

El impacto de los símbolos y el lenguaje gráfico en los movimientos sociales de protesta en Colombia difundidos en la red social de Instagram

Geraldine Daza Gordillo
Mariana Madrigal Zuluaga
Maria Camila Ruiz Vásquez
Daniel Steven Zapata Pérez

	PROPUESTA DE ANTEPROYECTO TRABAJO DE GRADO	Código	
		Versión	01
		Fecha	2021-10-11

FICHA TÉCNICA

Título

EL IMPACTO DE LOS SÍMBOLOS Y EL LENGUAJE GRÁFICO EN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES DE PROTESTA EN COLOMBIA DIFUNDIDOS EN LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM.

Programa Académico:	Diseño Gráfico
----------------------------	-----------------------

Marque con una X la Modalidad de Trabajo de Investigación

Proyecto de Investigación			Código proyecto	
Monografía	X			
Participación en investigación				
Grupo de investigación: 08				

Línea de investigación: Comunidad

Investigadores

Nombre	Cédula	Correo electrónico
1. Geraldine Daza Gordillo	1000723226	geraldine.dazago@amigo.edu.co
2. Mariana Madrigal Zuluaga	1000393680	mariana.madrigalzu@amigo.edu.co
3. Maria Camila Ruiz Vásquez	1152464574	maria.ruizas@amigo.edu.co
4. Daniel Steven Zapata Pérez	1152472270	daniel.zapataer@amigo.edu.co

Asesor

Nombre	Institución	Correo electrónico
Verónica Morales García	FUNLAM	veronica.moralesga@amigo.edu.co

Fecha de entrega: 12 de noviembre de 2021

ÍNDICE

Resumen	4
Introducción	5
Planteamiento del problema	6
Justificación	7
Alcance	8
Objetivos	9
- General	9
- Específicos	9
Marco de definiciones	10
Marco teórico	12
Metodología	22
- Técnica de análisis	22
Plan de trabajo	24
Segmentación	25
- Población	25
- Muestra	25
- Movimientos sociales	26
Análisis de resultados	27
- Encuestas	27
- Entrevistas a profundidad	35
Producto	42
Conclusiones	49
Referencias bibliográficas	50

1. RESUMEN

Esta investigación surge con el fin de exponer la importancia que tienen los símbolos y el lenguaje gráfico en el mensaje que se quiere transmitir a través de piezas gráficas difundidas por la red social de Instagram y cómo el uso de estas herramientas influye en la manera que se percibe el mensaje que quieren transmitir los diferentes movimientos que buscan un cambio social.

El objetivo de esta investigación es elaborar un sitio web de libre acceso para recopilar y exponer la información sobre algunos movimientos sociales en Colombia, sus símbolos, lenguaje gráfico y la influencia que tienen en la sociedad desde su medio de difusión, en este caso, Instagram. Para lograr esto, se ha implementado una metodología mixta, la cual permite una recolección de datos, agrupando tanto la investigación cuantitativa como la cualitativa, para así implementar los beneficios de cada enfoque, proporcionando información adicional que respalde los resultados.

Se evidencia que las redes sociales son el medio indicado para la interacción y divulgación de información en la sociedad actual, es importante mencionar el diseño con enfoque social, debido a que este influye en la comunicación visual, buscando como objetivo generar la interacción de los usuarios con el contenido de una forma persuasiva y creativa; las personas entrevistadas concuerdan con que la estética visual y su calidad de contenido informativo les permite generar una mayor comprensión y conexión con dichas publicaciones y por consiguiente mayor probabilidad de que dichos usuarios participen en la masificación de las piezas gráficas con enfoque de protesta social.



2. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como finalidad identificar el impacto de los símbolos y el lenguaje gráfico en los movimientos sociales y cómo estos persuaden al receptor en la red social de Instagram. Si bien es un medio en el cual su uso principal es el entretenimiento, también se puede hacer uso de ella para evidenciar todas aquellas situaciones controversiales de carácter social que han sucedido en la actualidad, y como es la interacción por parte de los usuarios con el material gráfico que expresan estas ideologías.

Hoy en día el contenido visual ha servido como herramienta de comunicación y expresión para los movimientos sociales que enfrentan sus propias luchas y para los diferentes colectivos que se unen frente a las situaciones que vive la sociedad colombiana, con la finalidad de hacer visible todas estas adversidades por medio de fotografía, imágenes, memes, entre otras expresiones gráficas, generando así un uso diferente de Instagram, dándole a esta red un valor agregado de difusión ideológica.

Se espera brindar un conocimiento acerca del lenguaje gráfico y los símbolos empleados por los movimientos sociales para todos aquellos creadores de contenido visual y/o para las personas que deseen informarse. Esta información y material de archivo se podrá encontrar en un sitio web con la finalidad de que todas las personas puedan acceder a ella. Además, es importante resaltar que este proyecto puede ser de gran utilidad para investigaciones futuras ya que ayudará a contextualizar y brindar información sobre cómo los movimientos se han expresado gráficamente a lo largo de este último año (2021).

-Palabras clave:

Símbolos Gráficos, Lenguaje Gráfico, Movimientos sociales, Redes sociales, Instagram, Impacto.



3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En los últimos años la comunicación ha estado en constante evolución, permitiendo así que la información se propague por otros medios diferentes a los tradicionales, como lo son las redes sociales y los sitios en línea. Esto ha ayudado a que las personas tengan cada vez más participación acerca de la situación social y política del país. Además estas plataformas digitales le han otorgado al espectador la posibilidad de elegir el canal y el tipo de información que desea consumir.

Colombia no ha sido la excepción en la implementación de plataformas y redes sociales como Instagram, la cual ha tenido un crecimiento exponencial en los últimos años permitiendo que las minorías se manifiesten y sean escuchadas; dando como resultado la participación de los ciudadanos en movimientos que luchen por un cambio social particular.

Si bien la información acerca de los movimientos sociales ha ido adquiriendo un carácter mucho más público con el pasar de los años, aún se puede evidenciar que los medios masivos de comunicación tradicionales cuentan con un gran poder de manipular la información a su conveniencia. Sin embargo, en las redes sociales se evidencia una difusión más libre de la información perteneciente a los movimientos sociales creada y difundida por artistas, voceros de la comunidad y ciudadanos del común.

Esta investigación surge con el fin de exponer el papel tan importante que juegan los símbolos y el lenguaje gráfico en el mensaje que se quiere transmitir a través de piezas gráficas difundidas por el medio anteriormente mencionado, y cómo el uso de estas herramientas influye en la manera en la que se percibe el mensaje que quieren transmitir los diferentes colectivos que buscan un cambio social.

- Pregunta problematizadora:

¿CUÁL ES EL IMPACTO DE LOS SÍMBOLOS Y EL LENGUAJE GRÁFICO EN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES DE PROTESTA EN COLOMBIA DIFUNDIDOS EN LA RED SOCIAL DE INSTAGRAM?



4.JUSTIFICACIÓN

La red social Instagram fue creada con el fin de compartir entre usuarios fotografías, videos, y a su vez ser un medio de entretenimiento. En la actualidad, debido a las coyunturas sociales y la emergencia sanitaria a nivel mundial, los usuarios fueron haciendo uso de esta red social con nuevos propósitos comunicativos expresando sus ideas, pensamientos y/o aportando a la creación de contenido con relación a los movimientos sociales con el fin de comunicar y que estos tomen más fuerza.

Esta investigación se centra en la importancia del lenguaje gráfico y los símbolos que son empleados como herramienta para dar a conocer y acompañar las luchas de la sociedad colombiana, resaltar el poder y la influencia del mundo gráfico y visual cuando se une con los movimientos, no solo con el fin de comunicar, sino también ser parte de la protesta, debido a que este estudio reúne el trabajo que realizan artistas, activistas, estudiantes y personas del común.

Se considera de gran importancia generar nuevos conocimientos educativos e informativos acerca de la influencia de los símbolos y el lenguaje gráfico, además de cómo son tratados / vistos / usados / abordados con fines sociales. Por medio del sitio web se expondrá el material gráfico e informativo obtenido en el estudio con el fin de atribuir al campo gráfico y social para conocer y abordar estos temas desde el poder de las imágenes y contenido en esta red social.



5. ALCANCE

Gracias a los métodos de recolección de información utilizados en la investigación, los cuales son: encuestas, entrevistas, archivos gráficos e informativos, se logró obtener información importante la cual cuenta con pocos antecedentes sobre el material visual y lenguaje gráfico en Colombia acerca de los movimientos sociales. Por esta razón, se identifica la necesidad de compartir los resultados en un lugar de fácil y libre acceso para las personas que deseen llegar a este tipo de contenido, determinando así, que un sitio web es el medio de divulgación ideal para compartir los datos recopilados en la investigación.

Este proyecto se hace con el propósito de servir como fuente de consulta que brinda información para las personas y colectivos sociales que deseen investigar, ser partícipes o conocer con mayor profundidad el tema.

El contenido que estará publicado en el sitio web tendrá relación con la importancia del lenguaje gráfico y los símbolos en los movimientos sociales más destacados en Colombia y propagados por medio de Instagram a lo largo del último año (2020 - 2021). En este sitio se encontrará información como:

Material gráfico y audiovisual:

- Fotografías.
- Noticias.
- Piezas gráficas.
- Publicaciones de la red social.

Historia:

Se publica la historia acerca de los movimientos sociales seleccionados, sus inicios, cómo han estado presentes en la sociedad, la difusión de sus ideologías y los derechos que han ganado gracias a su protesta.

Anexos:

Se implementarán vínculos con cuentas de las cuales se quiera tener un enlace permanente y así facilitar la búsqueda del lector, incentivando a conocer diferentes artistas y/o publicaciones acerca de los movimientos sociales.

Símbolos gráficos:

Los elementos gráficos y símbolos representativos de cada movimiento seleccionado estarán presentes en el sitio web dando a conocer cuál es su lenguaje y su reconocimiento ante la sociedad.



6. OBJETIVOS

6.1 General:

Elaborar un sitio web de libre acceso para recopilar y mostrar de manera precisa información sobre algunos movimientos sociales, sus símbolos, lenguaje gráfico y la influencia que tienen en la sociedad desde su medio de difusión, en este caso, Instagram.

6.2 Específicos:

6.2.1 Rastrear los movimientos sociales más destacados, su impacto en situaciones coyunturales que ha vivido el país a nivel social en el transcurso de los años 2019 -2021 y difundidos por medio de Instagram.

6.2.2 Analizar el lenguaje gráfico y los símbolos característicos de cada uno de estos movimientos en las luchas que participan.

6.2.3 Recolectar el impacto que genera el material gráfico de los movimientos sociales en la red social de Instagram y cómo las personas los perciben. (Entrevista en profundidad)

6.2.4 Descubrir el efecto, reacción e interpretación del material gráfico por medio de los resultados obtenidos en las entrevistas y si estas cumplen o no con su objetivo comunicacional.



7. MARCO DE DEFINICIONES

- **Redes sociales:**

Son plataformas digitales que las cuales se puede dar un intercambio de información, lo cual permite comunicar, planear y/o desarrollar actividades, además, compartir y descargar elementos multimedia y contenido como fotos, videos, comentarios, lo que a su vez abre el espacio a los usuarios para interactuar de acuerdo con sus intereses .

- **Símbolos gráficos:**

Elemento u objeto material que, por convención o asociación, se considera representativo de una entidad, de una idea, de una cierta condición.(Asale, R., s. f.)

- **Movimientos sociales:**

Son grupos de individuos organizados que defienden o promueven una causa que pretende el cambio social, orientado a intervenir de manera concreta en la sociedad (www. Significados.com, s.f.).

- **Instagram:**

Red social norteamericana utilizada para publicar y compartir fotos y videos. Es gratis y funciona en casi todos los sistemas operativos, y varios dispositivos como celulares, tablets y computadores.

- **Diseño gráfico:**

Se denomina diseño gráfico a la actividad dedicada al desarrollo de contenidos que permiten entablar una comunicación visual. El diseñador elabora un mensaje con un objetivo específico, orientado a un público determinado.(Definicion.de., s. f.)

- **Influencia:**

Se define como el poder que tiene una cosa sobre otra, en lo que se refiere a las personas, es el nivel de persuasión que tiene para que otra persona haga lo que la otra quiera.



7. MARCO DE DEFINICIONES

- **Protesta social:**

Es una puesta en público de una molestia que busca llamar la atención de una autoridad para presionar a solucionar un problema que no ha podido ser solucionado por otros medios.

- **Viral:**

Es algo que se difunde de manera masiva y mundial en diferentes medios, tales como: Televisión, Radio, Redes sociales, Impresos.

