

Instagram: el auge de las estrategias de comunicación en los colectivos
populares en Colombia

Adriana Lucia Delgado Suárez

c.c 1.004.845.473

Leidy Carolina Suárez Flórez

c.c 1005023689

Facultad de Artes y Humanidades

Comunicación Social, ampliación

Cúcuta Universidad de Pamplona

2022

Instagram: el auge de las estrategias de comunicación en los colectivos de populares en Colombia

Adriana Lucia Delgado Suárez

c.c 1.004.845.473

Leidy Carolina Suárez Flórez

c.c 1005023689

Tutor

Fanny Lorena Maestre Cárdenas

Facultad de Artes y Humanidades

Comunicación Social, ampliación

Cúcuta Universidad de Pamplona

2022

Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
Instagram: el auge de las estrategias de comunicación en los colectivos populares en Colombia	8
Identidad y Territorio: El Objetivo de los Colectivos Sociales y Populares en Norte de Santander.	9
Tibú Linda y la Visibilización de las Riquezas Culturales del Catatumbo	11
El Tarra tv, Medio Alternativo del Corazón del Catatumbo	12
Aporte a la Sociedad de la Escuela de Comunicación Popular Jaime Garzón	13
Acción y Movilidad en Ciudad en Movimiento	15
Las Organizaciones Culturales y el impacto Generado en Colombia	16
Made in Chocó moviendo en el Pacifico	16
CapiartArauca y la Ilustración del Llano Nororiental	18
Artivismo: El Arte del Contenido Social Explícito en el Mundo	19
Anonymous y el Gran Revuelo Cibernético	20
Interactividad en Redes Sociales	21
Conexión Emocional Estratégica en las Redes Sociales	22
Resultados y conclusiones	24
Referencia Bibliográfica	27

Resumen

En este artículo se busca abordar e identificar el uso de la red social Instagram como plataforma para la difusión y preservación cultural de los territorios, a través de organizaciones sociales y colectivos populares. Analizando la influencia de esta red social que plantea la diversificación de narrativas comunicacionales en ecosistemas virtuales, principalmente en los medios sociales, desde factores como el activismo, el *engagement* y la interacción en redes sociales.

Las redes sociales se han constituido como uno de los canales de difusión e información más usados y con mayor alcance, así lo plantea Hutt Herrera, H. (2012): “Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica” (p.1). Por otra parte, las organizaciones sociales han determinado este espacio como plataforma para la difusión de sus causas sociales con el objetivo de amplificar su desarrollo más allá de la geografía de los territorios.

Es necesario comprender las dinámicas de las redes sociales para considerar su aprovechamiento e impacto en procesos de transformación social, es de vital importancia visibilizar las estrategias y métodos usados por las organizaciones sociales para impulsar el desarrollo de su comunidad en escenarios digitales, que eventualmente aporten a la expansión de sus miembros.

La difusión, por otra parte, entendida desde la alternatividad, busca espacios de accesibilidad para todos con una parrilla de contenido autóctono en el que se representa la identidad e idiosincrasia del contexto local.

Palabras claves: Instagram, organizaciones sociales, cultura, territorios, transformación social, *engagement*, difusión.

Abstract

This article seeks to address and identify the use of the social network Instagram as a platform for the dissemination and connection of communities that have access to the Internet, as well as to analyze the influence of Instagram being the window of amplification of some social organizations and popular groups in areas with social problems such as El Tarra, Tibú, Cúcuta, Arauca and Quibdó. In addition, it proposes the diversification of communicational narratives in virtual ecosystems, mainly in social media, from factors such as activism, engagement, virality and interaction in social networks.

Social networks have become one of the most widely used and far-reaching channels of dissemination and information, as stated by Hutt Herrera, H. (2012): "Social networks have marked a milestone in terms of mass dissemination, due to its scope, characteristics and impact on today's society. They are used both by individuals and by companies, since they allow for interactive and dynamic communication". On the other hand, social organizations have determined this space as a platform for the dissemination of their social causes with the aim of amplifying their development beyond the geography of the territories.

It is necessary to understand the dynamics of social networks, to consider their use and impact in processes of social transformation, therefore, it is of vital importance to make visible the strategies and methods used by social organizations to promote the development of their community in digital scenarios, that eventually contribute to the expansion of its members.

Diffusion, on the other hand, is understood from the alternative and decentralized, looking for accessible spaces for all and with a grid of autochthonous content created by the population in which the identity and idiosyncrasy of the local context are represented.

Keywords: Instagram, social organizations, culture, territories, social transformation, engagement, diffusion.

Introducción

La revolución digital a finales de 1950 impulsó diversas dinámicas de comunicación, relaciones interpersonales y ecosistemas virtuales que nunca antes se habían contemplado. A una velocidad sin precedentes la transformación hacía un nuevo mundo yacía en los territorios en donde existía acceso a Internet. Así se generan transiciones en la forma en como poblaciones adoptan nuevos métodos para transmitir información. Las redes sociales por su parte fueron el principal punto de encuentro para debatir, construir, promocionar, divulgar e inclusive preservar saberes autóctonos de las comunidades, entre ellas encontramos varias que por su alcance y gran número de usuarios, son usadas por las comunidades, Instagram como plataforma para compartir imágenes y videos, Facebook para interactuar y relacionarse con personas, Twitter con el propósito de debatir ideas y posturas respecto a cualquier temática, LinkedIn como escenario empresarial, espacio idóneo para el campo laboral, TikTok como difusión a través de videos cortos, acogida principalmente por jóvenes. Cada una con enfoques diferentes, pero con similitudes como el intercambio de información y la interacción social. En este sentido, abre posibilidades para que organizaciones sociales las utilicen como uno de los medios de difusión en entornos digitales.

