementos narrativos, diseños y estrategias para generar coherencia y conexión entre las diferentes partes del proyecto, así como para lograr un mayor alcance y compromiso con la audiencia, en aras de lograr un mensaje transmedial. Sin embargo, seguir una plantilla determinada implica invertir tiempo y recursos considerables en el desarrollo de detalles, personajes y elementos que podrían no aportar un valor sustancial a la historia periodística. En un contexto en el que los recursos son limitados, es crucial enfocarse en la investigación y la presentación precisa de los hechos.

> Usted no tiene que seguir necesariamente esta estructura precisa. El formato final dependerá de la gama de contenido, el alcance y la magnitud de su propuesta, la

> cantidad de narración, la complejidad técnica, los elementos de diseño de negocio o d*esign thinking*, etc. (p. 2)

En ese sentido, y para el presente proyecto se tomó la determinación de hacer uso de algunos de los elementos de la biblia transmedia de Prádanos (2012):

Lema: se presenta como un anzuelo conciso que actúa como adelanto tentador para el lector, anticipando las acciones del servicio o las cuestiones planteadas desde una perspectiva experiencial.

Sinopsis: Se exponen cómo los elementos narrativos o vivenciales evolucionan con el tiempo. Se establecerá de manera precisa el contexto de la narrativa, como un universo propio, y se enfocará en los hilos argumentales al presentar a los personajes principales y/o sus funciones específicas. Puesto que se trata de una historia orientada hacia las tramas, es suficiente señalar la función de cada plataforma, creando así una sinopsis que contribuya al servicio multiplataforma en su totalidad.

Plot points: La mayoría de los proyectos multiplataforma evolucionan a través de una serie de eventos que ocurren a medida que el servicio se desarrolla con el paso del tiempo. Para hacer que terceros puedan comprenderlo fácilmente, resulta sumamente útil contar con una enumeración de cómo se implementó el servicio en etapas y subcomponentes. Por lo tanto, es esencial incorporar una lista que contenga los elementos fundamentales de la historia o puntos clave a medida que se despliega el desarrollo narrativo y/o la experiencia del usuario en el relato.

Guiones: Se sugiere añadir ejemplos de escritura de guiones en la Biblia Transmedia, pero la cantidad necesaria variará según la fase en que se encuentre el proyecto. Es evidente que al comienzo del desarrollo se requerirán menos ejemplos. Por ejemplo, si contamos con entre cinco y diez líneas de contenido destinadas a redes sociales, una página completa de

guión para un video en línea o una reproducción de un sitio web ficticio que deseamos presentar, todos estos ejemplos servirán de apoyo ilustrativo para el universo narrativo.

Eventos clave: Básicamente, este apartado complementa la tabla del viaje del usuario y lo dota de una descripción narrativa de los elementos, numerados previamente en dicha tabla. Hace hincapié en los call to action de cada evento clave, detallando aquellos factores desencadenantes que motiven al usuario a través del servicio o las plataformas. Se refiere a cómo cada usuario entra en el contexto de la narrativa en general.

El reportaje transmedia como estructura estructurante estructurada

En la búsqueda por desentrañar los mecanismos que guían las percepciones y acciones individuales en la sociedad, Bourdieu (1991) propone el concepto de habitus, el cual se refiere a un conjunto de disposiciones durables y transferibles que los individuos internalizan a lo largo de su proceso de socialización (Bourdieu, 1991). El autor caracteriza al habitus como una «estructura estructurada» debido a que es el resultado de las condiciones específicas de un contexto sociocultural. Pero también lo define como una «estructura estructurante», pues una vez que el habitus ha sido internalizado, opera como un principio generador y organizador de prácticas y percepciones. En este marco, el habitus guía y da forma a las acciones y percepciones de los individuos, aunque estas ocurren sin una intención deliberada.

Dicha perspectiva adquiere relevancia al analizar las narrativas transmediales. Estas no nacen de la nada; por el contrario, se nutren de historias y tradiciones preexistentes. Similar a cómo el habitus, basado en experiencias pasadas, orienta las acciones individuales, las narrativas transmediales se desarrollan y expanden sobre relatos existentes, ya sea reconfigurándolas, ampliándolas o fusionándolas. Desde esta óptica, las narrativas transmediales pueden ser interpretadas como una manifestación del habitus. Son

influenciadas y se desarrollan a partir de historias previas, y, simultáneamente, guían la creación y percepción de nuevos relatos a través de diversos medios.

Lo anterior ofrece una ventana teórica para comprender la dinámica y evolución de la narrativa transmedia. Aunque Bourdieu diseñó su teoría principalmente para analizar cómo los individuos interiorizan y reproducen estructuras sociales, es posible trazar paralelismos entre esta idea y cómo las narrativas transmedia se construyen, se interpretan y se expanden en el paisaje mediático contemporáneo. De esta forma, se propone aquí una manera forma de entender lo transmedial como una «estructura estructurada estructurante», en este caso el reportaje transmedia.

Estructurada: En el ámbito de la narrativa transmedia, esta dimensión se refiere a cómo las historias y mitos culturales, tradiciones y narrativas previas sirven como bases sobre las cuales los creadores construyen nuevas historias, argumento que permitió incluir productos deteceros sin la necesidad de iniciar de cero. Es decir, no nacen en un vacío, sino que están ancladas en textos culturales, historias y tradiciones ya existentes. Así como Bourdieu señala que las estructuras sociales preexistentes son internalizadas por los individuos, los creadores transmedia internalizan y se inspiran en las narrativas preexistentes al desarrollar sus propios relatos.

Estructurante: Una vez que estas historias preexistentes están internalizadas, actúan como esquemas que guían y moldean la creación de nuevas narrativas. Estos esquemas determinan no solo el contenido de la historia, sino también cómo se contará y en qué plataformas. En este sentido, la estructura de narrativas anteriores influye y da forma a cómo se desarrollarán y se expandirán las nuevas narrativas transmedia.

Estructura: A medida que estas nuevas historias se comparten y difunden a través de diversos medios y plataformas, comienzan a formar parte de la estructura cultural más amplia. Los consumidores de estas narrativas no solo las absorben, sino que a menudo las

reinterpretan, expanden y contribuyen a ellas, creando un ciclo continuo donde las narrativas se renuevan y se vuelven a estructurar.

Este proceso dialéctico refleja la forma en que la narrativa transmedia se nutre y se basa en narrativas anteriores, mientras que simultáneamente las renueva y las extiende. El reconocimiento de la influencia de historias pasadas no es una limitación, sino una fuerza, ya que permite que las narrativas transmedia tengan resonancia cultural y significado. Del mismo modo que Bourdieu (1991) argumenta que el individuo es tanto producto como productor de estructuras sociales, la narrativa transmedia es simultáneamente un producto de narrativas anteriores y un medio para producir nuevas historias y significados.

El análisis presentado permite agregar una nueva tipología de extensión a las planteadas por Scolari (2009), mencionadas en el capítulo anterior: intersticial, paralela, periférica y CGU. El quinto elemento se denomina aquí Narrativas Derivadas de Autor (NDA). Esta se refiere a historias concebidas por otros autores (no necesariamente usuarios) que, partiendo de una narrativa preexistente, deciden expandirla, reinventarla, reinterpretarla o integrarla a otra, respetando los componentes del universo original, es decir, una estructura, estructurada, estructurante. Esta categoría reconoce el interés de un autor secundario que, influenciado por un material primario, decide llevar o expandir la historia en una dirección novedosa o complementaria de otra.

Método

La metodología adoptada para este estudio se fundamenta en un enfoque de investigación-creación. Delgado et al. (2015), citados por Díaz y Arciniegas (2022), sostienen que «estos procesos culminan en la producción de objetos de diseño, composiciones musicales, representaciones teatrales, estructuras arquitectónicas, entre otros, que evidencian y encarnan la innovación y contribución a la sociedad a través de la praxis creativa».

El presente proyecto consta de un diagnóstico sobre el sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio y un reportaje transmedia. Este último incluye una serie de productos ampliados (extensión), tales como una lista de reproducción de videos, una ilustración interactiva, un contraste visual, una infografía y una cronología interactiva. Todos estos elementos se distribuyen a través de diversos soportes y medios, en convergencia con cinco medios locales, asunto que será explicado de manera amplia en el capítulo del desarrollo del producto.

La investigación aborda aspectos relacionados con el territorio, la conexión de los habitantes de Villavicencio con el entorno y las percepciones, intenciones y acciones entrelazadas con sus identidades y sentido de pertenencia, sumado al aporte del periodismo histórico en conjunción con la narrativa transmedia como herramientas para fortalecer el sentido de pertenencia. Esta complejidad, característica de las ciencias sociales, hicieron que el enfoque exclusivamente cuantitativo o cualitativo resultara insuficiente en esta investigación, como lo plantean Hernández Sampieri et al. (2014). Por lo tanto, se optó por un enfoque metodológico mixto:

> Un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la

información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (p. 546).

A partir de los objetivos propuestos se diseñó una matriz para identificar las técnicas, los instrumentos y las herramientas a utilizar, desde lo cualitativo y cuantitativo (ver Tabla 1)

Tabla 1. Operacionalización de objetivos

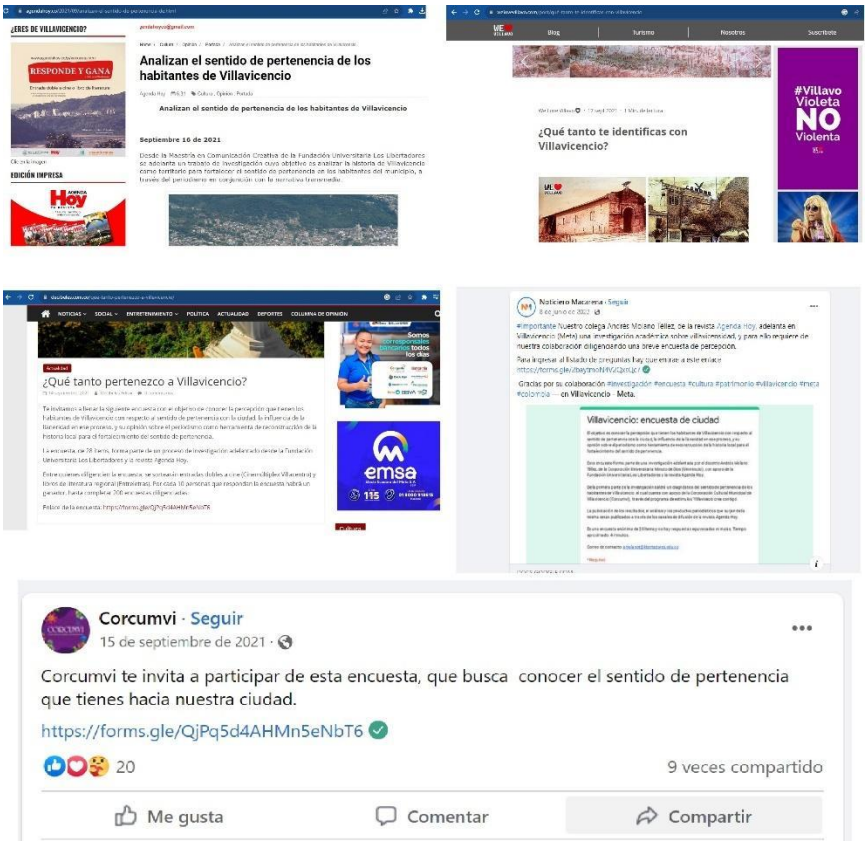
Técnicas	**Instrumentos**	**Herramientas**	**Variables**
Objetivo específico 1. Reconocer los elementos sobre los cuales se basa (n) la (s) identidad (es) cultural (es) de Villavicencio como territorio.			
Encuesta a muestra representativa de habitantes de Villavicencio.	Encuesta en línea, dividida en opción múltiple y escala de clasificación tipo Likert.	Google Forms. SPSS	Pertenencia, identidad y patrimonio.
Análisis de entrevistas a profesionales de Villavicencio.	Guía de entrevista estructurada.	Microsoft Word. Google Meet. ATLAS.ti	Pertenencia, identidad y patrimonio.
Objetivo específico 2. Identificar los momentos históricos que influyeron en la construcción y el desarrollo de la (s) identidad (es) cultural (es) de quienes habitan en Villavicencio.			
Análisis documental y de fuentes históricas.	Búsqueda y consulta en bibliotecas, entidades culturales y universidades de Villavicencio, así como en repositorios en línea.	Google Academic, Redalyc, Dialnet, Scielo, Dialnet. ATLAS.ti	Identidad.
	Matriz de sistematización de hechos históricos.	Microsoft Word.	Identidad.
Análisis de entrevistas a profesionales de Villavicencio.	Guía de entrevista estructurada.	Microsoft Word. Google Meet. ATLAS.ti	Identidad
Objetivo específico 3. Analizar el papel que cumplen el periodismo histórico y la narrativa transmedia en la reconstrucción y la apropiación de la memoria histórica del territorio de Villavicencio.			
Análisis de entrevistas a periodistas locales y nacionales.	Guía de entrevista estructurada.	Microsoft Word. Google Meet. ATLAS.ti	Periodismo histórico. Narrativa transmedia.
Análisis de entrevistas a profesionales de Villavicencio.	Guía de entrevista estructurada.	Microsoft Word. Google Meet. ATLAS.ti	Periodismo histórico.
Encuesta a muestra representativa de habitantes de Villavicencio.	Encuesta virtual de opción múltiple y escala de clasificación tipo Likert.	Google Forms. SPSS	Periodismo histórico. Narrativa transmedia.

Fuente propia.

Para trabajar el primer y tercer objetivo se elaboró una encuesta de 36 preguntas de opción múltiple y de escala de clasificación tipo Likert, tomando como referencia la escala de identidad regional diseñada por Zúñiga y Asún (2004). En el primer bloque se publicaron preguntas demográficas y en los siguientes, relacionadas con las variables pertenencia, llaneridad y periodismo histórico. Además, se incluyó un ítem para recibir sugerencias.

En alianza con cinco medios de comunicación de Villavicencio (*Revista Agenda Hoy*, *We Love Villavo*, *Decibeles.com*, *Noticiero Macarena y Corcumvi*), se hizo la difusión de manera digital de la encuesta publicada en *Google Forms*.

ILUSTRACIÓN 1DIFUSIÓN DE ENCUESTA



Nota: Pantallazos de los medios de comunicación en los que se difundió la encuesta.

Un total de 129 personas respondieron esa primera encuesta que se diseñó como prueba piloto, con la intención de identificar posibles errores. Se procedió a verificar la confiabilidad del instrumento y se halló el coeficiente Alfa de Cronbach, un índice para evaluar el grado en que los ítems de un instrumento de medición están correlacionados (González y Pazmiño, 2015), en este caso las cinco variables señaladas. Este análisis se llevó a cabo con el propósito de asegurar que las preguntas en la encuesta midieran consistentemente lo mismo y capturaran adecuadamente las dimensiones que se pretendían evaluar, lo que arrojó una puntuación de 0,88. Esto demostró una excelente confiabilidad. Además, las preguntas fueron sometidas a evaluación por parte de un académico de la Fundación Universitaria Los Libertadores, en Bogotá, y dos de la Universidad de los Llanos (Unillanos), en Villavicencio. Se tomó la decisión de eliminar algunas preguntas que no aportaban a los objetivos, agregar otras y reducir las variables a evaluar. Asimismo, se tomaron en cuenta las sugerencias de ir más allá de los datos y reforzar los resultados con entrevistas, tal como lo sugirió uno de los académicos, al considerar que la apropiación del territorio implica no únicamente el habitarlo sino encarnarlo, hacerlo propio, lo que nos sitúa en un plano más interpretativo que los datos (en este caso, porcentajes y cifras) no nos permitirán comprender.

De esta manera, la encuesta final quedó elaborada con 28 preguntas divididas en cuatro bloques (Evidencia); el primero con datos demográficos (opción múltiple) y los restantes con cuestionamientos relacionados a las variables a evaluar: sentido de pertenencia, periodismo histórico y llaneridad, bajo una escala de clasificación tipo Likert, en la que el máximo valor, según el grado en el que estaban de acuerdo o desacuerdo, era cinco, y el menor, uno (totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo). La encuesta fue publicada y se obtuvieron respuestas de 653 personas, con un margen de error del 5 por ciento y un nivel de confianza

del 95 por ciento. Esto teniendo en cuenta el número aproximado de habitantes de Villavicencio, estimado en 531.275 (Dane, 2018).

Además de la encuesta, se realizaron entrevistas a nueve profesionales (docentes universitarios, antropólogos y arquitectos) en temas de identidad y a cinco periodistas del ámbito local y nacional con alguna experiencia en periodismo histórico (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Cuestionarios de entrevistas a expertos y periodistas

No.	A expertos	A periodistas
1.	¿Cuál cree que es el grado de sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio?	¿Qué entiende por periodismo histórico?
2.	¿Cuáles podrían ser, en su opinión, los principales problemas que afectan la construcción del sentido de pertenencia en Villavicencio?	¿Cuál es la importancia del periodismo en la construcción de identidad?
3.	¿Describa las características, los comportamientos o los modos de vivir que a su manera de ver diferencian a los villavicenses del resto de habitantes del país?	¿Cómo contribuye el periodismo en el fortalecimiento del sentido de pertenencia?
4.	¿Cuáles cree que son los elementos o símbolos con los cuales identifican la ciudad y a sus habitantes desde afuera? ¿Por qué ese imaginario?	¿Qué se debe tener en cuenta al momento de realizar un producto periodístico sobre la historia de un territorio?
5.	¿Cuáles considera que son los elementos o símbolos con los cuales debería ser identificada la ciudad y sus habitantes? ¿Por qué?	¿Cuál es el papel que cumple el periodismo en la reconstrucción de la memoria histórica de un territorio?
6.	¿Cómo ha influido la política en la construcción de la identidad cultural de Villavicencio?	¿Qué función cumple el periodismo en un proceso de apropiación de un territorio?
7.	¿Cuál ha sido la influencia de la cultura llanera en la construcción de la identidad cultural de Villavicencio?	¿Cuáles son los medios, géneros y plataformas preferibles para narrar la historia de un territorio? ¿Por qué?
8.	¿Cuáles cree que han sido los personajes y las instituciones más influyentes en la construcción de la identidad cultural de Villavicencio? ¿Por qué?	¿Cuáles son los principales errores que se cometen en el periodismo al momento de narrar la historia de un territorio?
9.	¿Cuáles considera que son los momentos históricos que han construido, transformado o modificado la identidad de Villavicencio? ¿Por qué?	La narrativa transmedia es una historia que se cuenta a través de múltiples medios, géneros y plataformas, donde el relato en cada uno de ellos es independiente, pero a su vez complementa todo el universo de la historia misma. Además, la audiencia pasa de ser consumidora a productora de contenido (prosumidora), como aporte a

		dicho universo narrativo. ¿Está de acuerdo con la premisa anterior? Si no, ¿qué entiende por narrativa transmedia?
10.	¿Si pudiera identificar los elementos sobre los cuales se basa la identidad cultural de Villavicencio, cuáles serían? ¿Por qué?	¿Es posible aplicar narrativa transmedia al periodismo histórico? ¿Por qué?
11.	¿Cuáles son las costumbres y las tradiciones que han permanecido durante la historia de Villavicencio ¿Si las hay, a qué se debe su permanencia?	¿Cuál es el valor agregado que tendría el uso de la narrativa transmedia en el periodismo histórico?
12.	¿Cuáles cree que podrían haber sido las principales transformaciones identitarias producidas en Villavicencio como resultado de las relaciones sociales y de poder?	¿Conoce casos que vinculen periodismo histórico y narrativa transmedia? ¿Cuáles?
13.	¿Cuáles son, a su parecer, los principales elementos del patrimonio cultural (material e inmaterial) más importantes de Villavicencio? ¿Por qué?	¿Qué papel podría cumplir la narrativa transmedia en la reconstrucción y la apropiación de la memoria histórica del territorio?
14.	¿Cómo el periodismo puede contribuir al fortalecimiento del sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio?	
15.	¿Cómo le gustaría que los medios de comunicación narraran la historia de Villavicencio como territorio?	

