Análisis lexicometrico y estrategias lingüísticas del Place Branding en el posicionamiento territorial de Boyacá, Colombia

Angie Paola Velandia Bustacara

RESUMEN

El presente trabajo es una propuesta de investigación que busca analizar el impacto del lenguaje en el Place Branding del departamento de Boyacá, Colombia. El problema de investigación se centra en cómo los patrones lingüísticos utilizados en discursos institucionales y campañas promocionales pueden fortalecer la identidad territorial y mejorar su percepción en mercados nacionales e internacionales. El objetivo principal es identificar estos patrones lingüísticos mediante técnicas lexicometrica, con el fin de optimizar la comunicación y el posicionamiento del territorio.

INTRODUCCIÓN

El Place Branding es una herramienta estratégica que ayuda a fortalecer la identidad y el posicionamiento de los territorios en un entorno competitivo, tanto a nivel nacional como internacional. En el caso de Boyacá, una región con un rico patrimonio cultural, histórico y natural, el uso adecuado del lenguaje en sus discursos institucionales y campañas promocionales resulta fundamental para comunicar de manera efectiva sus potencialidades y atraer turismo, inversión y reconocimiento cultural. **Diagrama del Proceso de análisis lexicometrico en Place Branding:**

Recopilación de materiales: discursos oficiales, folletos, etc. → **Preparación del corpus:** Limpieza y organización de los datos → **Análisis lexicometrico:** Uso de herramientas para detectar frecuencias, asociaciones y patrones → **Interpretación de resultados**: Identificación de coherencias, incoherencias y oportunidades de mejora. → **Recomendaciones estratégicas:** Perfeccionamiento del discurso comunicativo y fortalecimiento de la identidad territorial.

METODOLOGÍA

La presente investigación seguirá un enfoque estructurado que combina técnicas de análisis lexicometrico y estrategias cualitativas para comprender y fortalecer la estrategia de Place Branding en Boyacá, Colombia.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis lexicometrico preliminar de los materiales comunicativos recopilados ha permitido identificar algunos patrones destacados en el uso del lenguaje en las campañas y discursos oficiales relacionados con Boyacá. Entre los resultados, se destaca: Frecuencia de términos clave: Se ha observado una alta incidencia de palabras relacionadas con la cultura, patrimonio y naturaleza, lo cual refuerza la identidad territorial en los discursos analizados.

Se espera que, con la culminación del análisis, se pueda fortalecer la estrategia comunicativa y de posicionamiento del territorio.

CONCLUSIONES

- La aplicación del análisis lexicometrico permitirá identificar los patrones lingüísticos predominantes en los discursos institucionales y promocionales de Boyacá, evidenciando su coherencia y oportunidades de mejora en la estrategia comunicativa.

BIBLIOGRAFÍA

Martínez, N. M., & Blanco, M. C. (2010). *Marketing de ciudades y «Place Branding»*. Pecvnia Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de León, 2010, 123-149. https://doi.org/10.18002/pec.v0i2010.767