- **Interacción en redes sociales:**

La acción recíproca o que está desencadenada por la acción inicial de un usuario con el contenido de otras cuentas como lo son: Likes, compartir, comentar, mensajes directos, y seguir.

- **Activismo digital:**

Se le designa esta palabra a la acción de participar activamente en la propaganda del partido o sociedad a la que pertenece, también se reconoce como la práctica de acción directa en la lucha por los cambios sociales o políticos; y que todo lo mencionado anteriormente lo hace a través de plataformas digitales.

- **Difusión de información:**

Se dice de la actividad de compartir noticias o acontecimientos a través de los diferentes medios de comunicación.

- **Movimiento LGBT (Lesbiana, Gay, Bisexual, Transgénero, y Queer):**

Es toda aquella actividad e iniciativa social y política que lucha por la tolerancia. Además, está en contra de la discriminación y la violencia homofóbica que atenta contra las personas que pertenecen esta comunidad.

- **Movimiento Feminista:**

El feminismo es un movimiento político social, con el objetivo de lograr la igualdad de género; lucha por el reconocimiento de las mujeres e igualar los derechos de las mujeres con los de los hombres.



8. MARCO TEÓRICO

En la sociedad siempre ha existido una interconexión entre comunicación, tecnología y sociedad. Desde el inicio de la humanidad con los primitivos y sus formas de expresar pensamientos o resolver problemas, hasta la actualidad donde los movimientos sociales juegan un papel importante en la vida de las personas que necesitan ser escuchadas. Estos movimientos sociales a lo largo de la historia siempre han necesitado un elemento de difusión y divulgación con el fin de dar un mensaje de motivación, acción social y persuasión para las masas. (La Rosa, 2016).

Primero comenzó con el graffiti, siguieron los volantes, luego llegaron los carteles, luego con el avance de las tecnologías llegaron los videocasetes, los teléfonos móviles y finalmente el Internet, el cual en la actualidad es el medio principal por el que las personas se movilizan y protestan día a día, a pesar de que algunos agentes del Estado intenten censurar alguna que otra información, red social o página web por el simple hecho de no estar de acuerdo con la acción social que se llevan a cabo (La Rosa, 2016).

Se conoce que el nacimiento de las redes sociales, respaldadas con la llegada del Internet, marcaron un cambio importante en la comunicación y las relaciones humanas. Además de esto, también es importante reconocer el papel que estas han desempeñado al evolucionar y convertirse en una voz de revolución para las masas (Candia, 2014).

Así como otros países a nivel mundial, Colombia se ha visto favorecida con el uso de las redes sociales y la conectividad a Internet, gracias a esto, se ha presentado una expansión en los horizontes sociales dado que en la actualidad los medios de comunicación tradicionales han dejado de ser el eje principal para la difusión de la información ya que las plataformas digitales han llegado como medios de comunicación más libres, es decir, ofrecen una mayor libertad de expresión, y a su vez le permite a los movimientos sociales que anteriormente se encontraban reprimidos, tener su propia voz y difundir el cambio que quieren ejercer en la sociedad.

En otro orden de ideas se podría cuestionar el por qué se comienzan a ver los movimientos sociales en las Redes y de cómo los medios de comunicación masivos, tales como la prensa, la radio y la televisión presentan consensos falsos y que no representan la opinión pública; a partir de ahí es donde las personas se ven en la obligación de buscar otros medios donde puedan expresar su opinión (Sábada, 2012).



8. MARCO TEÓRICO

Dichas redes han permitido que las personas accedan a una gran cantidad de información y una interacción con personas conocidas o desconocidas sin importar la distancia, estos medios han tomado más fuerza a la hora de relacionarnos con los demás y comunicarnos, además, ha influido en la participación ciudadana, la movilización y el activismo social. Las redes sociales permiten diferentes tipos de participación entre los jóvenes Kahne, Lee y Timpany (2011) establecen tres formas predominantes de participación "online": La primera es política o cívica, La segunda es cultural o de ocio, La tercera de amistad o relaciones sociales (García Galera & Hurtado, 2013).

Gracias a este tipo de participación los jóvenes se acercan más a temas de discusión social y conocer algunos factores que predominan en la sociedad y experiencias con respecto a estos temas (García Galera & Hurtado, 2013).

Así mismo estas actúan como herramientas para generar cambios que aporten a la sociedad de una forma positiva, hacer uso de estas plataformas ha incentivado a la participación y las relaciones de los jóvenes en temas sociales o cívicos lo que posibilita que ellos puedan cuestionar, debatir, comunicar e invitar a otros a conocer e integrarse en estos actos de participación activa

El activismo por parte de los jóvenes en Colombia es cada vez más creciente debido a que se han enfocado en generar un cambio para las futuras generaciones. Esta participación no solo se ha visto reflejada en las calles de las principales ciudades del País, sino que, se ha llevado a la red social Instagram por medio de la creación de contenido con el propósito de generar interés y visibilidad sobre estas luchas, brindando así, conocimiento acerca de los diversos movimientos sociales. Estos jóvenes han tenido la iniciativa de involucrarse en temas sociales, políticos, económicos y culturales que se viven en el territorio Colombiano permitiendo visibilizar casos que atentan contra la sociedad.

Cabe resaltar que, las redes no sólo sirven como medio de divulgación, sino también, como canal de creación de movimientos u organizaciones no jerárquicas que cuenten con una ideología democrática lo suficientemente nutrida y fuerte para generar un cambio, algunos de estos se encargan de desenmascarar las malas acciones de gobiernos corruptos (Candia, 2014).

Así mismo, estas, se han convertido en un factor muy importante en la operación de los movimientos sociales, estas facilitan una vía más amplia de comunicación y difusión y todo esto se logra de manera muy eficiente, ya que la globalización ha permitido que los movimientos puedan llegar al otro lado del mundo (Candia, 2014).



8. MARCO TEÓRICO

Se reconoce que la dinámica de los movimientos sociales ha cambiado y se ha visto altamente influenciada por las redes, a pesar de que muchos países no cuentan con la mejor conectividad, la voz de revolución que se esparce por las plataformas de difusión ha logrado grandes cambios en los gobiernos del mundo, y cada día que la conectividad llegue a más personas será mayor el cambio que se logre (Candia, 2014).

Como es el caso de Colombia, la conectividad ha crecido en los últimos años ya que se ha visto como más que una necesidad de estar conectados al mundo digital; sin embargo se han llevado a cabo diferentes proyectos con el fin ofrecer una conexión a Internet para los habitantes de zonas rurales de bajos recursos y vulnerables, permitiendo que estos puedan estar más cerca a la realidad e información que se encuentra en este medio, además, esto posibilita que estas personas se unan a discusiones y movimientos sociales, siendo así escuchadas y uniéndose al cambio en la sociedad.

El entorno digital para las organizaciones de la sociedad civil son un canal de comunicación que le permite interactuar y comunicar de una forma directa e instantánea con el ciudadano, por eso para estas organizaciones es de un gran valor el uso de estas ya que se desarrolla un contacto con el usuario para guiarlo, apoyar e informar, y, además incitar la participación en temas de interés social o cívico (Arroyo Zavala & Sanz Abbud, 2017).

Debido a que las redes sociales cuentan con un enfoque social son el medio indicado a la hora de interacción con los demás y compartir información en la actualidad, esto permite que el diseño social contribuya en la comunicación visual con el objetivo de impulsar la participación y aportar soluciones eficientes, creativas y persuasivas para generar conexión y empatía con los ciudadanos (Arroyo Zavala & Sanz Abbud, 2017).

Actualmente las plataformas digitales y el uso de Internet sigue siendo un fenómeno principalmente apoderado de los jóvenes, comprender el impacto que estas tienen en las formas de relacionarse e informarse entre personas de todas las edades, se vuelve notable. En ese sentido, se puede observar que dichas redes no sólo son una expresión de la forma de relacionarse, sino que es capaz de afectar en ésta expresión, creando movimientos de masas con objetivos e ideologías comunes, favoreciendo la organización y, por consiguiente, el aumento de las protestas sociales que residen dentro del espacio digital, que se denomina activismo digital (Briceño, 2016).

8. MARCO TEÓRICO

Algunos aspectos negativos también inciden en estas redes sociales, por ejemplo, que se puede tergiversar muy fácilmente la información encontrada; que la protesta no sea una protesta sustentada en un deseo real de cambiar algo, en "protestar por protestar" o que muchas veces se sienten presionadas por la multitud y la protesta se transforma en un "compromiso social", es decir, no en un interés generado a partir de una reflexión individual, sino más bien en un movimiento de masas (Briceño, 2016).

Entre los cibernautas se ha masificado el uso del término "activismo de teclado" lo que hace referencia al gran poder y conectividad que poseen las redes, pero que se queda corto a lo que un movimiento social quiere lograr, ya que se simplifica a que los usuarios "Dan like" o comparten imágenes acerca de temas controversiales o de protesta social, pero no existe una acción más allá de esta para contribuir al cambio, arrebatándole el sentido de protesta ya que se masifican y viralizan pero no se crea un cambio a partir de estas.

Generalmente, los jóvenes que más actividad tienen en las redes, carecen de una posición política definida, mientras que los jóvenes que ven estas plataformas como una vía de acceso para expresar sus ideologías tienen una posición política marcada, y usan las redes como un medio de difusión (Osorio, 2015).

Por otra parte, se habla de que cuando los jóvenes acuden a las redes sociales para enterarse de lo que está pasando en el mundo, leer noticias, actualizarse y también expresarse al respecto son más propensos que a asistir a manifestaciones físicas, que los jóvenes que simplemente usan estas para fines personales o de diversión. Pero lo anterior no implica que las redes sean el único medio de expresión de ideologías y propaganda política (Osorio, 2015).

Podemos incluir la división que Lovink (2003: 217) ha hecho acerca de los tres tipos de ideales sobre la actividad tecnológica que existen dependiendo de cómo se enfatizan algunos aspectos en estos grupos:

– **Conexión dentro de un movimiento:**

A esto lo considera un "Primer nivel" ya que las redes sociales y tecnologías digitales serían usadas con el fin de ser un eje organizacional, coordinación, difusión interna, cohesión, publicitación, etc., de grupos, organizaciones o colectivos (Sábada, 2012).



8. MARCO TEÓRICO

– **Conexión entre movimientos y grupos sociales:**

Este siguiente nivel consiste en una comunicación entre diferentes grupos que permiten generar consignas, convocatorias, coordinación, etc., más allá de un simple grupo y así ir conectando “nodos” e ir creando una red para finalmente poder llamar a esto “movimientos sociales” con propiedad de palabra (Sábada, 2012).

– **Movimientos virtuales (net-activismo):**

En este último nivel (que es sobre el cual se basará nuestra investigación) es donde se concretan las acciones de grupos sociales en Internet, ya que “Primero ‘existe’ en Internet y luego fuera de él” esto se refiere a que por las acciones que se realizan a través de las plataformas digitales se pueden lograr acciones por parte de organizaciones, como lo diría la autora “al papel” (Sábada, 2012).

“Los movimientos sociales son espacios comunicativos y de acción donde se comparten experiencias de lucha y de auto-organización, donde se vive cierta reflexividad y se construye un sentido compartido de las protestas. Más allá de una morfología social, las redes se han convertido en un modelo para formas emergentes de la política” (Rovira, 2012).

Un movimiento social debe cumplir con ciertas características que lo estructuran y lo validen como lo que es. Las principales características de un movimiento social son 3: debe tener una estructura de movilización, identidad colectiva, método de lucha (Candia, 2014).

El hecho de que cada una de las redes sociales que se emplean para la divulgación de los movimientos sociales, cumplen con un rol diferente (Gerbaudo, 2012), es decir, redes sociales como Twitter y Facebook cumplen el rol de impulsores de la información, pero, por otro lado, Instagram, YouTube, Reddit, Tumblr cumplen el rol de brindarnos la información en constante actualización. A pesar de esto estas redes tienen el elemento en común que hace que el público se identifique o quiera hacer parte de este movimiento social y este elemento es el símbolo gráfico (La Rosa, 2016).

Como ejemplo a “Los indignados” que es uno de los movimiento más grandes de toda Europa y del mundo, uno de los antecedentes más reconocidos de este movimiento, fue “la noche de los mensajes cortos” en la cual cientos de personas se reunieron fuera de la sede del partido popular, pero lo interesante del tema, es que las personas que llegaron al plantón no tenían un mismo destinatario, a todos les llegaron mensajes de diferentes emisores, por medio de las redes sociales como canal de propagación (Candia, 2014).