Las redes sociales y los medios digitales ayudan a romper la barrera que gran parte de la sociedad percibe delante de la mayoría de las instituciones culturales, haciéndolas accesibles, atractivas y cercanas al alcance de todos, lejos del ámbito de especialización o elitismo en el que en muchas ocasiones se las sitúa...La actualización y diversificación de contenidos es relativamente fácil, rápida y económica. (García, M.d.C, 2021, p .18)

Como menciona el autor, brindan la posibilidad de transgredir esa barrera que se percibe en relación a una causa social, generando interés por la participación, además de su

constante dinámica que abre espacios para evolucionar y contrastar perspectivas.

Las redes sociales acercan a dos partes, a una organización con los miembros de su comunidad. Su fácil acceso hace que llegue a lugares recónditos, algo difícil de lograr con los medios tradicionales, principalmente por la centralización de cadenas de medios. Por su parte, los medios alternativos como emisoras comunitarias y periódicos locales eran la principal ventana para reconocer comunidades y organizaciones que promueven la transformación social desde diversos ejes, además la conexión que se obtiene con un *target* joven produce cierto atractivo a través del lenguaje y las nuevas narrativas comunicacionales a gran número de niños y jóvenes como lo manifiesta García, M.d.C (2021) “Una de las grandes ventajas de las redes sociales es la posibilidad de conectar con el público joven, habituado a su uso y más accesible a través de estos canales que además permiten usar un tono mucho más distendido” (p. 19), Justamente el tono influye en el acercamiento de los jóvenes, es transmitir el mensaje de par a par, para hacerlos sentir uno más del entorno, sin protocolos que dificultan el acercamiento, con frescura que incentiva a los jóvenes a formar parte de la organización.

Instagram: el auge de las estrategias de comunicación en los colectivos populares en Colombia

Es indispensable entender el origen de la red social Instagram, el uso de la plataforma y el contexto en el que surge, además de plasmar aspectos particulares de la red social en relación de funcionamiento y aprovechamiento de diferentes sectores, recalcando el impacto que puede generar este canal digital si es utilizado por organizaciones que trabajan desde las comunidades para consolidar una transformación social.

Instagram fue creado y fundado por Kevin Systrom y Mike Kriegerde en el 2010, inicialmente bautizaron la red social con el nombre de Burbn, una aplicación innovadora en donde su principal función consiste en postear fotografías geolocalizadas, a tan solo meses de su creación, logró obtener un millón de usuarios y su funcionalidad se enmarco en compartir y retocar fotografías, después de un en funcionamiento contaba con 10 millones de usuarios y el 9 de abril del 2012 Mark Zuckerberg la compra por \$1,000 millones de dólares, así lo dio a conocer Kevin Systrom, presidente de Instagram: “Trabajaremos con Facebook para evolucionar Instagram y construir la red. Seguiremos añadiendo novedades al producto y buscando nuevas maneras de crear una experiencia de fotos para móviles cada vez mejor”, precisamente el avance tecnológico en materia de smartphones y conectividad la posicionó en la cima de las redes sociales más utilizadas, expandiendo la manera en cómo los individuos se comunican y relacionan entre sí, lo que originó en una migración digital, es así como empresas, organizaciones y personas la toman como herramienta de comunicación en el ámbito digital, aunque cabe recalcar que una de las críticas más recurrentes es la influencia en la personalidad de los usuarios, se identificó que una de las actitudes en el uso de Instagram va relacionada con la “Evasión de la realidad: algunos usuarios de Instagram buscan la relajación y evitan enfrentarse a los problemas mirando las fotografías de los demás” (Casado, C & Carbonell, X, 2018, p. 25), por lo tanto es importante la utilización de la red social para la divulgación de un

mensaje, pero sin que afecte las actitudes de los usuarios, con esto lograr dar un uso óptimo más allá del entretenimiento y más cercano a la realidad.

En la actualidad se registran en el mundo más de 730.000 usuarios al día en Instagram, un crecimiento exponencial que originó nuevas narrativas e imaginarios sociales a raíz de la aplicación, actualmente cuenta con más de 1000 millones de usuarios activos. “Es una red donde se comparten diariamente más de 80 millones de fotos y vídeos” (Instagram Press, 2017) y es una de las favoritas por los jóvenes alrededor del mundo, abriendo oportunidades para el campo académico, social y cultural que enfocan su desarrollo en una población juvenil.

Dueñas (2020), plantea en: La comunicación de las causas sociales en tiempo de Instagram: un análisis de su efecto en la sociedad

Las redes sociales se configuran como una herramienta clave en las políticas de marketing y comunicación de las organizaciones no gubernamentales (ONGs) siendo también un medio muy útil para cualquier persona que quiera informar y concienciar a la sociedad sobre un problema determinado con la intención de darle visibilidad. (p. 47).

Visibilizar problemáticas es una de los principales aspectos de las organizaciones sociales, en efecto la visibilidad adquirida a través de Instagram es el principal factor de difusión.

Identidad y Territorio: El Objetivo de los Colectivos Sociales y Populares en Norte de Santander.

El contexto en el que surgen los colectivos sociales plasma las bases para la existencia de diversos procesos sociales tratados en el documento, por esta razón es esencial conocer las causas y características que dieron inicio a la construcción y evolución de movimientos que

se consolidaron como colectivos sociales pioneros en el país. Posteriormente se analiza la experiencia de algunos colectivos actuales en diferentes territorios y su impacto a través de Instagram.

Los colectivos sociales surgen en el siglo XIX y en Colombia a comienzos del XX como lo señala (Archila, 2020)

En Colombia podríamos hablar de la aparición de movimientos sociales a finales del siglo XIX y comienzos del XX, aunque los hubo antes con las resistencias indígenas, los palenques negros, la revuelta de los comuneros, las guerras de independencia y muchas otras guerras civiles, entre ellas la de 1854 liderada por artesanos. Pero es con el movimiento obrero o de los trabajadores asalariados cuando se puede decir que arrancan propiamente estas expresiones organizativas de sectores de la sociedad civil. (p. 5)

Bajo la necesidad de lograr transformaciones sociales en territorios con diversas problemáticas, surgen iniciativas propias de las comunidades que proyectan a través del trabajo comunitario la vía para obtener un mayor bienestar. Este empoderamiento colectivo ha impulsado el desarrollo social y humano desde la periferia, reconociendo la importancia de los ecosistemas digitales como medios de difusión, las organizaciones sociales se adaptan a los entornos digitales y adoptan los canales virtuales como medio de divulgación y promoción del trabajo comunitario con el fin de visibilizar los objetivos, la esencia e identidad de la organización, es decir, así como las empresas aprovechan los medios tradicionales para llevar su publicidad a todos los hogares y por ende vender más, las organizaciones a través de las redes sociales promueven sus causas para llegar a más población, en este caso no es una venta directa de un producto, pero si el acercamiento a más personas que finalmente se identificarán con el objetivo del colectivo social.