Dichos cuestionarios sirvieron como punto de partida para llevar a cabo las entrevistas semiestructuradas, pero a través de *Google Meet*, debido a las dificultades presentadas por la pandemia del covid-19. Luego de la recogida de información, se analizó e interpretó con apoyo del programa de investigación y análisis de datos cualitativos ATLAS.ti y del programa estadístico informático SPSS.

Se realizaron búsquedas y consultas documentales en las bibliotecas de Villavicencio e investigaciones en repositorios de universidades para identificar los momentos históricos que podrían haber influido en la construcción de las identidades culturales de Villavicencio como territorio. Luego se diseñó una matriz de sistematización con los hechos más relevantes y se encontró información desde el siglo XV hasta principios del XXI, la cual fue recopilada por décadas, en 56 cuartillas de texto. **(Evidencia 1)**

Además, se realizó una aproximación cuantitativa del grado de sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio que, al final, terminaría convirtiéndose en un producto del presente proyecto, como se verá más adelante. Para su desarrollo, se agruparon siete preguntas en la variable Pertenencia, intrínsecamente relacionada con identidad, en una escala tipo Likert con cinco alternativas de respuestas: Totalmente de acuerdo, De acuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, En desacuerdo y Totalmente en desacuerdo, cuyos extremos tenían una calificación cinco (5) y uno (1), siendo cinco el mayor puntaje en el caso de afirmaciones positivas, y uno en afirmaciones negativas. Lo mismo se realizó con la variable Llaneridad, a partir de esta se logró una aproximación al grado de interiorización de la llaneridad en los habitantes de Villavicencio, y con Periodismo histórico**. (Ver Tabla 3).**

Tabla 3. Pertenencia, llaneridad y periodismo histórico en encuesta

No.	Pertenencia	Llaneridad	Periodismo histórico
1.	Encuentro en Villavicencio elementos que son promovidos como patrimonio con los cuales me identifico.	Para mí Villavicencio tiene más relación con el paisaje natural de la cordillera que con el de la llanura.	Prefiero conocer la historia de Villavicencio a través de un historiador que de un periodista.
2.	Para mí, vivir en Villavicencio es un asunto temporal.	Soy un reflejo de la llaneridad.	Cuando veo un producto periodístico sobre la historia de Villavicencio, este despierta en mí un sentimiento positivo por la ciudad.
3.	El espacio público actual de Villavicencio fomenta mi vínculo afectivo por la ciudad.	Las políticas culturales de Villavicencio deben estar alineadas con la llaneridad.	No es importante difundir artículos periodísticos sobre la historia de Villavicencio.
4.	Prefiero que mis próximos hijos, si los tengo, nazcan en otra ciudad diferente a Villavicencio.	La llaneridad contribuye a mejorar los lazos afectivos que siento por Villavicencio.	
5.	Si estoy mucho tiempo fuera de Villavicencio empiezo a extrañar el paisaje natural de la ciudad.	La llaneridad no es la esencia de Villavicencio.	
6.	Creo que en otra ciudad distinta a Villavicencio podría encontrar un mejor futuro para mí.		
7.	Participo de manera activa para alcanzar objetivos colectivos dentro de mi barrio o comuna.		

Con los puntajes obtenidos se generó una matriz o base de datos, se realizaron cálculos, sumatorias y, con base en las frecuencias de respuestas resultantes —con apoyo del software de análisis de datos SPSS—, se establecieron rangos entre ellas para determinar los grados de las variables Pertenencia y Llaneridad.

El menor puntaje posible obtenido por ítem era uno (1) y el mayor, cinco (5). Con cada uno de los resultados se realizó una sumatoria y se generó una matriz o base de datos, a partir de la cual se midieron las frecuencias de respuestas resultantes —con apoyo del software de análisis de datos SPSS— y se establecieron rangos entre ellas para determinar el grado de la variable Pertenencia.

Según los puntajes resultantes, se estableció la siguiente escala de calificación para Pertenencia y Llaneridad: 100-90 (excelente), 80-89 (satisfactorio), 70-79 (aceptable), 60-69 (poco satisfactorio), 59-00 (insatisfactorio). En el caso de Periodismo histórico, la escala de aceptación fue Baja, Media y Alta.

Como se mencionó, el enfoque metodológico de este trabajo se basó en la investigación-creación, entendiendo que el producto resultante no es solo un reflejo de la recopilación y análisis de datos, sino también una producción creativa que involucra elementos narrativos y audiovisuales. La naturaleza transmedial de esta investigación implicó no solo analizar la historia, sino también encontrar maneras innovadoras de presentarla al público (Belsunces, 2011).

La macrohistoria que rodea al reportaje se centró en la llegada de la imprenta a Villavicencio y su impacto sociocultural, basándose en el modelo de análisis de narrativas transmedia propuesto por García y Heredero (2015). Los aspectos clave de la narrativa como tiempo, espacio y personajes fueron identificados y analizados siguiendo las directrices presentadas por estos autores (García & Heredero, 2015, p.16).

Para la expansión de esta macrohistoria, se consideraron las extensiones transmediales propuestas por Scolari (2009), citado por García y Heredero (2015). Abarcaron desde Contenido Generado por el Usuario (CGU) hasta elementos oficiales, con el objetivo de brindar una experiencia narrativa más completa y enriquecedora. Además, se introdujeron las aquí planteadas Narrativas Derivadas de Autor (NDA), reconociendo la influencia de productos previos que aportan al contexto, expanden o reinventan la historia original. En este caso, se incluyó en uno de los capítulos del reportaje, el documental *Inicios del periodismo en Villavicencio y el Meta: 1800-1950*, realizado por Aroca, García y Buenaventura (2022), como estrategia para enriquecer el contexto en sintonía con el periodismo transmedia como una estructura estructurada estructurante, asunto desarrollado en el marco conceptual.

La intertextualidad entre estos elementos y la macrohistoria, como se verá en el capítulo de la realización del producto, mantuvo una narrativa cohesiva, en línea con las observaciones de García Carrizo & Heredero Díaz (2015). La presencia de diferentes medios y contenidos se fusionó para trascender las fronteras mediáticas tradicionales, mostrando un enfoque transmedial (Rost, Bernardi y Bergero, 2016).

Se optó por el uso de diversos medios y plataformas, basándose en los resultados de la encuesta y las tendencias actuales de consumo de medios en Colombia, según lo expuesto en el Digital News Report 2023 (Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023).

La elección del universo narrativo, centrado en la historia de Villavicencio, se concibió con una visión a largo plazo, permitiendo posibles expansiones y adaptaciones en el futuro, reconocidas por la observación de Rausch (2011) sobre la evolución cultural de la región.

El resultado final, hospedado en www.historiadisuelta.co, refleja un enfoque metodológico que combina la rigurosa investigación académica con la producción creativa, logrando una narrativa transmedia que es a la vez informativa y cautivadora.

Resultados

Pertenencia

Respecto a la afirmación «Encuentro elementos que son promovidos como patrimonio con los cuales me identifico», se observó que el 25.6% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo, el 39.8% estuvo de acuerdo, el 20.5% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 11.3% estuvo en desacuerdo, mientras que solo el 2.8% estuvo totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, el grado de identificación con el patrimonio local fue de 74,8.

En relación con la afirmación «Para mí, vivir en Villavicencio es un asunto temporal», el 36% de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo, el 33.5% estuvo en desacuerdo, el 18.1% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8% estuvo de acuerdo, mientras que solo el 4.4% estuvo totalmente de acuerdo. En una escala de 1 a 100, el grado de estabilidad residencial fue de 77,7.

En cuanto a la afirmación «El espacio público actual de Villavicencio fomenta mi vínculo afectivo por la ciudad», el 11.5% estuvo totalmente de acuerdo, el 26.6% estuvo de acuerdo, el 26.3% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 27.6% estuvo en desacuerdo, y solo el 8% estuvo totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, el grado de vínculo afectivo por el espacio público fue de 61.2.

Respecto a la afirmación «Prefiero que mis próximos hijos, si los tengo, nazcan en otra ciudad diferente a Villavicencio», el 27.9% estuvo totalmente en desacuerdo, el 31.5% estuvo en desacuerdo, el 23.7% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.4% estuvo de acuerdo, y el 8.4% estuvo totalmente de acuerdo. En una escala de 1 a 100, el interés por continuar la descendencia en Villavicencio fue de 72.4.

Sobre la afirmación «Si estoy mucho tiempo fuera de Villavicencio empiezo a extrañar el paisaje natural de la ciudad», el 52.4% estuvo totalmente de acuerdo, el 30.2% estuvo de acuerdo, el 11.6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 2.8% estuvo en

desacuerdo, y el 3.1% estuvo totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, el grado de vínculo afectivo con el paisaje natural de la ciudad fue de 85.2.

Frente a la afirmación «Creo que en otra ciudad distinta a Villavicencio podría encontrar un mejor futuro para mí», el 14.9% estuvo totalmente de acuerdo, el 21.4% estuvo de acuerdo, el 32.6% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21.4% estuvo en desacuerdo, y el 9.6% estuvo totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, el grado de creencia de un mejor futuro en Villavicencio respecto a otras ciudades fue de 57.9.

Ante la afirmación «Participo de manera activa para alcanzar objetivos colectivos dentro de mi barrio o comuna», el 17.2% respondió siempre, el 18.4% respondió muchas veces, el 34.9% respondió a veces, el 20.5% respondió muy raramente, y el 9% respondió nunca. Esto evidencia un déficit en la participación comunitaria. En una escala de 1 a 100, el grado de participación comunitaria fue de 62.8.

Aunque solo un 9 por ciento de los encuestados presenta un nivel bajo de sentido de pertenencia, la mayoría de la población (56,4%) muestra un nivel intermedio. Es importante destacar que casi un tercio de la población (34,6%) tiene un alto nivel de sentido de pertenencia. En una escala del 1 al 100, el grado promedio de sentido de pertenencia es de 70,2.

Se observa que las personas de 65 años en adelante y de 45 a 64 años tienen un mayor grado de sentido de pertenencia en comparación con otros rangos de edad. Por otro lado, los jóvenes de 18 a 24 años y los adolescentes de 13 a 17 años presentan un menor sentido de pertenencia.

En cuanto a los estratos socioeconómicos, se encontró que aquellos pertenecientes a los estratos 6, 2 y 1 tienen un mayor grado de sentido de pertenencia, mientras que los del estrato 5 y 4 tienen un menor grado.

En relación con la duración de residencia en Villavicencio, se observa que aquellos que han vivido más de 20 años en la ciudad y aquellos que han vivido entre 6 y 10 años registran un mayor grado de sentido de pertenencia. Por otro lado, aquellos que han vivido menos de un año, entre 1 y 5 años, y aquellos que no viven en la ciudad presentan un menor grado de sentido de pertenencia.

En términos cuantitativos, y a partir de la encuesta aplicada, se puede inferir que el sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio está en un nivel aceptable, con una calificación de 74,8 sobre 100.

Los resultados de la encuesta revelan diferentes aspectos relacionados con el sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio y su conexión emocional con la ciudad. En cuanto a la identificación con el patrimonio local, se observa que la mayoría de los encuestados encuentran elementos promovidos como patrimonio con los cuales se identifican. Esto indica que existe un vínculo significativo entre los habitantes y el patrimonio cultural de la ciudad.

En relación con la estabilidad residencial, los residentes tienen la intención de establecerse a largo plazo en la ciudad y no ven su estadía como algo transitorio.

Por otro lado, el grado de vínculo afectivo con el espacio público actual de Villavicencio es moderado.

Con relación a la intención de tener descendencia en Villavicencio, se observa que la mayoría de los encuestados está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la idea de que preferirían que sus futuros hijos nazcan en otra ciudad. Esto demuestra un fuerte sentido de arraigo y compromiso con la ciudad, ya que desean que sus hijos también sean parte de la comunidad.

El vínculo afectivo con el paisaje natural de la ciudad es notablemente alto. Esto indica que el paisaje natural de Villavicencio tiene un impacto emocional significativo en los habitantes y contribuye a su sentido de pertenencia.

A pesar de las posibles oportunidades en otras ciudades, la mayoría de los residentes tiene confianza en que Villavicencio puede ofrecer un futuro favorable para ellos.

Se encuentra que hay un déficit en la participación para alcanzar objetivos colectivos dentro de los barrios o comunas. Esto sugiere que existe un espacio para fomentar y promover la participación ciudadana en la toma de decisiones y la mejora de la calidad de vida en la comunidad. Sin embargo, es alentador que alrededor del 35% de los encuestados informen una participación frecuente o constante en actividades comunitarias.

En cuanto a las variables demográficas, se observa que los grupos de edad más avanzada (65 años en adelante y 45 a 64 años) muestran un mayor sentido de pertenencia en comparación con los grupos más jóvenes (18 a 24 años y 13 a 17 años). Esto podría estar relacionado con la experiencia acumulada y la conexión generacional con la ciudad.

En términos de estratos socioeconómicos, los habitantes de los estratos 6, 2 y 1 muestran un mayor sentido de pertenencia en comparación con los estratos 5 y 4. Esto puede reflejar diferencias en las oportunidades y la calidad de vida asociadas con los diferentes estratos socioeconómicos.

Por último, la duración de la residencia en Villavicencio también influye en el sentido de pertenencia. Aquellos que han vivido en la ciudad durante más de 20 años y entre 6 y 10 años muestran un mayor grado de conexión emocional con la ciudad en comparación con aquellos que han vivido menos de un año, entre 1 y 5 años, o no viven en la ciudad. Esto sugiere que la experiencia y el tiempo de residencia juegan un papel importante en el desarrollo del sentido de pertenencia.

Los resultados de la encuesta indican que la mayoría de los habitantes de Villavicencio muestra un nivel aceptable de sentido de pertenencia y conexión emocional con la ciudad. Existe una identificación con el patrimonio local, un deseo de establecerse a largo plazo en la ciudad, un fuerte vínculo afectivo con el paisaje natural y una creencia en un futuro favorable en Villavicencio. Sin embargo, se puede fomentar una mayor participación comunitaria para fortalecer el sentido de pertenencia y la colaboración en la comunidad.

Identificación con el patrimonio local

El hecho de que la mayoría de los encuestados encuentren elementos promovidos como patrimonio con los cuales se identifican indica que existe un fuerte vínculo entre los habitantes y el patrimonio cultural de la ciudad. Esto es positivo porque el patrimonio local es una parte importante de la identidad de una comunidad y contribuye a su cohesión social.

Estabilidad residencial y arraigo

Es alentador que los residentes tengan la intención de establecerse a largo plazo en la ciudad y que no vean su estadía como algo transitorio. Además, la mayoría está en desacuerdo con la idea de que preferirían que sus futuros hijos nazcan en otra ciudad, lo que demuestra un fuerte sentido de arraigo y compromiso con Villavicencio. Este factor es esencial para el desarrollo sostenible de la ciudad, ya que la estabilidad residencial y el arraigo contribuyen a la cohesión comunitaria y al desarrollo económico.

Vínculo afectivo con el espacio público y el paisaje natural

El hecho de que el grado de vínculo afectivo con el espacio público actual de Villavicencio sea moderado sugiere que podría haber oportunidades para mejorar y fortalecer los espacios públicos de la ciudad para promover una mayor conexión emocional con ellos.

Por otro lado, el alto vínculo afectivo con el paisaje natural es un activo importante, ya que este tipo de conexión puede mejorar la calidad de vida de los habitantes y promover el turismo sostenible en la ciudad.

Confianza en el futuro de Villavicencio

La mayoría de los residentes tiene confianza en que la ciudad puede ofrecer un futuro favorable para ellos. Esta percepción positiva sobre el futuro de la ciudad es importante para atraer inversión, promover el desarrollo económico y mantener a los habitantes comprometidos y motivados.

Participación comunitaria

Aunque existe un déficit en la participación para alcanzar objetivos colectivos dentro de los barrios o comunas, es positivo que alrededor del 35% de los encuestados informen una participación frecuente o constante en actividades comunitarias. Fomentar una mayor participación ciudadana puede ayudar a abordar los desafíos locales y mejorar la calidad de vida en la comunidad.

Influencia de variables demográficas

Es interesante observar cómo la edad, los estratos socioeconómicos y la duración de la residencia en Villavicencio influyen en el sentido de pertenencia. Los resultados muestran que los grupos de edad más avanzada y los habitantes de estratos socioeconómicos más bajos y más altos tienden a tener un mayor sentido de pertenencia. La experiencia acumulada, las diferencias en las oportunidades y la conexión generacional pueden estar influyendo en estos resultados.

Los resultados de la encuesta son alentadores, ya que la mayoría de los habitantes de Villavicencio muestra un nivel aceptable de sentido de pertenencia y conexión emocional con la ciudad. Sin embargo, también hay áreas de oportunidad, como fomentar una mayor participación comunitaria y abordar las diferencias en el sentido de pertenencia entre diferentes grupos demográficos. Estos resultados pueden ser valiosos para el desarrollo de políticas públicas y programas que promuevan una mayor cohesión social y un sentido de comunidad más fuerte en Villavicencio.

Se puede observar que el sentido de pertenencia en la población de Villavicencio tiende a ser mayoritariamente positivo, con una mayoría de individuos clasificados en la categoría Medio en todos los grupos de edad. En conjunto, aproximadamente el 63.6% de los habitantes muestran un sentido de pertenencia medio hacia la ciudad, mientras que el 9% muestra un sentido de pertenencia bajo y el 27.4% un sentido de pertenencia alto (Tabla 4).

TABLA 4.

GRADO DE SENTIDO DE PERTENENCIA POR EDADES. FUENTE PROPIA.