8. MARCO TEÓRICO

Los movimientos nacen a partir de las problemáticas que se estén presentando en su lugar de origen, problemas como el desempleo, la inequidad, la mala economía y un sin fin de factores que afectan la calidad de vida y las garantías para un futuro digno a la juventud del país (Candia, 2014)

Colombia es uno de los países más desiguales de Latinoamérica fundamentado en el Índice de Desarrollo Regional (Idere Latam) que mide el crecimiento de las diferentes regiones basados en las variables de : educación, salud, bienestar, actividad económica, instituciones, seguridad, medio ambiente y género. Lo que permite ver cuáles son las luchas y movimientos que toman fuerza en el país, según estas variables se evidencian diferentes luchas de la sociedad, debido a desacuerdos y/o pensamientos sobre la desigualdad que ha estado presente a lo largo de la historia colombiana y que actualmente han encontrado un espacio en el cual se pueden expresar y masificar (Internet).

En el caso de los movimientos sociales se emplean algunos recursos para que estos tomen fuerza en las redes, además ayudando a que se vuelva viral en un lapso de tiempo corto, estos suelen ser la fotografía, ilustración, audiovisual y el uso de hashtags alusivos a la protesta. Estas herramientas permiten que se conozcan injusticias sociales en estos medios movilizando a las demás personas a que sean partícipes, para lo que se cree que puede ser un bien social (La Rosa, 2016).

Remontándonos a la historia, desde XVII en Francia se ocupaba la ilustración y la pintura como medio para representar las noticias, y así ha sido desde aquel entonces, hoy en día se puede demostrar lo mismo ya no solo en los periódicos o revistas, si no que estos símbolos gráficos han sido llevados a las redes sociales también, hasta el punto de que estas ilustraciones han llegado a ser “la bandera” o “el símbolo” icónico de algunos movimientos sociales demostrando así la importancia de los mismos (Vera & Oliviera, 2017).

La fotografía influye en los movimientos sociales gracias a su “polivalencia”, que es la capacidad que tiene la foto de ilustrar una noticia, no solo en el momento sino durante muchos años después y esta misma puede volverse representativa para casos y/o situaciones similares en otro contexto (Vera & Oliviera, 2017).

El fotoperiodismo nos permite llamar la atención del espectador más fácilmente ya que a través de ella nos permite acercarnos a la realidad de la forma más cruda y nos obliga a entrar en el oficio de la reflexión (Vera & Oliviera, 2017).



8. MARCO TEÓRICO

Por último es importante no solo mencionar los elementos de la fotografía y el dibujo, sino también la caricatura satírica enfocada a la política, ya que esta fue creada justamente para la protesta y su ideal es la lucha contra la virulencia de personas de la vida pública; más específicamente políticos, con la intención de ridiculizarlos “Corregir con la risa es la fórmula más civilizada de educar”, “La caricatura política, por su carácter ético, es un arte propio de la opinión pública, cuyo objetivo es agitar las conciencias” (Gonzalez, s.f.).

En Colombia se encuentran varias cuentas dedicadas a la creación de este tipo de contenido satírico como otra forma de protesta social direccionados a la ridiculización de los individuos que son objeto de dichas burlas. Las cuentas más conocidas son:



- @matador000
- @elquelosdelata
- @lanuevaprensaco
- @homezlp
- @pluralidadz
- @ocak_cartoon

Teniendo en cuenta que en este estudio cada una de las partes que lo conforman es de gran importancia y son complementados entre sí, se han seleccionado tres libros ya que estos abarcan los temas tratados en la presente investigación como lo son: la red social Instagram, los movimientos sociales y los símbolos gráficos.

Movimientos sociales y comunicación. Sally Burch-León, Osvaldo-Eduardo Tamayo G.

Los movimientos sociales son comunicación en todo su ser, han ayudado a redefinir la manera en la que se vive y se acoge la democracia en diferentes países del mundo. Sin embargo, en ocasiones se ven entorpecidos por errores de comunicación y se debe tener en cuenta que así como las nuevas tecnologías han sido de fundamental ayuda, también han actuado en contra en algunas ocasiones cuando le dan la ventaja a las fuerzas que tienen más poder y contra las cuales se está luchando (León, Burch, & Tamayo, 2005).

Desde que los medios masivos comenzaron a tener más poder en la sociedad, y a presentarse como actores neutros en cuanto a opiniones políticas, han cambiado la forma en la que los movimientos sociales se presentan para poder ser vistos y acogidos con la fuerza que necesitan sin pasar desapercibido o ser polarizados (León, Burch, & Tamayo, 2005).

8. MARCO TEÓRICO

Otro actor muy importante a tener en cuenta en los movimientos sociales es el Internet, el cual ha dado la oportunidad de que estos tengan una mayor visibilidad y esparcimiento a nivel global, dado que facilita la comunicación y la conectividad sin importar la distancia (León, Burch, & Tamayo, 2005).

El papel del Internet en los movimientos sociales ha sido crucial, ya que sin él, la causa por la que se lucha no hubiese podido llegar a tantas personas, ya que este elemento tecnológico no sólo es utilizado para compartir audiovisuales, recibir o enviar datos, sino que también, se desempeña como un elemento organizacional de suma importancia, dado que se organizan grandes masas para actuar juntas con un mismo fin (León, Burch, & Tamayo, 2005).

Instagram, ¡mucho más que fotos! González. Philippe, Madrid, 2018

Se ha convertido en una de las redes sociales del momento, gracias a su gran capacidad de entretenimiento, basados en la interacción entre usuarios y su contenido, agregando que es la plataforma digital preferida para la propagación y masificación de comunicación por medio de imágenes y video; actualmente esta red social cuenta con más de 700 millones de usuarios mensuales que comparten más de 100 millones de fotos al día, convirtiéndola en la aplicación con el crecimiento más rápido de la historia (González, 2018).

La interfaz cuenta con:

- **Menú inferior:** posee las herramientas de inicio, búsqueda, compartir fotos/videos, likes o interacciones y perfil de usuario.
- **Menú intermedio:** es la visualización del perfil, donde se puede observar las fotos (en cuadrícula o individualmente), reels, igtv, filtros y publicaciones etiquetadas.
- **Menú superior:** cuenta con las herramientas de mensajería, historias y configuración del perfil.

Este grupo de herramientas permite la gran masificación de la información, además, son utilizados los hashtags como instrumento para llegar al público que cuenten con los mismos intereses, en esta red social la imagen cuenta con una gran importancia debido a que al compartir contenido en solo segundos se puede resolver una duda, ver cómo surge un fenómeno viral o incluso publicar el día más feliz de tu vida (González, 2018).



8. MARCO TEÓRICO

Se puede compartir el contenido deseado en esta red social los 7 días de la semana a cualquier hora, sin embargo, el comportamiento del usuario, sus tendencias y publicaciones no están estandarizadas; está demostrado que depende de la ubicación geográfica, edad y creencias estará basada su interacción (frecuencia de publicación, intereses y contenido) (González, 2018).

La información en Instagram no suele ser solo del estilo de vida de los usuarios o generar consumo por parte de las marcas, también puede estar relacionado con hechos políticos, sociales y económicos que pueden traer consecuencias notables a nuestra sociedad (González, 2018).

Esta aplicación permite que los usuarios observen la realidad con un enfoque crítico debido a que en este medio, se pueden contar historias por medio de publicaciones con la posibilidad de generar un impacto global alejado de los medios tradicionales que en algunos casos suelen manipular la información a conveniencia de entidades del estado (González, 2018).

El lenguaje de los símbolos gráficos, De la Torre. Guillermo, México, 1992

Los símbolos gráficos en sus inicios eran representaciones básicas de seres y objetos; y esto con el pasar del tiempo fue cambiando ocasionando que su forma se vuelva propia de un concepto y adquiriera un significado particular en un contexto determinado. Las personas tienen la posibilidad de tener una perspectiva nueva y renovada de los sistemas de comunicación visual y esto hace que su mentalidad se modifique y se adecue a las necesidades actuales de comunicación (De la torre, 1992).

Este comportamiento cambiante del símbolo ha ocasionado que sea un elemento importante en las comunicaciones visuales ya que este adquiere un papel que va más allá de lo que explícitamente se llega a estimar. La comprensión que este requiere en la mente de las personas que los percibe es importante y es por ello que los nuevos sistemas de transmisión de imágenes como la televisión u otros medios adquieren con el pasar del tiempo una mayor importancia en la actualidad (De la torre, 1992).

El símbolo en la actualidad se ha apropiado de la dimensión que habita el contexto urbano. Sin darse cuenta el mundo se encuentra sumido en el comienzo de la nueva era de la comunicación, en donde se unen conceptos más nuevos e innovadores que ayudan a una mejor comprensión entre las culturas que poseen diferentes raíces e ideologías y no es el típico en el que se mueve el entendimiento humano (De la torre, 1992).



8. MARCO TEÓRICO

Al observar un gráfico se puede percibir una figura determinada con la cual también se evoca un significado que a la medida en que se hace una mejor idea mental y análisis de esta figura, este significado se volverá mucho más preciso. Por eso es imprescindible que el gráfico esté bien diseñado ya que su mensaje debe ser claro y preciso para evitar que se creen confusiones en la mente del observador o receptor que trate de interpretarlo (De la torre, 1992).

La interpretación de los símbolos va de la mano con el contexto del receptor, costumbres y significados infundidos culturalmente o por su connotación universal. Este fin último es el más importante en todo el proceso de comunicación, debido a que el diseñador evaluará si la pieza gráfica ha cumplido con su propósito comunicacional y esta evaluación debe de ser mediante un proceso de retroalimentación por parte del perceptor (De la torre, 1992).



9. METODOLOGÍA PROPUESTA

La metodología del presente estudio se desarrolla desde el enfoque híbrido el cual permite una recolección de datos, agrupando tanto la investigación cuantitativa como la cualitativa, para así implementar los beneficios de cada enfoque, proporcionando información adicional que respalde los resultados y conclusiones de la presente investigación.

La investigación se realiza a través de interaccionismo simbólico debido a que esta metodología se basa en la importancia implícita de los símbolos, enfatizando en que sus significados se conforman por una interacción entre los seres humanos y su contexto sociocultural, esto quiere decir que el significado e importancia de los símbolos pueden ser interpretados de forma diferente debido a su entorno.

La primera técnica de recolección que se implementa en este estudio es la encuesta, realizada desde el enfoque cuantitativo, permitiendo recolectar una gran cantidad de información estadísticamente confiable. Con el fin de ampliar y respaldar los resultados de estas encuestas, se lleva a cabo una entrevista a profundidad, la cual pretende obtener información del entrevistado y su perspectiva para comprenderlo en su contexto específico. Lo anterior se encuentra soportado en que las respuestas obtenidas con este método serán abiertas y subjetivamente sinceras.

La implementación de la técnica de la entrevista a profundidad se desarrolla teniendo en cuenta que esta debe pasar por 3 fases, la introductoria, el desarrollo y la conclusión. La fase introductoria informa al objeto de estudio la finalidad de la entrevista, en el desarrollo se realizan las preguntas según los objetivos de la investigación obteniendo por parte del entrevistado respuestas detalladas, y por último, la fase concluyente donde se recoge información de gran calidad para analizarla.

9.1 Técnica de análisis

En este estudio se emplea la técnica de interpretación descriptiva, con el fin de adentrarse en una población con ciertos rasgos característicos y en común, además la muestra seleccionada será una parte de la población que reflejan las características del objeto a describir.



9. METODOLOGÍA PROPUESTA

La información recopilada hace alusión a datos relacionados con el fenómeno, procurando brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema a investigar; siendo así que las interpretaciones descriptivas que muestran la información obtenida se interpretan como porcentajes de participación de cada variable sobre todo el fenómeno.

Muestreo estratificado no proporcional:

Se implementará el muestreo estratificado no proporcional permitiendo hacer el análisis de cierto número de individuos seleccionados de la segmentación según su ubicación geográfica, edad y género sin ser proporcional a la población.



10. PLAN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	AÑO 2021											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	
Planteamiento del problema												
Recolección de antecedentes												
Recolección de contenido bibliográfico												
Encuestas												
Entrevistas												
Análisis de la información recolectada												
Desarrollo de página web												
Definición de resultados												

11. SEGMENTACIÓN

Para el desarrollo de esta investigación se han definido tres tipos de características principales para los entrevistados, las cuales son:

- **Ideológica:**

El enfoque de esta investigación se centra en aquellas personas que son partícipes o apoyan a los movimientos sociales, con la intención de una transformación social por medio de la libre expresión.