Actualmente diversos colectivos, organizaciones y procesos comunitarios promueven su desarrollo social a través de estas plataformas, principalmente en las redes sociales. Por su

practicidad y acceso Instagram se ha convertido en una de las más grandes y usadas por los grupos sociales antes mencionados, inclusive se proyecta la transformación social en paralelo desde la comunidad *offline* y la comunidad *online*, esa así como el aprovechamiento de Instagram como canal de difusión y preservación de procesos sociales y culturales en los territorios, es el medio para la transformación social.

Tibú Linda y la Visibilización de las Riquezas Culturales del Catatumbo

En el contexto cultural, un caso puntual es el de Tibú linda, página originada en Tibú, Norte de Santander, busca visibilizar territorios, identidad e idiosincrasia de los Tibuyanos, además de sus tradiciones y paisajes, es necesario resaltar que incluye información de interés para la comunidad y promueve el atractivo turístico y cultural de El Catatumbo; así lo destacan en la descripción de sus redes sociales “Tibú Linda es un medio que busca mostrar lo mejor de Tibú, sus riquezas naturales, hídricas y su densa selva que hacen de este municipio el más importante del Catatumbo”.

Podemos señalar que Instagram es una aplicación que facilita la construcción participada de discurso organizativo entre usuarios y marcas, debido, en primer lugar, al elevado nivel de interacción entre marcas y usuarios, aun cuando dicha construcción, además de participada, es autorizada, o al menos supervisada, por la marca responsable del discurso, ya que gestiona y es responsable en la aplicación de las fotografías que suben los usuarios. (Caerols, Tapia y Carretero, 2013, p.70-71) la construcción participada entre dos partes que mencionan los autores es el reflejo de la interacción entre los colectivos sociales y su comunidad, en tal sentido de una relación retroalimentada en la que se promulga un discurso de participación, acercando las acciones realizadas por la organización a la comunidad *online*, asimismo se crea un vínculo de participación en donde cada integrante tiene la posibilidad de integrar virtualmente con la aprehensión de prácticas efectuadas para después acercarse directamente al proceso comunitario.

Instagram actualmente es esencial para los colectivos sociales que tienen acceso a

internet, funciona como instrumento de visibilidad, desde la comunidad hacia el entorno y desde el entorno para lograr una aproximación a otros territorios, teniendo en cuenta que “Instagram supone para las ciencias sociales y la investigación social una ventana abierta a la observación de cómo se construye socialmente la cultura visual a nivel global desde entornos locales” (Cantón-Correa & Alberich-Pascual, 2019, p.2) Con una comunicación bidireccional a través de la “ventana abierta a la observación” se piensa en planes estratégicos de contenidos enfocados en la conservación cultural.

El Tarra tv, Medio Alternativo del Corazón del Catatumbo

El Tarra tv, medio alternativo digital creado en el municipio de El Tarra, Norte de Santander, reivindica el poder de la comunicación popular, en un territorio con abandono estatal donde las dinámicas comunitarias impulsan espacios de reconocimiento, a través de Instagram, este medio alternativo se constituye como un referente en la región, idóneo para el análisis y observación desde su funcionamiento.

Lo aborda Parmelee y Roman, (2020): “Instagram proporciona recursos audiovisuales que fomentan las publicaciones personales y emocionales” (p. 101–432) Por lo tanto, es necesario comprender estos recursos audiovisuales como la herramientas para identificar a un grupo de personas a través de un medio digital, es así como la comunidad ve reflejada sus costumbres en el universo digital, se reconocen y los motiva a ser parte del trabajo colectivo, de este modo medios comunitarios impulsan y conservan la idiosincrasia de una comunidad, en síntesis, es un medio de todos y para todos, en el que la comunidad cumple con todos los papeles, las historias giran alrededor de su territorio y difunden sus prácticas culturales.

No obstante, el reconocimiento de su identidad en un población específica, integra la interacción de los miembros que la conforman, por medio del contenido propio de la cotidianidad, las personas convergen en un entorno digital que recrea una identidad colectiva de su región, así lo expone (Cantón-Correa & Alberich-Pascual, 2019) “El usuario de Instagram construye su identidad mediante las imágenes que comparte y también está

construyendo la imagen pública de su entorno” (p. 10) vinculado a esto se puede determinar que a través del contenido en diversos formatos; fotografías, videos e historias, compartidos por una comunidad, conservan y difunden su cultura. Así lo recalcan los autores anteriormente mencionados: “Por tanto está poniendo su granito de arena local en el inacabado proyecto de construcción de la cultura visual global y urbana” (p. 10) Allí radica la importancia de utilizar las redes sociales como medio de conservación cultural de los territorios a través de la comunicación popular expuesta por colectivos, organizaciones y medios alternativos como Tibú Linda y El Tarra tv.