Edad	Estadísticas	Bajo	Medio	Alto	Total
13 a 17	Individuos	3	16	6	25
	Porcentaje	12%	64%	24%	100%
18 a 24	Individuos	25	70	17	112
	Porcentaje	22,3%	62,5%	15,2%	100%
25 a 34	Individuos	11	97	44	152
	Porcentaje	7,2%	63,8	28,9%	100%
35 a 44	Individuos	8	95	44	147
	Porcentaje	5,4%	64,6%	29,9%	100%
45 a 54	Individuos	6	61	35	102

	Porcentaje	5,9%	59,8%	34,4%	100%
55 a 64	Individuos	3	54	21	78
	Porcentaje	3,8%	69,2%	26,9%	100%
65 o más	Individuos	3	22	12	37
	Porcentaje	8,1%	59,5%	32,4%	100%
Total	Individuos	59	415	179	653
	Porcentaje	9%	63,6%	27,4%	100%

Diferencias por grupos de edad. Al analizar las diferencias entre los grupos de edad, podemos destacar algunos patrones:

13 a 17 años. El grupo de edad más joven muestra un sentido de pertenencia equilibrado, con un 64% en la categoría Medio, seguido por un 24% en la categoría Alto. Solo el 12% se clasifica en la categoría Bajo, lo que indica que la mayoría de los jóvenes en este grupo tienen un sentido de pertenencia positivo hacia Villavicencio.

18 a 24 años. Los jóvenes adultos en este grupo presentan una distribución similar a los adolescentes, con un 62.5% en la categoría Medio y un 15.2% en la categoría Alto. Sin embargo, se observa un aumento significativo en la categoría Bajo con un 22.3%, lo que sugiere que algunos jóvenes adultos pueden tener un sentido de pertenencia más débil en comparación con los adolescentes.

25 a 34 años. Este grupo muestra el porcentaje más alto en la categoría Medio con un 63.8%, lo que sugiere que la mayoría de los adultos jóvenes se sienten moderadamente conectados a Villavicencio. El 28.9% muestra un sentido de pertenencia alto, mientras que solo el 7.2% se encuentra en la categoría Bajo.

35 a 44 años. Los adultos en este grupo presentan una distribución similar a los grupos anteriores, con el 64.6% en la categoría Medio y el 29.9% en la categoría Alto. Solo el 5.4% se clasifica en la categoría Bajo.

45 a 54 años. Aquí encontramos una disminución en el porcentaje de individuos en la categoría Medio, con un 59.8%. Sin embargo, el 34.4% de los adultos en este grupo se encuentran en la categoría Alto, lo que sugiere que el sentido de pertenencia positivo se fortalece en este grupo de edad.

55 a 64 años. En este grupo, el 69.2% de los adultos mayores muestra un sentido de pertenencia alto, lo que lo convierte en el grupo con el porcentaje más alto en esta categoría. Solo el 3.8% se encuentra en la categoría Bajo.

65 años o más. El grupo de mayor edad muestra un sentido de pertenencia equilibrado, con un 59.5% en la categoría Medio y un 32.4% en la categoría Alto. El 8.1% de los adultos mayores se clasifica en la categoría Bajo.

El sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio es, en su mayoría, positivo, con una tendencia hacia la categoría Medio en todos los grupos de edad. Sin embargo, se observan diferencias significativas en la distribución del sentido de pertenencia entre los grupos de edad. Los jóvenes adultos parecen mostrar un sentido de pertenencia menos sólido en comparación con otros grupos de edad, mientras que los adultos mayores exhiben el porcentaje más alto en la categoría Alto, indicando una amplia conexión emocional y arraigo hacia la ciudad.

Villavicencio en una sola palabra

Se les pidió a los encuestados que definieran la ciudad en una sola palabra, entre las cuales sobresalieron en una nube de palabras las siguientes: bella (33 repeticiones), hermosa (33), paraíso (22), llano (19), cultura (18), acogedora (17), puerta (13), diversidad (12),

progreso (12), vida (12), hogar (11), multicultural (11), majestuosa (10), oportunidad (10), tranquilidad (10), belleza (9), amor (8), crecimiento (8), bonita (7), cosmopolita (7), futuro (7), pujanza (7), amable (6), calor (5), grandeza (5), agradable (4), amabilidad (4), cálida (4), desarrollo (4), joropo (4), llanera (4), paisaje (4), piedemonte (4), atraso (3), calidez (3).

FIGURA 1.

VILLAVICENCIO EN UNA SOLA PALABRA. FUENTE PROPIA

Lo anterior revela una amplia variedad de percepciones y asociaciones que los habitantes tienen con su ciudad. A continuación, se pueden destacar algunos patrones y tendencias en las respuestas:

Belleza y atractivo natural

Las palabras hermoso, majestuosa, paraíso, atardecer, paisaje, verde, resplandor, espectacular, inmensidad y esplendor sugieren que los encuestados valoran la belleza del entorno natural de Villavicencio, incluyendo sus paisajes, atardeceres y la riqueza de su biodiversidad.

Identidad cultural y llaneridad

Las palabras cultura, joropo, llanero, multiculturalidad, tradición y mestiza resaltan la importancia de la cultura llanera y la diversidad cultural presente en Villavicencio. Estos términos indican un fuerte sentido de identidad cultural y la valoración de las tradiciones locales.

Oportunidades y desarrollo

Las palabras progreso, oportunidades, emprendedor, transformación, desarrollo, crecimiento y pujanza reflejan una percepción positiva de la ciudad como un lugar de oportunidades y progreso económico.

Sentimientos personales y arraigo

Las palabras hogar, familia, amor, vida, querencia, gente hermosa, mi vida entera, mi tercer gran amor, mi ciudad y mi casa indican una conexión emocional y un fuerte sentido de

arraigo hacia la ciudad. Los habitantes se identifican con Villavicencio como un lugar de pertenencia y apego emocional.

Desafíos y críticas

Algunas palabras como atrasada, sin identidad, atraso, retaso, desordenada, inseguridad y deslumbrante sugieren que también existen preocupaciones y críticas sobre aspectos como el desarrollo urbano, la seguridad y el crecimiento desordenado de la ciudad.

Puerta al llano

La expresión puerta al Llano se repite en varias respuestas, lo que resalta la importancia geográfica y cultural de Villavicencio como un punto de entrada a la región del llano. Las respuestas reflejan una imagen positiva de Villavicencio, destacando su belleza natural, su identidad cultural y las oportunidades que ofrece. Sin embargo, también se identifican desafíos y preocupaciones, como la necesidad de abordar problemas de desarrollo urbano y seguridad.

¿Qué es ser villavicense?

A la pregunta ¿qué es ser villavicense?, los encuestados conectan su opinión con que ser villavicense es más que vivir en Villavicencio; es sentirse parte activa y comprometida con el desarrollo y bienestar de la ciudad, valorar y amar su cultura, tradiciones y paisajes, y tener un profundo sentido de pertenencia y orgullo por la tierra que les ha acogido y enriquecido. Lo anterior se evidencia en la siguiente matriz (Tabla 5), cuyas opiniones fueron agrupadas por categorías.

TABLA 5.

MATRIZ DE CONCLUSIONES A RESPUESTAS SOBRE QUÉ ES SER VILLAVICENSE. FUENTE PROPIA

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
Sentido de pertenencia	Tener arraigo y amor por la ciudad. Sentirse orgulloso de la ciudad donde reside, incluso si no nació allí. Contribuir al crecimiento y desarrollo de la ciudad. Ser parte de una comunidad. Es tener sentido de pertenencia con la ciudad, amarla y cuidarla. Es sentirse orgulloso de pertenecer a esta tierra que me adoptó. Tener sentido de pertinencia y amar la ciudad. Es el sentido de pertenencia que tenemos por esta bella ciudad.	Ser villavicense es más que simplemente haber nacido en esa ciudad, es una identidad arraigada en el amor, el compromiso, el sentido de pertenencia y el orgullo por contribuir al crecimiento y desarrollo de Villavicencio, siendo parte activa de una comunidad acogedora y solidaria.
Llaneridad y cultura	Amar la cultura llanera y sus tradiciones. Conocer y comprender el espacio y la cultura que se habita. Llevar la cultura llanera en el corazón. Es la identidad de la fuerza pujante de la región, capaz de conectar la cultura central del país con la distinción propia de nuestra cultura llanera. Es ser villavicense es apropiarse positivamente de todo aquello que compone nuestra ciudad, es un sentido de pertenencia adquirido, no innato. Amar su gente y gente. Es un orgullo ser 100% llanero. Ser villavicense es un honor porque es una ciudad que se fundó con muchos campesinos y personas gastronómicas y nos hemos conocido mucho por el folclor llanero y el baile	Ser villavicense en relación con la cultura llanera es abrazar con orgullo y amor las tradiciones y costumbres de la región, comprendiendo y valorando su identidad cultural. Es llevar en el corazón la riqueza de la cultura llanera, y a través de ella, contribuir a la diversidad cultural del país y conectarse con la historia y el folclor de la ciudad, considerando su pertenencia a Villavicencio como un honor y una experiencia enriquecedora.

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
	de joropo que es muy reconocido en diferentes partes de Colombia y en otros países.	
Ciudad hermosa y de oportunidades	Destacar la belleza de la ciudad y sus paisajes. Considerarla una ciudad con oportunidades laborales, educativas y de ocio. Verla como un lugar de crecimiento y progreso. Ser una auténtica persona amante de las cosas bellas de su cultura, de su raza, de sus paisajes, de su gente y de nuestras raíces. Una ciudad hermosa, tranquila, con empleo, con personas maravillosas. Ser parte de una cultura y sociedad cálida, emprendedora y aventurera. Es vivir en esta tierra y sentirse orgulloso de ella. Ser una persona llena de cultura, alegría y respeto.	Ser villavicense implica una conexión emocional y positiva con la ciudad, apreciando su belleza, oportunidades y progreso, así como amar su cultura, sus paisajes, su gente y su identidad. Los villavicenses se enorgullecen de su tierra, la consideran un lugar hermoso y con un ambiente acogedor, y se identifican con una comunidad cálida y emprendedora. Además, valoran la cultura, la alegría y el respeto como parte esencial de su identidad.
Ciudad multicultural	Reconocer la diversidad cultural presente en la ciudad. Apreciar y valorar las mezclas culturales y la convivencia de personas de diferentes lugares. Ser una persona dispuesta a todo, amable y con tenacidad. Ser empático con la ciudad y sus habitantes. Ser respetuoso y acatar las normas de la ciudad. Ser un ciudadano ejemplar lleno de cultura, trabajador, verraco y ante todo servicial y amable con sus turistas.	Ser villavicense implica el reconocimiento y valoración de la diversidad cultural presente en la ciudad, así como la disposición hacia los demás, el respeto a las normas y el trabajo arduo. Los villavicenses se caracterizan por su empatía con su entorno y sus habitantes, siendo ciudadanos ejemplares llenos de cultura que contribuyen a una sociedad amable y servicial, especialmente con aquellos que visitan la ciudad.
Ser ciudadano	Cumplir con los deberes y responsabilidades como ciudadano. Participar en el desarrollo de la ciudad y trabajar por su bienestar. Respetar las normas de	Ser villavicense parece involucrar un conjunto de cualidades y valores cívicos, culturales y medioambientales que se combinan para formar una

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
	convivencia. Respetar, acatar las normas de la ciudad y sus instituciones. Ser un ciudadano comprometido con el cuidado de los recursos públicos y naturales. Ser un ciudadano que se adapta a un clima húmedo, conoce la cultura, el campo, los animales y la gastronomía. Es ser una persona humilde, pero con carácter, noble de corazón, pero aguerrido para el trabajo. Es ser un buen ciudadano que ama y respeta su ciudad.	identidad comunitaria con un fuerte compromiso hacia el desarrollo y el bienestar de la ciudad. Es una representación de ciudadanos comprometidos con su comunidad y su entorno, mostrando respeto, amor y responsabilidad hacia su lugar de pertenencia.
Carácter de la gente	Ser amable, respetuoso y servicial. Mostrar berraquera, perseverancia y empuje. Ser honesto y trabajador. Disfrutar de la amistad y las relaciones sociales. Es un ciudadano que ama y respeta la cultura, que protege las tradiciones y que además acoge a los visitantes en esta hermosa ciudad. Es ser una persona real, con acento golpeado, con dichos extraños, porque pa' que, pero somos buena gente. Es ser una persona humilde, pero con carácter, noble de corazón, pero aguerrido para el trabajo.	Ser villavicense parece implicar una identidad regional marcada por la amabilidad, el respeto, la perseverancia y la valoración de la cultura y tradiciones locales. Se destaca también una actitud acogedora hacia los visitantes y una identidad lingüística propia. Los villavicenses parecen ser personas trabajadoras y comprometidas con su comunidad, mostrando una combinación de cualidades humildes y aguerridas que los caracterizan como «buena gente».
Relación con el territorio y medio ambiente	Amar, cuidar y proteger el territorio y su entorno. Valorar la riqueza y biodiversidad del lugar. Preocuparse por el desarrollo sostenible y el respeto al medio ambiente. Amar la tierra y sentirse orgulloso de la tierra donde vive. Es ser una persona que le gusta la ganadería. Es interiorizar la cultura, personas fuertes e independientes, con un amor por la naturaleza.	Ser villavicense parece implicar una relación cercana y amorosa con el territorio y la naturaleza, valorando la riqueza natural y cultural de la región. Los villavicenses muestran un compromiso con el desarrollo sostenible y la preservación del medio ambiente, destacándose por su fuerza, independencia y amor por la tierra que habitan. La ganadería puede ser una parte importante

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
		de su identidad económica, y la conexión con la cultura local y la naturaleza es una parte esencial de lo que significa ser villavicense.
Orgullo y amor por Villavicencio	Sentirse orgulloso de haber nacido o vivir en Villavicencio. Amar a la ciudad y sus habitantes. Querer verla crecer y prosperar. - Hablar bien de ella y promoverla con entusiasmo. Ser villavicense es un honor y un orgullo. Es estar bendecido por esta tierra. Es sentirse orgulloso de sus hermosos llanos, emocionarse al ver un amanecer o atardecer llanero, deleitarse con su deliciosa mamona asada, sus tungos de arroz y demás deliciosos platos que conforman su gastronomía.	Ser villavicense implica una fuerte identificación con la ciudad de Villavicencio, caracterizada por el orgullo, amor y deseo de su prosperidad. Los villavicenses aprecian la belleza natural de los llanos y valoran la riqueza de su gastronomía local. Esta identidad se basa en un sentido de pertenencia y gratitud por ser parte de esta comunidad, lo que conduce a una actitud positiva y entusiasta en la promoción de su ciudad y su cultura.
Identidad y tradición	Reconocerse como parte de una comunidad llanera. Valorar las tradiciones y costumbres llaneras. Ser conocedor de la historia y la transformación del territorio. Es la oportunidad de crear y la facilidad de acceso a servicios por distancia. Es pertenecer a una hermosa y próspera tierra que Dios nos regaló. Ser villavicense es saber de todo, es ser una persona que enamorada de los hermosos paisajes.	Ser villavicense implica una identificación con la comunidad llanera y un valor significativo de las tradiciones y costumbres locales. Los villavicenses tienen un conocimiento y aprecio por la historia y el desarrollo de su territorio. Además, sienten gratitud y orgullo por pertenecer a esta hermosa y próspera tierra que consideran un regalo divino. Su conexión emocional con los paisajes demuestra un arraigo y amor por la naturaleza que los rodea.
Compromiso y responsabilidad	Comprometerse con el desarrollo y bienestar de la ciudad. Trabajar para hacerla mejor cada día. Contribuir a su transformación y crecimiento. Respetar y cuidar la ciudad y su gente. Es ser un ciudadano comprometido,	Ser villavicense implica ser un ciudadano comprometido y activo que trabaja en beneficio de la ciudad, respetando y cuidando tanto el entorno urbano como a sus habitantes. La responsabilidad con el desarrollo y bienestar de

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
	con el cuidado de los recursos públicos y naturales, teniendo sus raíces en Villavicencio o siendo de por sí oriundo de la región. Es tener un vínculo de pertenencia y responsabilidad con la ciudad.	Villavicencio, así como el vínculo emocional con la ciudad, son elementos clave de esta identidad local.
Resiliencia y superación	Afrontar situaciones difíciles y resolver problemas. Tener un espíritu de superación y emprendimiento. Adaptarse a los cambios y desafíos. Amar la ciudad a pesar de sus altibajos. Un ejemplo de berraquera y empuje. Ser un ciudadano lleno de cultura, trabajador, verraco y ante todo servicial y amable con sus turistas.	Ser villavicense implica ser una persona resiliente, emprendedora y adaptable, con un fuerte amor por la ciudad y una actitud ejemplar de berraquera y empuje. Los villavicenses también se destacan por ser trabajadores, cultos, serviciales y amables, lo que contribuye a la imagen acogedora de la ciudad para los visitantes.
Turismo	Mostrar amabilidad con los turistas y visitantes. Valorar la riqueza turística de la ciudad. Apreciar y promover el turismo local. Ser acogedor y cordial con los nuevos residentes. Es querer vivir bien y ser un anfitrión amable y acogedor.	Ser villavicense implica mostrar amabilidad y cordialidad con los turistas y visitantes, valorar los recursos turísticos de la ciudad y promover el turismo local. Los villavicenses también se caracterizan por su acogida y cordialidad con nuevos residentes, y aspiran a vivir bien mientras ofrecen un ambiente amable y acogedor a quienes visitan su ciudad.
Compromiso con la cultura	Ser parte activa de la promoción y preservación de la cultura local. Participar en eventos culturales y sociales. Valorar la identidad cultural de la ciudad. Es ser un ciudadano que ama y respeta la cultura, que protege las tradiciones y que además acoge a los visitantes en esta hermosa ciudad. Ser	Ser villavicense significa ser un ciudadano comprometido con la promoción y preservación de la cultura local, participando activamente en eventos culturales y sociales. Los villavicenses valoran su identidad cultural y muestran amor y respeto hacia ella, mientras reciben a los visitantes con

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
	un ciudadano lleno de cultura, trabajador, verraco y ante todo servicial y amable con sus turistas.	hospitalidad y cordialidad. Además, se destacan por su trabajo duro y su actitud resiliente frente a las adversidades.
Desarrollo personal y colectivo	Buscar el crecimiento personal y colectivo. Aportar al desarrollo social y económico de la ciudad. Participar en la construcción de una comunidad unida. Es ser una persona entregada, echada para adelante, con el orgullo de pertenecer a esta tierra, con sus hermosos paisajes y llanuras al amanecer y atardecer que son de las mejores cosas que se ven aquí en el Meta.	Ser villavicense implica buscar tanto el crecimiento personal como el colectivo, contribuyendo al desarrollo social y económico de la ciudad. Los villavicenses se enorgullecen de pertenecer a su tierra y valoran sus paisajes naturales, mientras trabajan juntos para construir una comunidad unida y próspera. La determinación y el amor por su tierra son rasgos distintivos de las personas identificadas con Villavicencio.
Relación con otros lugares	Comparar o contrastar Villavicencio con otras ciudades o regiones. Valorar lo positivo de la ciudad y lo que la hace única. Reconocer la influencia de personas de diferentes lugares. Una ciudad que acoge a propios y foráneos, que brinda la posibilidad de crecer en todos los aspectos.	Ser villavicense implica apreciar lo positivo y único de la ciudad, valorar su identidad y cultura, y reconocer la influencia enriquecedora de personas provenientes de otras regiones. Los villavicenses muestran una actitud acogedora hacia todos, brindando un ambiente propicio para el crecimiento y la convivencia armónica entre sus habitantes y visitantes.
Opinión sobre la ciudad	Expresar opiniones mixtas, tanto positivas como negativas. Reconocer el progreso y los desafíos que enfrenta la ciudad. Mostrar cariño y críticas constructivas hacia Villavicencio. No lo se. Yo amo esta tierra que me adoptó. Pero mucha gente no se siente de acá. Es ser un ciudadano que se	Ser villavicense implica tener una visión equilibrada y realista sobre la ciudad, expresando opiniones mixtas, tanto positivas como negativas. Los villavicenses demuestran cariño y sentido de pertenencia hacia Villavicencio, al tiempo que ofrecen críticas constructivas para contribuir a