- **Canal de comunicación:**

La red social Instagram será el canal seleccionado ya que es un medio de fácil difusión, en el cual se destaca el contenido gráfico además de hacer partícipes a los usuarios para que interactúen con el contenido, lo que ayuda a la difusión de dichos movimientos y sus símbolos gráficos.

- **Geográfica:**

La muestra estará segmentada dentro del país de Colombia. Es importante tener en cuenta que la población a estudiar se encuentra dentro de los cascos urbanos de las ciudades colombianas.

11.1 Población

La población objetiva en el estudio del impacto de los símbolos y el lenguaje gráfico en los movimientos sociales de protesta difundidos en la red social de Instagram. Son jóvenes que residen en los cascos urbanos de las ciudades colombianas y se encuentren activos en la red social Instagram.

11.2 Muestra

La muestra objetiva en el estudio del impacto de los símbolos y el lenguaje gráfico en los movimientos sociales de protesta difundidos en la red social de Instagram. Serán jóvenes entre los 20 y 27 años colombianos que residen en los cascos urbanos de ciudades como Medellín, Bogotá, Cali, Manizales y Cartagena los cuales deben de tener una cuenta en la plataforma social Instagram y estarla utilizando con regularidad desde al menos enero de 2018.



11. SEGMENTACIÓN

11.3 Movimientos sociales

Esta investigación parte de algunos de los movimientos sociales que han estado presentes en los últimos años en Colombia, de los cuales su objetivo es perseguir una transformación social por medio de la libre expresión; permitiendo tener una posición positiva o proactiva y para otros negativa o reactiva frente a estos movimientos.

- **Movimientos como:**

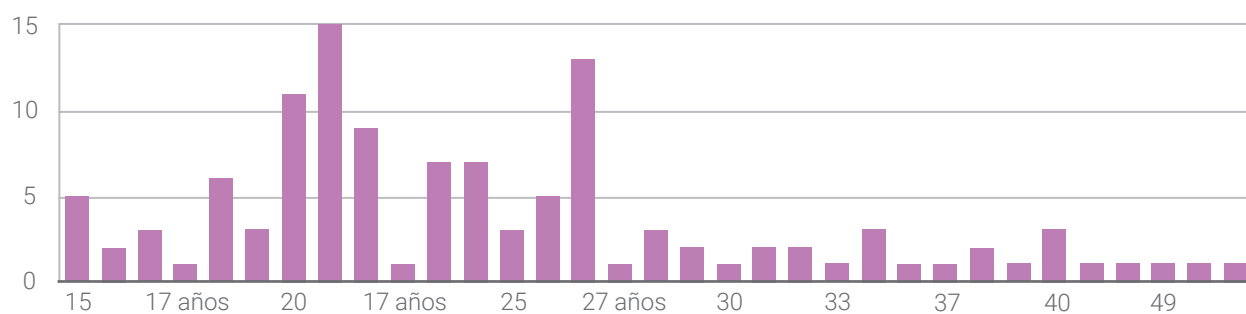
LGBT que lucha por una libre orientación sexual y el movimiento feminista que lucha por la igualdad de género. Se investigarán estos movimientos debido a que cuentan con símbolos y lenguaje gráfico definidos. Además se tendrá en cuenta otros movimientos por su lucha particular, y cómo estos al unirse se vuelven un colectivo frente a diversas causas comunes en la sociedad colombiana con el fin de llegar a un bien común.

12. ANÁLISIS DE RESULTADOS

12.1 ENCUESTAS

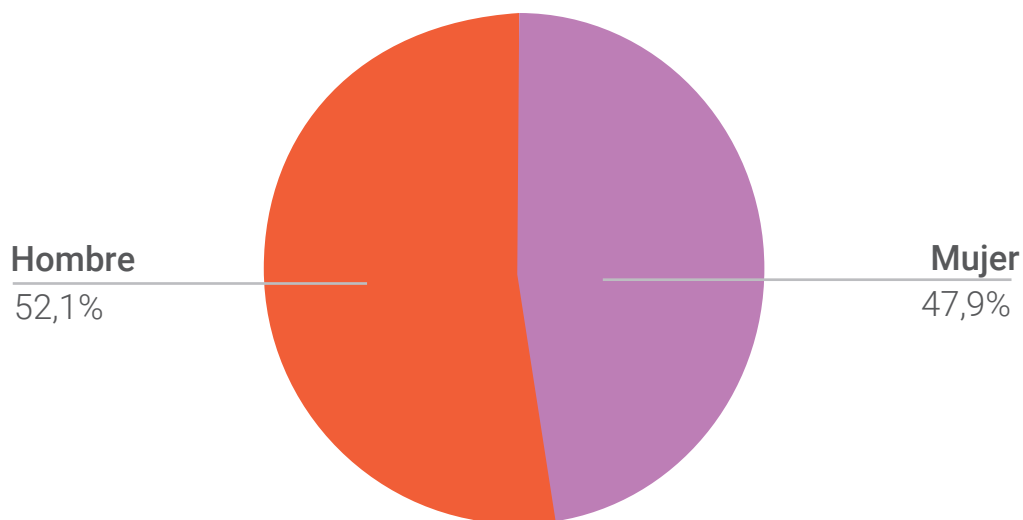
Se realizaron 119 encuestas las cuales arrojaron los siguientes resultados:

1. Edad:



Esta encuesta fue realizada por personas entre las edades de 15 y 53 años, obteniendo la mayoría de respuestas entre los rangos de 20 y 27 años de edad, seguido por los de 15 a 17 años, y por último los de 30 a 53 años, centrando la presente investigación en los jóvenes entre 20 y 27 dada la mayor parte de respuestas.

2. Sexo:

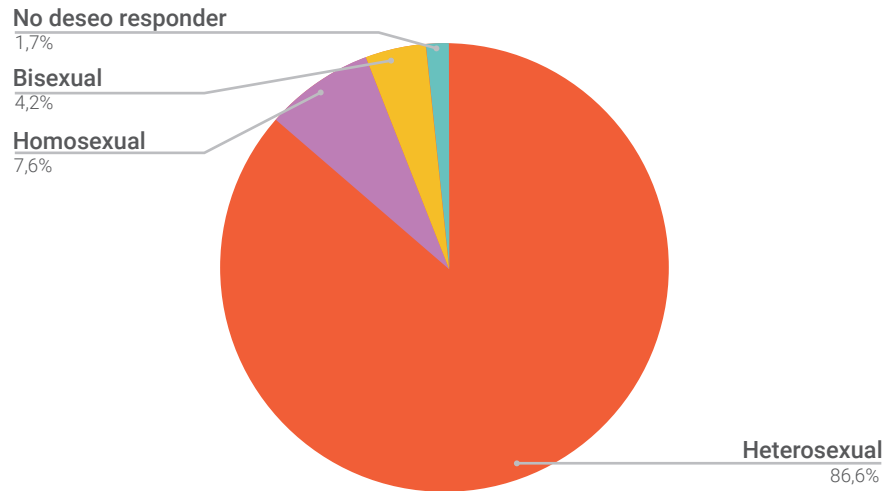


Del 100% de las personas encuestadas, el 52,1% pertenece a hombres y el 47,9% a mujeres; si bien, la participación de los hombres fue mayor, en general fue un balance equitativo entre ambos sexos.



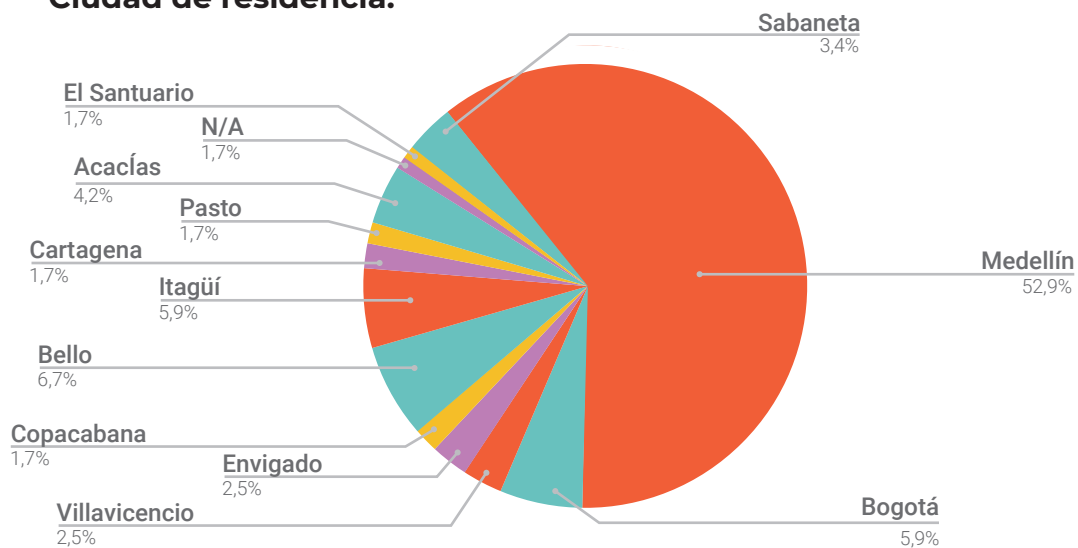
12.1 ENCUESTAS

3. Orientación sexual:



El 86,6% de los encuestados se definen como personas heterosexuales, el 7,6% homosexual, el 4,2% bisexual y el 1,7% no desearon responder.

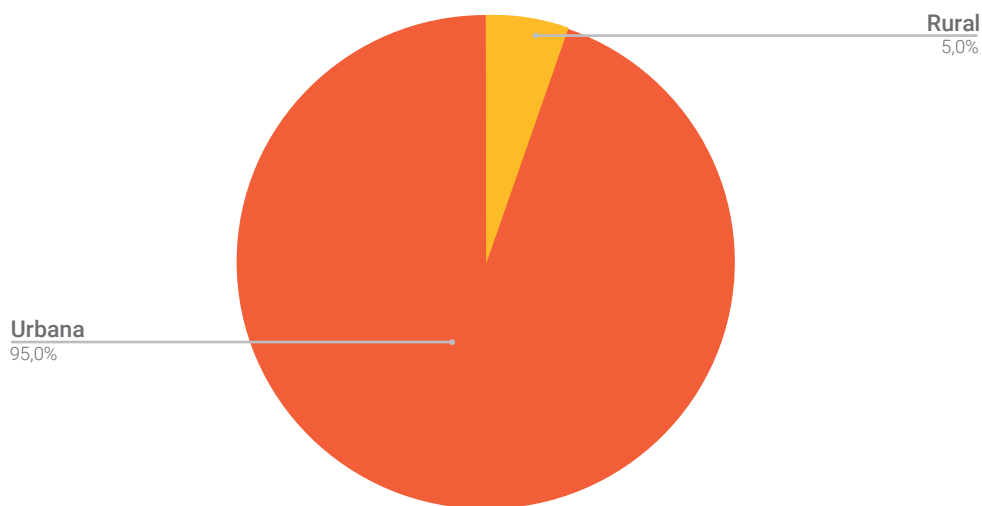
4. Ciudad de residencia:



Entre las respuestas del lugar de residencia se encuentran personas de diversos lugares del país, la ciudad con más porcentaje de residentes es Medellín con un 52,9%, seguido de Bello con un 6,7%, luego Bogotá con el 5,9% de los encuestados, sigue Itagüí con un 5,9% y finalmente se tienen residentes de Acacías, Villavicencio, Pasto, Cartagena en su respectivo orden.

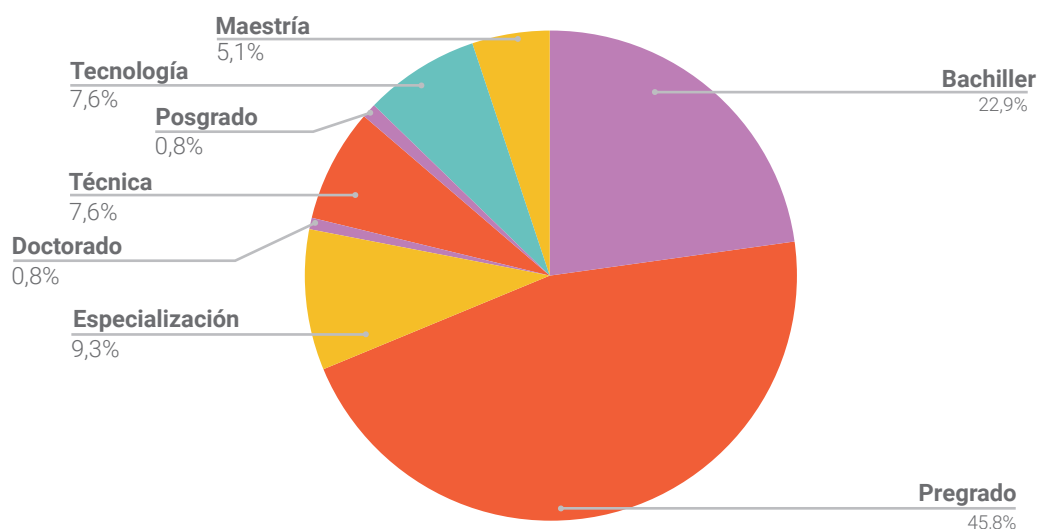
12.1 ENCUESTAS

5. Reside en Zona:



Del 100% de las personas encuestadas el 95% residen en zona urbana y el 5% residen en la zona rural. Centrando la investigación en un espacio urbano.