Los procesos comunitarios enmarcados desde una comunicación popular y alternativa, alcanzan canales accesibles para todos, en donde se promulgan acciones enfocadas a garantizar el bienestar del entorno, por ello es indispensable postular las redes sociales para fortalecer los vínculos locales, así lo propone Villasante (2010) “Las redes sociales, aunque suelen ser confusas y a veces algo difíciles, estas logran crear vínculos de comunicación con la comunidad en las diferentes situaciones, ayudando al fortalecimiento y crecimiento de intereses comunes para el bienestar de todos”(p. 109-129)

Para ejemplificar, lo mencionado por el autor se debe comprender que a través de una cuenta en Instagram de una comunidad específica puede convocar a todos los miembros realizar acciones que mejoren las condiciones de la población, el organizarse y debatir problemas aporta al desarrollo común; aunque esto no garantiza que el 100% de los espectadores virtuales se involucren totalmente a la iniciativa, por lo tanto es importante complementar la amplificación digital, con estrategias de comunicación off line, teniendo como base el voz a voz tradicional y actores relevantes como presidentes de juntas de acción comunal, gestores culturales y líderes sociales.

Aporte a la Sociedad de la Escuela de Comunicación Popular Jaime Garzón

La Escuela de Comunicación Popular Jaime Garzón, colectivo social de la ciudad de

Cúcuta, Norte de Santander, es uno de los procesos populares de la ciudad de Cúcuta que utiliza estos medios digitales para la realización de convocatorias que aportan al crecimiento social de los territorios en los que hace presencia, una muestra clara es la convocatoria a través de sus cuentas en redes sociales en donde se invita la comunidad a una olla comunitaria, allí todos los integrantes dinamizan los lazos construidos con el barrio y colectivamente logran entre todos aportar para saciar el hambre de los miembros con más dificultades económicas, aunque son acciones pequeñas que no transforman directamente la calidad de vida o erradica problemas sociales como el hambre, la pobreza y la falta de oportunidades, si logra generar solidaridad y empatía entre los miembros de la comunidad, entonces, un conjunto de actividades enfocadas en un plan de acción con objetivos trazados y pensando en combatir una problemática específica puede ser la base para lograr una transformación social, cabe resaltar que aunque no son acciones directamente comunicativas, es gracias al trabajo colectivo y la comunicación comunitaria que reúne a todos los miembros en un solo objetivo que se puede garantizar el éxito de dichas iniciativas.

Además, la transmisión y visibilización que se logra a partir de las actividades como la olla comunitaria, réplica desde su entorno la necesidad de desarrollar proyectos similares, y se puede definir hipotéticamente que por una convicción colectiva en el entorno y la difusión a través de las redes sociales; en otros espacios se adoptarán medidas similares que contribuyen al desarrollo colectivo.

Es indispensable entender el crecimiento de la información en los ecosistemas digitales, por ejemplo: un hecho aislado en cuestión de segundos se viraliza. Ahora, si se recaba una actividad colectiva que aporte al bienestar común y se comparte rápidamente a través de las redes sociales ¿Qué sucederá? “los ciudadanos comienzan a organizarse para luchar por causas comunes y su voz tiene el poder de la difusión que permite la Web 2.0” (Vélez, 2013, p. 52) Por ende “el poder de la difusión” en el contexto viral moviliza categóricamente a diferentes líderes sociales y el voz a voz digital obtiene la bandera y

contagio colectivo que ha impulsado iniciativas que aportan directamente a las luchas comunes, si bien es sabido muchos territorios por más alejados y diferentes que sean pueden poseer un común denominador en sus problemáticas, por lo tanto a través de las redes sociales en este caso, Instagram, se puede replicar acciones direccionadas al cambio social, y como el caso anterior mencionado de la olla comunitaria se extiende por gran parte del territorio nacional.

Acción y Movilidad en Ciudad en Movimiento

Ciudad en movimiento es una plataforma política y social construida desde la ciudadanía, es el enlace que se desarrolla diferentes organizaciones y colectivos en Colombia, surge como la iniciativa de conectar y movilizar a todos los procesos sociales en un fin común que es darle a los jóvenes el espacio para desarrollar desde su territorio acciones enfocadas en la transformación social, allí se exponen procesos sociales de todo el país, desde enfoques culturales, equidad de género, pensamiento crítico, comunicación popular, entre otros, y a través de las redes sociales dan a conocer los trabajos desarrollados por cada organización con la meta de contagiar y visibilizar a más grupos poblacionales interesados en el desarrollo social de su ciudadanía, además enfocan sus medios digitales hacia un ciberactivismo orientado en problemáticas de coyuntura nacional.

Con las asambleas de organizaciones sociales se logra un hito en la construcción de una nueva sociedad y la existencia de espacios como ciudad en movimiento hace posible la estructuración cooperativa hacia un mismo fin, en tal sentido se sobrepasan barrera comunes y narrativas inocuas de las redes sociales, para concebir nuevas acciones como lo señala Vélez (2013) “Las manifestaciones propositivas de los usuarios en las redes sociales, trascienden el consumo de contenidos y se convierten en iniciativas creativas que buscan lograr cambios en la sociedad” (p. 47)

Las Organizaciones Culturales y el impacto Generado en Colombia

Made in Chocó moviendo en el Pacífico

Comprender la riqueza cultural como medio de reconocimiento de las comunidades y el generar espacios para la realización de actividades enfocadas a salvaguardar la cultura es posible por la organización de actores sociales que trabajen para dar accesibilidad y acercar a los miembros de la población a su cultura, así lo plantea Bustamante, (2018): “Las organizaciones culturales son comprendidas como instancias que hacen posible el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los servicios y bienes culturales” (p. 13) Estos espacios deben ser descentralizados e impulsados desde el interés de la comunidad, además de hacer partícipes a todos los integrantes, siendo ellos quienes se organicen y bajo el conocimiento del contexto y características de la idiosincrasia local enfoquen sus esfuerzos en un mismo objetivo.

La organización cultural busca ligar las relaciones históricas y sociopolíticas entre el Estado y la cultura, aporta una estructura organizacional y administrativa que fortalece los sistemas de gestión cultural (lo cual genera espacios de reflexión y de praxis fundamentados en la participación democrática y descentralizada) y permite consolidar propuestas de desarrollo alternativo que trascienden los manejos tradicionales de la cultura. (Bustamante, 2018, p. 20).