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
	adapta a un clima húmedo, conoce la cultura, el campo, los animales y la gastronomía.	su progreso y desarrollo. Además, se destacan por su capacidad de adaptación al entorno y su profundo conocimiento de la cultura local.
Diversidad y mezcla cultural	Reconocer la mezcla de culturas y tradiciones en la ciudad. Valorar la diversidad y riqueza cultural presente. Identificarse con una cultura llanera mezclada con otros elementos. Ser un híbrido entre llanero y citadino, afinca su corazón en Villavicencio, pero también lo hace en cualquier otro lugar del mundo.	Ser villavicense implica valorar la diversidad cultural y la mezcla de tradiciones en la ciudad. Los villavicenses se identifican con una cultura llanera que se ha enriquecido con influencias de otros lugares y tienen un sentido de pertenencia y apego tanto a Villavicencio como a otras regiones del mundo. La identidad de los villavicenses es un reflejo de la riqueza cultural y la apertura a distintas influencias que caracterizan a la ciudad.
Crecimiento personal en la ciudad	Reconocer el proceso de crecimiento personal viviendo en la ciudad. Ver a Villavicencio como un lugar de oportunidades para el desarrollo personal y profesional. Ser ciudadano del llano y la montaña, sentir amor por la ciudad y trabajar con verraquera.	Ser villavicense implica reconocer el proceso de crecimiento personal que se experimenta en la ciudad y ver a Villavicencio como un lugar lleno de oportunidades para el desarrollo. Los residentes sienten amor y apego por la ciudad y su región, siendo trabajadores y resistentes ante las adversidades. La identidad de los villavicenses se nutre de la riqueza cultural, las oportunidades y el amor por su tierra.
Sensación de bienvenida	Sentir que la ciudad acoge y da la bienvenida a sus habitantes. Agradecer el recibimiento y la hospitalidad de la comunidad. Sentirse parte de la ciudad y su gente. Darle la mano al que llega, ser cuidadoso de este mar verde.	Ser villavicense implica sentirse bienvenido y acogido en la ciudad, así como agradecer y valorar la hospitalidad de la comunidad. Los residentes se identifican con la ciudad y su gente, mostrando una actitud solidaria y cuidadosa con el entorno natural. El sentido de pertenencia, la acogida y el

Categoría	Opiniones en encuesta	Conclusiones
Apreciación de las tradiciones llaneras	Amar y apreciar las tradiciones llaneras como el joropo y la gastronomía. Sentirse identificado con el folclore y la música típica del llano. Valorar la riqueza cultural del territorio. Es la identidad de la fuerza pujante de la región, capaz de conectar la cultura central del país con la distinción propia de nuestra cultura llanera.	cuidado del entorno son aspectos significativos que definen la identidad de los villavicenses. Ser villavicense implica amar y valorar las tradiciones llaneras, identificarse con el folclore y la música típica del llano, y valorar la riqueza cultural de la región. Los villavicenses se ven como una fuerza pujante capaz de preservar y enriquecer su identidad cultural, al mismo tiempo que conectan con la cultura central del país. La cultura y las tradiciones son elementos fundamentales que definen la identidad y el orgullo de ser villavicense.

También, se generó una nube de palabras en la que se destacan las siguientes: ciudad (168), ser (149), Villavicencio (104), cultura (60), nacido (73), persona (53), nacido (52), llanero (44), tierra (39), amar (37), pertenencia (36), orgullo (35), villavicense (35), llano (32), vivir (30), querer (22), hermosa (21), llanera (21), amor (17), nacer (16), orgulloso (16), puerta (16), vida (16), nuestra (15), paisajes (15), amable (14), respetar (14), costumbres (13), pertenecer (13), ciudadano (12), honor (12), sentirse (12), territorio (12), región (10), vive (10).

Figura 2.

¿QUÉ ES SER VILLAVICENSE? FUENTE PROPIA

Las respuestas muestran una serie de términos recurrentes que proporcionan información significativa sobre cómo los encuestados perciben y conceptualizan la identidad villavicense. A continuación, se presentan algunas posibles interpretaciones de las respuestas obtenidas:

Identidad cultural arraigada

La alta frecuencia de palabras como ciudad, Villavicencio, cultura, llanero, villavicense, llano, tierra y persona sugiere que la identidad villavicense está fuertemente conectada con la cultura local y la región del llano. Estos términos reflejan la importancia de la historia, tradiciones, costumbres y el sentido de pertenencia a la tierra y la comunidad en la construcción de la identidad villavicense.

Vínculo emocional y sentido de pertenencia

Las palabras amar, orgullo, pertenencia y sentido indican que ser villavicense va más allá de una simple identificación geográfica. Los encuestados expresan un fuerte vínculo emocional con la ciudad, lo que se refleja en el sentido de pertenencia y el orgullo de ser parte de Villavicencio.

Relación con el entorno natural

La presencia de palabras como tierra y llano sugiere que el paisaje natural y la geografía de la región son elementos significativos en la percepción de la identidad villavicense. Esto indica que el entorno natural juega un papel importante en la construcción de la identidad cultural y el sentido de arraigo.

Asociación con el lugar de nacimiento

La palabra nacido destaca la importancia de la conexión con el lugar de nacimiento en la identidad villavicense. Ser villavicense está relacionado con haber nacido en la ciudad y tener una conexión directa con el lugar.

Ser y ciudad

La alta frecuencia de las palabras ser y ciudad resalta que ser villavicense implica una existencia y una identidad ligada a la ciudad. La identidad villavicense se asocia con la vivencia y experiencia de la vida en Villavicencio.

En conjunto, estas respuestas dan a entender que ser villavicense va más allá de la ubicación geográfica y está enraizado en la cultura, historia y tradiciones de la ciudad y la región del llano. Los encuestados expresan un fuerte sentido de pertenencia, orgullo y vínculo emocional con Villavicencio y su entorno natural. La identidad villavicense parece estar influenciada por factores culturales, históricos y geográficos que contribuyen a la construcción de una identidad comunitaria arraigada en la ciudad.

¿Qué entienden por llaneridad?

Se formuló la pregunta: ¿Qué entiende por llaneridad? Todas las respuestas fueron cargadas en Atlas T.I, programa de análisis e interpretación de información en investigaciones cualitativas, y se generó una nube de palabras, entre las cuales se destacan las siguientes: cultura (201 repeticiones), llano (101), llanera (93), costumbres (92), nuestra (67), región (49), llanero (45), llaneridad (43), identidad (40), tradiciones (38), pertenencia (30), folclor (29), tierra (28), orgullo (24), tradición (23), llaneras (23), llanos (21), llaneros (20), joropo (20), amor (20), historia (17), ciudad (16), nuestro (15), música (15), rasgos (15),

históricos (13), orientales (13), sentir (13), vivir (13), gastronomía (12), sentimiento (11), raíces (11).

FIGURA 3.

¿QUÉ ES LA LLANERIDAD? PALABRAS MÁS MENCIONADAS. FUENTE PROPIA

Lo anterior muestra un enfoque centrado en aspectos culturales y geográficos propios de la región llanera, en tanto se destacan términos como cultura, llano, llanera, costumbres, región, llanero, llaneridad, identidad, tradiciones y pertenencia.

La alta frecuencia de palabras relacionadas con cultura, costumbres, tradiciones, folclor, música y gastronomía resalta la importancia de la cultura llanera en la concepción de la llaneridad. Los encuestados enfatizan en cómo las tradiciones y costumbres locales, como el joropo, forman parte esencial de su identidad como llaneros.

El término llano y sus derivados como llanero y llaneridad están presentes en gran medida, lo que sugiere una fuerte asociación entre esta región geográfica y la identidad cultural de sus habitantes.

La nube de palabras también muestra el sentimiento de nuestra y nuestro, lo que indica un sentido de pertenencia y arraigo hacia la región y su cultura.

Por otro lado, términos como raíces, amor, orgullo y sentimiento reflejan una conexión emocional profunda que los encuestados tienen hacia la llaneridad y su tierra natal. La nube de palabras da a entender que la llaneridad se percibe como una identidad cultural arraigada en la región del llano, con un enfoque en sus costumbres, tradiciones, música, gastronomía y sentido de pertenencia. Los rasgos históricos y geográficos de la región también juegan un papel importante en la percepción de la llaneridad, así como el amor y el orgullo que los habitantes sienten hacia su tierra y sus raíces culturales.

La llaneridad es una característica cultural importante en Villavicencio, y su grado de expresión varía significativamente según la edad de los habitantes. Los jóvenes y los adultos mayores tienden a mostrar niveles más altos de llaneridad, mientras que los grupos de edades intermedias presentan una distribución más equilibrada entre los niveles medio y alto.

Vínculos con la llaneridad

En relación con la afirmación «Para mí, Villavicencio tiene una mayor relación con el paisaje natural de la cordillera que con el de la llanura», los resultados de la encuesta

muestran que el 16,2% de los encuestados está totalmente de acuerdo, el 23,6% está de acuerdo, el 28% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 25,3% está en desacuerdo y el 6,9% está totalmente en desacuerdo. Además, en una escala de 1 a 100, los encuestados consideran que el paisaje local está asociado a la llanura en un 56,6.

Respecto a la afirmación «Soy un reflejo de la llaneridad», el 17% de los participantes afirmó estar totalmente de acuerdo, el 30,2% está de acuerdo, el 31,2% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17,5% está en desacuerdo y el 4,1% está totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, se percibe que la influencia de la llaneridad en la construcción de subjetividades es de 67,7.

En relación con la afirmación «Las políticas culturales de Villavicencio deben estar alineadas con la llaneridad», el 36,8% de los encuestados está totalmente de acuerdo, el 36,6% está de acuerdo, el 14,7% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9,3% está en desacuerdo y el 2,6% está totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, se observa un interés por las políticas culturales locales asociadas a la llaneridad de 79,1.

Al responder a la afirmación «La llaneridad contribuye a mejorar los lazos afectivos que siento por Villavicencio», el 42,6% de los encuestados está totalmente de acuerdo, el 34,9% está de acuerdo, el 14,1% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6,3% está en desacuerdo y el 2,1% está totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, se destaca que la contribución de la llaneridad en la afinidad por Villavicencio es de 81,9.

En relación con la afirmación «La llaneridad no es la esencia de Villavicencio», el 12,3% de los encuestados está totalmente de acuerdo, el 20,1% está de acuerdo, el 20,1% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 29,7% está en desacuerdo y el 17,9% está totalmente en desacuerdo. En una escala de 1 a 100, se considera que la llaneridad es la esencia de Villavicencio en un grado de 64,2.

La llaneridad ha influido en mediana medida en el 55,3% de los encuestados, en gran medida en el 32,6% y en menor grado en el 12,1%. Esto resulta en una calificación de 69,9 sobre 100, que se considera poco satisfactoria, aunque se sitúa a solo una décima por debajo de la calificación aceptable.

Los encuestados de 55 años en adelante y de 13 a 17 años muestran un mayor grado de influencia de la llaneridad, mientras que aquellos en el rango de edad de 18 a 24 y de 45 a 54 muestran un grado menor.

En cuanto a los estratos socioeconómicos, las personas en los estratos 6, 2 y 1 demuestran una mayor influencia de la llaneridad, mientras que los estratos 5 y 4 presentan un grado menor.

Aquellas personas que han vivido en la ciudad entre 6 y 10 años y entre 16 y 20 años muestran una mayor influencia de la llaneridad, mientras que aquellos que han vivido menos de un año y entre 1 y 5 años tienen el nivel más bajo de influencia.

Percepción del paisaje

La diversidad de opiniones sobre cómo se asocia el paisaje local, ya sea más con la cordillera o con la llanura, sugiere una ambigüedad en la percepción del entorno natural de la ciudad. Esta ambigüedad podría deberse a la geografía particular de Villavicencio, ubicada en un área de transición entre la llanura y la cordillera, lo que puede generar diferentes perspectivas entre los encuestados.

Importancia de la llaneridad en la identidad

El hecho de que una proporción significativa de encuestados se identifique como reflejo de la llaneridad indica que esta característica cultural desempeña un papel relevante en

la construcción de las identidades. La llaneridad se percibe como un elemento importante que contribuye a la identidad y al sentido de pertenencia de los habitantes con su ciudad.

Interés en políticas culturales alineadas con la llaneridad

La mayoría de los encuestados mostró un claro deseo de que las políticas culturales de Villavicencio reflejen y promuevan los aspectos culturales propios de la llaneridad. Este hallazgo resalta la importancia de la preservación y el fortalecimiento de la identidad cultural local para la comunidad.

Impacto emocional de la llaneridad

El hecho de que la llaneridad contribuya a fortalecer los lazos afectivos con la ciudad indica que esta característica cultural tiene un papel positivo en el apego y amor hacia Villavicencio. Esto es relevante, ya que el vínculo emocional con el lugar es un factor importante para el bienestar y la satisfacción de los habitantes con su entorno.

Percepción de la esencia de Villavicencio

Existe cierta discrepancia en cuanto a si la llaneridad es la esencia de la ciudad o no. Esto sugiere que hay diferentes perspectivas entre los encuestados sobre qué define verdaderamente la identidad de Villavicencio. Estas diferencias pueden deberse a la diversidad cultural presente en la ciudad y las múltiples influencias que moldean su identidad.

Calificación general de la influencia de la llaneridad

La calificación promedio de 69,9 sobre 100 indica que, si bien la influencia de la llaneridad se percibe de manera mediana, aún queda espacio para mejorar y fortalecer su presencia en la vida de las personas en Villavicencio.

Variación según edades

La influencia de la llaneridad varía según la edad. Esto sugiere que la conexión generacional y la asimilación gradual en la cultura local pueden afectar la percepción y la importancia que las personas le dan a la llaneridad en su vida.

La llaneridad es una característica cultural importante en Villavicencio, y su grado de expresión varía significativamente según la edad de los habitantes. Los jóvenes y los adultos mayores tienden a mostrar niveles más altos de llaneridad, mientras que los grupos de edades intermedias presentan una distribución más equilibrada entre los niveles medio y alto (Tabla 4).

TABLA 6.

GRADO DE LLANERIDAD POR EDADES. FUENTE PROPIA

Edad	Estadísticas	Bajo	Medio	Alto	Total
13 a 17	Individuos	0	14	11	25
	Porcentaje	0%	56%	44%	100%
18 a 24	Individuos	12	64	36	112
	Porcentaje	10,7%	57,1%	32,1%	100%
25 a 34	Individuos	18	58	76	152
	Porcentaje	11,8%	38,2%	50%	100%
35 a 44	Individuos	18	64	65	147
	Porcentaje	12,2%	43,5%	44,2%	100%
45 a 54	Individuos	16	47	39	102
	Porcentaje	15,7%	46,1%	38,2%	100%

55 a 64	Individuos	10	29	39	78
	Porcentaje	12,8%	37,2%	50%	100%
65 o más	Individuos	5	14	18	37
	Porcentaje	13,5%	37,8%	48,6%	100%
Total	Individuos	79	290	284	653
	Porcentaje	12,1%	44,4%	43,5%	100%

Influencia de la edad en el grado de llaneridad. Se observa que aproximadamente el 44.4% de la población de Villavicencio muestra un grado de llaneridad medio, mientras que un 43.5% presenta un grado de llaneridad alto. El restante 12.1% tiene un grado de llaneridad bajo. Al analizar los diferentes grupos de edad, se pueden apreciar ciertas tendencias:

Edades jóvenes (13 a 17 y 18 a 24). En estos grupos, el grado de llaneridad bajo es mínimo, representando un 0% y 10.7% respectivamente. En contraste, los niveles de llaneridad medio y alto son más predominantes, con un 56% y 57.1% en el grupo de 13 a 17 años, y un 32.1% y 38.2% en el grupo de 18 a 24 años, respectivamente.

Edades intermedias (25 a 34, 35 a 44 y 45 a 54). Aquí, el grado de llaneridad medio se mantiene más o menos constante, oscilando entre el 38.2% y 46.1%. Sin embargo, en el grupo de 45 a 54 años, se destaca un aumento en el grado de llaneridad bajo hasta el 15.7%.

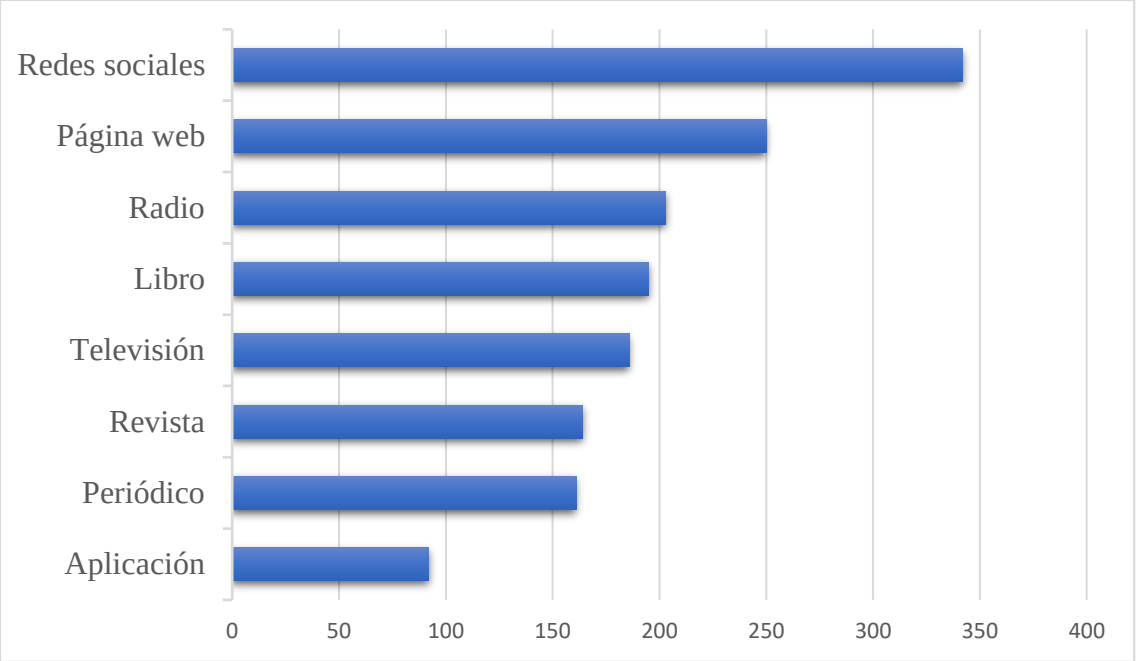
Edades mayores (55 a 64 y 65 o más). En estos grupos, se observa un patrón similar al de las edades jóvenes, con un grado de llaneridad bajo prácticamente inexistente (12.8% y 13.5%). En cambio, el grado de llaneridad medio y alto es más común, siendo especialmente alto en el grupo de 65 o más años, alcanzando un 48.6%.