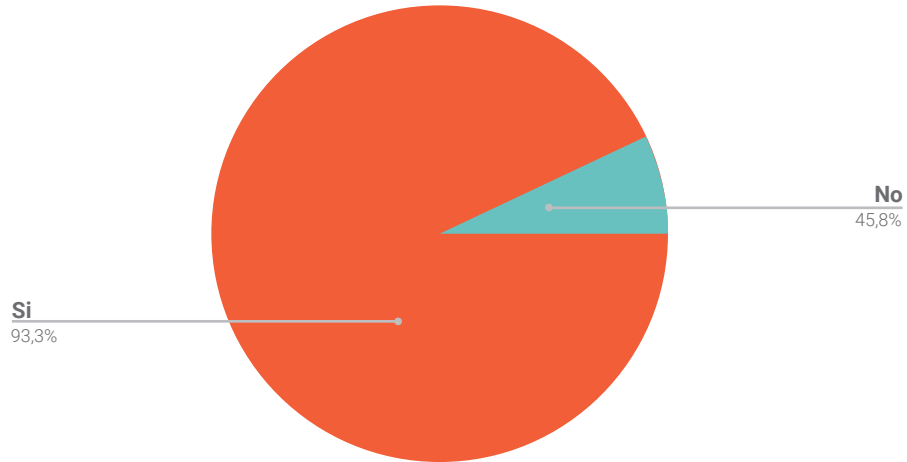
6. Nivel de educación:



En esta pregunta de nivel de educación se obtiene como resultado que el 45,8% de las personas encuestadas cuentan con un pregrado, seguido del 22,9% que son bachilleres, seguidos de esto y en su respectivo orden se tiene especialización con un 9,3%, la técnica y tecnología cuentan con un 7,6% cada una, maestría con 5,1% y para finalizar están el doctorado y posdoctorado con 0,8% cada uno.

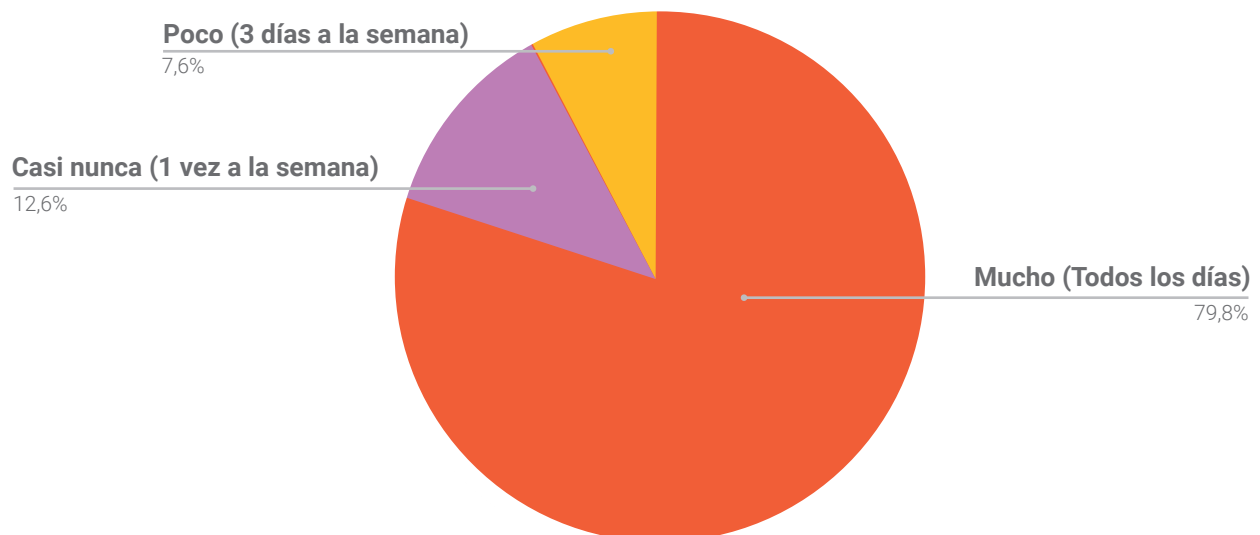
12.1 ENCUESTAS

7. ¿Tienes una cuenta de instagram activa?:



El 93,3% de las personas encuestadas tienen una cuenta de Instagram activa y el 6,7% de las personas no son usuarios de la red social. Lo que sustenta lo importante que son las plataformas digitales en la actualidad.

8. ¿Qué tanto usas Instagram?:

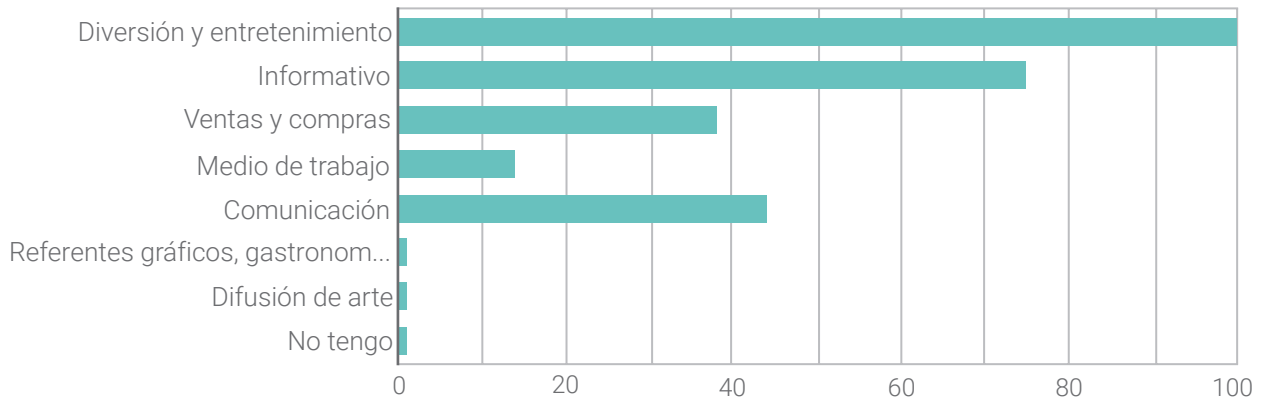


El 79,8% de las personas que realizaron la encuesta usan todos los días la red social de Instagram, el 7,6% 3 días a la semana y el 12,6% casi nunca. Ratificando el foco de esta investigación.



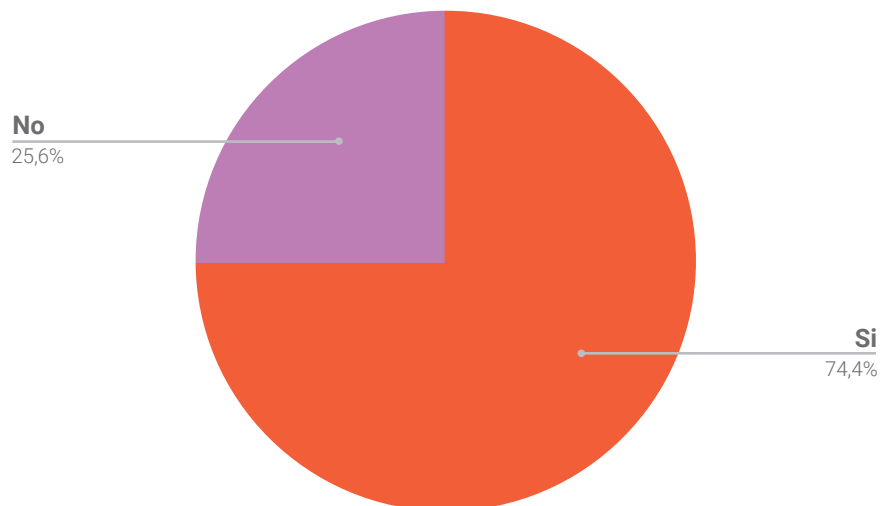
12.1 ENCUESTAS

9. ¿Con qué fines utiliza Instagram?:



Dados los resultados de las encuestas se puede decir que la mayoría de las personas utilizan la red social con fines de entretenimiento, diversión e información; seguido de esto, con menor porcentaje como medio de comunicación, para ventas y compras y como último propósito como medio de trabajo. Demostrando así, que en la actualidad se le ha destinado diversos usos no sólo para fines de ocio sino también para apoyar e informar sobre temas que pueden llegar a generar un cambio en la sociedad.

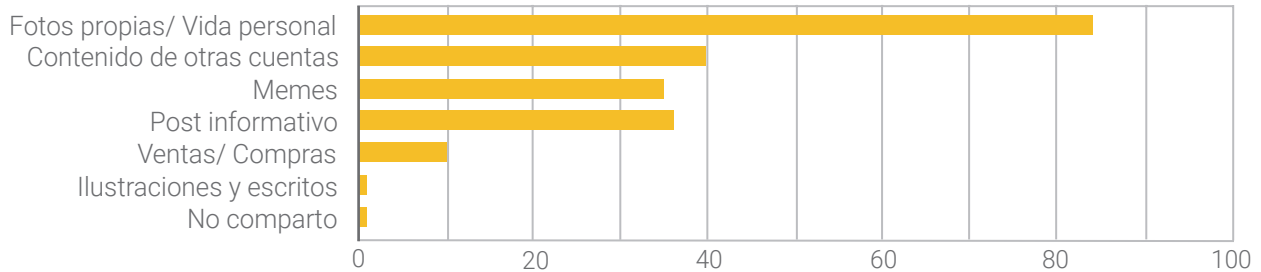
10. ¿Compartes contenido en Instagram (Fotos propias, piezas gráficas, compartir contenido de otras cuentas)?:



A la mayoría de los usuarios activos en esta red social les gusta compartir contenido (74,4%), ya sean fotos propias, contenido audiovisual o publicaciones de otras cuentas.

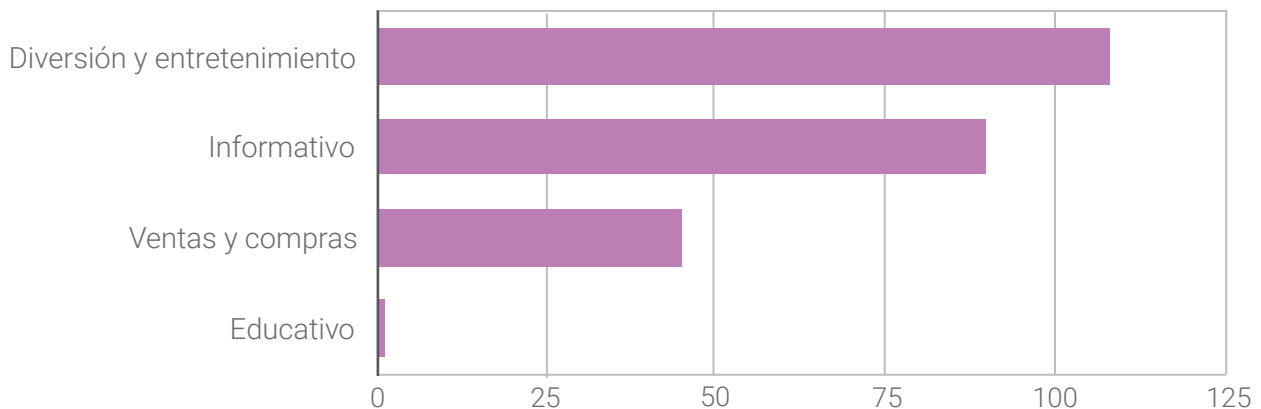
12.1 ENCUESTAS

11. ¿Qué tipo de contenido compartes?:



Entre las respuestas, se evidencia que el contenido que más comparte las personas encuestadas son fotos propias, seguido de contenido de otras cuentas y en menor porcentaje los post informativos, memes, ventas y compras.