Teniendo claro el desarrollo de las organizaciones sociales, es preciso exponer el caso de Made In Chocó: una corporación cultural creada en Quibdó, Chocó; que proyecta las redes sociales como herramienta de comunicación y transformación social, logrando ubicarlos sobre el mapa no solo como un proyecto que merece ser reconocido, si no como un referente artístico y cultural de su región, como lo señalan en su página web. Lo anterior permite identificar la importancia de estas herramientas visibilizando los procesos y tradiciones culturales que se realizan desde los territorios, con dinámicas de transformación que otras

organizaciones puedan adaptar.

Los formatos audiovisuales son otra forma de promocionar y conservar la riqueza cultural, Made in Chocó utiliza la creatividad e identidad de sus tradiciones para representar la culturalidad del Chocó, en Instagram cuentan con 12.400 seguidores y en sus videos con cientos de reproducciones, siendo una de las cuentas digitales que más difusión le da a la idiosincrasia del habitante del pacifico, específicamente a los Quibdosenos, por lo tanto, repensar las nuevas narrativas digitales como una oportunidad para la preservación cultural e Instagram como el medio de transmisión.

En ese mismo contexto digital hay que entender que a través del material artístico en este sentido fotográfico y audiovisual se reproducen salidas a las problemática que conlleva el territorio, y se recrean alternativas a las establecidas hasta ahora, como por ejemplo: capacitarse en producción audiovisual, producir videos musicales, realizar exposiciones fotográficas, que son otras de las actividades que aportan valor económico y cultural al que hacer de la organización Made in Chocó, así lo plantea Alegría (2020) “Son sus obras las que generan una realidad de ese problema o situación que vive en el entorno social, son sus intervenciones las que abren un espacio, un universo de realidades, que muchas veces las personas no se atreven hablar que solo se cierran en creer una sola verdad. Estas intervenciones artísticas tienen un objetivo económico, su objetivo principal es generar una voz protesta y lucha a la cual se pueden sumar los espectadores” (p. 16)

Además el acercamiento a los espectadores y el poder darle voz los adhiere al proceso, los identifica y estimula su arraigo hacia su cultura, es decir, los espectadores se sienten representados con la organización y su qué hacer, sus gustos y perspectivas convergen en un territorio para así afianzar nuevos lazos y extender su campo de acción más allá del territorio determinado, entonces se puede idealizar una proliferación cultural por todos los municipios del pacífico y por qué no, por todo el país.

Capiart Arauca y la Ilustración del Llano Nororiental

Colombia posee una riqueza cultural diversificada desde diferentes territorios, inclusive desde la división política de las regiones, por lo tanto se encuentra que cada región mantiene tradiciones, costumbres, acentos, gastronomía y estilo de vida diferentes, en el llano encontramos departamentos como Vichada, Meta, Casanare y Arauca, en este último se ubica Capiart Arauca, un colectivo cultural del fundada en el departamento de Arauca, que desde el arte digital promueve la cultura de los llanos, así lo señalan en su descripción en redes sociales “Somos un Colectivo juvenil que busca generar apropiación y reconocimiento de la riqueza cultural llanera por medio de la creación y uso de contenido audiovisual digital. Además de incentivar el arte como medio de expresión para los jóvenes”

En efecto el arte como herramienta de transformación social es vital para preservar la cultura, justamente la relación entre arte y cultura es congénita a la naturaleza social y humana de los territorios como lo dice Pineda (2021):

El arte digital y análogo a lo largo de la historia ha demostrado ser el captor y la representación de la realidad de una sociedad que se transforma, de su desarrollo, de sus sueños y esperanzas, se ha encargado de comunicar inconformidades, descontentos, exigencias, luchas, progresos y acontecimientos que la han marcado, brindándoles una forma de salvaguardar la representación de una identidad colectiva. (p. 3)

Justamente proteger la representación de una identidad colectivo en el contexto de los llanos, va encaminado a la apropiación de cotidianidades que en su conjunto representan la cultura de la región llanera, es por este motivo que desde las ilustraciones, la fotografía y el audiovisual Capiat Arauca ejecuta procesos de comunicación para la transformación social desde el arte, complementariamente capacita a los jóvenes en la creación de ilustraciones y despierta la creatividad y talento de los jóvenes miembros de la organización; Una particularidad es que desde su identidad gráfica se construye el empoderamiento al territorio

un Chiguire, animal representativo del llano hace alusión al valor natural del espacio geográfico, y cada acción realizada desde el arte digital con las ilustraciones representan personajes autóctonos del llano, como la mujer llanera, los paisajes, los tipos de llaneros, entre otros, además de una estrategia digital enfocada directamente en resaltar el valor cultural del territorio, vinculado a esto por medio de las redes sociales CapiartArauca visibiliza su proceso y expresión cultural, acercando a los internautas a su cultura.

Artivismo: El Arte del Contenido Social Explícito en el Mundo

El artivismo es un fenómeno global de importancia creciente. Aunque sus antecedentes se remontan décadas atrás, la importancia que ha adquirido como lenguaje cercano a la vida social y a las nuevas generaciones es algo completamente novedoso. En tanto medio o lenguaje de transformación social, puede servir para dar nueva energía a las necesidades de expresión en las ciudades y entornos urbanos actuales. (Aladro, Eva, et al. 2018, p.11)

Entendiendo el artivismo como la puerta a visibilizar causas sociales principalmente, que movilicen a la población juvenil y generen interés en miembros de la comunidad hacia un objetivo colectivo, además como la expresión de una comunidad a través del arte en la transmisión de mensajes, por el impacto que puede generar, abarcando entornos digitales para difundir el mensaje más allá de la barrera geográfica del entorno.