Los medios de comunicación preferidos

En las respuestas a la encuesta, respecto a los cuatro medios preferidos para informarse sobre la historia de Villavicencio, se destacaron, en su orden, los siguientes: redes sociales (342 menciones), página web (250), radio (203), libro (195), televisión (186), revista (164), periódico (161) y aplicación (92).

FIGURA 4.

MEDIOS PREFERIDOS PARA CONOCER LA HISTORIA DE VILLAVICENCIO. FUENTE PROPIA



Las redes sociales ocupan el primer lugar en preferencia como medio para informarse sobre la historia de Villavicencio. La alta cantidad de menciones advierte que una gran mayoría de personas encuentra conveniente y atractivo acceder a contenido histórico a través de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram u otras redes sociales. El contenido en redes sociales puede incluir fotografías, videos cortos, historias o publicaciones escritas que permitan una experiencia de consumo rápida y visualmente atractiva.

El segundo lugar lo ocupa la página web como medio para conocer información histórica sobre Villavicencio. Esto indica que una cantidad significativa de personas busca información más detallada y completa que lo que las redes sociales pueden ofrecer. Las páginas web pueden albergar artículos, documentos, fotografías e incluso documentales interactivos que proporcionan una experiencia más profunda para quienes desean aprender sobre la historia de la ciudad.

La radio ocupa el tercer lugar en preferencia como medio para obtener información histórica. Aunque puede haber una menor cantidad de menciones en comparación con los medios anteriores, la radio sigue siendo una opción relevante para aquellos que prefieren el formato auditivo y la facilidad de acceso mientras se desplazan o realizan otras actividades.

Los libros son el cuarto medio preferido para informarse sobre la historia de Villavicencio. Esto demuestra que aún existe una apreciación por el formato impreso y la búsqueda de conocimiento histórico más extenso y bien documentado. Los libros pueden proporcionar una narrativa detallada y estructurada sobre la historia de la ciudad, lo que atrae a aquellos que buscan una investigación más profunda.

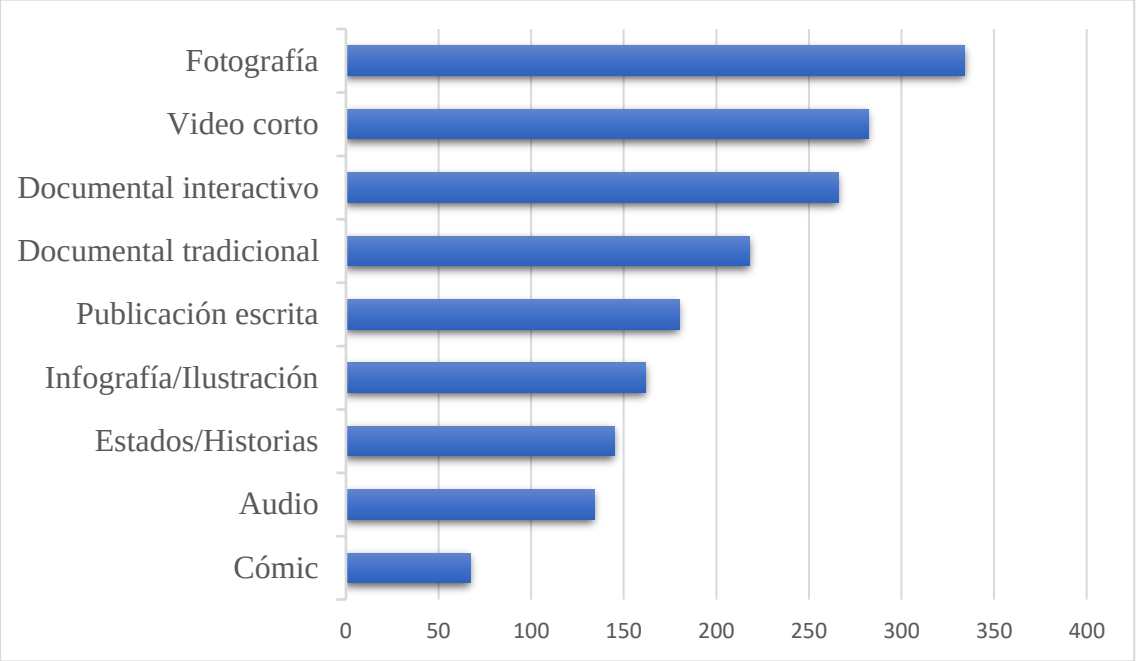
Los demás medios mencionados, como televisión, revistas, periódicos y aplicaciones, también tienen su importancia y pueden seguir siendo relevantes para ciertos grupos de audiencia, aunque recibieron menos menciones en comparación con los cuatro principales. En general, las redes sociales son el medio preferido para acceder a información histórica sobre Villavicencio, seguidas de las páginas web, la radio y los libros. La disponibilidad de información en línea, la facilidad de acceso y la variedad de contenido visual parecen ser factores importantes en la elección de los medios por parte del público interesado en la historia de la ciudad.

Los formatos más apreciados

Respecto a los formatos preferidos para conocer información relacionada con la historia de Villavicencio, los más mencionados, en su orden, fueron: Fotografía (334 menciones), video corto (282), documental interactivo (266), documental tradicional (218), publicación escrita (180), infografía/ilustración (162), estados/historias (145), audio (134) y cómic (67).

FIGURA 5.

FORMATOS PREFERIDOS PARA CONOCER LA HISTORIA DE VILLAVICENCIO. FUENTE PROPIA



La fotografía es el formato más mencionado y preferido para conocer información sobre la historia de Villavicencio. Las imágenes pueden ser poderosas para transmitir la historia y proporcionar una conexión visual con el pasado. La fotografía histórica puede ofrecer una mirada auténtica a los eventos, lugares y personas que conformaron la historia de la ciudad.

El formato de video corto es el segundo más mencionado, lo que indica que hay un interés significativo en el contenido visual dinámico. Los videos cortos pueden ser efectivos para contar historias breves y atractivas sobre la historia de Villavicencio, capturando la atención de la audiencia en poco tiempo.

El tercer lugar lo ocupa el formato de documental interactivo. Esto da a entender que las personas están interesadas en una experiencia más inmersiva y participativa al aprender sobre la historia de la ciudad. Los documentales interactivos pueden permitir a los espectadores explorar diferentes aspectos de la historia a su propio ritmo y profundidad.

El formato de documental tradicional ocupa el cuarto lugar en preferencia. Aunque puede haber una menor cantidad de menciones en comparación con los formatos anteriores, sigue siendo una opción popular para aquellos que desean una narrativa más profunda y detallada sobre la historia de Villavicencio.

Papel del periodismo histórico y la narrativa transmedia en la reconstrucción de memoria

Las entrevistas con los periodistas arrojaron una perspectiva sobre el papel del periodismo histórico y la narrativa transmedia en la reconstrucción y apropiación de la memoria histórica del territorio de Villavicencio. A través de las voces de estos comunicadores, fue posible identificar puntos de convergencia y diferenciación para la comprensión de este proceso.

Todos los entrevistados destacan la importancia de trascender los estereotipos y explorar múltiples perspectivas en la reconstrucción de la memoria histórica. Tanto el periodismo histórico como la narrativa transmedia buscan presentar una visión auténtica y contextualizada del pasado, alejándose de las versiones unilaterales y oficiales.

Los entrevistados concuerdan en que el proceso de reconstrucción de la memoria histórica está intrínsecamente ligado a la identidad y la cultura de Villavicencio. Mediante el

periodismo histórico y la narrativa transmedia, se busca preservar y transmitir no solo los hechos, sino también los valores y las tradiciones que definen la identidad local.

Todos los entrevistados reconocen la relevancia de educar a las nuevas generaciones sobre la historia local. El periodismo histórico y la narrativa transmedia se presentan como herramientas efectivas para captar el interés de las generaciones jóvenes y asegurar la continuidad del conocimiento histórico en la sociedad.

Los expertos coinciden en la importancia de adaptarse a los formatos mediáticos contemporáneos. La narrativa transmedia, en particular, permite combinar diferentes medios y plataformas para atraer a audiencias más amplias y diversas, especialmente a las generaciones jóvenes.

Si bien todos los entrevistados reconocen la importancia de contar historias auténticas, existen enfoques narrativos distintos. Mientras que algunos destacan el papel del periodismo histórico en la documentación y difusión de hechos, otros enfatizan la importancia de la literatura y la adaptación a formatos modernos.

Aunque todos los entrevistados reconocen el impacto de la tecnología y los medios digitales en la narrativa transmedia, sus opiniones varían. Algunos consideran que es esencial para involucrar a las generaciones jóvenes, mientras que otros destacan la importancia de preservar la tradición oral y las voces de los ancianos.

Los entrevistados presentan diferentes perspectivas sobre cómo alcanzar a la audiencia más amplia posible. Mientras que uno de ellos enfoca la narrativa transmedia como una forma de llegar a audiencias diversas y enriquecer la apreciación de la memoria histórica, otro destaca la difusión a través del periodismo histórico para conservar la memoria.

Lo anterior revela que tanto el periodismo histórico como la narrativa transmedia desempeñan roles cruciales en la reconstrucción y apropiación de la memoria histórica en Villavicencio. El enfoque en la autenticidad, la identidad cultural, la educación de las nuevas

generaciones y la adaptación a los formatos contemporáneos emergen como pilares comunes en el proceso.

La colaboración entre los enfoques narrativos y el uso de la tecnología y los medios digitales pueden generar sinergias significativas. La adaptación de contenidos históricos a formatos modernos, como la narrativa transmedia, permite no solo llegar a audiencias jóvenes, sino también enriquecer la comprensión de la historia local y su conexión con la identidad.

Momentos históricos en la construcción de la identidad cultural de Villavicencio

La construcción y desarrollo de la identidad cultural de Villavicencio han sido moldeados por diversos momentos históricos, según lo expresado por los nueve académicos entrevistados. Estos momentos han influido en la forma en que los habitantes se relacionan con su ciudad y cómo perciben su propia identidad. La multiplicidad de perspectivas presentadas por los entrevistados proporciona una visión profunda y matizada de cómo estos momentos históricos han dado forma a la identidad cultural de Villavicencio.

Época de los jesuitas (1600): La llegada de los jesuitas a Villavicencio durante el siglo XVII dejó una marca indeleble en la identidad cultural de la ciudad. La influencia religiosa y educativa de los jesuitas generó cambios profundos en la forma en que la población se relacionaba con la fe y el conocimiento. (Entrevistada 1).

Auge del narcotráfico y el petróleo (décadas de 1980 y 1990): La influencia del narcotráfico y la explotación petrolera en Colombia tuvieron un impacto profundo en la identidad de Villavicencio. Estos fenómenos cambiaron paradigmas culturales y sociales, afectando tanto la relación de la ciudad con su entorno como la percepción interna de sí misma. (Entrevistado 2).

Apertura de la carretera entre Bogotá y Villavicencio (1936): La apertura de esta carretera marcó un punto de inflexión en la historia de Villavicencio. Aunque el evento protocolario fue en 1936, los cambios socioculturales generados por esta apertura se extendieron a lo largo de décadas. La carretera permitió un flujo constante de población y la llegada de nuevas formas culturales antes no fácilmente accesibles. Además, estableció una interconexión que rompió el aislamiento previo de la ciudad, lo que tuvo impactos en comportamientos culturales, la religión y la forma de vida de la población (Entrevistado 8). Es decir, Villavicencio ha tenido una relación histórica de dependencia con Bogotá. Muchos villavicenses han tenido experiencias significativas en la capital, lo que ha influido en la percepción y construcción de su identidad (Entrevistado 7).

Migración constante: La constante migración de personas de diferentes regiones de Colombia ha sido un factor fundamental en la construcción de la identidad de Villavicencio. Esta mezcla intercultural ha creado una identidad diversa y plural. La migración constante de personas de diferentes regiones de Colombia ha influido en la identidad de Villavicencio al crear una mezcla intercultural. Esta diversidad se refleja en la configuración demográfica y cultural de la ciudad (Entrevistado 3).

Además, Villavicencio ha crecido y fortalecido su identidad cultural debido a su posición geográfica entre la región andina y la región de los llanos. En este contexto, la ciudad se convirtió en un centro de acopio y comercio de ganado, influyendo en su desarrollo económico y cultural (Entrevistado 9).

Constitución del Meta como departamento (1960): La transformación de Villavicencio en la capital de departamento en lugar de intendencia tuvo efectos políticos y culturales significativos. Este cambio en su estatus institucional la elevó al nivel de otras capitales departamentales, atrayendo entidades gubernamentales y eventos culturales como el Festival de la Canción en 1972. La promoción de esta identidad departamental, sumada a la

continua llegada de población, influyó en la percepción de la ciudad y su conexión con el territorio (Entrevistado 8).

Discursos de la llaneridad: La discusión en torno al discurso de la llaneridad como identidad cultural refleja la necesidad de un análisis crítico de cómo se define y promueve la identidad local. Hay un cuestionamiento sobre cómo se maneja y se utiliza el discurso de la llaneridad como identidad cultural en Villavicencio. Esta discusión apunta a la complejidad de definir una identidad frente a la imposición de elementos folclóricos. (Entrevistada 1). A pesar de la diversidad y los cambios en la población de Villavicencio, se ha intentado construir una identidad llanera que unifique a las personas de la región. Sin embargo, esta identidad a menudo es vista desde una perspectiva esencialista y simplificada, lo que plantea preguntas sobre la verdadera diversidad y complejidad cultural de la ciudad (Entrevistado 6).

Conservación del patrimonio: El esfuerzo por conservar elementos históricos y patrimoniales es un reflejo de la importancia de mantener una conexión con el pasado. Se destaca la relevancia del patrimonio como elemento para fortalecer la identidad y el sentido de pertenencia. La conservación de elementos históricos y patrimoniales, tanto físicos como culturales, es importante para mantener una conexión con el pasado y preservar la identidad de Villavicencio (Entrevistada 5).

Cambio en la percepción política y cultural: Una de las entrevistadas contó cómo su involucramiento en la política local le permitió entender la cultura política y el contexto de Villavicencio. Este involucramiento político influyó en su percepción y comprensión de la identidad de la ciudad, mostrando cómo la participación activa puede modificar la relación de una persona con su entorno (Entrevistada 4).

Decepciones y desafíos políticos: El desencanto con el sistema político local también ha tenido un impacto en la construcción de la identidad. A pesar de las esperanzas de cambio político, se encontraron desafíos y decepciones en el sistema político local. Estos eventos

políticos pueden influir en la percepción de la ciudad y en cómo sus habitantes se relacionan con la esfera política (Entrevistado 6).

Necesidad de una identidad más global: Se discute la noción de construir una identidad más universal y diversa para Villavicencio. La ciudad, al ser joven y multicultural, puede ser vista como un lugar propicio para abrazar la diversidad. Esta perspectiva amplia de la identidad refleja la importancia de representar fielmente la realidad intercultural de los habitantes (Entrevistada 1).

Migración, conflicto armado y diversidad: El impacto de la migración forzada debido al conflicto armado también ha dejado una huella en la identidad de Villavicencio. La ciudad experimentó un flujo significativo de población desplazada debido al conflicto armado en otras partes del país. Esta afluencia de nuevas personas y culturas ha contribuido a la diversidad y complejidad de la identidad local (Entrevistado 8).

Los momentos históricos identificados por los entrevistados han tenido un impacto profundo y duradero en la construcción y desarrollo de la identidad cultural de Villavicencio. Desde la llegada de los jesuitas hasta los desafíos políticos contemporáneos, estos momentos han dejado su huella en cómo los habitantes se relacionan con su ciudad y cómo perciben su propia identidad. La multiplicidad de perspectivas y experiencias compartidas por los entrevistados proporciona una visión rica y completa de cómo la historia ha influido en la identidad de Villavicencio.

Línea de tiempo

En la búsqueda de un enfoque creativo de comunicación, arraigado en el periodismo, surgió la necesidad de mejorar la identificación de los momentos históricos que podrían haber ejercido transformaciones en las identidades colectivas del territorio, esta vez, en una línea de

tiempo y a través de investigaciones documentales, pero ampliando la mirada al departamento del Meta y la región de los Llanos Orientales.

El caso de Villavicencio, situado en los Llanos de Colombia, es una ilustración de una historia compleja que ha moldeado la identidad cultural de sus habitantes, tal como subrayaron los entrevistados. Desde su fundación en el siglo XVI hasta los días presentes, diversos acontecimientos históricos han influido en la formación de esta identidad, con elementos arraigados en la tradición llanera e influencias provenientes de otras regiones y culturas. La llegada de los españoles en el siglo XVI marcó un punto de inflexión, ya que introdujeron caballos y ganado en la región, lo que dio lugar a la emergencia de una llaneridad que se desarrolló durante los siguientes siglos. Estos animales se adaptaron y prosperaron en los Llanos, contribuyendo al desarrollo económico y social de la zona.

A lo largo de los siglos XVI y XVII, las expediciones en busca del mítico reino de El Dorado llevaron a la llegada de exploradores y misioneros a la región, estableciendo encomiendas que involucraron a los indígenas del piedemonte de Casanare. Asimismo, se fundaron pueblos como Chita y La Sal, administrados por misioneros agustinianos y franciscanos, respectivamente.

El siglo XVIII fue testigo de cambios significativos en los Llanos de San Martín, que en un principio fueron desarraigados de la Provincia de los Llanos y pasaron a la jurisdicción de Santa Fe de Bogotá. En aquella época, se enfatizó la importancia de las misiones para la vida de la frontera en los Llanos, y se establecieron colegios y vicariatos apostólicos.

Durante el siglo XIX, se produjo un aumento de la inmigración a Villavicencio, motivada en parte por la guerra civil de 1859 a 1862. Además, la explotación de recursos naturales, como la quinina y el caucho, impulsó la economía local. También se consolidó la presencia religiosa con la llegada de diversas órdenes misioneras.

A comienzos del siglo XX, Villavicencio experimentó un crecimiento económico y demográfico significativo, favorecido por la construcción de infraestructuras como carreteras y vías férreas. La ciudad se convirtió en un importante punto de conexión entre Bogotá y los Llanos, lo que estimuló el desarrollo de la ganadería y la agricultura en la región.

No obstante, el siglo XX también trajo desafíos para Villavicencio. El periodo conocido como La Violencia tuvo un impacto significativo en la población y la región. A medida que la ciudad crecía desordenadamente, se enfrentó a problemas de marginalidad, urbanización descontrolada y falta de servicios públicos.

La década de 1970 fue un periodo de crisis de identidad para Villavicencio, pero también de reafirmación de su cultura llanera. Se promovieron festivales tradicionales y se consolidó la identificación de la ciudad como el «Portal de entrada a los Llanos». A lo largo de los años, la mezcla de tradiciones andinas y costumbres de los Llanos ha contribuido a la construcción de una identidad cultural en la región.

En el siglo XXI, Villavicencio sigue siendo un crisol humano que conserva su identidad llanera, al tiempo que abre sus puertas a la diversidad cultural de otras regiones. La ciudad ha experimentado transformaciones significativas, pero sigue siendo un símbolo cultural y económico para los Llanos colombianos.