12. ¿Qué tipo de contenido te gusta ver?:

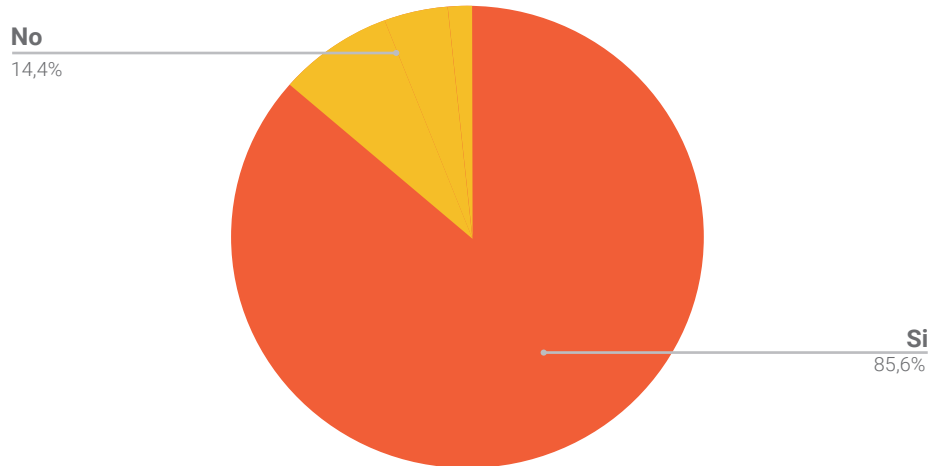


En cuanto al contenido que las personas encuestadas ven en Instagram el 93% corresponde a diversión y entretenimiento con un total de 108 respuestas, el contenido informativo se lleva el 77% con 90 respuestas, las ventas y compras tienen un 39% con 45 respuestas, y finalmente el contenido educativo tiene un 0,9% con 1 respuesta.

Dado que el contenido informativo genera interacciones y tiene un público en esta red social, encontramos que es un recurso útil para nuestra investigación ya que es el enfoque del presente estudio.

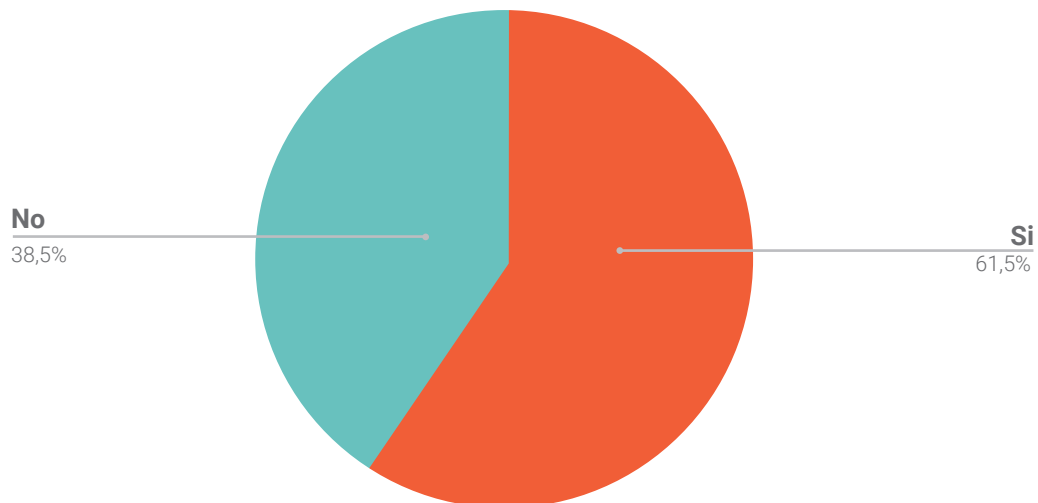
12.1 ENCUESTAS

13. ¿Sabes qué son los movimientos sociales?:



Del 100% de las personas encuestadas el 85,6% saben que son los movimientos sociales y el 14,4% desconoce este tema.

14. ¿Sigues alguna cuenta de activismo social en Instagram?:

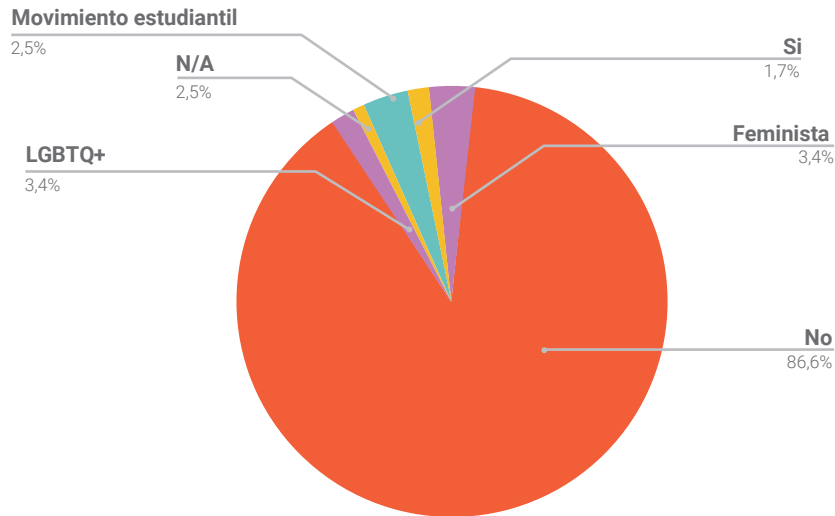


El 61,5% cuenta con un mayor interés por las cuentas de activismo social en la red social de Instagram y para el 38,5% de los usuarios no es su objetivo principal seguir este tipo de cuentas.



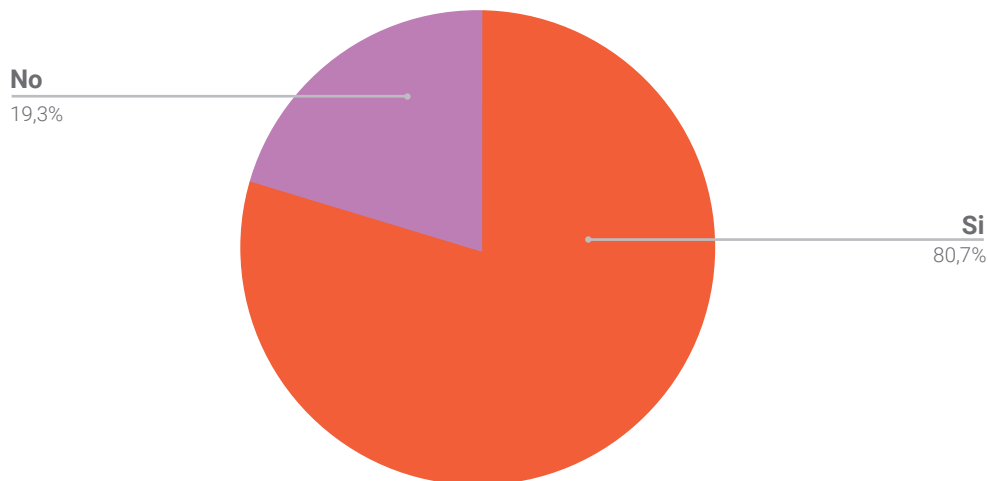
12.1 ENCUESTAS

15. ¿Participas en algún movimiento social?:



Del 100% de los encuestados, el 86,6% no participa ni hace parte de ningún movimiento social, el 3,4% es partícipe del movimiento feminista, el 2,5% del movimiento estudiantil y finalmente está el movimiento LGBTQ+ con un 1,7% y los que simplemente participan en un movimiento no especificado que corresponde al 1,7% del total.

16. ¿Te gusta el activismo en las redes sociales?:

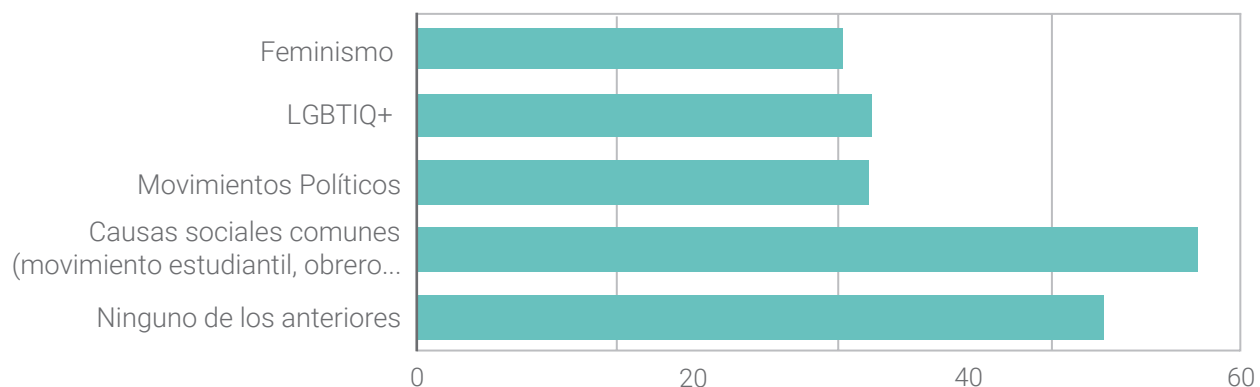


Del 100% de los encuestados, al 19,3% no le gusta el activismo en las redes sociales y a el 80,7% si le gusta. Concluyendo que aunque las personas no participen de estos movimientos sociales (resultado tomado de pregunta anterior), les gusta el activismo en las redes y es un buen canal para este.



12.1 ENCUESTAS

17. ¿Compartes el contenido de algún movimiento social en tu instagram?:



Del 100% de los encuestados, el 27,1% comparte contenido acerca del feminismo, el 42% no comparte ninguno, el 47,9% comparte causas comunes, el 27,7% comparte movimientos políticos y por último el 27,7% comparte sobre movimientos LGBTI. Dando a entender que las personas comparten contenido acerca del movimiento con el que más se sienten identificados, por lo que movimientos como los de las causas sociales acogen un mayor número de personas al tratar temas más generales, mientras que el feminismo, el lgbtiq y los movimientos políticos son más específicos.

12.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Se seleccionaron a 7 personas de las encuestas para el desarrollo de la entrevista a profundidad basados en los criterios de: ubicación, edad y orientación sexual, buscando así la variedad de puntos de vista; obteniendo los siguientes resultados:

- ¿Desde hace cuánto usas la red social?:

Entre las respuestas dadas por los entrevistados se puede decir que en promedio usan la red social desde el 2016. Evidenciando que estos individuos llevan tiempo en la plataforma por lo tanto saben cómo es su funcionamiento y siguen cuentas con las que tienen intereses afines, lo que les permite un uso satisfactorio de dicha red.

- ¿Es tu red social favorita? ¿Qué es lo que más te gusta de ella qué dirías que no tienen las demás redes?:

El 71% de las personas entrevistadas contestaron que Instagram es su red social favorita debido a que es fácil de usar y posee gran variedad de contenido para cada tipo de usuario; el restante de los entrevistados, es decir el 28%, prefieren otras redes como Youtube y Tik Tok debido a que su contenido es principalmente audiovisual.

12.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

- **¿Te gusta publicar y compartir contenido? ¿Qué tipo de contenido?:**

El 42% dice que no le gusta a causa de la falta de privacidad y con el fin de no generar discusiones negativas con sus seguidores, el 58% restante le gusta compartir contenido de carácter político, entretenimiento (memes) y arte.

- **¿Cómo describirías tu relación con las redes sociales, te gustan o te cansan seguido de ellas?:**

No se tiene una respuesta unánime, sin embargo se podría decir que a los usuarios les gusta esta red social pero se cansan fácilmente porque su contenido puede ser un poco tedioso o se llegan a sentir agobiados (por diferentes motivos, tales como: contenido violento, simulación de vidas perfectas, etc.) Incluso algunas personas se pueden llegar a establecer horarios para hacer uso de la red social y no distraer de sus actividades diarias.

- **¿Qué consideras que es un movimiento social? ¿Cuáles conoces y qué crees que los caracteriza?:**

Entre las respuestas de los entrevistados se evidencia que tienen una idea básica y clara sobre el tema de los movimientos sociales y su definición. Se obtuvieron algunas respuesta como:

“ Lo hacen varias personas para hacerse escuchar, conozco el movimiento feminista y LGBTI+. Al LGBTI+ los caracteriza la bandera, las feministas las caracteriza el color morado.”

“Un movimiento social es una idea que varias personas siguen en torno a un cambio que quieren hacer en torno a un nivel grande hacia la sociedad”.

“Los caracteriza el carácter de lucha - la igualdad - el sentido de ir de contra con la normalidad y la violencia que se vive, hay movimientos muy representativos como el Black Lives Matter”.

- **¿Has llegado a ver alguna imagen o contenido sobre movimientos sociales en ella?:**

El 86% de los entrevistados han visto imágenes o contenido sobre algunos movimientos sociales debido al efecto de viralización que permite la red social Instagram. Esto implica que aunque muchos de los usuarios no sigan estas cuentas que generen este tipo de contenido, pueden llegar a verlo en las historias, pantalla de inicio o en la sección explorar gracias a la fácil difusión.



12.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

- **¿Cuáles son los primeros movimientos que se te vienen a la mente? ¿estás a favor o en contra de alguno?:**

De acuerdo con las respuestas obtenidas en las entrevistas a profundidad se observó que el 42% está a favor, otro 42% expresa que depende del movimiento y al 16% restante le es indiferente; Los movimientos más conocidos por las personas entrevistadas son feminismo, LGBT+, Black Lives Matter, consumo de carne, ecológico, paro nacional y aborto, en su respectivo orden porcentual.

- **¿Piensas que estos movimientos sociales sirven para algo?:**

El 42% tal vez y 57% dice que si, se obtuvieron respuestas como:

“Los movimientos sociales sí sirven para algo, el movimiento por redes sociales hace que tenga mucha visibilidad y que las personas se puedan informar, con puntos de vista muy diferentes, aunque es un arma de doble filo porque se puede llegar desinformar también muy fácilmente”

“He llegado a ver contenido de movimientos en Instagram, estoy a favor con unos y no con otros, los movimientos sociales sirven en algunos aspectos pero no tengo mucho conocimiento acerca de esto”

“No estoy a favor ni en contra, me da igual, pero me imagino me imagino que si sirve para algo a las personas están dentro el movimientos”

- **¿Dirías que cada movimiento social tiene unos símbolos característicos?:**

El total de entrevistados concuerdan con que cada movimiento social cuenta con símbolos característicos a pesar de que no los reconozcan todos. Algunos reconocieron los elementos gráficos más representativos y su movimiento social, tales como:

- “Feminista: puño con símbolo de la mujer.”
- “El Black Lives Matter: es el puño en negro.”
- “Feminista: El color morado y el símbolo femenino para las feministas.”
- “Pro Aborto: El verde para el pro aborto.”
- “El azul para los provida.”
- “LGBTI+: la bandera arcoiris del movimiento LGBTI+.”



12.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

- **¿Sigues a alguno de estos movimientos sociales en Instagram o cuentas que generen contenido acerca de estos temas?:**

El 42% dice que sí y el 57% dice que no, sin embargo la gran mayoría de este 57% afirma que sí siguen personas que difunden contenido en sus historias y por esto han llegado a ver contenido sobre movimientos sociales en Instagram.

- **¿Te gusta compartir esas imágenes? ¿Compartes estas imágenes por contenido informativo y/o por su contenido gráfico?:**

Al 57% le gusta compartir contenido gráfico acerca de los movimientos sociales y el otro 43% tiene dudas al respecto. El contenido que comparten se distingue por tener un carácter tanto informativo como una buena estética. Las personas dudosas de compartir las piezas comentan que se abstienen de hacerlo por temor a la reacción de sus seguidores al ver este tipo de contenido.

- **¿Sientes que al compartir o hacer imágenes sobre movimientos y causas sociales estás aportando a un cambio o te sientes partícipes de algo?**

El 42% afirma que sí se sienten parte del cambio al compartir o generar contenido al respecto, y otro 42% expresa que no sienten que aportan algo al replicar este tipo de publicaciones en las redes sociales debido a que se tiene una idea de la participación física y que es necesario llevar estas luchas más allá del activismo de teclado, por último el 16% responde que “no aplica”, mostrándose neutros ante la pregunta.

- **¿En algún momento has creado este tipo de contenido para tus redes sociales?:**

Solo el 28,5% ha creado contenido relacionado con los movimientos sociales y el 71,5% restante no lo ha hecho, ya que no poseen los conocimientos, herramientas o el altruismo necesarios para crear este tipo de contenido visual.

- **¿Crees que Instagram tiene poder en las masas para generar cambios en la conducta de las personas?:**

El 71,5% piensa que sí, debido a que la red social puede ser usada como herramienta para el cambio en el pensamiento de las personas con respecto a estos temas controversiales, sin embargo, es importante resaltar que las personas entrevistadas coinciden en que el cambio en la sociedad debe comenzar en cada uno de los usuarios que la conforman y no depender de quien los sigan en su perfil de redes sociales.



12.3 RESULTADOS (TRIANGULACIÓN)

El uso de diferentes herramientas de recolección de datos tales como encuestas y entrevistas a profundidad logran evidenciar el uso de las redes sociales como medio de difusión para los movimientos sociales de protesta. Esto gracias a que Instagram cuenta con un mayor alcance y difusión de la información en un tiempo más corto y un espacio más libre de pensamientos e ideologías perteneciente a los movimientos sociales.

Según los resultados, las personas que más usan las redes sociales son los jóvenes entre los 20 y 27 años, ubicadas en las zonas urbanas de las principales ciudades, debido a esto, se puede intuir que las personas que residen en zonas rurales no cuentan con la fácil accesibilidad a redes sociales y por ende su participación por este canal puede ser menor en comparación a las demás. Adicionalmente, la mayoría de los encuestados se encuentran realizando un pregrado, lo que se podría interpretar que son personas con un mayor criterio a la hora de definir qué contenido tiene información verídica y/o de calidad.

Con lo mencionado anteriormente cabe resaltar que la información en las redes sociales cuentan con un sesgo debido a que la participación en estas es gracias a las personas que residen en zonas urbanas, pero se desconoce participación por parte de las personas que se encuentran en zonas rurales debido a las dificultades de conectividad.

Las encuestas y las entrevistas arrojaron que si bien las personas utilizan Instagram con varios fines como informativos e incluso como medio de trabajo, la mayoría afirma que el uso principal de esta red es el entretenimiento, sin embargo, los usuarios también han visto piezas gráficas relacionadas a los movimientos sociales gracias al funcionamiento del algoritmo encargado de mostrarles las publicaciones de cuentas con las que se tiene más interacción y publicaciones relevantes como lo son las noticias del momento.

Las redes sociales son el medio indicado para la interacción y divulgación de información en la sociedad actual, es importante mencionar el diseño con enfoque social, debido a que este influye en la comunicación visual, buscando como objetivo generar la interacción de los usuarios con el contenido de una forma persuasiva y creativa; se podría decir que las personas entrevistadas concuerdan con que la estética visual y su calidad de contenido informativo les permite generar una mayor comprensión y conexión con dichas publicaciones y por consiguiente mayor probabilidad de que dichos usuarios participen en la masificación de las piezas gráficas con enfoque de protesta social.



12.3 RESULTADOS (TRIANGULACIÓN)

En la sociedad colombiana las personas cuentan con poca información sobre la definición e historia de los movimientos sociales y sus símbolos gráficos más representativos, los cuales se han replicado en diversas ocasiones y han perdurado a lo largo del tiempo. Algunos colectivos se han apropiado de elementos gráficos como: el uso de personajes históricos, colores, fotografías e intervenciones o modificación algunos símbolos con el fin de resignificar y/o potenciar el mensaje.

A lo largo de las entrevistas a profundidad se presentaron diferentes imágenes, una de las respuestas obtenidas fue:



Tomada de cuenta de Instagram: @mismariconadas

“La imagen con el policía me genera reflexión, la bandera y los que están bailando porque hubo una situación en el país en la que un grupo bailó para mostrar la diversidad de culturas que hay, me llamó la atención el hecho de Queer apoyo”.

Se evidencia que a lo largo de diferentes momentos coyunturales vividos en el país, han surgido nuevas imágenes y símbolos para las diversas luchas empleando algunas figuras retóricas como lo son: la personificación, la metáfora, la anáfora, la ironía, entre otras. La resignificación que se le ha dado a estas piezas gráficas, cuentan con una carga sociocultural la cual permite interpretarlas gracias al contexto en el que están inmersas, por lo que las imágenes cambian como consecuencia a la evolución constante que hay en el contexto donde son implementadas.

“Los movimientos sociales han sido orientados a ser fáciles de identificar gracias a símbolos como la bandera gay, la sangre, el ESMAD, los colores morado y verde del feminismo. Ese es su éxito, porque desde la imagen se puede identificar la lucha que siguen”.

- **Fragmento tomado de las entrevistas a profundidad.**

12.3 RESULTADOS (TRIANGULACIÓN)

En la red social de Instagram, el lenguaje gráfico y los símbolos de estos movimientos sociales han llegado como una herramienta que logra reforzar la información que se encuentra en constante actualización relacionada a estos temas presentes en la comunidad, además, movilizar a los usuarios a ser partícipes compartiendo dicho contenido. Cabe resaltar que el uso de la imagen se replica tanto en las movilizaciones ciudadanas como en el cyber activismo.

“Instagram no es más allá de una herramienta que permite publicar fotos, las personas tenemos la capacidad de convertir esa herramienta en algo que ayude a los movimientos sociales, eso inevitablemente genera cambios”.

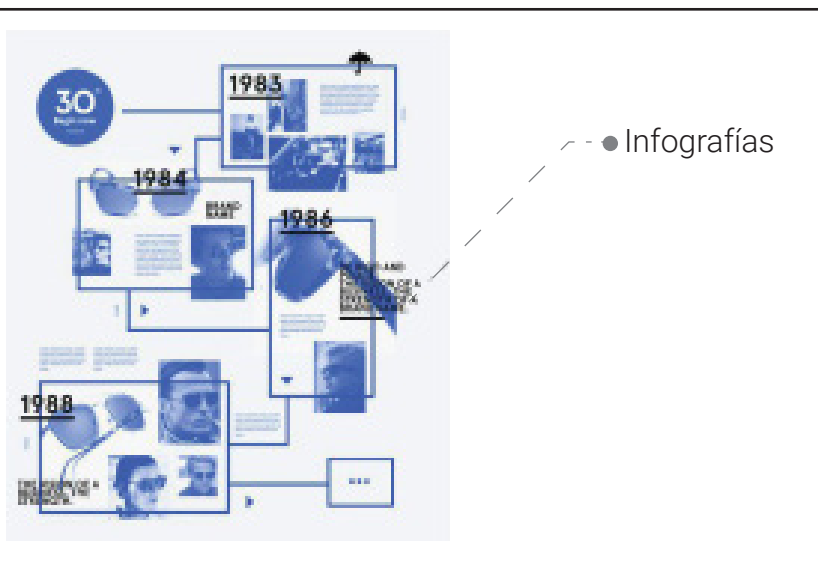
- **Fragmento tomado de las entrevistas a profundidad.**



13. PRODUCTO

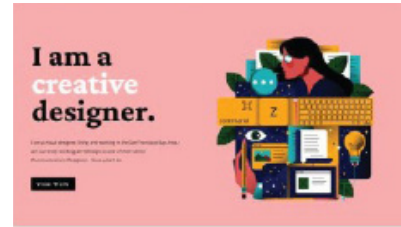
PRODUCTO: <http://www.ciberactivismocolombiano.com/>

La creación del sitio web parte de los resultados obtenidos de los individuos entrevistados, con el fin de dar a conocer estas problemáticas y luchas de gran importancia en la sociedad actual colombiana; que se expresan de una forma gráfica por medio de las redes sociales. El producto realizado es un aporte a estudiantes, activistas y demás personas interesadas en estos temas, de la cual se obtendrá un conocimiento a profundidad por medio de noticias, historia, definiciones, entre otros.



13. PRODUCTO

Diagramación ●



Selected work.



Helixiga

Web site for Helixiga design

Helixiga is a creative design agency that specializes in web design and branding. They have a strong focus on user experience and creating visually appealing websites that are easy to navigate and use.

View Project

Dermote

Web site for Dermote

Dermote is a creative design agency that specializes in web design and branding. They have a strong focus on user experience and creating visually appealing websites that are easy to navigate and use.

View Project

Ilumations

Web site for Ilumations

Ilumations is a creative design agency that specializes in web design and branding. They have a strong focus on user experience and creating visually appealing websites that are easy to navigate and use.