“Las redes sociales juegan un papel esencial para la difusión de ideas, necesidades, cultura e iniciativas de organizaciones sociales con enfoque artístico y preservación cultural, lo que se podría catalogar dentro del artivismo”, así lo señaló (Cárdaba & Angel, 2018) precisamente la capacidad de difundir ideas enfocadas en resaltar la cultura de una región o comunidad es lo que promueve un empoderamiento de los integrantes de la comunidad, así es como es posible que varios miembros tomen la iniciativa y desde sus redes sociales tanto personales como de la comunidad, expresen características que resaltan la identidad del territorio. Además con las redes sociales como herramienta para difundir otros factores que

impactan la población, como problemáticas, necesidades e inconformismo respecto a políticas públicas que no están siendo desarrolladas por parte de los entes gubernamentales, lo recalca Cárdbaba & Angel (2018): “Debido a la creciente importancia que adquieren las herramientas tecnológicas en las estrategias de comunicación, y teniendo en cuenta que las Organizaciones no Gubernamentales (ONG) utilizan Instagram como una herramienta con potencial activista para difundir sus iniciativas y necesidades”(p. 1)

El valor agregado de Instagram como se mencionaba al inicio de este artículo es precisamente visualizar en un álbum global y accesible, singularidades propias de espacios geográficos quizá desconocidos para muchos, como una vereda del Tarra Norte de Santander, un grupo de niños del Quibdó , un atardecer llanero en Arauca o líderes juveniles de la Escuela de Comunicación Popular Jaime Garzón en Cúcuta, esto procrea un interés y participación de los espectadores, bien lo menciona Cárdbaba & Angel (2018): “Instagram no solo permite poner la fotografía artística al servicio del activismo, sino que, además, gracias a la interactividad propia de las redes sociales, permite hacer partícipe (e incluso a veces protagonista) del diálogo a la comunidad a la que se dirige” (p. 31) Este protagonismo que mencionan los autores es la apropiación del territorio desde una perspectiva social, es decir se logra la transición de ser un miembro beneficiario de la organización a percibirse como líder que vela y promueve espacios de diálogo y construcción colectiva para el desarrollo de su comunidad.

Anonymous y el Gran Revuelo Cibernético

Cuando se analiza la afluencia de movimientos sociales en ecosistemas digitales es indispensable exponer uno de los movimientos ciber activistas más notables; Anonymous es un ciber movimiento internacional descentralizado y apolítico, que desarrolla actividades de ciberactivismo desde el ciber hackeo, en ataques enfocados a gobiernos, corporaciones y organizaciones ligadas de poder político principalmente, bajo acciones sincronizadas e

indetectables, inclinadas a favor de causas sociales y en contra de injusticia social, para conocer su origen es rescatable la descripción de (López, s.f.):

Me refiero al Movimiento Anonymous, fundado el año 2008, que reivindica valores como la libertad de información en internet y aboga por la transparencia de procesos políticos, entre otras causas. Este grupo tomó relevancia mundial el año 2011, cuando se transformaron en la agrupación que defendió a la figura de Julián Assange en su cruzada con WikiLeaks. (p .5)

Bajo el avance de la web los movimientos sociales tienen cabida en el universo digital de la información, ampliando su espectro a categorías transaccionales como Anonymous y sus ideales de transparencia visibiliza problemática globales que afectan directa e indirectamente diversos territorios, plasma otras formas de organización colectiva y apoderamiento de espacios como el Internet, así lo comenta (López, s.f.) “El caso de esta agrupación es una muestra de que existen nuevas formas de acción colectiva a propósito de la sociedad de la información y el uso de tecnologías informáticas que han diversificado el campo y repertorio de los movimientos sociales” (p. 9) Por lo tanto, la toma de diversos espacios principalmente libres o con escasas regulaciones como el caso de internet, expande la afluencia y movilización de causas sociales, es así como organizaciones de todo tipo puede realizar acciones en múltiples escenarios, uno de ellos el digital por su gran acceso y alcance.

Interactividad en Redes Sociales

Entendiendo la interactividad en redes sociales como la agenda mediática descentralizada a través de *hashtags*, tendencias, retos, campañas, ciberactivismo y otras formas de interlocución, aunque parezca nimio, estos escenarios en donde se opina acerca de situaciones sociales en entornos virtuales, es todo lo contrario, es un ambiente para el desarrollo de pensamiento crítico y construcción social, varios de los temas sociales se discuten desde diversas posturas en redes sociales, inclusive hay cabida a la autocrítica.

Enormes iniciativas que se han cuestionado en redes sociales determinan el transcurso de una

situación en la realidad, para mencionar un caso particular, tenemos el de Tomiii 11 un niño chileno que a través de su canal en YouTube expresó el deseo de convertirse en *Youtuber*, pero con el infortunio de padecer un cáncer terminal, la comunidad de creadores y en general internautas se solidarizó y logró posible el anhelo del pequeño y lo más impresionante es que en una lucha colectiva por todo el globo, se sumaron a la iniciativa miles de personas logrando que Tomiii 11 obtuviera más de 8 millones de suscriptores en su canal y millares de seguidores en sus redes sociales, este fenómeno fue uno de los más representativos de las movilizaciones y causas sociales de Internet en la actualidad, por lo tanto la interacción genera universos de debates que pueden ser constructivos, con causas sociales, que traspasan las barreras de la web y en este caso en particular, mejoró significativamente la calidad de vida tanto del niño como de su familia.

Finalmente, el niño falleció por la enfermedad que padecía, pero su experiencia y todo lo que se generó alrededor de su sueño, trascenderán en Internet; un claro ejemplo del poder de las redes sociales como herramienta para las iniciativas sociales, desde cualquier enfoque, temática, territorio, idioma, arte, cultura, entre otros, que apuesten por una transformación social.

Conexión Emocional Estratégica en las Redes Sociales

“El *engagement* es entendido como una práctica interactiva de un seguidor con una cuenta. La traducción literal, del inglés, significa "compromiso", y supone un grado de implicación emocional del usuario en reacción a los contenidos publicados en las redes sociales” (Ure, Mariano, 2018, p. 183), por lo tanto, se puede determinar como un vínculo causado por la percepción emocional a raíz del tipo de contenido, que normalmente identifica al usuario y lo compromete a formar parte de él, en el entorno digital con acciones de interacción como comentar, compartir y reaccionar.