Es decir, la identidad cultural de quienes habitan en Villavicencio ha sido moldeada por una serie de momentos históricos que abarcan desde la llegada de los españoles en el siglo XVI hasta la actualidad. El mestizaje cultural, la influencia de las misiones religiosas, los cambios económicos y las migraciones han contribuido a la conformación de identidades diversas que se nutren tanto de la tradición llanera como de otras influencias culturales.

En ese sentido, como se mencionó anteriormente, se elaboró una línea de tiempo, cuya extensión superó las 74 cuartillas (Evidencia), pero a manera de resumen señalo aquí algunas de ellas:

Tabla 4 Línea de tiempo: momentos históricos de Villavicencio

Periodo	Evento
Siglo XV	Los españoles traen caballos y ganado, emergiendo una subcultura llanera que se desarrolla hasta el siglo XVIII.
Siglo XVI	Los caballos y ganado introducidos por los españoles se adaptan y prosperan en los Llanos de Colombia.
1531-1650	Expediciones españolas y alemanas llegan a los Llanos en busca del reino de El Dorado.
1536-37	Pedro de Limpias llega a Villavicencio en busca de El Dorado.
1544	Se establecen encomiendas que incluyen a los indígenas del piedemonte de Casanare.
1551	Nacen Chita y La Sal, administradas por misioneros agustinianos.
1555	Juan de Avellaneda llega a San Juan de los Llanos, explotando oro y exterminando indígenas.
1600	Santiago de las Atalayas es designada la capital de la Provincia de los Llanos. Los dominicos fundan el pueblo de Medina.
1620	Se funda San Martín por el capitán Juan de Zarate.
1641	Comienza una campaña para convertir a los indígenas de los Llanos. Los franciscanos llegan a San Juan y San Martín. Hacienda de Apiay, administrada por los jesuitas, se convierte en la empresa misionera más importante del territorio.
1700	Los Llanos de San Martín son desmembrados de la Provincia de los Llanos, bajo la jurisdicción de Santa Fe de Bogotá.
1800	Se enfatiza la importancia de las misiones para la vida de la frontera en los Llanos.
1806	Los franciscanos trasladan la misión de Jiramena al río Meta.
1820	Se establecen las poblaciones de San Juan de los Llanos y San Martín, junto con siete misiones franciscanas.
1826	Las haciendas de ganado dependientes de las misiones del Meta son expropiadas por Santander.
1840	Se funda Gramalote (hoy Villavicencio), un pequeño caserío de colonos provenientes de Cundinamarca. Primeros pobladores en Villavicencio: Esteban Aguirre, Francisco Ruiz, Matea Fernández, Librado Hernández, Silvestre Velázquez y Francisco Ardila se establecieron en Villavicencio y construyeron sus viviendas.
1842	El congreso aprueba un decreto para establecer colegios de misiones en varias regiones, incluyendo Casanare y San Martín.

1844 Los jesuitas llegan a Bogotá para revivir las misiones en los Llanos.

1848 Alejandro Osorio consagra la primera iglesia en Gramalote, que luego se divide en los partidos de Gramalote y Cumaral.

1850 El caserío de Gramalote se convierte en el distrito parroquial de Villavicencio.

1852 Villavicencio reemplaza a Gramalote como la cabecera de Cantón.

1860 Nueva oleada de migrantes a Villavicencio debido a la guerra civil de 1859 a 1862.

1864 Fundación de la hacienda El Buque en terrenos de Apiay por Sergio Convers, un comerciante bogotano casado con la hija de Agustín Codazzi. Se inicia la construcción de un camino de herradura nacional. Creación del Territorio de San Martín con Villavicencio como su capital. Llegada de migrantes con capital para invertir y con influencia política en Bogotá.

1870 Auge de la exportación de quinina en los Llanos de San Martín.

1876 Adjudicación de tierras del territorio de San Martín a diferentes compañías y pequeños terratenientes.

1880 Crecimiento del auge del caucho en la región.

1882 Llegada de los salesianos a San Martín y posteriormente a Villavicencio.

1890 Incendio en Villavicencio que causó grandes pérdidas.

1893 Creación de las intendencias nacionales para San Martín y Casanare.

1897 Creación del Vicariato Apostólico de San Martín con Villavicencio como su sede.

1898 Contrato con una empresa londinense para diseñar un ferrocarril que conectara Bogotá con un puerto sobre el río Meta.

1899 Anulación de adjudicación de tierras a José Bonnet.

1900 Villavicencio depende del agua de la quebrada La Honda, caños Gramalote y Maizaro, y el río Guatiquía. Agricultura en un segundo plano frente a la ganadería. Ataque de liberales al mando de Críspulo Burgos, pero los conservadores recuperan el control.

1901 Cesáreo Pulido se une a los rebeldes de San Martín.

1902 Plácido Castro organiza una banda de liberales y avanza hacia Villavicencio. Sergio Convers y su hijo Luis regresan a Villavicencio después de huir acusados de traición.

1903 Llegada de Eugenio Morón a Bogotá para asumir funciones como Prefecto Apostólico de los Llanos de San Martín.

1904 Intendente Tobías Hernández describe la región devastada y pide un programa de colonización. Firma de un tratado con el Vaticano sobre Misiones, otorgando autoridad a comunidades religiosas sobre los territorios selváticos.

1905 Llegada de misioneros de la Compañía de María y las Hijas de la Sabiduría a los Llanos.

1910 Fundación de la plantación La Mistralia de caucho cerca de Villavicencio. Cierre de las dos prisiones de la Colonia y fundación del municipio de Restrepo.

1911 Inauguración del hospital en Villavicencio. Establecimiento de una misión en la parte alta del río Guatiquía.

1912 Fundación de la escuela para sordomudos por el padre Guiot. Comienzo de la construcción de la carretera Bogotá-Villavicencio.

1916 Inauguración de la imprenta.

1917 Terremoto en Villavicencio y reconstrucción de la ciudad. Fundación de la colonia penal de Acacías.

1920 Inicio de la navegación a vapor por el río Meta.

1922 Creación de un peaje en Villavicencio por el intendente Jorge Luna Ospina. Construcción de la vía férrea hacia Villavicencio.

1923 Llegada del primer avión pilotado por Camilo Daza a Villavicencio.

1924 Inauguración de la Colonia Penal y Agrícola de Acacías.

1930 Preferencia por el desarrollo de Villavicencio y los Llanos del Meta por el presidente Olaya Herrera. Finaliza construcción de la carretera Bogotá-Villavicencio.

1936 Extensión de la carretera hasta Puerto López. Apertura al tráfico automotor de la carretera Bogotá-Villavicencio.

1937 Llegada de la primera volqueta al municipio de Villavicencio.

1938 Intento de trasladar la colonia penal de Acacías debido a problemas de seguridad y convivencia con los pobladores locales. Ampliación de la carretera hacia el interior de los Llanos, lo que atrae más inmigrantes a la región.

1940 Búsqueda de yacimientos de petróleo en el Meta por parte de compañías como Tropical Oil Company y Shell International, pero los resultados no fueron alentadores para continuar las operaciones.

1942: Villavicencio cuenta con teléfono internacional privado en el Hotel Meta y servicio oficial de teléfono con dificultades de comunicación con otros pueblos. Comienzan los trabajos de exploración de petróleo en los Llanos colombianos.

1943 Se promulga la Ley 51 que permite a los comuneros de Apiay convertirse en propietarios de los lotes que ocupan.

1948 Llegada de la época conocida como La Violencia, con el asesinato de Jorge Eliécer Gaitán. Villavicencio es tomada por la guerrilla dos días antes de las elecciones presidenciales.

1950 Aumento del costo de vida en Villavicencio. La población del Meta sufre un gran impacto por la violencia y miles de personas emigran hacia Bogotá y otras ciudades. Se establecen nuevos municipios en la región del Meta.

1953 El gobierno de Gustavo Rojas Pinilla ofrece amnistía a los guerrilleros, y muchos aceptan la oferta y deponen las armas. Se crean el Instituto de Colonización e Inmigración y la Federación Nacional de Ganaderos para impulsar el desarrollo de los Llanos. Se inician programas de reasentamiento y ayuda para los refugiados e inmigrantes que llegan a Villavicencio.

1956	Termina la restauración de la iglesia de Villavicencio. El pueblo experimenta un gran crecimiento económico y demográfico.
1958	Se crea el departamento del Meta, separándolo de la Intendencia Nacional del Meta.
1960	Solamente cinco de los 18 municipios del Meta contaban con acueductos adecuados para suministrar agua potable. Se registró una verdadera estampida de concesiones de perforaciones en el Meta. Se perforaron pozos petroleros en el Meta. La carretera entre Bogotá y Villavicencio era vital para el transporte de ganado y productos agrícolas. Se destacó la marginalidad, urbanización descontrolada y problemas de servicios públicos en Villavicencio. La ciudad ha crecido sin control ni orden, careciendo de una clase dirigente fortalecida para impulsar un plan económico.
1961	Se sancionó la Ley de Reforma Agraria y se creó el Instituto Colombiano de Reforma Agraria (Incora).
1965	La Academia Colombiana de Historia dictaminó que Villavicencio fue fundada el 6 de abril de 1840.
1970	Se agregaron al departamento otros nueve municipios para un total de 18. La población inmigrante de otras regiones aumentó.
1973	La ciudad enfrentó una crisis de identidad al crecer desordenadamente y lidiar con la expansión del narcotráfico y la violencia.
1978	Se inició la colonización del Ariari por parte de colonos, y el cultivo de la coca y la cocaína se convirtieron en una realidad.
1985	La población del Meta alcanzó 474.046 habitantes, con 191.000 de ellos en Villavicencio.
1990	La carretera entre Bogotá y Villavicencio fue designada como obra nacional para ampliación y repavimentación.
1996	Se perforaron más pozos petroleros en el Meta.
1999	Continuó la colonización en los Llanos con presiones económicas y sociales.
2000	Villavicencio sigue siendo un crisol humano con la mezcla de tradiciones andinas y costumbres de los Llanos.
2001	Se explotó el petróleo del Meta, pero los derivados eran más baratos en Bogotá que en Villavicencio.
2003	Villavicencio se ha identificado con la cultura llanera y celebra festivales tradicionales para reafirmar su imagen como portal de entrada a los Llanos.
2004	En 2004, la diócesis de Villavicencio fue elevada a la categoría de arquidiócesis por el papa Juan Pablo II.
2005	Villavicencio ha experimentado transformaciones, sigue siendo considerada el Portal de Entrada a los Llanos.

Nota: La tabla presenta un resumen de la línea de tiempo realizada para identificar los momentos históricos que pudieron haber marcado un momento crucial para las identidades colectivas de sus habitantes de Villavicencio. Fuentes: Corporación Cultural Municipal de Villavicencio (1998), Diéres, M. (1942), Caballero Medina, J. B. (1990), Castro Caicedo, G. (2001), Romero Moreno, M. E. (1988), Rausch, J. M. (2011)

Producto: Historia disuelta

Reportaje transmedia

Para Callegari (2019), la definición más sencilla que se puede encontrar del periodismo es aquella que lo considera como una actividad de búsqueda y publicación de información que le interesa a la sociedad, pero además debe ser socialmente relevante; y Mancini (2011) sugiere que sea económicamente viable, lo que ratifica al periodismo dentro de las industrias creativas y culturales, en tanto su objeto principal es la producción, la reproducción y la comercialización de un bien o un servicio, como lo advierte también la Unesco, al incluir dentro de ellas, entre otros, a los sectores editorial, de contenidos multimedia, audiovisuales y de servicios de información.

En ese sentido, el periodismo tiene una relación directa con la comunicación creativa, por consiguiente, según considera Zacipa (2020), dicha comunicación es parte fundamental de los desarrollos de las industrias creativas en su función de mediación tecnológica.

> El proceso de la comunicación creativa emerge del sujeto creativo que, en conjunción con otros sujetos creativos, (se articulan) para producir desde la creatividad como modo colectivo, en el cual interviene un contexto social, cultural e histórico, se produce un texto artístico, el cual en su acepción amplia puede ser un texto en la perspectiva tradicional hasta un objeto de la cultura material que tiene una función comunicativa. Y este texto, en su producción tiene una mediación tecnológica, el cual, para ser interpretado, su destinatario debe establecer una relación dialógica con él, y la función de este intérprete será la de completar dicho texto, por lo cual se establece un ejercicio de co-creación. (p.159).

Luego de navegar por la anterior construcción conceptual, salieron a flote las siguientes frases y palabras: modo colectivo, contexto social, cultural e histórico, texto artístico, mediación tecnológica y co-creación, que de alguna manera terminaron convirtiéndose en reactivos para reafirmar la idea de producto de investigación: un trabajo de periodismo transmedia, el cual reúne los elementos señalados, primero, porque la investigación va más allá de lo individual; lo colectivo empieza a aparecer desde el proceso de investigación; las audiencias y los entrevistados aportan al conocimiento y a los objetivos. Segundo, porque el tema implica un contexto social, cultural e histórico, hay una conexión entre memoria, identidad y territorio, ejes trasversales de la investigación. Tercero, porque cada historia que se desprende del producto final es un texto artístico, no necesariamente desde lo estético, del orden y lo bello, «sino en el modo en que es interpretado un texto, el cual puede ser un artefacto como objeto comunicativo, en donde también se establecen lógicas subjetivas tanto de quienes producen como de quienes consumen o reciben dicho objeto» (Zacipa, 2020, p. 158). Y esta afirmación se conecta con la última palabra, co-creación, que además es necesaria cuando se habla de narrativas transmedia, la cual implica la expansión del contenido a través de las audiencias.

Además, por tratarse de una investigación en la que se articula el periodismo y la narrativa transmedia, se tomó la decisión de realizar un trabajo periodístico para la web, en el que prima el reportaje, por ser este el género ciberperiodístico que más se aprovecha y enriquece con la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad de internet (Callegari, 2019), además, porque atraviesa la línea de lo informativo hacia lo interpretativo. Pero este trabajo, como se mencionó anteriormente, por estar articulado con la narrativa transmedia, debe hacer uso de ella para lograr un mayor alcance en la circulación de la narrativa, a través de diferentes medios, formatos, lenguajes y géneros, que además incentiven en las audiencias

la interactividad y, en ese sentido, la expansión del contenido. Lo anterior lo convierte en reportaje transmedia.

A partir de dos de las preguntas formuladas dentro de la encuesta realizada, se dio respuesta a las preferencias en los usos de medios y formatos para conocer información relacionada con la historia de Villavicencio. La mayor cantidad de respuestas se inclinó, por un lado, a los formatos de fotografía, video corto y documental web, y por el otro, a la circulación de contenido a través de redes sociales, página web y radio.

De esa manera se decidió publicar un reportaje que rompiera con la linealidad de la narrativa, en congruencia con lo transmedial. Y aunque en principio, se contempló la posibilidad de realizar un documental (con base en la encuesta), pero por estar más próximo a un género cinematográfico se desechó la idea, sumado a que las fortalezas profesionales se evidencian en mayor medida en lo periodístico que en lo cinematográfico, en tanto el documental tiene «un lenguaje de superior nivel artístico, literario y artístico» (Llorenc, 1998). Sin embargo, el reportaje, de alguna manera, es documental, por contener historias de no-ficción.

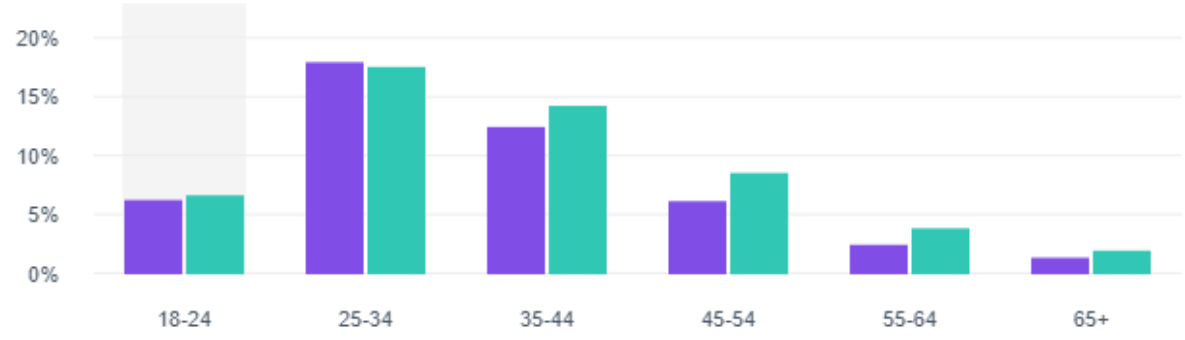
Para Puerta (2011), el reportaje se caracteriza por su diversidad funcional, compositiva y estilística, además, puede incorporar y combinar múltiples procedimientos y recursos de escritura, así como absorber a otros géneros periodísticos, lo que permitía incluir entrevistas, crónicas, infografías, fotografías y columna de opinión.

En razón a ello, se realizó el reportaje transmedia titulado *Villavicencio: Huellas de una imprenta* (del que trataremos en párrafos siguientes), divido en seis capítulos que, aunque están numerados, pueden ser vistos de manera independiente y en distinto orden. Se incluyeron fotografías, videos cortos, imágenes interactivas y textos (formatos preferidos por la audiencia), dirigidos a un público de 25 a 44 años, esto debido a que se pensó como uno de los productos de la revista *Agenda Hoy*, medio de comunicación que nació a partir de mi

proyecto de grado de Comunicador Social-Periodista. En ese sentido, la mayor audiencia de este medio está entre los 25 y 44 años (ver Figura 7); además, la encuesta aplicada arrojó que esos grupos poblacionales, en su mayoría, tenían un sentido de pertenencia intermedio (ver Tabla 3).

Con base en lo anterior, se tomó la decisión de diseñar una página web con el nombre del proyecto, en este caso, «Villavicencio: Historia disuelta», un título que encapsula de manera la esencia de este proyecto transmedial: «Disuelta» evoca la idea de una historia que, lejos de estar confinada a un solo medio, se esparce y permea a través de múltiples plataformas, ofreciendo una perspectiva más rica y multifacética de Villavicencio. Esta dispersión simboliza tanto la accesibilidad como la interconexión de los relatos, donde cada fragmento, aunque autónomo, es una pieza interconectada de un mosaico más grande. Además, desafía la tradicional linealidad de la historia, invitando a una exploración no secuencial y a una reinterpretación constante. En suma, este nombre refleja una visión renovada y contemporánea de la historia de Villavicencio, adaptada a las dinámicas narrativas del mundo moderno.

FIGURA 7.. AUDIENCIA AGENDA HOY. FUENTE: FACEBOOK AGENDA HOY



Villavicencio: Huellas de una imprenta fue entonces publicado en el portal www.historiadisuelta.co, que puede contener a futuro otros reportajes en el ámbito del periodismo histórico, en convergencia con la revista *Agenda Hoy*.