View Project

Lorem ipsum
Lorem ipsum

Tipografías

Frases ●



Galerías

Web Responsive ●

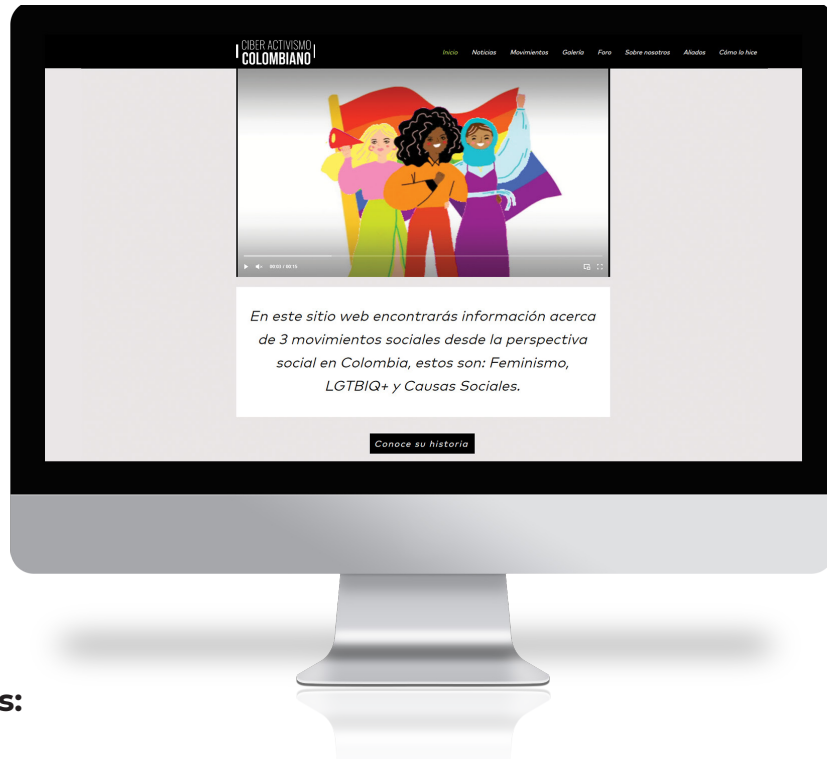


El color será implementado en el contenido gráfico.

13. PRODUCTO

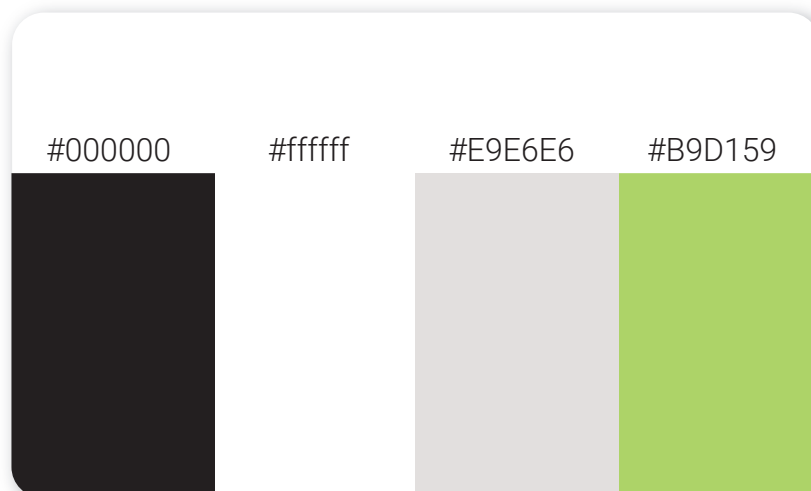
- Animación:

Se implementará en la página de inicio una animación corta y sencilla alusiva a los diferentes movimientos sociales abordados en la investigación, con el fin de llamar la atención al usuario, haciendo la página más dinámica.



- Colores:

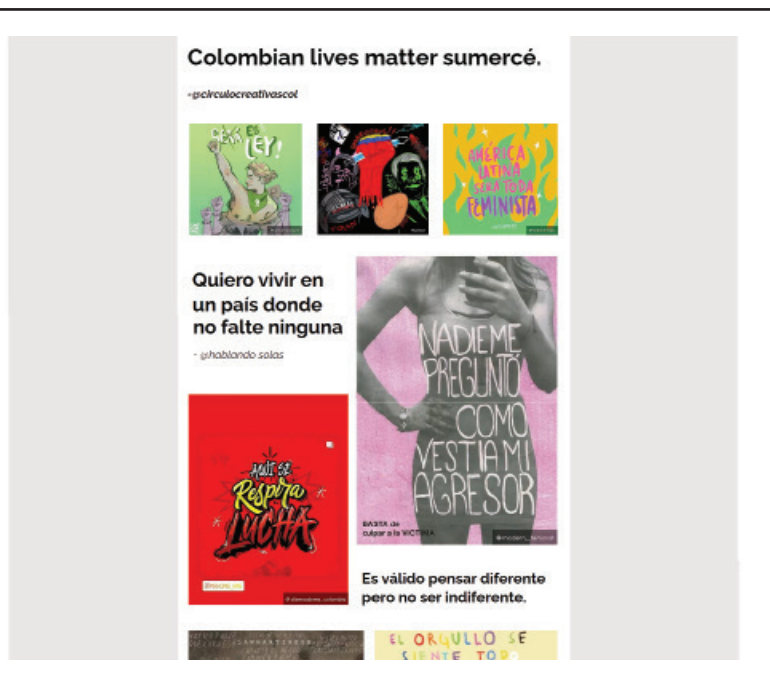
Los colores que se implementan en el sitio web son escalas de grises y negros para que el contenido gráfico tome el protagonismo a la hora de navegación en la pagina y no compita con el mismo.



13. PRODUCTO

- Galería / Frases:

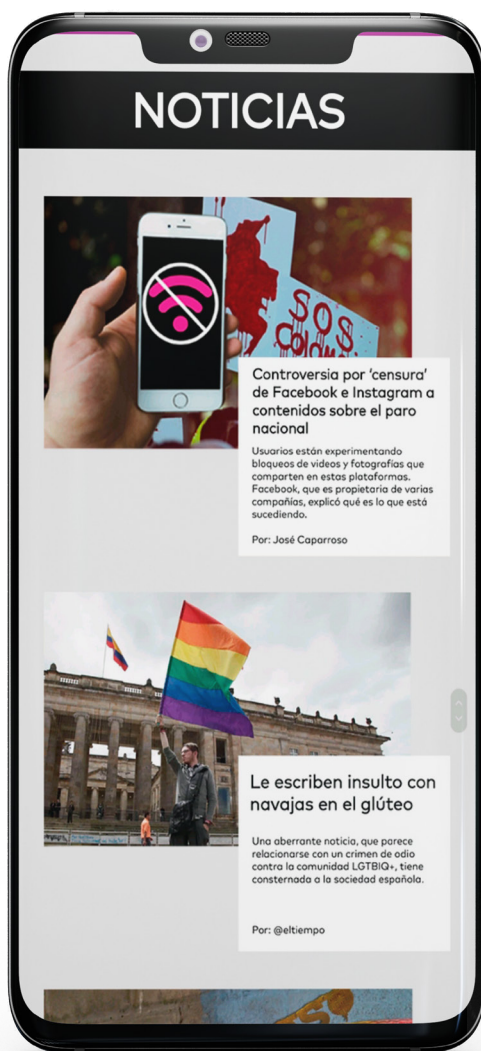
La galería está diagramada de una manera convencional permitiendo un uso óptimo del espacio para exhibir de la mejor manera las piezas gráficas que se publicarán, dándole protagonismo a cada una, además de esto, la galería cuenta con un plus que son frases alusivas a los movimientos para reforzar el mensaje que desean transmitir las imágenes.



13. PRODUCTO

- Web responsive:

Debido a que el 94.8% de los usuarios colombianos de Internet se conectan a través de un dispositivo móvil, se prioriza la navegación desde celulares para el sitio web, generando una navegación más óptima e intuitiva para el usuario (Alvino, C., 2021, 3 junio).



13. PRODUCTO

- Tipografías:

Las fuentes implementadas en el sitio son elegidas pensando en la legibilidad de los textos en función del usuario.

Aa
MARK PRO

BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
()='*[]_::;,-!'#\$%&/+°|-@<>

REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
()='*[]_::;,-!'#\$%&/+°|-@<>

Aa
MONTSERRAT

BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
()='*[]_::;,-!'#\$%&/+°|-@<>

LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
()='*[]_::;,-!'#\$%&/+°|-@<>

ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
()='[]_::;,-!'#\$%&/+°|-@<>*

14. CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos de esta investigación nos dejan en claro el gran papel que juega la estética, el uso de los símbolos y el lenguaje gráfico al momento de transmitir un mensaje por redes sociales, en este caso Instagram, debido a que somos seres visuales y nos sentimos atraídos a los contenidos que poseen elementos gráficos atractivos (dejando en claro la subjetividad de lo atractivo para cada persona).
- No existe un paso a paso o una manera correcta para crear contenido visual acerca de la protesta social, sin embargo, sí existen elementos característicos de cada movimiento que lo hace fácil de identificar y permite que las personas de estas comunidades se sientan identificados al verlos.
- Actualmente el uso de estas plataformas (Instagram, facebook, Tik tok) ha incrementado la participación por parte de los activistas, diseñadores y artistas enfocados al diseño social, y por ende, ha aumentado la visibilidad de estas luchas al crear contenido acerca de dichos temas.
- Para futuras investigaciones es recomendable tener un alcance y un presupuesto más amplio, para poder llegar a las personas localizadas en las zonas rurales del País dada la falta de participación de estas poblaciones por las dificultades de conectividad.
- Dado que en esta investigación se realizó en un corto periodo de tiempo, por lo tanto solo se alcanzaron a tratar 3 movimientos sociales, se sugiere crear un espacio en próximos proyectos para tratar colectivos que no poseen tanto alcance y popularidad en la sociedad colombiana, y comparar los resultados de la presente investigación con la propuesta anteriormente mencionada.



15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- García Galera, M. d., & Hurtado, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización.
- Arroyo Zavala, O., & Sanz Abbud, M. (2017). Diseño Digital con sentido social.
- Briceño, R. (2016). La protesta en redes sociales como herramienta para los movimientos sociales.
- Candia, G. (2014). Las redes sociales y su influencia en los movimientos sociales.
- De la torre, G. (1992). El lenguaje de los símbolos gráficos. México: Limusa .
- Gonzalez, B. (s.f.). Banrepcultural.org. Obtenido de Banrepcultural.org: <https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-10/la-caricatura-politica-en-colombia>.
- González, P. (2018). Instagram, ¡mucho más que fotos! Madrid: Difusora Larousse - Anaya multimedia.
- La Rosa, A. (2016). Movimientos sociales, redes sociales y recursos simbólicos. Correspondencias & Análisis.
- León, O., Burch, S., & Tamayo, E. (2005). Movimientos sociales y comunicación. Quito: Agencia latinoamericana de información.
- Mella, O. (2000). Grupos focales. Técnica de investigación cualitativa. Santiago.
- Osorio, F. (30 de Marzo de 2015). ResearchGate.net. Obtenido de ResearchGate.net: https://www.researchgate.net/publication/274251799_La_influencia_de_las_redes_sociales_en_la_participacion_politica.
- Rovira, G. (2012). Movimientos sociales y comunicación: la red como paradigma. 92.
- Sábada, I. (2012). Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales. Aspectos históricos y metodológicos.
- Vera , N., & Oliviera, S. (2017). Fotoperiodismo: la importancia de la comunicación visual.



15. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- S. (2019, 24 octubre). Significado de Movimientos sociales. Significados. <https://www.significados.com/movimientos-sociales/>
- Arte Político. (2014). http://www.uam.mx/difusion/casadeltiempo/14_mar_2015/casa_del_tiempo_eV_num_14_27_31.pdf
- Asale, R. (s. f.). símbolo | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/s%C3%ADmbolo>
- Definición de diseño gráfico — Definicion.de. (s. f.). Definición.de. <https://definicion.de/disenio-grafico/>
- Alvino, C. (2021, 3 junio). Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020–2021. Branch. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>
- Cultura para Jóvenes. (s. f.). Revista Bacánika. <https://www.bacanika.com/>
- EL ARTE COMO PROTESTA | HABLEMOSARTE. (2020, 5 junio). YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=mk-NRQ_3Prg&ab_channel=HablemosArte
- Montes Vozmediano Manuel. (2021). DISEÑO GRAFICO PUBLICITARIO. OMM PRESS.
- Ayala, S. D. (2021, 11 junio). ¿Cómo escuchar a quien no tiene voz? - Simmon David Ayala. Medium. <https://cabizbajx.medium.com/c%C3%B3mo-escuchar-a-quien-no-tiene-voz-623cfa2ba5d4>.
- Todo beso es un acto político - New Queer Cinema. (2021, 15 mayo). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=RrsIWswWUlo>.
- P. (2020, 29 octubre). Colombia, con las regiones más desiguales de Latinoamérica. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/colombia-con-las-regiones-mas-desiguales-de-latinoamerica-idere-latam-546186>.