En los ecosistemas digitales por más que exista una comunicación horizontal, se definen ciertos roles involuntariamente, existen las cuentas que difunden mensajes y los

usuarios que las reciben y adoptan, en este sentido, para que un mensaje desde cualquier formato (post, video, story, infografía, ilustración, noticia, etc) logré con éxito su objetivo debe producir engagement, ya que se puede estatuir que al generarlo el contenido está siendo aceptado y valorado por la audiencia, así lo expone Ure, Mariano (2018): “El engagement es, así, una medida del éxito de las publicaciones. Se lo considera como un efecto de aceptación y valoración de los contenidos por parte de los usuarios; una implicación emocional que se manifiesta explícitamente a través de los *likes*, comentarios y *shares*” (p. 186).

El empalme emocional del *engagement* va suscitado con objetivos trazados por el emisor del mensaje, en este sentido de las cuentas de los procesos sociales; Para entender más a fondo hay que ubicarnos en la perspectiva de quien crea el contenido, si se desea generar interés por parte de los espectadores hacia el contenido y por consiguiente hacia la organización, es de suma importancia que lo que se pública sea direccionado a tocar fibras emocionales y se puede lograr manipulando diferentes emociones, como la solidaridad, el humor, la melancolía, el optimismo, el sentido de pertinencia e inclusive la autoestima, por eso el como se muestra una organización en espacios digitales va mancomunado de lograr una eficiente recepción y aceptación de los contenidos publicados, dentro de este marco, al originar engagement la organización tiene mayores oportunidades para amplificar sus fines sociales y por ende visibilizar y difundir las acciones desarrolladas desde el territorio impulsando la atracción para que más personas se sumen al cambio social, situación que recalca el autor “Siguiendo esta clasificación, el engagement en los medios sociales es un objetivo estratégico que busca cierta reacción de los usuarios: que los contenidos publicados por la marca (o la institución pública o sin fines de lucro) sean aceptados, apreciados y, sobre todo, compartidos (interacción de amplificación)” (Ure, Mariano, 2018, p. 188).

Resultados y conclusiones

Instagram contempla el crecimiento exponencial de fines enfocados a la transformación social en ecosistemas virtuales por el impulso que genera el engagement y cómo desde el activismo se construye la posibilidad de nuevas ciudadanías direccionadas a salvaguardar la cultura local y expresar su posición frente a problemáticas comunitarias.

Se evidenció la comunicación horizontal como la herramienta de construcción colectiva bajo la interacción autónoma de las redes sociales y se identifica un amplio panorama de espectadores como recurso de réplica inclinado por contenido que desde las emociones movilice y haga partícipe a los usuarios, de una causa social sin incidir en su ubicación geográfica, puesto que con las redes sociales las barreras territoriales se desvanecen, por lo tanto se expanden oportunidades para identificarse con costumbres, culturas y estilos de vida, sin hacer parte directamente de la comunidad. Con el análisis de los referentes nacionales en su utilización de Instagram como canal de difusión y preservación cultural en diferentes territorios con diversidad de dinámicas y características, se evidenció el crecimiento de nuevos formatos y contenidos para redes sociales orientados en la cultura de cada territorio, aprovechando al máximo aspectos que los distinguen de otras regiones y priorizando el interés por la identidad de su comunidad. Entre los resultados más relevantes se encontraron algunos resultados que merecen ser expuestos a continuación:

- Las redes sociales y principalmente Instagram cumplen a cabalidad como medio de amplificación de la información, siendo una ventana al mundo exterior para transmitir el desarrollo de cualquier grupo poblacional sea empresa, comunidad, organización, colectivo, proceso juvenil, gobierno local, corporaciones, líderes sociales y también de cada miembro puntual desde la postura personal.
- Las organizaciones sociales al igual que todo organismo institucional y comercial, han visto en las redes sociales el mejor escenario para alcanzar

nuevos públicos y ampliar su zona de impacto más allá del territorio.

- El contenido cultural identifica y promueve la preservación cultural en ecosistemas digitales, además de representar las dinámicas culturales de una región.
- El *Engagement* es fundamental para medir el éxito e impacto de una organización social en las redes sociales, además de involucrar directamente a más espectadores lo que impulsará un crecimiento en los integrantes interesados por el desarrollo colectivo.
- Las redes sociales y la comunicación bidireccional en conjunto propician una ruta de trabajo indispensable para la verdadera transformación social, por la construcción colectiva, el empoderamiento de los integrantes, su acceso, espacio para la participación y la autocrítica.

Por consiguiente es evidente que las organizaciones sociales con acceso a Internet tienen más posibilidades de expandir sus actividades en el ámbito digital, se contemplan nuevos roles en las organizaciones desde la perspectiva comunicacional, es decir, lo ideal es que exista dentro de la organización una o varias personas encargadas del manejo e implementación de redes sociales, lo que daría espacio a figuras de *Community Managers*, Diseñadores, *Social Media Managers*, lo que implica una capacitación y crecimiento laboral y académico dentro de la organización, en otras palabras, con el desarrollo en entornos digitales de la organización, existe un avance en el desarrollo de conocimientos direccionados al *marketing* digital.

En el caso de las organizaciones que no tienen acceso a internet por las brechas digitales existentes en algunos territorios, mantienen el desarrollo tradicional y su comunicación es *offline*, lo que supone un estancamiento en desarrollo digital, pero oportunidades para fortalecer la comunicación comunitaria establecida hasta ahora.

Si bien el impacto puede variar en factores como alcance o accesibilidad a favor de las organizaciones que poseen acceso a Internet, en el caso de las que no, el impacto es favorable al trabajo directo y constante con los miembros de la comunidad, lo que da más alternativas para

desarrollar un trabajo minucioso que logre una transformación real, pues enfoca sus esfuerzos en aspectos particulares de cada miembro, para posteriormente un impulsar un desarrollo colectivo. Por otra parte, las redes sociales son una herramienta valiosa en cualquier ámbito, por lo tanto, su utilización para fines académicos, sociales y de reconocimiento cultural demuestra aspectos positivos del avance tecnológico, más cuando están orientados a causas que promulgan la transformación social y hacen visibles a comunidades históricamente excluidas.

Referencia Bibliográfica

- Aladro Vico, Eva; Jivkova Semova, Dimitrina; Bailey, Olga (2018). Artivismo : un nuevo lenguaje educativo para la acción social transformadora, Comunicar : revista científica iberoamericana de comunicación y educación. 2018, v. XXVI, n. 57, octubre, cuarto trimestre ; p. 09-18 <http://hdl.handle.net/11162/173917>
- Alegría Girón, Diego Fernando (2020). Diseño de una estrategia de comunicación que visibilice las obras del 2018 y 2019 del colectivo artístico muro de Bahareque En la comunidad académica de la fundación universitaria católica de Lumen Gentium, a través de la red social Instagram p16
[https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2068/DISE%
91O ESTRATEGIA COMUNICACION QUE VISIBILICE OBRAS 2018
2019 COLECTIVO ARTISTICO MUROdeBAREQUE COMUNIDAD
ACADEMICA FUNDACION UNIVERSITARIA CATOLICA
A LUMEN GENTIUM A TRAVES RED SOCIAL INSTAGRAM.pdf?se
quence=1&isAllowed=y](https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/2068/DISE%c3%91O ESTRATEGIA COMUNICACION QUE VISIBILICE OBRAS 2018 2019 COLECTIVO ARTISTICO MUROdeBAREQUE COMUNIDAD ACADEMICA FUNDACION UNIVERSITARIA CATOLICA A LUMEN GENTIUM A TRAVES RED SOCIAL INSTAGRAM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bustamante Lozano, U. (2018). Las organizaciones culturales en el contexto local de Manizales
<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/844>
- Cantón-Correa, F.-J., & Alberich-Pascual, J. (2019). Construcción social de la imagen de una ciudad a través de Instagram: el caso de Granada. Profesional De La Información, 28(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.08>
- Carpiartarauca <https://www.facebook.com/capiartarauca>
- Casado, Carla; Carbonell, Xavier (2018) La influencia de la personalidad en el uso de Instagram Aloma, 2018, Vol. 36 (2) <http://hdl.handle.net/2072/338222>
- Cerols, R. Tapia, A. Carretero, A (2013). Instagram, la imagen como soporte de discurso comunicativo participado
https://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/190/pdf_1
- García Morillo, M.d.C. (2021). La comunicación digital de los conjuntos culturales de

la Junta de Andalucía en el 2020: trazando la gestión de la crisis sanitaria a través de las publicaciones en Facebook. (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla. <https://hdl.handle.net/11441/132117>

- Hutt Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. Revista Reflexiones, 91(2). <https://doi.org/10.15517/rr.v91i2.1513>
- Instagram Press (2017). Our story. <https://instagram-press.com/our-story>
- Archila, M (2020) “La violencia contra el sindicalismo no ha desaparecido”: Entrevista a Mauricio Archila <https://www.cinep.org.co/Home2/component/k2/787-la-violencia-contra-el-sindicalismo-no-ha-desaparecido-entrevista-a-mauricio-archila.html>
- López, D. R. (s.f.) Sin voz y sin rostro: Negación de identidades y nuevos repertorios de acción colectiva en Anonymus. http://diferencias.com.ar/congreso/ICLTS2015/ponencias/Mesa%2024/_ICLTS2015_mesa24_Rivera.pdf
- MadeinChocó https://madeinchocoquibdo.wixsite.com/websitemadeinchoco?fbclid=IwAR3tL8OUTjWEqm1oGGH-j52el7EbTVsK3_24izh6qJUsTztjCKWUI4M4ShE
- Marin Dueñas, P.P (2020). La comunicación de las causas sociales en tiempos de instagram: un análisis de su efecto en la sociedad. IROCAMM-International Review Of Communication And Marketing Mix, 1(3), 47–60. Recuperado a partir de <https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCAMM/article/view/11604>
- Martín Cárdbaba, Miguel Ángel Artivismo y ONG (2018) : Relación entre imagen y "engagement" en Instagram <http://hdl.handle.net/20.500.12766/99>
- Parmelee, J. H. & Roman, N. (2020). Insta-echoes: Selective exposure and selective

avoidance on Instagram. *Telematics and Informatics*, 52, 101–432.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101432>

- Pineda-Rojas, M. C. (2021). El arte digital y análogo como recursos de transformación social. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Diseño. Programa de Arquitectura. Bogotá, Colombia
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/27281/1/Articulo%20de%20Grado%20Camila%20Pineda-1105268.pdf> Comunicar : revista científica iberoamericana de comunicación y educación. 2018, v. XXVI, n. 57, octubre, cuarto trimestre ; p. 09-18
- Sasso Felipe, (2021). A nueve años de la transacción: ¿por qué Facebook compró Instagram? <https://es.digitaltrends.com/sociales/por-que-facebook-compro-instagram/#:~:text=Un%20momento%20importante%20en%20la,compa%C3%B1%C3%ADa%20que%20dirige%20Mark%20Zuckerberg.>
- Tibú linda <https://www.facebook.com/TIBULINDA/>
- Ure, Mariano. (2018). Engagement estratégico y encuentro conversacional en los medios sociales. *Revista de Comunicación*, 17(1), 181-196. Recuperado en 11 de mayo de 2022, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332018000100011&lng=es&tlng=pt
- Vélez Castillo, P. A. (2013). El activismo digital. La tecnología a favor de la transformación social. *Comunicación*, (30), 45-53. Recuperado a partir de <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/2854>
- Villasante, T. R. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: *Sociedad Hoy*, núm. 18, 2010, pp. 109-129. Red Universidad de Concepción. <https://elibronet.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>

<https://www.redalyc.org/pdf/902/90223045008.pdf>