Por otra parte, durante las entrevistas realizadas para el presente trabajo académico, algunos de los participantes mencionaron que, para fomentar el sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio, no bastaba con la publicación de un producto periodístico si este no se articulaba con políticas estatales. Esa idea permitió contemplar la posibilidad de buscar un respaldo con la institucionalidad, pero sin perder la independencia. En ese sentido, y frente a la coyuntura, apareció una convocatoria promovida por la Corporación Cultural Municipal de Villavicencio (Corcumvi), dentro del programa de estímulos municipales. Se formuló, entonces, un breve proyecto para diseñar un diagnóstico del sentido de pertenencia de los habitantes de la ciudad (Evidencia) y realizar un producto periodístico que interpretara los resultados. La propuesta, titulada Villavicensidad líquida, fue una de las ganadoras de la convocatoria Estímulos de Villavicencio crea contigo – Fortalecimiento del ecosistema cultural, en la categoría Investigación y Divulgación para el área de Periodismo. Dicho diagnóstico circuló en diferentes medios de comunicación a través de un comunicado de prensa con código QR para acceder a todo el contenido, incluidos los microdatos. También, se realizó un artículo periodístico para la revista *Agenda Hoy*, con videos de entrevistas y gráficas acerca de los resultados, lo que lo convierte de alguna manera en un producto transmedial y un aporte valiosos para estudiantes, docentes e investigadores, que a su vez expanden el contenido.

El tema del reportaje transmedia

Una de las coincidencias encontradas durante el diálogo con los periodistas entrevistados para este proyecto, fue aquella en la que los comunicadores identificaban al periodismo como el oficio del historiador del presente, pero a su vez lo consideraban al periodista como aquel que narra el pasado dentro de un contexto actual, con una aceptación

positiva de las audiencias, como se ratificó en la encuesta, por encima de los textos producidos por historiadores, sin demeritar a los segundos.

Y aunque no es garantía que un texto desde la mirada del periodismo histórico genere un mayor sentido de pertenencia por un territorio, retomar la memoria de un pasado contribuye a reforzar el interés por lo ocurrido en tiempos remotos en aras de entender el presente. También hay opiniones que reafirman que la historia en Villavicencio ha sido contada por periodistas de formas muy anecdóticas, sin un contexto que permita entender ese pasado, aunque esa manera de narrar genere un interés significativo en las audiencias, según las reacciones del público.

Entonces, surgió la idea de tomar un hecho anecdótico y enriquecerlo con su contexto, hacer memoria. La idea nace cuando me posiciono desde mi lugar de enunciación, un periodista migrante que narra el pasado de la ciudad que lo acoge, pero a través de un objeto mencionado en una de las entrevistas: la primera imprenta de Villavicencio, desde donde se empezó a imprimir la historia de la ciudad. El hecho anecdótico de la llegada de aquel objeto permite entender los inicios del periodismo histórico y la influencia de los misioneros montfortianos en la transformación de las identidades en uno de los periodos que, según la investigación, produjo ciertos cambios identitarios. Bajo esos parámetros se construyó un reportaje transmedia, fragmentado en historias independientes que juntas enriquecen la narrativa general.

Identificación y análisis de la macrohistoria del reportaje transmedia

Siguiendo el modelo de análisis de la estructura de las narrativas transmedia propuesto por García y Heredero (2015), se llevó a cabo una identificación y análisis de la macrohistoria titulada: *Huellas de una imprenta: Un viaje histórico, un legado enigma y un líder controversial* (Vea Tabla 5). Esta se presenta como un reportaje transmedia de seis

capítulos que explora la llegada de la imprenta a Villavicencio y el impacto de esta en la región y su influencia sociocultural. La audiencia objetivo son hombres y mujeres entre 25 y 44 años con interés en el periodismo y la historia.

La macrohistoria consta de seis capítulos que relatan desde la llegada épica de la imprenta desde Francia hasta la vida y obra del padre Mauricio Diéres Monplaisir, pieza clave en el desarrollo sociocultural de la región. La narración revela la historia no contada de la imprenta, su influencia en la formación cultural y periodística y los misterios que la rodean.

Los aspectos narrativos, según García y Heredero (2015), abordan el tiempo, espacio, y personajes involucrados en la historia. Esta se desarrolla entre el 24 de diciembre de 1915 y el 9 de febrero de 2021 en Villavicencio. Entre los personajes destacan el padre Mauricio Dieres Monplaisir, el obispo José María Guiot y Sansón (también conocido como Encarnación), quienes tienen roles cruciales en la evolución de la narrativa y la conservación del legado de la imprenta (García & Heredero, 2015, p.16).

Tabla 5. Identificación de la macrohistoria del reportaje transmedia

Partes	**Aspectos narrativos**		**Personajes**	**Fuentes**
	Tiempo	**Espacio**		
Capítulo 1. *Llegada de la imprenta: Un viaje épico desde Francia* Este acontecimiento histórico destaca la hazaña de traer la imprenta desde Francia a Villavicencio.	1915-1916	Francia, río Magdalena, Honda, Bogotá, Villavicencio.	**Principal**: José María Guiot. **Secundarios**: Cargueros:	Entrevistas a José Abelardo Díaz (historiador) y Leonardo Bernal (sacerdote montfortiano); periódico Eco de Oriente, consulta del libro *Lo que nos contó el abuelito;* y fotografías la Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO) y Horst Martin.
Capítulo 2. *La imprenta que forjó el periodismo* Este capítulo explora el papel fundamental que la imprenta y el	1800-1950	Bogotá, San Martín, Villavicencio, intendencia del Meta.	**Principal:** Mauricio Dieres Monplaisir **Secundarios:** Operarios de la imprenta, gestores de la comunicación,	Entrevistas a Édgar Aroca (periodista), José Abelardo Díaz (historiador) y Leonardo Bernal (sacerdote montfortiano); periódico Eco de Oriente*;* y

padre Mauricio Dieres Monplaisir jugaron en la formación del periodismo en Villavicencio. **Subcapítulo 2.1** *Historia del periodismo en Villavicencio y el Meta* Este subcapítulo aborda los detalles de la realización del libro *Periodismo en Villavicencio y el Meta*, una investigación que arroja luz sobre la evolución y el impacto de los medios de comunicación en la ciudad.			linotipistas, periodistas, Mario Leonardo Cubillos, Mario Enrique Cubillos, José Gregorio Hernández Rey, montfortianos, Raquel Ángel Rojas, Tulio Santamaría, Guillermo Herrera.	fotografías la Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO) y Horst Martin, documental *Los inicios del periodismo del Meta*.
Capítulo 3. *El legado montfortiano.* Este capítulo aborda la historia de la comunidad montfortiana que se estableció en Villavicencio a principios del siglo XX y su estrategia sociocultural para consolidar su papel como guía moral y espiritual ante la población.	1917-1990	Villavicencio, Guamal, Acacías, Restrepo, Cumaral.	**Principal:** comunidad monfortiana. **Secundarios:** periódico Eco de Oriente	Entrevistas a Édgar Aroca (periodista), José Abelardo Díaz (historiador) y Leonardo Bernal (sacerdote montfortiano); periódico Eco de Oriente*;* y fotografías la Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO).
Capítulo 4. *Eco de Oriente, más allá de las noticias.* En este capítulo se explora el valor histórico del periódico Eco de Oriente, a través de los relatos del historiador Jose Abelardo Diaz y del Padre montfortiano, Leonardo Bernal.	1917-1950	Vicariato de San Martín.	**Principal:** Periódico *Eco de Oriente*. **Secundarios:** población de la localidad.	José Abelardo Díaz (historiador) y Leonardo Bernal (sacerdote montfortiano) y periódico Eco de Oriente.
Capítulo 5. *El enigma de la imprenta perdida de Eco de Oriente.* En este capítulo, el historiador José Abelardo Díaz y el periodista Guillermo	1950-2021	Villavicencio	**Principal:** Imprenta. **Secundarios:** población de la localidad, empleados Eco de Oriente, familia propietaria de *Eco de Oriente.*	Guillermo Herrera (reportero gráfico), José Abelardo Díaz (historiador) y Leonardo Bernal (sacerdote montfortiano) y periódico Eco de Oriente.

Herrera desvelan el misterio que rodea a la antigua imprenta de Eco de Oriente, el periódico fundado por la comunidad montfortiana en Villavicencio.				
Capítulo 6. *Mauricio Diéres Monplaisier: entre la admiración y la controversia.* Este capítulo se adentra en la vida y obra del padre Mauricio Dières, una figura central en la comunidad montfortiana. Fundador de instituciones emblemáticas como la banda Santa Cecilia, el hospital Monfort, el primer banco de la región y la imprenta San José, su legado se entrelaza con la evolución sociocultural de la comunidad.	1916-1930	Territorio de San Martín, Villavicencio.	**Principal:** Mauricio Diéres Monplaisier. **Secundarios:** comunidad montfortiana, banda Santa Cecilia, hermanas de La Sabiduría.	Jaime Fernández Molano (periodista y escritor), Édgar Aroca (periodista), José Abelardo Díaz (historiador) y Leonardo Bernal (sacerdote montfortiano) y periódico Eco de Oriente.

Extensiones de la macrohistoria

La narrativa transmedia implica la expansión de un relato central a través de diferentes medios y plataformas, ofreciendo a los usuarios una experiencia más rica e inmersiva (García y Heredero, 2015). En el caso de la historia de la imprenta en Villavicencio, se adoptó, como se ha mencionado anteriormente, un enfoque transmedia para presentar a la audiencia una variedad de perspectivas y aspectos de este periodo crucial.

Por esa razón, y con base en el modelo propuesto por García y Heredero (2015), se realizó una matriz que detalla diversas extensiones de la macrohistoria central (Vea Tabla 6). Se incluyeron tanto elementos oficiales (creados con intención narrativa original) como extraoficiales, tal como la publicación de *Facebook* realizada por una prosumidora, la cual

tituló, «Mauricio Dieres y su embeleso por el teatro». Este última corresponde al Contenido Generado por el Usuario (CGU) que Scolari (2009), citado por los mismos autores, menciona como un componente esencial en la narrativa transmedia. También, se incluyó el documental *Inicios del periodismo en Villavicencio y el Meta 1800 a 1950,* al reportaje transmedia, esto con la intención de ofrecer una comprensión más profunda del contexto en cuestión. Es decir, se expandió dicha narrativa incorporándola a otra nueva en un ejercicio transmedial, lo que la convierte entonces en una NDA.

Las diferentes extensiones, como fotografías de época, ilustraciones interactivas, comparativas visuales y un documental, fueron alojados en soportes específicos diseñados para adaptarse a las preferencias y necesidades de diferentes segmentos de audiencia. Cada extensión tuvo una función específica en la narrativa transmedia, ya sea complementando la macrohistoria, profundizando en personajes específicos o expandiendo el universo narrativo en términos de espacio, tiempo o eventos (Belsunces, 2011).

Aquí fue fundamental destacar la intertextualidad existente entre estos elementos y la macrohistoria, y cómo se relacionan entre sí para conformar una narrativa cohesiva (García Carrizo & Heredero Díaz, 2015). Las diferentes extensiones no solo añadieron capas adicionales a la historia principal, sino que introdujeron nuevos personajes, eventos y contextos que no estaban presentes en la narrativa original.

Tabla 6. Identificación de las extensiones de la macro-historia que conforma el reportaje transmedia.

Extensión	Tipo de elemento	Partes	Aspecto narrativo	Fuentes	Soporte	Medio	Audiencia y usuario	Función
Lista de reproducción de video	Oficial	1.Llegada de la imprenta: Un viaje épico desde Francia La imprenta que forjó el periodismo 2.1 Historia del periodismo en Villavicencio y el Meta 3.El legado montfortiano	**Tiempo:** del 24 de diciembre de 1915 hasta el 9 de febrero de 2021,	Jaime Fernández Molano (editor), Édgar Aroca (periodista), Abelardo Díaz (historiador) y Leonardo Bernal (sacerdote); periódico	Youtube y Facebook	We love Villavo, Entreletras, Agenda Hoy, Villavicencio Día a Día, Decibeles y Vive el Meta (Vea tabla de Trayecto de de usuario).	Hombres y mujeres de 25 a 44 años. Usuario difusor.	Intersticial.

		4.Eco de Oriente, más allá de las noticias 5. El enigma de la imprenta perdida de 6. Eco de Oriente Mauricio Diéres Monplaisier.		*Eco de Oriente*; y fotografías la Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO) y Horst Martin, Asopemet.				
Fotografías de la época en la que se trabajó con la imprenta en Villavicencio	Oficial	Carretera de la época, patronato San José, Mauricio Dieres Monplaisir, posada en Buenavista, casa de la misión montfortiana, montfortiano, canasta sobre el río Guatiquía, José María Guiot.	**Tiempo:** 1915-1934 **Espacio:** Villavicencio **Personajes:** Mauricio Dieres Monplaisir y José María Guiot.	Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO), Horst Martin y Guillermo Herrera.	Página web	Historiadisuelta.co	Hombres y mujeres, de 25 a 44 años. Usuario observador.	Periférica.
Ilustración interactiva de Encarnación (Sansón), como representación de los cargueros.	Oficial	Descripción de su vestimenta, característica de su trabajo, elementos que usaba de apoyo.	**Tiempo:** 1915 **Espacio:** Carretera V/cio-Bogotá **Personajes:** Sansón.	Dibujo de Gerardo Cadavid, datos tomados de Burgos (1999).	Genially	Agenda Hoy	Hombres y mujeres, de 25 a 35 años. Usuario difusor.	Intersticial
Comparativa visual de dos épocas en la vida del padre Mauricio Dieres Monplaisir.	Oficial	Datos de nacimiento, comparativo entre edades y video (Youtube) sobre legado.	**Tiempo:** 1915-1927 **Espacio:** Villavicencio **Personajes:** Mauricio Dieres Monplaisir.	Periódico Eco de Oriente.	Juxtapose	Agenda Hoy	Hombres y mujeres, de 35 a 44 años. Usuario difusor.	Intersticial
Infografía de la imprenta y el lugar en la que funcionó.	Oficial	Plaza en la que se edificó la empresa editorial Eco de Oriente, imprenta, obispo, director del periódico y patronato San José.	**Tiempo:** 1920 **Espacio:** plaza central de Villavicencio **Personajes:** Montplaisir y Guiot.	Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO)	Página web Instagram	Agenda Hoy	Hombres y mujeres, de 25 a 44 años. Usuario difusor.	Periférica
Infografía interactiva de Villavicencio de 1916.	Oficial	Vista desde el cerro de La Salle, calle Real, colegio Nuestra Señora de la Sabiduría, calle de las Talabarterías,	**Tiempo:** 1916 **Espacio:** Villavicencio **Personajes:** N/A	Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO),	Genially	Agenda Hoy	Hombres y mujeres, de 25 a 44 años. Usuario discursivo.	Paralela

		catedral, hospital Montfort.		Guillermo Herrera, periódico Eco de Oriente.				
Línea de tiempo interactiva de la llegada de la imprenta.	Oficial	Llegada a Bogotá, arribo a Villavicencio, reparación e inauguración.	**Tiempo:**1915-1916 **Espacio:** Francia, Bogotá y Villavicencio **Personajes:** Guiot, Sansón, Gervasio Saunier	Periódico Eco de Oriente, Fundación para el Archivo Fotográfico de la Orinoquia (FAFO).	Genially	Agenda Hoy	Hombres y mujeres, de 25 a 44 años. Usuario difusor.	Intersticial
Documental de los inicios del periodismo.	Extraoficial		**Tiempo:**1800-1950 **Espacio:** Departamento del Meta **Personajes:** Periodistas locales.	Asociación de Periodistas del Meta (Asopemet), periodista Édgar Aroca.	Youtube		Hombres y mujeres, de 18 a 60 años. Usuario discursivo.	Narrativa derivada de autor (NDA)
Post (texto y fotos) sobre Mauricio Dieres y su embeleso por el teatro.	Extraoficial		**Tiempo:**1910-1930 **Espacio:** Villavicencio **Personajes:** Padre Mauricio Dières Monplaisir. Monseñor Eugenio Morón. Monseñor José María Guiot. Monseñor Francisco Bruls. Monseñor Gregorio Garavito Jiménez. Adelita. Hermana Sor Luciana. Hermana María Inés. Hermana Bertha. Hermana Wilfrid. Hermana Úrsula. Hermanas Tejeiro	Ana margarita Rodríguez Devia, seguidora de las redes sociales de la revista *Agenda Hoy*.	Facebook	Agenda Hoy	N/A (se desconoce)	Contenido generado por el usuario (CGU)

			(Ana e Inés). Margoth y Mayuya Hernández. Abel Lombo (Sansón). Maximiliano Gutiérrez Pardo. Marco Tulio Torres					

Nota: La matriz presenta un universo narrativo detallado y multifacético de la era de la imprenta en Villavicencio, construido con elementos oficiales y extraoficiales, cada uno con su propia función, medio, soporte y audiencia. Fuente propia.

Como se evidencia, cada una de las extensiones estuvo acompañada por diversos textos presentados en variados lenguajes y formatos, como imágenes interactivas, ilustraciones, fotografías y texto escrito. Además, se utilizaron aplicaciones como *Genially*, *Yuxtapose* y *Myheritage* para generar interacción con la audiencia. Estas historias fueron difundidas a través de ocho medios de comunicación de Villavicencio: *Periódico del Meta*, *Decibeles*, *Vive el Meta*, *Agenda Hoy*, *Villavicencio día a día*, *We love Villavo*, *Entreletras* y *Club Cinéfilos*. La difusión de estas publicaciones principalmente se realizó mediante las páginas de Facebook de cada medio, considerando que esta plataforma es la principal red social de mensajería en Colombia, con un uso del 58% para noticias y 75% para cualquier fin, así como a través del canal de Youtube de *Agenda Hoy*. Para este caso, Facebook se sitúa como la tercera preferida en el país, con un 36% de uso para noticias y un 71% para cualquier propósito, según indica el informe Digital News Report 2023 del Reuters Institute for the Study of Journalism (Universidad de Oxford).

Además, es importante resaltar que el reportaje se orientó hacia un público objetivo en Villavicencio, con edades comprendidas entre 25 y 44 años. Cabe mencionar que cada contenido fue difundido acompañado del numeral #HistoriaDisuelta, lo cual no solo facilitó

su alcance y difusión, sino que también permitió conceptualizarlos como elementos integrantes de un hipertexto. Esta estrategia contribuyó a interconectar las historias previamente dispersas en la plataforma digital.

Este hipertexto, caracterizado por su naturaleza transmedial (Rost, Bernardi y Bergero, 2016), exhibe rasgos que trascienden las fronteras mediáticas tradicionales, presentando una fusión armoniosa de diferentes medios y contenidos.

El tema de abordaje también surgió de recordar la celebración del Día del Periodista, evento que se llevó a cabo el 9 de febrero de 2022, en el teatro Rosita Hoyos de Mejía de Villavicencio. Ese día se realizó una charla sobre la historia del periodismo en la ciudad, a la cual asistí. Uno de los invitados mencionó la importancia de entender a los personajes de aquel entonces, pero desde el contexto sociocultural de ese momento, algo muy similar a lo mencionado por varios de los expertos entrevistados durante la presente investigación.

En aquel entonces formé parte de la audiencia, fue consumidor del contenido, pero ahora me convierto en prosumidor, expando esa narrativa. Es decir, el periodismo transmedia, como diría Bourdieu (1991), «es una estructura estructurante estructurada» (p. 118), en tanto su contenido no surge de la nada, sino que se produce en lo concreto, a partir de un hecho ocurrido o de alguno que sucederá producto de un pasado. El periodismo histórico se vale de ese pasado y lo trae al presente, entonces, para que el proyecto tenga continuidad en el tiempo, se tomó la decisión de elegir universo narrativo la historia de Villavicencio, una historia disuelta, nombre que lleva la página web que alberga el reportaje transmedia.

El universo narrativo, por ser la historia de la ciudad, puede ser infinito, por la cantidad de aristas que de allí se pueden desprender. Es decir, está planteado con el objetivo de que no termine en este proyecto, sino que se mantenga con el paso del tiempo.

> En su búsqueda de una identidad cultural auténtica, Villavicencio tiene el derecho legítimo de celebrar su colorido pasado, pero justo como los antiguos pueblos del Lejano Oeste en los Estados Unidos, los Llanos ya no pueden pretender estar situados a lo largo de la frontera: Villavicencio se ha integrado por completo a la sociedad y a la cultura colombianas (Rausch, 2011).

Cada una de las historias del reportaje fueron condensadas en la página web www.historiadisuelta.co, pero difundidas con base en la estructura de trayecto de usuario (Prádanos, 2012), como un gráfico que ilustra las posibles rutas o itinerarios que, durante seis días, las audiencias podían seguir a lo largo del proyecto (Vea Tabla 7).

TABLA 7.

TRAYECTO DE USUARIO #HISTORIADISUELTA. FUENTE PROPIA.

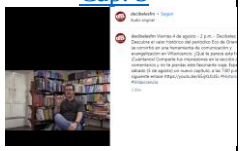
Medio	Plataforma	Fecha				
		Día 1	**Día 2**	**Día 3**	**Día 4**	**Día 5**
Historia Disuelta	Web	Reportaje completo				
Club Cinéfilos	Facebook		Foto expectativa		Imagen interactiva	
Entreletras	Facebook					Libro de la historia del periodismo

We Love Villavo	Web				**Cap. 5** 	
	Facebook				Cap. 5 	
Villavicencio día a día	Facebook				**Cap. 6** 	
Periódico del Meta	Facebook			Cap. 2. 		

	Instagram Reel			**Cap. 2** 		
Agenda Hoy	Facebook	Foto Expectativa 		**Cap. 4** 	Infografía Imagen interactiva 	

	Instagram				Infografía	
	Youtube		**Cap. 1**	**Cap. 2**		

			Cap. 3 	**Cap. 4** 		
Decibeles	Facebook	Cap. 3 				

	Instagram Reel	Cap. 3 				
Vive el Meta	Facebook		**Cap. 1**			

Las reacciones

Las publicaciones de expectativa generaron una participación activa y diversa en las páginas de Facebook de *Agenda Hoy* y *Club Cinéfilos*. En la página de *Agenda Hoy,* se compartió una foto de la imprenta de Eco de Oriente, acompañada de la pregunta: ¿Qué crees que se esconde detrás de la imprenta? Esta incógnita atrajo comentarios que van desde reflexiones sobre el impacto de la imprenta en la sociedad hasta referencias literarias sobre la invención de Gutemberg.

En la página de *Club Cinéfilos,* se publicó una imagen de la juventud del padre Mauricio Monplaisir, director de Eco de Oriente, con la pregunta: ¿Lo reconoces? Esta imagen despertó curiosidad entre los seguidores, quienes especularon sobre la identidad de la persona retratada y compartieron sus asociaciones personales.

La interacción en ambas publicaciones revela un profundo interés por la historia y el legado de la imprenta y el padre Mauricio Diéres Monplaisir en la comunidad de Villavicencio. Los comentarios reflejan una apertura al diálogo, la reflexión sobre la historia y la cultura, y la conexión emocional con la identidad local. La variedad de respuestas demuestra cómo este tema es relevante y estimulante para la audiencia, fomentando una conversación enriquecedora y diversa en torno a la historia periodística de la región.

Además, los comentarios recibidos en respuesta al contenido que se difundió en los siete medios de comunicación reflejan algunos puntos de interés:

Valor histórico y cultural: Varios comentarios destacan la importancia histórica y cultural del reportaje. Resaltan cómo la imprenta contribuyó al desarrollo de la localidad, el periodismo y las normas ciudadanas y mencionan la importancia de revivir la historia, además, buscan relacionar la imagen del pasado con el presente.

Reconocimiento y felicitaciones: Los comentarios de felicitación y reconocimiento son un testimonio del aprecio por el trabajo realizado. Se registran apreciaciones por la investigación y el reportaje, elogian el periodismo y el trabajo en equipo.

Recuerdos personales y anécdotas: Algunos comentarios comparten recuerdos personales y anécdotas relacionadas con la historia presentada en el reportaje. Una de ellas comparte historias de su madre relacionadas con el Padre Mauricio Diéres Monplaisir, y otro relaciona la historia con aspectos internos de los individuos.

Indagación y preguntas: Varios comentarios reflejan un interés en profundizar en la historia presentada. Uno de ellos plantea un mito urbano sobre la imprenta escondida, otro

menciona un asesor en historia para indagar en fuentes remotas, y alguno expresa su deseo de leer el libro mencionado y conocer más sobre la historia del periodismo en la región.
Crítica y reflexión: Algunos comentarios presentan una perspectiva crítica o reflexiva. Uno de ellos plantea la cuestión de la protección de la historia, mientras que unos pocos admiten no tener conocimiento sobre el tema.

Los comentarios reflejan un interés positivo en la historia presentada en el reportaje, así como un deseo de conocer más detalles y profundizar en la investigación. También se aprecian conexiones personales y culturales con el tema, así como reflexiones sobre el valor de preservar y compartir la historia local.

Conclusiones

La presente investigación partió de la hipótesis de una crisis en el sentido de pertenencia de los habitantes de Villavicencio, esto debido a los antecedentes de la creación del Día de la Villavicensidad, conmemoración que ha tenido poca repercusión en cuanto a las estrategias para incentivar el arraigo en la ciudad. Sin embargo, los resultados sugieren que, en su mayoría, los habitantes del municipio tienen, en mayor medida, un grado medio y alto de sentido de pertenencia, pero con una significativa falta de interés para participar políticamente en asuntos relacionados con la ciudad, priman los individualismos frente a la colectividad. Se habla, entonces, de topofilia, de ese vínculo afectivo del ser humano con su entorno, pero se hace necesario establecer cuáles son las relaciones de poder y los significados que determinan el grado de participación política de cada individuo.

Aunque Villavicencio es una ciudad multicultural, las prácticas institucionales y gubernamentales en el departamento del Meta han promovido los estereotipos que dibujan a un villavicense asociado a unas prácticas de la llaneridad, así como la incorporación de ese imaginario en las identidades villavicenses que, como se sugiere en la investigación, no se puede hablar de una identidad estática sino de diversas y cambiantes a partir de las relaciones que se dan en el territorio.

La memoria ni la historia de un territorio deberían narrarse desde lo anecdótico, menos si se trata de un asunto periodístico. Los acontecimientos del pasado se produjeron en un contexto social, histórico y cultural, no es el mismo contexto del momento en el que se

narra ni se aprecia con la misma perspectiva. En ese sentido, es necesario interpretar no solo el suceso narrado, sino el contexto en que se origina, los antecedentes y las repercusiones.

No importa la categoría o 'apellido' que se le otorgue al periodismo —cultural, deportivo, político, económico, histórico…—, se deben respetar los fundamentos éticos del oficio, pero no asumir una verdad como absoluta y cargada de objetividad, sino a partir de un asunto de subjetividades que dependen de un contexto, pero, en cualquier caso, con una carga alta de rigurosidad.

A pesar del decaimiento en la credibilidad del periodista y de la crisis del oficio, las narrativas de la memoria histórica de un territorio tienen un alto interés de lectura si son contadas por periodistas, porque, a diferencia de los historiadores, los periodistas tienen un mayor número de herramientas de comunicación, incluidas las tecnologías de la información, además, existe una mayor posibilidad de generar una convergencia entre medios y periodistas hacia una expansión de las narrativas.

No es posible hablar de una sola identidad en Villavicencio, sino de múltiples identidades, que además no son estáticas, se transforman con el territorio a través del tiempo. Sin embargo, las políticas del departamento del Meta, que afectan directamente su capital, insisten en anteponer la llaneridad a las políticas culturales en un sentido esencialista.

El periodismo puede convertirse en una herramienta para la reconstrucción de la historia de un territorio, pero no garantiza que sus publicaciones fortalezcan el sentido de pertenencia de los habitantes si estas no se acompañan de una producción sistemática y convergente, no solo de medios, lenguajes, formatos y canales, sino institucional y empresarial, en la que diferentes medios de comunicación se articulen en un mismo propósito.

La mejor forma de identificar el impacto de las publicaciones generadas desde el periodismo histórico es a través de la interacción de las audiencias, pero las interacciones

deben ir más allá de un ‘me gusta’; es importante lograr que estas expandan las historias, que crucen la frontera de consumidor a prosumidor en un ciclo constante.

Reflexiones

Al examinar detenidamente los resultados de la encuesta sobre el sentido de pertenencia en Villavicencio, así como explorar las preferencias de medios y formatos para conocer la historia de la ciudad, emerge un panorama intrigante y lleno de matices. Puedo ver cómo se entrelazan y complementan, arrojando luz sobre cómo nos relacionamos con nuestro pasado y cómo esto moldea nuestra identidad y conexión con la comunidad.

Destaco la conexión emocional y arraigo que los habitantes sienten hacia Villavicencio. El valor atribuido al patrimonio cultural y la importancia de preservar las tradiciones locales resaltan un compromiso con el desarrollo futuro de la ciudad. Veo cómo esta identidad arraigada influye en la manera en que la gente se informa sobre la historia de Villavicencio.

La preferencia por las redes sociales como medio principal para acceder a la historia refleja la rapidez y comodidad con la que buscamos información en la era digital. Aunque esta plataforma ofrece instantaneidad y atractivo visual, surge la pregunta sobre si esta conveniencia sacrifica la profundidad del conocimiento histórico. Esta reflexión sobre los medios utilizados para conocer la historia se conecta con el sentido de pertenencia, ya que sugiere que, a pesar de la rapidez, existe una búsqueda de comprensión más profunda de la ciudad y su pasado.

El énfasis en la fotografía como formato preferido para explorar la historia resuena con la idea de conexiones emocionales y visuales presentes en el primer texto. Las imágenes tienen el poder de transmitir emociones y momentos en un instante, lo que conecta directamente con la forma en que los habitantes valoran la belleza natural de Villavicencio y su influencia en sus vidas.

El enfoque en los documentales interactivos, en este caso reportaje interactivo, y la idea de co-creación en la narrativa transmedia, resalta la importancia de la participación

activa en el proceso de aprendizaje histórico. Esto se alinea con la preocupación expresada sobre el nivel de participación comunitaria y cómo esta podría influir en la calidad de vida en la comunidad.

Historia Disuelta demuestra cómo el periodismo transmedia puede trascender los límites de la comunicación convencional y provocar un impacto significativo en la percepción de la historia y la identidad. A través de una combinación de medios, formatos y lenguajes, la narrativa transmedia permite una experiencia enriquecedora que invita a la audiencia a explorar y co-crear la historia de su comunidad.

Referencias

Aguilera Povedano, M., & Durán Mañes, Á. (2014). *El periodismo histórico: teoría y técnica de su uso en la prensa española. Prisma Social*, (12), 0-44. IS+D Fundación para la Investigación Social Avanzada. Las Matas, España.

Aguirre J., Á. P. (2015). Revista Nova et Vetera *¿Por qué es importante la memoria histórica en Colombia?* Universidad del Rosario. URL: https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/37030

Aranda Bustamante, G., & Salinas Cañas, S. (2012). *Cronotopos y parusía: las identidades míticas como proyecto político*. Polis, 27. Publicado el 13 de octubre de 2012. Consultado el 07 de agosto de 2023, desde https://journals.openedition.org/polis/7092

Aroca Campo, É. A. (Productor general), García Delvasto, L. F. (Directora), & Buenaventura Castellanos, J. (Cámara, sonido y edición). (2022). *Los inicios del periodismo en Villavicencio y el Meta: 1800-1950* [Documental]. Villavicencio

Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Taurus.

Burgos Moyano, C. (1999). *Crónicas y anécdotas regionales: Villavicencio años 1900*. C. Burgos Moyano.

Callegari Melo, N. (2020). *Géneros periodísticos de hoy. Este es el manual*. Bogotá: Ediciones USTA – ECOE Ediciones.

Cámara de Comercio de Villavicencio. (2004). *Vive tu ciudad*. Cuarta semana de la Villavicensidad, del 18 al 22 de octubre de 2004. [Folleto].

Cepeda, R. (2018). *Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación*. Tabanque, (31), 244-262.

Cortés Acuña, C., & Castañeda-Pérez, Y. (2020). *Villavicencio: de nacimiento espontáneo a ciudad intermedia actual.* Territorios, (43-Esp.). https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.8284

De la Hoz Rodríguez, K. (2015, 19 de septiembre). *El periodismo es un servicio, no una fábrica de páginas vistas*. El Espectador. https://www.elespectador.com/entretenimiento/cine-y-tv/el-periodismo-es-un-servicio-no-una-fabrica-de-paginas-vistas-article-587304/

Di Méo, G. (2000). *Géographie sociale et territoires*. Nathan.

Erazo Ortega, I., & Erazo Ortega, M. (2020). Diseño de estrategia de comunicación transmedia para visibilizar y contribuir a la preservación de la memoria histórica de las prácticas culturales de la comunidad de San Cipriano, Valle del Cauca. Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado de https://red.uao.edu.co/handle/10614/12816

Espinel Riveros, N., & Espinel Sánchez, N. (2016). *Aproximación al joropo: Otra de las manifestaciones de la identidad cultural de los villavicenses*. Editorial Entreletras.

García Canclini, N. (1995). *Hybrid cultures: Strategies for entering and leaving modernity*. University of Minnesota Press.

García Carrizo, J. y Heredero Díaz, O. (2015): *Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia*, Icono 14, volumen (13), pp. 260-285.

Giménez, G. (2001). *Cultura, territorio y migraciones. Aproximaciones teóricas*. Alteridades, 11(22), 5-14.

Imbachí, D. A. (2019). Propuesta para aportar a la recuperación de la memoria cultural en la comunidad Misak de Guambía desde un producto Transmedia. En 2º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies: O protagonismo da narrativa imagética. Memórias (pp. 906-923). Ria Editorial. Portugal.

Kapuscinski, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Anagrama.

Llorenc, S. M. (1988). *La realización de documentales y reportajes para televisión*. CIMS.

Martín, M., & Rodríguez, S. (2017). *Manual de Periodismo Transmedia*: Introducción y orientación al desarrollo de reportajes periodísticos transmedia. Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba (inédita). Recuperado de http://hdl.handle.net/11086/5008.

Medina, S. A. (2018). *Directo Bogotá bajo las narrativas transmedia*. Recuperado de: http://hdl.handle.net/10554/39858.

Ministerio de Cultura. (s.f.). Autorización de intervención de bienes de interés cultural https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/Paginas/Autorizacion-de-Intervenciones.aspx

Molano, A. (2007). *Migraciones en Colombia: una aproximación a la dinámica migratoria, sus características y sus impactos*. Departamento Nacional de Planeación.

Montañez Gómez, G., & Delgado Mahecha, O. (1998). *Espacio, territorio y región: conceptos básicos para un proyecto nacional*. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 7(1-2), 120-134. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6581689

Noyes, D. (2016). Humble Theory: Folklore's Grasp on Social Life. Indiana University Press.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1 de octubre de 2018). Sostenibilidad del patrimonio. https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf

Pabón, Ó. (2003, septiembre). *Visión perspectiva de Villavicencio*. Revista Samán, (1), 82-83.

Porto, D. y Flores, J. (2012). *Periodismo Transmedia*. Madrid, Fragua.

Puerta, A. (2011). *El reportaje: un género híbrido, omnívoro y totalizante*. Ciencias Sociales y Educación. Universidad de Medellín, Colombia. Recuperado de revistas.udem.edu.co/index.php/ciencias_sociales/article/…/831/779

Rausch, J. (2011). *De pueblo de frontera a ciudad capital: la historia de Villavicencio, Colombia, desde 1842.* Banco de La República. Universidad de los Llanos.

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). Digital News Report 2023. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2023]

Ricoeur, P. (2000). *La escritura de la historia y la representación del pasado*. Texto pronunciado en París el 13 de junio de 2000 en el marco de la 22ª Conferencia Marc Bloch, bajo los auspicios de L'École des Hautes Études en Sciences Sociales.

Ricoeur, P. (2000). *La memoria, la historia, el olvido*. Siglo XXI Editores.

Riveros Romero, M. (2020). Presentación Pacto de la llaneridad #SomosdelMeta #SomosLlaneros [Página 2]. Universidad Santo Tomás. Repositorio Institucional USTA. Recuperado de https://repository.usta.edu.co/handle/11634/28783

Rost, A., Bernardi, M. T. & Bergero, F. (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. Publifadecs.

Schudson, M. (1992). *Watergate in American memory: How we remem ber, forget, and reconstruct the past.* Nueva York, ee.uu.: Basic Books.

Sánchez, M. (2016). *Cultura y patrimonio: La construcción de identidad. Historia y Patrimonio*, 4(2), 45-57.

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Solano Castaño, M. J. (2018). Proyecto de periodismo cultural transmedia para documentar el Festival Multicultural de los Montes de María en el Departamento de Bolívar (Tesis de maestría). Universidad de la Sabana, Facultad de Comunicación, Maestría en Periodismo y Comunicación Digital. Recuperado de

https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/33081/Tesis%20Mar%C3%ADa%20Jos%C3%A9%20Solano%20Casta%C3%B1o.pdf?sequence=2

Spíndola Zago, O. (2016). *Espacio, territorio y territorialidad: una aproximación teórica a la frontera*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 61(228), 27-55. https://doi.org/10.1016/S0185-1918(16)30039-3

Torrez, J. (2020). El sentido de pertenencia de los migrantes bolivianos en la ciudad de Pedro Luro (Buenos Aires - Argentina). Geograficando. Memoria Académica.

Uribe Castro, H., & Holguín, C. J. (2012). A propósito de la oleada invernal, el papel del Estado frente al manejo del dique del río Cauca en Cali, Colombia. Revista Eleuthera, 6, 228-245.

Vázquez Liñán, Miguel, & Leetoy, Salvador. (2016). *Memoria histórica y propaganda. Una aproximación teórica al estudio comunicacional de la memoria*. Comunicación y sociedad, (26), 71-94. Recuperado en 07 de marzo de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000200071&lng=es&tlng=es.

Viaña, J., Tapia, L. y Walsh, C. (2010). *Construyendo Interculturalidad Crítica*. Instituto Internacional de Integración del Convenio Andrés Bello.

Zacipa, I. I. (2020). *Comunicación creativa, un debate teórico para las industrias culturales, creativas y de contenidos*. En F.J. Herrero Gutiérrez, J. Segarra-Saavedra & T.

Hidalgo Marí (Eds.), *La innovación docente, a debate: Aplicaciones en torno a la Comunicación Audiovisual, Publicidad, Relaciones Públicas y Periodismo* (pp. 153-162)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (5a ed.). URL: https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf