

Estudio de Caso

Incidencia de la red social Instagram dentro del proceso comunicativo del

Resguardo Indígena Cañamomo y Lomaprieta

Alejandra Ramírez y Edwin Rendón

Especialización en Gerencia de la Comunicación Digital

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Universidad de Manizales

Mgtr. Aura Esperanza Giraldo

10 de junio de 2022

Contenido

Resumen.....	5
Summary.....	6
Introducción	7
Objeto de estudio.....	9
Pregunta de investigación.....	9
Justificación	10
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Metas o propósitos	12
Antecedentes.....	13
Internet fortalece a las Comunidades Indígenas.....	13
Los indígenas en el ciberespacio	13
Demandas de la confederación de nacionalidades indígenas del Ecuador (CONAIE) y proyecto político del movimiento de plurinacionalidad Pachakutik: Análisis de las páginas web y redes sociales.....	13
Diseño de una estrategia de comunicación basada en el uso de redes sociales para la difusión del turismo con identidad indígena	14

Comunicación indígena en Colombia.....	14
Tecnologías de la información y la comunicación en poblaciones indígenas.....	14
Tecnologías de Información y Comunicación: el caso de las comunidades indígenas cabécares de Chirripó de Costa Rica	15
Comunicación ancestral y tecnicidades: apropiaciones y resistencias	15
Marco teórico	16
Marco metodológico.....	24
Hallazgos y discusiones.....	29
Encuesta 1	29
Encuesta 2	39
Conclusiones	47
Anexos	49
Referencias.....	50

Lista de figuras

Figura 1. Diagrama de Gantt.....	28
Figura 2. Edad de los encuestado.....	29
Figura 3. Género de las personas encuestadas	30
Figura 4. Nivel de escolaridad de las personas encuestada	30
Figura 5. Participación dentro del Resguardo de las personas encuestadas	31
Figura 6. Red social más utilizada por las personas encuestadas	31
Figura 7. Perfiles activos dentro de Instagram en las personas encuestadas	32
Figura 8. Preferencia de contenido en Instagram de las personas encuestadas	35
Figura 9. Seguimiento al perfil de Instagram del Resguardo de las personas encuestadas	35
Figura 10. Opinión de las personas encuestadas sobre el tipo de contenido a trabajar	38
Figura 11. Edad de las personas encuestada	39
Figura 12. Género de las personas encuestadas.....	40
Figura 13. Nivel de escolaridad de las personas encuestadas.....	40
Figura 14. Opinión de los encuestados sobre los temas a tener en cuenta dentro de Instagram .	41
Figura 15. Opinión de los encuestados sobre el uso de Instagram en los procesos	42
Figura 16. Opinión de los encuestados sobre la utilidad de Instagram en el Resguardo.....	42
Figura 17. Opinión de los encuestados sobre la identidad de las redes sociales del Resguardo .	43
Figura 18. Opinión de los encuestados sobre los cambios para el Instagram del Resguardo.....	43
Figura 19. Seguimiento al perfil de Instagram del Resguardo de las personas encuestadas	44
Figura 20. Opinión de los encuestados sobre el formato a publicar	44

Resumen

Las comunidades indígenas de Colombia se están conectando con el resto del mundo a través de internet, en especial haciendo uso de las redes sociales como Instagram. Al día de hoy se pueden encontrar contenidos y cuentas manejadas por estos grupos de personas. Con este trabajo se pretende entregar un manual de uso de la red social Instagram para el Resguardo Indígena Cañamomo y Lomapieta. Se utilizarán los métodos de encuesta y de observación en línea para averiguar cuáles han sido los hábitos digitales de esta población y las necesidades que esta red social podría suplir. La información encontrada arroja que en la red abundan páginas, perfiles y contenidos con temática indígena, que están allí descuidados desde hace tiempo como un intento fallido de un proceso de comunicación digital.

Palabras clave

Cañamomo y Lomapieta, comunidades indígenas, comunicación indígena, indígenas en Instagram, manual de uso de Instagram, indígenas caldenses, comunicación moderna, comunicación digital, difusión de información.

Summary

The indigenous communities of Colombia are connecting with the rest of the world through the internet, especially by making use of social networks such as Instagram. Today you can find content and accounts managed by these groups of people. The aim of this work is to deliver a user manual for the Instagram social network for the Cañamomo y Lomaprieta Indigenous Reservation. Online survey and observation methods were used to find out what the digital habits of this population have been and the needs that this social network could meet. The information found shows that the network abounds with pages, profiles and content with indigenous themes, which have been neglected for a long time as a failed attempt at a digital communication process.

Keywords

Cañamomo and Lomaprieta, indigenous communities, indigenous communication, indigenous people on Instagram, manual for using Instagram, indigenous people from Caldense, modern communication, digital communication, information dissemination.

Introducción

La internet ha obligado al mundo a evolucionar y a crear soluciones a partir de las necesidades que diariamente surgen en el mundo digital. Es por esto, que las redes sociales, en función de la sociedad se volvieron muy participativas y un canal de comunicación altamente atractivo. Según Caivano (2010), las redes sociales se pueden entender como sistemas que permiten establecer relaciones de diversas maneras, además de ser un espacio en el cual se da un intercambio de información. De esta manera, se reconoce la gran variedad de redes y medios sociales a los que se tiene acceso: Instagram, Snapchat, Twitter, Facebook, WhatsApp, Youtube, entre otras. Por tal razón, el interés por incorporar estos medios en las organizaciones.

La red social Instagram viene revolucionando al mundo debido a su tipo de contenido y la facilidad de manejo que posee esta app. En los últimos años, su crecimiento ha sido innegable, especialmente en el campo *business* lo que ha aumentado la migración de empresas al mundo digital.

Las nuevas dinámicas del mundo ponen a la sociedad en una red 4.0 en la que la web trabaja por todos y para todos, es por eso, que cada día se comienzan a incorporar a nuevas comunidades en esta globalización digital.

Las comunidades indígenas están entendidas como sociedades tradicionales y apartadas de la vanguardia, sin embargo, el avance tecnológico que viene presentando el mundo, ha puesto a estas organizaciones a trabajar en pro de esto. Por esta razón, se decide tomar la comunicación digital del Resguardo Indígena Cañamomo y Lomaprieta como un estudio de caso enfocado en la red social Instagram, esto, con el fin de presentar un manual de estilo propio para una comunidad indígena en proceso de socialización digitalizada.

Para la realización del manual se utilizará el modelo mixto de investigación que se basa en los métodos cualitativo y cuantitativo. A través de dos encuestas se conocerá la percepción y gustos de la comunidad en temas de comunicación lo que dará bases sólidas para la consolidación de Instagram como red social para el Resguardo Indígena Cañamomo y Lomapieta.

Objeto de estudio

Desarrollar un manual de estilo que le permita al resguardo indígena un manejo comunicativo eficiente en la red social Instagram como herramienta de difusión y fortalecimiento de la identidad.

Pregunta de investigación

¿Cómo Instagram se llega a convertir en una red social potencia dentro del desarrollo comunicativo de la comunidad indígena Cañamomo y Lomapieta de Riosucio y Supía, Caldas?

Justificación

Luego del fenómeno del Internet, a finales de los años 90 e inicios de los 2000, aparecieron las redes sociales como una herramienta de socialización e interacción, convirtiéndose así, en un nuevo medio de comunicación.

Para este mundo 4.0, las redes sociales son parte fundamental de cualquier persona u organización, es por esto que, a la hora de vender un producto o servicio, posicionar o una marca o simplemente visibilizar un tema específico, la red social Instagram es la plataforma para marketing y comunicación por excelencia. Gracias a sus herramientas interactivas: Historias, IGTV, Reels, Live y las funcionalidades de base como post, carrusel de imágenes, Direct Message o tienda virtual, se pueden generar vías de conexión inmediatas y precisas con el público objetivo. El consumo audiovisual de esta red social hace que el impacto emocional y promocional sea mayor y con más emocionalidad.

Es innegable el crecimiento que viene presentado Instagram en los últimos años, sólo para el año 2019, según (Instagram Business, 2019), esta red social albergó más de 25 millones de perfiles profesionales en el mundo. lo que la convierte en la red social con mayor *engagement* para las organizaciones.

Dentro del análisis generado en las distintas redes sociales de la comunidad, se encuentra que Instagram @resguardolomapierta cuenta con un crecimiento exponencial de seguidores de 0.3% mensualmente lo que la posiciona como una de las redes sociales preferidas por la comunidad, además, esta es la red social que mejor se acomoda a los lineamientos comunicativos ya establecidos: Contenido visual, copys de interacción y emocionales y visibilización cultural; y la que mejor funcionalidad presenta para futuros proyectos comunicativos: Videos, Reels, Carrusel de fotos y publicidad integrada dentro de la app.

Objetivos

Objetivo general

Identificar qué incidencia puede llegar a tener el uso de la red social Instagram dentro del desarrollo comunicativo de la comunidad indígena Cañamomo y Lomaprieta de Riosucio y Supía, Caldas

Objetivos específicos

1. Diagnosticar el modelo de comunicación que actualmente usa el resguardo indígena Cañamomo y Lomaprieta en Instagram para la difusión de información.
2. Establecer estrategias que permitan dinamizar las comunicaciones dentro de Instagram para el Resguardo Indígena Cañamomo y Lomaprieta.
3. Establecer un manual de estilo útil para que el resguardo indígena Cañamomo y Lomaprieta pueda implementar en Instagram a la hora de hacer difusión de la información.

Metas o propósitos

1. Conocer lo que hasta ahora se ha desarrollado en el marco de un proceso de comunicación aceptado como correcto por el resguardo indígena, para la red social Instagram, dará una pista sobre cuáles estrategias, métodos, formatos, acciones y/o tipos de contenidos deberán ser descartados o potenciados para que el uso de esta red cumpla eficientemente los objetivos planteados dentro de una estrategia de comunicación.
2. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación llegaron para, entre otros, facilitar los procesos de difusión de información de interés de la aldea global, pero también de comunidades sectorizadas como el resguardo indígena Cañamomo y Lomapieta. En especial la red social Instagram sirve para agilizar estos procesos gracias a su acelerado crecimiento. Hay que tener en cuenta que esta plataforma tiene distintas funciones y herramientas que pueden ser aprovechadas en distintos niveles según la necesidad que tenga la comunidad. Por eso será de gran importancia definir qué cualidades de Instagram se pueden explotar con mayor eficiencia, para así responder mejor ante los objetivos planteados en una estrategia de comunicación.
3. En su sitio web oficial, Instagram dispone guías de uso para que los usuarios alrededor del mundo puedan utilizar correctamente sus herramientas. Allí se pueden encontrar consejos que la plataforma formula basándose en los hallazgos que su inteligencia artificial ha hecho en sus años en el mercado. Esto, sumado al background del perfil del resguardo, ayudará a encontrar buenas prácticas para el manejo del perfil del resguardo indígena Cañamomo y Lomapieta que, además, ayudarán a alcanzar los objetivos de la comunidad con esta plataforma.

Antecedentes

Internet fortalece a las Comunidades Indígenas

Mònica Martínez Mauri y Gemma Orobitg (2019) realizan este estudio a través de la observación hecha en el pueblo Guna de Panamá, buscando generar conciencia sobre el nuevo modo de socialización de la comunidad indígena repensar el futuro de la comunicación digital partiendo de la inmediatez y la simultaneidad que permiten las plataformas digitales actuales. Las investigadoras hacen un análisis de contenido y observación de prácticas, roles y rutinas de esta comunidad para identificar sus prácticas dentro de las que destacan la pérdida de la poca intimidad de su entorno.

Los indígenas en el ciberespacio

Eduardo A. Sandoval-Forero (2013) realiza esta investigación sobre los pueblos indígenas de Latinoamérica especialmente en México utilizando etnografía tradicional con técnicas cualitativas de observación participante y de observación en línea al igual que entrevistas que le permitieron reflexionar sobre la experiencia organizativa de estas comunidades. En torno a la apropiación de las Tecnologías de la Información y el uso que le están dando para el fortalecimiento de sus procesos concluye que las comunidades indígenas son o quieren ser parte de la autopista de la información y usan esta misma para darle alcance a sus mensajes y para revitalizar su cultura.

Demandas de la confederación de nacionalidades indígenas del Ecuador (CONAIE) y proyecto político del movimiento de plurinacionalidad Pachakutik: Análisis de las páginas web y redes sociales

Yandún Lara Lady Lissett (2021) centró su investigación en un pueblo indígena de Ecuador a través de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) con

el fin de determinar cómo las Tics han impactado el funcionamiento de las organizaciones y movimientos indígenas. La autora de la investigación utiliza como herramienta la etnografía virtual para saber cómo estos grupos usan *Facebook* para dar a conocer sus ideas y logros, mostrando un análisis cuantitativo y cualitativo.

Diseño de una estrategia de comunicación basada en el uso de redes sociales para la difusión del turismo con identidad indígena

Imelda Hernández Morales y Gwendolyne Delgado García de la Cadena (2013) aseguran que ‘las redes sociales sirvieron no solo para conectar sino también para fortalecer la economía de las regiones involucradas, y preservar sus costumbres y tradiciones’ en este estudio que se centra en el Estado de Morelos, Mexico se buscó implementar una estrategia de comunicación basada en el uso de redes sociales para promover el turismo con identidad indígena además de fortalecer la memoria colectiva y al mismo tiempo implementar el uso de redes sociales al interior de las comunidades, utilizando herramientas que han definido como aprendizaje-servicio de la que despliegan técnicas de etnografía.

Comunicación indígena en Colombia

Neyder Jhoan Salazar Torres (2015) El autor centró su investigación en el enfoque cualitativo y la etnografía digital, pero también implementó entrevistas abiertas y conversaciones informales. En este caso elabora un artículo que advierte la necesidad de reconocer e investigar los avances comunicativos al interior de los pueblos indígenas del departamento del Cauca en Colombia y enfocó su estudio en analizar cómo la comunicación propia y el uso de medios digitales articula los procesos políticos y culturales de estas organizaciones.

Tecnologías de la información y la comunicación en poblaciones indígenas

Paola Andrea Acosta Nates (2017) utilizó como metodología la Indagación del Estado del

Arte, conversatorios y talleres al interior de los pueblos indígenas. Según Acosta (2017), este estudio arroja importantes reflexiones sobre cómo las TIC empiezan a integrarse como estrategias de orden político en todas las poblaciones, no siendo las comunidades indígenas ajenas a esto. Para esto, parte de lo general hasta llegar a las experiencias particulares de un resguardo, entendiendo los conceptos y modelos propios, destacando las limitaciones que poseen para llevar a cabo su proceso comunicativo.

Tecnologías de Información y Comunicación: el caso de las comunidades indígenas cabécares de Chirripó de Costa Rica

Cristian Brenes Granados (2007) concentró la investigación en demostrar como las Tics son una oportunidad para mantener la pervivencia de los pueblos indígenas, especialmente en la Comunidad Indígena Cabécares de Chirripó en Costa Rica, con la utilización de plataformas digitales. La metodología implementada por Brenes se basa en observación de la comunidad indígena, implementación de encuestas e intercambio de información con entidades que también visitaron la comunidad con el estudio en grupos focales.

Comunicación ancestral y tecnicidades: apropiaciones y resistencias

María Isabel Noreña Wiswell (2003) comparte el resultado de la experiencia de investigación al interior de pueblo Misak en el departamento del Cauca, Colombia identificando cómo esta comunidad se ha apropiado de las nuevas tecnologías para fortalecer la comunicación ancestral utilizando Encuestas, análisis de contenido y observación para lograr llevar a cabo el estudio sobre la influencia que tiene la comunicación en la autonomía y el territorio de este pueblo.

Marco teórico

En Colombia existen cerca de 770 resguardos indígenas ubicados en 27 departamentos y en 228 municipios del territorio nacional. En Caldas, existen seis resguardos indígenas entre los que se encuentra uno de los más antiguos de Colombia, el resguardo indígena Cañamomo y Lomapieta ubicado en los municipios de Riosucio y Supía. Creado el 10 de marzo de 1540, con linderos definidos desde 1627, cuenta con escritura pública inscrita y título constituido en 1953. Cañamomo y Lomapieta es uno de los resguardos indígenas legalmente constituidos en el departamento de Caldas. Cuenta con 32 comunidades. El territorio comprendido es de 4.826 hectáreas equivalentes a 37.6 km² y se encuentra ubicado a 1.183 msnm en la vertiente del Río Cauca, entre los municipios mencionados. (Resguardo Colonial Indígena Cañamomo y Lomapieta Caldas- Colombia, 2021).

La estructura organizativa de este resguardo está basada en las políticas y principios heredados que rigen a la comunidad: filosofía cultural y resistencia histórica. Desde la constitución del resguardo, el territorio ha contado con una estructura que representa la autoridad y la autonomía del pueblo; de esta manera legitiman la lucha por la defensa del territorio y la reivindicación de sus derechos. “En esta dinámica, la autoridad del Resguardo Indígena Cañamomo y Lomapieta está representada en el Cabildo, considerado como “la máxima autoridad político-administrativa” legalmente reconocido por la Ley 89 de 1890 y posteriormente, ratificada por la Constitución Política Colombiana de 1991” (Resguardo Colonial Indígena Cañamomo y Lomapieta Caldas- Colombia, 2021). En la actualidad el cabildo está conformado por el Gobernador Principal y el Gobernador Suplente; alcalde Primero y alcalde Segundo; Regidor Primero y Regidor Segundo; Alguacil Primero y Alguacil Segundo; cabildantes y Consejo de Gobierno (representado en los ex gobernadores del resguardo), quienes

asumen niveles de decisión y representatividad.

A su vez, la organización cuenta con siete programas que están bajo la coordinación de miembros de la comunidad que garantizan que los planes y proyectos logren impactar a toda la población del resguardo desde sus diferentes líneas misionales:

Salud Integral Indígena: el programa de Salud está orientado al trabajo social y proyección en salud. Con el programa de Salud atienden las necesidades básicas de la comunidad, teniendo como base la medicina tradicional, cosmogonía y cosmovisión del pueblo Embera en diferentes campos.

Recreación y Deportes: el interés se centra en generar acciones de integración y compañerismo entre las comunidades, más que en el nivel de competencia entre sus comuneros; promueven y potencian con el deporte, la participación comunitaria como una fuerza activa dentro de la organización.

Educación Integral Indígena: la estructura educativa que aborda varios niveles o componentes que incluyen aspectos desde lo institucional, investigativo, pedagógico, legal, organizativo y comunitario. La comunidad cuenta con docentes avalados por su organización en las instituciones educativas de Riosucio y Supía, quienes tienen la tarea de desarrollar experiencias educativas significativas, implementando técnicas y estrategias de investigación endógena.

Promoción de la identidad cultural: buscan fortalecer sus expresiones culturales, con los aportes que las nuevas generaciones ofrecen para ello, pues las consideran parte de su herencia ancestral y vivencia que potencia su diversidad cultural y les permite mantener la autenticidad identitaria. La propuesta organizativa del Cabildo permite el desarrollo de políticas educativas en concordancia con los cultores, además hay una gran motivación por parte de la

comunidad para aprender y practicar las expresiones culturales tradicionales. Este programa se fortalece gracias a los aportes de los cultores mayores, quienes con sus conocimientos ayudan a consolidar la escuela de artes de Cañamomo y Lomapieta, lo cual permite el reconocimiento, en otras regiones, de la autenticidad de sus valores culturales.

Patrimonio Natural: este programa lo tienen orientado a la educación, sensibilización y concientización en temas relacionados con el programa, el manejo de los recursos naturales y el fortalecimiento de la economía propia.

Guardia Indígena: la Guardia Indígena es un órgano de apoyo a la justicia propia reconocido en los artículos 70, 246 y 330 de la Constitución Política de Colombia. Bajo el lema “ojos abiertos y oídos despiertos”, la Guardia cumple funciones de monitoreo respecto a diversas problemáticas territoriales encaminadas a detectar y prevenir acciones que puedan poner en riesgo tanto a la comunidad como a sus bienes.

Comunicación: entre los espacios formativos del Resguardo Indígena de Cañamomo y Lomapieta, los medios de comunicación son de gran apoyo para difundir los procesos, proyectos y programas de la comunidad. En estos espacios se destacan la importancia de crear medios para el registro y difusión de la información como la página web, redes sociales y emisora digital ‘Lomapieta Radio’.

Redes Sociales: la comunidad indígena Cañamomo y Lomapieta viene generando crecimiento comunicativo a partir del uso de redes sociales como medios de expresión comunitaria. La comunicación propia del resguardo se constituye como un pilar fundamental para la preservación de la comunidad y como una estrategia para controlar y proteger el patrimonio del territorio, los conocimientos y las expresiones culturales tradicionales. En actualidad, cuentan con más de 10.406 seguidores en Facebook, 962 en Instagram, 591 en

Twitter y 543 suscriptores en YouTube. Siendo Facebook la red social más exitosa de la comunidad.

Este último, abre paso a la evidencia física de cómo la internet y las redes sociales resultaron ser una herramienta de comunicación fundamental para quienes antes no tenían voz. "Internet juega un papel importante en la transmisión de estas ideas y en la demostración de que los grupos indígenas son dueños de un conocimiento absolutamente relevante para el mundo no indígena. Las redes sociales también son importantes, ya que los pueblos indígenas están muy presentes en ellas y son capaces de ampliar sus relaciones", explica Nicodème de Renesse, investigador de Redes Amerindias y miembro del Centro de Estudios Amerindios, ambos de la USP. (Como se citó en Bueno, 2013). Es por esto, que, pese a innumerables dificultades, los grupos indígenas y étnicos comenzaron a crear una multitud de medios de comunicación propios: radios comunitarias, agencias de noticias, producciones audiovisuales y fotográficas, blogs, webs, perfiles en Facebook y en otras redes sociales. (Martínez y Orobitg, 2019, pp 1), esto ha contribuido a que cada día se afiance la comunicación digital y se visibilice más a este tipo de comunidades en redes sociales y web.

Se tiene entendido que los medios digitales, como las redes sociales, sirven para interactuar tanto interna como externamente, lo que permite oír voces, expresar ideas y proclamar historias. Para estas organizaciones tradicionales, los medios comunicativos digitales tienen como eje principal generar conciencia social lo que conlleva la utilización de redes masivas y distintos procesos comunicativos para el público.

Como explica Martínez y Orobitg (2019): Los pueblos indígenas están utilizando los medios digitales tanto para interactuar internamente como para hacer oír sus voces, expresar sus visiones del mundo y reclamar un lugar activo en las agendas globales. Estas sociedades

tradicionales producen plataformas digitales de comunicación cuyo objetivo es generar una conciencia social compartida y un nuevo modo de socialización a nivel planetario. En este sentido, los medios indígenas se configuran como una experiencia desde la cual repensar el futuro de la comunicación digital. (p. 1),

Dentro del análisis generado a la comunicación digital, especialmente en redes sociales, del Resguardo indígena Cañamomo y Lomaprieta, se demuestra el interés hacia el uso diario de las redes sociales como Facebook e Instagram, esto, debido al tipo de contenido gráfico y literario que tienen como base de publicaciones: obras sociales, jornadas de salud, deporte y recreación, rituales y reuniones entre asociaciones.

El caso de Facebook *Cabildo Resguardo Indígena Cañamomo y Lomaprieta*, se puede denominar como el de éxito debido a su engagement y su tipo de comunicación ya establecida. Sus copys son informativos y directos lo que permite versatilidad a la hora de compartirlo en otras redes sociales, además, la línea tipográfica y visual hace que sean publicaciones llamativas para su público objetivo (comunidad indígena Cañamomo y Lomaprieta).

Sin embargo, al tratar todas las redes sociales por igual, se evidencia debilidad en las demás redes como Instagram, Twitter y YouTube, lo que conlleva menos impacto y reconocimiento entre los distintos públicos interesados en consumir este tipo de redes sociales. Facebook a pesar de ser la red social más seguida en el mundo (IEBS, 2020), en los últimos años viene cayendo debido a su política de privacidad. Si bien los usuarios muestran mayor conciencia y cuidado de la configuración de privacidad de sus cuentas, Facebook ha modificado sistemáticamente sus políticas de privacidad, hacia un modelo menos restrictivo, y con más posibilidades de revelar las acciones que realizan sus usuarios diariamente. Estas constantes modificaciones han provocado preocupación entre los usuarios, quienes instan a sus contactos a

resguardar celosamente sus datos (Rogers, 2012).

A partir de esto y de las nuevas dinámicas web del mundo, es que desde esta última década ha comenzado la migración hacia otras redes sociales como Instagram, que a pesar de ser de la misma casa Facebook, su funcionamiento y software se comporta distinto.

Instagram es una red social creada en el año 2010 por Kevin Systrom y Mike Krieger destinada específicamente para el uso en teléfonos móviles. En la actualidad es la tercera red social más utilizada por la población mundial después de Facebook y YouTube (Martin, 2021) con un total aproximado de mil millones de usuarios activos.

Debido a su facilidad y accesibilidad, Instagram es la red social por excelencia para las organizaciones, además, es la red social con más *engagement* según un estudio publicado en 2017 por Rival IQ: los vídeos son el formato más consumido hoy, e indudablemente, incluso a pesar del crecimiento del Shadow ban, el gran *engagement* de esta red social, hace que Instagram, sea la número uno.

Características

- **Masividad:** cuenta con 1221 millones de usuarios en todo el mundo en el 2021.
- **Accesibilidad:** se puede acceder desde una computadora o cualquier dispositivo móvil.
- **Interactiva:** permite la publicación en el feed de cualquier contenido visual. Es decir, fotografías, imágenes, secuencias y vídeos
- **Bidireccional:** permite a las marcas tener relación con sus usuarios. Esto quiere decir que hay mejor interacción entre clientes y la marca, lo que permite que las empresas capten su atención.
- **Plataforma visual:** se destaca por ser una aplicación exclusivamente para contenido visual.

Funciones

- **Publicar fotos y videos:** Instagram permite subir y publicar sus fotos y videos en el feed. Además, está la opción de compartirlas en otras redes sociales como Facebook y Twitter.
- **IGTV:** permite a los usuarios crear videoclips de larga duración.
- **Reels:** es una función que permite grabar vídeos cortos de 15 a 30 segundos, a los que se les puede agregar texto, música, sonidos, filtros y efectos.
- **Stories:** esta función permite actualizar y poner al día la cuenta. Se pueden publicar fotos o vídeos que estarán disponibles por 24 horas. También permite descargar imágenes y videos editados para publicarlo en otras redes sociales.
- **Live:** da la posibilidad de transmitir en directo para compartir contenido con los seguidores.
- **Direct:** esta es la función para enviar mensajes privados. Por este medio, se puede compartir fotos, vídeos, publicaciones de otros usuarios y links.
- **Crear álbumes:** permite publicar hasta 10 fotos en una misma publicación. Cabe mencionar que estas pueden ser fotos o vídeos.
- **Crear tiendas virtuales:** Al contar con una cuenta comercial se puede vender productos por catálogo.
- **Editar imágenes:** el propósito principal de la creación de Instagram fue convertirse en una aplicación fotográfica. Cuenta con más de 29 filtros para modificar y editar imágenes. Además, ofrece filtros faciales, lo que hace que sea interactiva ya que se puede jugar con la realidad aumentada.
- **Añadir localización, hashtags y descripciones:** cuando se realiza una publicación en Instagram, permite agregar una descripción. Asimismo, los hashtags permiten conectar

con otros usuarios que hayan utilizado el mismo. Por otro lado, agregar la localización aumenta la posibilidad de hacer visible la publicación.

Teniendo en cuenta el manejo propio de redes en la comunidad y la nueva migración digital que vive el mundo, es que se considera la utilización de Instagram como la red social potencial para trabajar con el resguardo indígena Cañamomo y Lomapieta. Además, ya se cuenta con una base significativa en seguidores y comunicación, lo que dinamiza mucho más el uso y materialización de esta.

Marco metodológico

Según Franco (2011) el marco metodológico es el conjunto de acciones destinadas a describir y analizar el fondo del problema planteado, a través de procedimientos específicos que incluye las técnicas de observación y recolección de datos, determinando el “cómo” se realizará el estudio, esta tarea consiste en hacer operativa los conceptos y elementos del problema que estudiamos, del mismo modo, Sabino (2008) expresa: “en cuanto a los elementos del marco metodológico que es necesario operacionalizar pueden dividirse en dos grandes campos que requieren un tratamiento diferenciado por su propia naturaleza: el universo y las variables”. (p.25).

Así mismo, señala Arias (2012) el marco metodológico es el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas”. (p.16). Este método se basa en la formulación de hipótesis las cuales pueden ser confirmadas o descartadas por medios de investigaciones relacionadas al problema.

De esta manera se llega a la conclusión que el marco metodológico da evidencia relevante para entender, corregir, verificar o aplicar los conocimientos de la investigación y así, poderlos relacionar con las hipótesis presentadas ante los problemas planteados. Es así entonces, como este capítulo dará resultado a la aplicación, sistemática y lógica, de los conceptos y fundamentos expuestos en el marco teórico.

Dentro de este marco metodológico, se utilizará el modelo de investigación mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo. Esto, debido a las necesidades planteadas en los objetivos específicos y la recolección de bibliografía relacionada al eje central del proyecto. Según Chávez (2018) la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo permite tener una visión más completa del fenómeno social estudiado, ya que se pueden comparar frecuencias,

factores y resultados. Los métodos de investigación mixta enriquecen la investigación desde la triangulación con una mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de comprensión. Para implementar la metodología mixta, con el fin de conseguir una mayor eficacia en la investigación, los investigadores deben tener en cuenta todas las características pertinentes de los métodos cuantitativo y cualitativo.

La investigación cuantitativa según el modelo “racionalista” o cuantitativo, la ciencia surge como una necesidad del ser humano por aprender sobre los fenómenos que ocurren a su alrededor y sus relaciones de causa y efecto. Cook y Reichart (1986) afirman que “cuando se aplican métodos cuantitativos se miden características o variables que pueden tomar valores numéricos y deben describirse para facilitar la búsqueda de posibles relaciones mediante el análisis estadístico”. (p. 15-20).

Para obtener un acercamiento con los objetivos planteados en la investigación, se eligió aplicar esta metodología a través de dos encuestas enfocadas en los *insights* de la comunidad en redes sociales.

Para diagnosticar el modelo de comunicación con el que cuenta en la actualidad el resguardo indígena Cañamomo y Lomapieta en Instagram y para identificar cómo Instagram puede contribuir a dinamizar la comunicación dentro del resguardo se aplicarán un total de 35 encuestas entre los integrantes del Consejo de Gobierno (10), encargados de dirigir las relaciones del Territorio Indígena con las otras autoridades públicas y/o privadas, y los cabildantes (25) quienes son considerados por la comunidad gestores comunicativos y líderes de opinión y son los encargados de representar legalmente a la comunidad, ejercerla autoridad y realizar las actividades que le atribuyen las leyes, sus usos y costumbres.

Después de aplicadas las encuestas se procederá a realizar la tabulación y así comenzar el

análisis de los datos obtenidos.

Por otro lado, está la investigación cualitativa, esta parte de fundamentos y premisas radicalmente distintas a las establecidas para los métodos cuantitativos. Tal como afirma Zapparoli (2003):

Los positivistas adoptan como modelo de investigación el tomado de las ciencias naturales, buscan el conocimiento de las causas mediante métodos como cuestionarios, inventarios y estudios demográficos que le permiten el análisis estadístico. El fenomenólogo, por el contrario, busca la comprensión de los hechos mediante métodos cualitativos que le proporcionen un mayor nivel de comprensión de los motivos y creencias que están detrás de las acciones de las personas. (p.194)

El lenguaje científico se fundamenta en la demostración objetiva de la causalidad lineal, pero ya se ha demostrado que no existe una separación sujeto-objeto, ya que las condiciones de observación (escogidas por el investigador) siempre determinan lo observado (Chavarría, 2011). Dentro de este modelo cualitativo se consolidará el manual de estilo para Instagram, estará compuesto por pautas y recomendaciones a la hora de utilizar esta red social como medio independiente de las demás.

Este manual estará adaptado a la actualidad de Instagram y el tipo de comunicación del resguardo indígena. Para su elaboración se tendrán en cuenta los datos analizados en la fase cuantitativa y las pautas de marketing y redes sociales compartidas por autores especialistas en el tema. Como documenta Huerfano y Caballero (2017) el reconocimiento, el respeto y la valoración por las formas de pensamiento indígenas gestan el éxito de cualquier tipo de comunicación dentro de estos grupos. La posibilidad comunicacional de significar-apropiar dan continuidad a la reapropiación misma como oportunidad de construcción intercultural. Es por

esto, que la visión propia del resguardo es de vital importancia para el correcto desarrollo de este manual.

Dentro de las pautas analizadas previas a la estructuración del manual, se tienen en cuenta aspecto como:

- Logotipos.
- Paleta de Colores.
- Colores Corporativos definidos para la realización de piezas.
- Tipografía.
- Elementos gráficos.
- Público objetivo.
- Dentro de las métricas analizadas del Resguardo indígena en redes sociales se evidencia alta presencia de la misma comunidad en redes sociales, sin embargo, este es un aspecto que está sujeto a variaciones en la fase cuantitativa.
- Contenido.
- Tipos de tono, voz y formato para cada publicación.

Ya definidas todas las fases anteriores -cuantitativa y cualitativa- se procederá a realizar el manual de estilo para Instagram con la información específicamente definida para el tipo de público objetivo y con las pautas ya establecidas dentro del área de comunicaciones del Resguardo indígena Cañamomo y Lomaprieta.

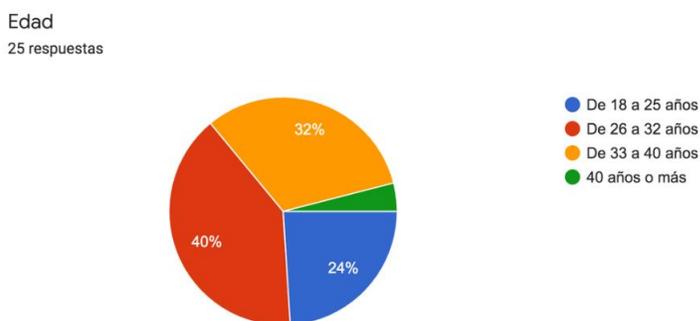
Hallazgos y discusiones

Encuesta 1: Cabildantes

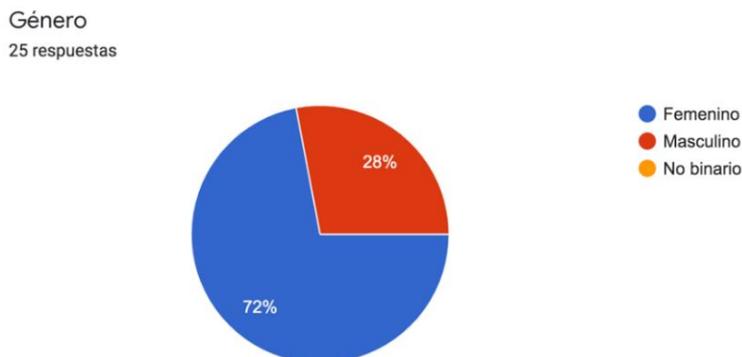
La encuesta ha sido contestada por 25 cabildantes del Resguardo Indígena Cañamomo y Lomapieta. Cada uno de ellos fue elegido para representar las diferentes comunidades que hacen parte del territorio que integra el resguardo y ejercer control en los programas que ejecuta la organización. Para realizar estas encuestas se dispuso de una jornada en el territorio y del apoyo del equipo de comunicaciones de la organización. Es importante resaltar que, este grupo representa a grandes rasgos como es el comportamiento de la comunidad frente a la utilización de plataformas digitales, pues cada uno de ellos hace parte de las diferentes comunidades.

Figura 2

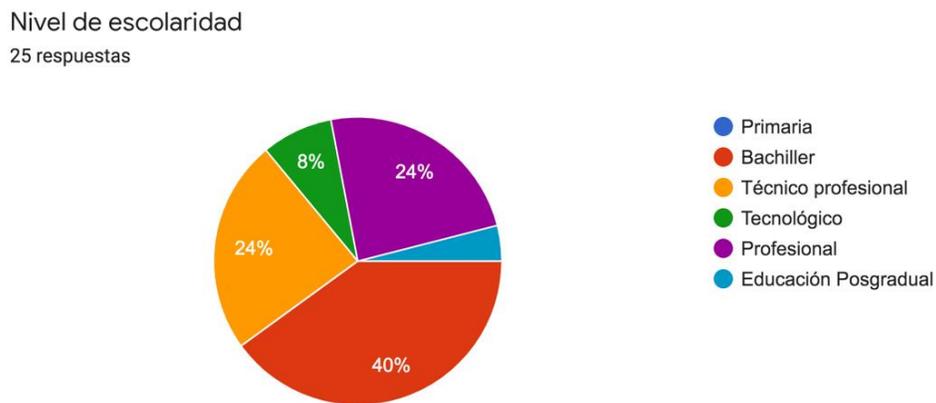
Edad de los encuestados



Así pues, el 40% de las personas encuestadas están en un rango de edad entre 26 y 32 años que contrastado con el 24% de personas entre 18 y 25 años permite evidenciar que el segmento de la población, en este caso cabildantes, a los que se aplicó la encuesta son jóvenes y por ende hay mayor probabilidad de que estén familiarizados con las redes sociales. Es importante tener en cuenta el porcentaje de personas entre 33 y 40 años es considerable y la presencia de personas con 40 años o más a la hora de plantear una estrategia para uso de redes sociales.

Figura 3*Género de las personas encuestadas*

El Resguardo Cañamomo y Lomapieta cuenta con un importante papel de la mujer dentro de la organización, siendo líderes tanto en sus comunidades como de cada uno de los programas que adelantan llegando a ocupar el cargo de Gobernadora, como fue el caso de la vigencia anterior. En la encuesta aplicada el 72% pertenece al género femenino y el 28% al género masculino sin presencia de género no binario, por lo que queda demostrado el liderazgo de la mujer en el territorio.

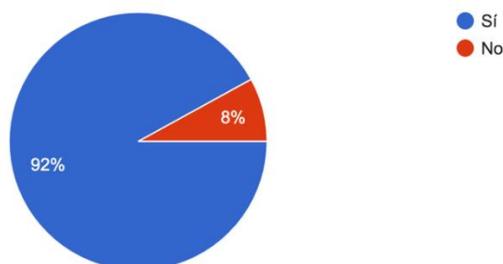
Figura 4*Nivel de escolaridad de las personas encuestadas*

Aquí se demuestra que hay un nivel de escolaridad alto en la organización, incluso un porcentaje de 4% con educación posgradual. Esto indica que hay una cantidad considerable de personas familiarizadas con el uso del internet y con lo que ocupa este estudio de caso sobre redes sociales, especialmente Instagram. Otro aspecto a resaltar es la comparación entre el 24% que está en un rango de edad entre los 18 y 25 años y el 40% que cuenta con título de bachiller, identificando que hay un grupo de personas que se preparan para iniciar algún tipo de estudio o están a punto de recibir su titulación.

Figura 5

Participación dentro del Resguardo de las personas encuestadas

¿Forma parte activa de la Comunidad Indígena Cañamomo y Lomapieta?
25 respuestas



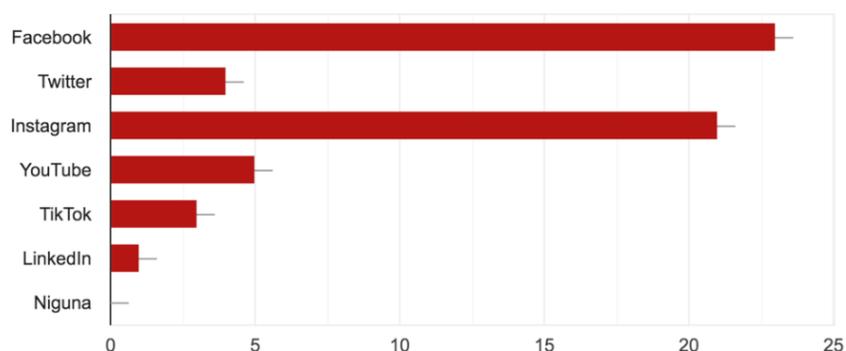
La información dada en esta respuesta es de suma importancia para empezar a entender cómo se dinamiza el segmento elegido para aplicar esta encuesta y que pertinencia tienen con respecto a las demás. El 92% de las personas encuestadas hace parte activa, es decir, tiene vinculación con el Resguardo Indígena Cañamomo y Lomapieta de alguna manera, permitiendo que conozca su funcionamiento, sus valores y pueda referirse con claridad al contenido que estamos analizando.

Figura 6

Red social más utilizada por las personas encuestadas

¿Cuál es la red social que más utiliza en su día a día?

25 respuestas



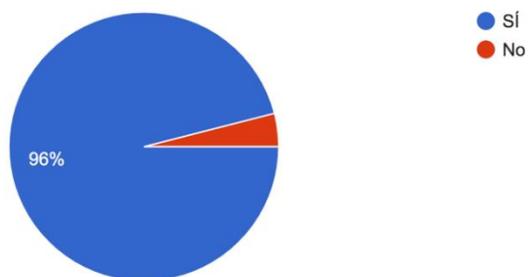
Los datos arrojados en esta respuesta no distan mucho del comportamiento que tienen las redes sociales el Colombia según lo publicado por Infobae en enero de este año. Facebook e Instagram son los preferidos seguido por YouTube y Twitter y TikTok que aparece en el quinto lugar.

Figura 7

Perfiles activos dentro de Instagram en las personas encuestadas

¿En la actualidad cuenta con un perfil activo en la red social Instagram?

25 respuestas



Esta respuesta configura la pertinencia de la red social a analizar: Instagram. Dentro de las personas encuestadas solo una no cuenta con perfil activo en esta plataforma digital lo que

abre el panorama sobre la importancia que tienen los procesos comunicativos dentro de la comunidad.

¿Qué opina usted sobre la red social Instagram?

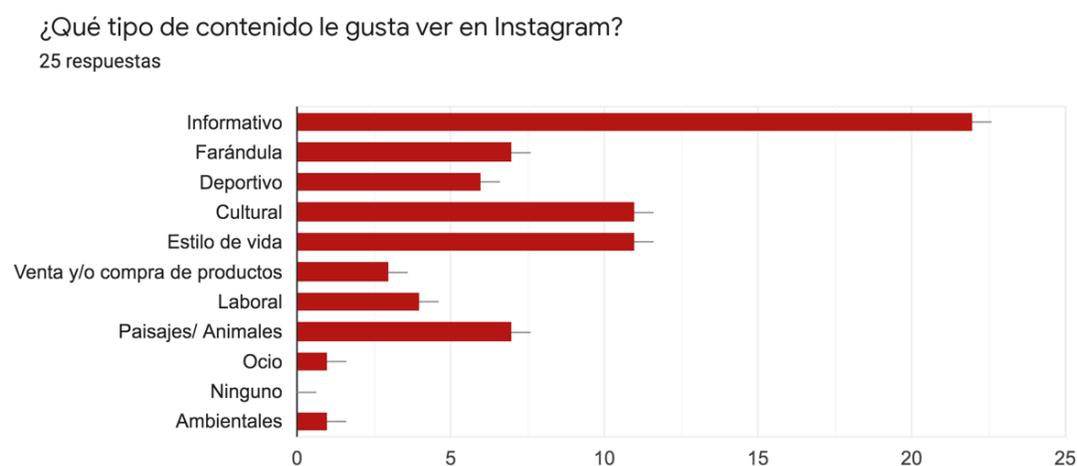
- Para mí es buena porque es una red donde es de fotos y poco texto.
- Es una red social que permite estar al día en noticias tanto de la farándula como de cada uno de los acontecimientos del país, además permite realizar un seguimiento a las entidades gubernamentales como alcaldías, gobernaciones y la misma presidencia, cada una con sus respectivas secretarías o ministerios.
- Es una de comunicación que permite a conocer diferentes situaciones ... Un medio de comunicación e interrelación que se tiene con otras personas o con entidades que brindan información para todas las personas según el interés de cada uno.
- opino que es muy útil para momentos de ocio, pero también cuando se busca información y uno necesita aprender cómo se hace algo.
- Útil para compartir todo tipo información social, da conectividad con todo el mundo.
- Sirve mucho para ver videos de lo que a uno le gusta.
- De mal en peor, de repente, sin motivo y sin previo aviso he perdido el acceso a mi cuenta. Lo único que se me indica cuando accedo es: "no se pueden actualizar las noticias" y a continuación se queda la pantalla en blanco. Atención al usuario inexistente.
- Te ignoran. Supongo que si no tienes un mínimo X de seguidores e interacción no les resultas rentable y por ende lo mismo les da tenerte como usuario de su servicio o no, más teniendo en cuenta que lo utilizan millones de personas.
- Es buena y no da pie para hacer tanto debate.
- Interactivo.

- Es muy importante para estar enterado de todo lo q pasa en nuestro entorno.
- Me gusta mucho porque puedo ver todo tipo de contenido y no esta tan llena de anuncios que hacen que uno vaya perdiendo el interés.
- Sirve mucho para ver noticias que uno no alcanza a ver en el día y por la noche las busco y me gusta por eso.
- Es medio visual muy importante.
- Es fácil de manejar, es más fresca y tiene más dinámicas.
- Casi no la he usado, pero es como lo mismo que facebook.
- Es una red interesante que nos permite mayor conexión con la juventud.
- Logra captar la atención con contenido audiovisual, aunque me gustaba más antes
- Es una red social que permite conectar con contenido de interés porque recomienda según lo que uno va encontrando y además tiene unas opciones de privacidad que son muy buenas para uno como usuario de la red.
- Me parece que es la red social más completa en este momento.
- Es una plataforma que nos permite interactuar y nos mantiene informados de temas sociales, culturales y políticos.
- Es la red social con el contenido más variado además recomienda cosas que a uno le gustan.
- Tiene contenido interesante y es uno de los mejores medios informativos.
- Es una red que lo tiene todo, es muy funcional.
- Me parecen muy limitadas las cosas que tiene para hacer en ella, aunque hay unos videos muy chéveres.
- Me gusta para ver cosas de cocina es muy bueno porque no hay casi comerciales.

Al preguntar sobre la opinión de la red social Instagram, se encuentra un factor común en las respuestas, la posibilidad de estar informado y acceder a información de cualquier tipo, esto destaca la importancia que tiene para una organización como el Resguardo Indígena Cañamomo y Lomapieta hacer presencia en esta plataforma.

Figura 8

Preferencia de contenido en Instagram de las personas encuestadas

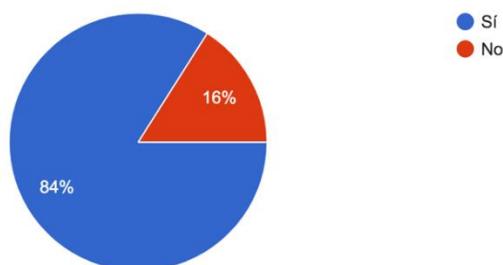


En concordancia con la respuesta anterior, el contenido que tiene más aceptación es el informativo a pesar de que otras redes ofrecen esta misma función, Instagram ofrece variedad en sus contenidos dentro de los que también se destacan farándula, estilo de vida y temas culturales. Llama la atención que el contenido ambiental no se haya destacado considerando que la organización defiende y vela por el desarrollo ambiental y la naturaleza tiene una connotación sagrada.

Figura 9

Seguimiento al perfil de Instagram del Resguardo de las personas encuestadas

¿Sigue el perfil oficial en Instagram del Resguardo Cañamomo y Lomapieta?
25 respuestas



La audiencia de Instagram del Resguardo Cañamomo y Lomapieta está compuesta principalmente por los integrantes de la organización, sin embargo, un 16% aún no siguen su perfil. Esto no permite identificar una situación que debe contrarrestarse a través de unas prácticas digitales que convoquen a las personas que no se han unido a hacerlo y acceder al contenido que allí se publica.

¿Qué opina sobre el perfil oficial en Instagram del Resguardo Indígena Cañamomo y Lomapieta?

- Es muy dinámico.
- considero que es un perfil que constantemente está actualizando sus acontecimientos, personalmente hago más seguimiento a través de Facebook, pero veo que las publicaciones son en tiempos muy reales, entonces no se tarda mucho en enterarnos de cada uno de los acontecimientos.
- Es un medio de comunicación e información que le permite a las demás personas poder interactuar y conocer sobre las diferentes actividades que se realizan a diario dentro de nuestro resguardo y de las ayudas que se gestionan para él beneficio de la misma comunidad. Las gestiones y los nuevos programas de formación que se generan desde la misma organización y en las cuales participan los mismos comuneros.

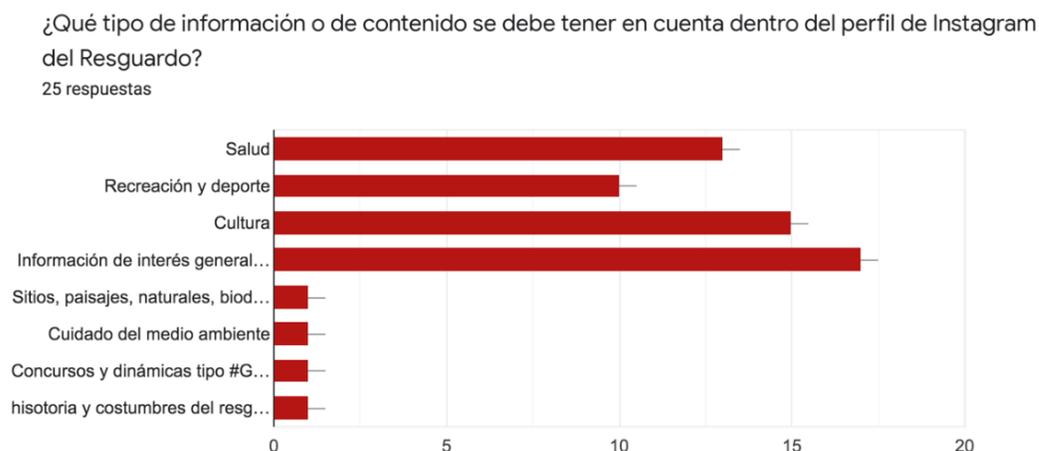
- Ha venido creciendo y el contenido tiene muy buena calidad.
- Falta actualizar publicando información más constante, visibilizar culturalmente el territorio.
- Tiene información muy precisa y siempre que uno entra ve algo nuevo.
- Un perfil muy completo, no obstante hacer más publicidad de sus actividades más de seguido, de resto es muy buen perfil.
- Es buena.
- Muy importante e informativo.
- No los tengo.
- cumple con los parámetros de la red social en calidad y actualidad de las publicaciones.
- siempre ponen cosas para que uno sepa lo que están haciendo dentro del territorio y hacen entrevistas y todo.
- Importante porque muestra las diferentes expresiones culturales que existen dentro del territorio colonial.
- Que es lo mismo q publica en la otra red social como Facebook, pero es dinámica y las publicaciones no son tan constantes.
- SI es como el de Facebook sirve para darse cuenta de todo lo que pasa en la comunidad.
- es interesante, nos muestra y actualiza sobre el acontecer de nuestra organización.
- se mantiene muy actualizado sería bueno usar otras opciones como historias y videos.
- El perfil es muy actualizado yo le pondría unos videos educativos sobre la organización.
- me parece que tiene contenido de interés y que siempre está actualizado.
- Súper importante, voy a empezar a seguir si contenido e información.
- No los tengo agregados.

- Es una plataforma muy interesante para tener a la comunidad informada con el día a día y las cosas que pasan dentro del territorio.
- es una herramienta que le permite a la organización conectar con nuevos públicos y me parece que han hecho muy buen trabajo.
- Me gusta porque muestra las mismas cosas de la comunidad.
- Es muy bueno para que los muchachos estén conectados con todo lo del resguardo.

Un aspecto que se resalta en las respuestas sobre el perfil de la organización indígena es la inmediatez en la información que se comparte y al mismo tiempo la constante actualización de contenido, lo que permite que los usuarios encuentren algo nuevo cada vez que visitan esta red social y al mismo tiempo aparezcan en la franja de historias. Los usuarios encuestados también detallan la calidad del contenido, lo que es un factor fundamental para el desempeño.

Figura 10

Opinión de las personas encuestadas sobre el tipo de contenido a trabajar



El grupo encuestado señala cuáles son los temas sobre los que quiere recibir más información destacando temas de salud, recreación y deporte, cultura y se mantiene relegado el tema de

medio ambiente. Es importante señalar que la organización tiene programas enfocados en los gustos de los usuarios.

Encuesta 2: Consejo de Gobierno

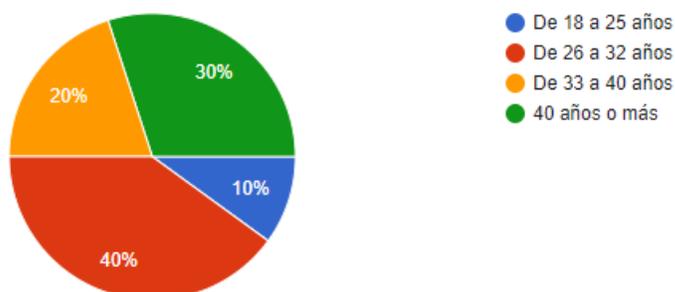
Esta encuesta fue aplicada a 10 miembros que integran el Consejo de Gobierno. Este es un mecanismo de gobierno propio, de organización y de autoridad y se eligen de acuerdo a las costumbres de cada pueblo indígena. En el caso de Cañamomo y Lomapieta está integrado principalmente por ex gobernadores que siguen siendo claves en la toma de decisiones y por ello es de suma importancia su cosmovisión sobre el entorno digital. Se considera que la opinión de este grupo es fundamental para comprender cómo desde la alta administración de la organización se visualizan y adoptan la presencia en plataformas digitales, identificando la importancia que le dan a los procesos comunicativos para la comunidad. Este grupo fue contactado de manera personal, telefónica y en algunos casos con el apoyo del equipo de comunicaciones del resguardo.

Figura 11

Edad de las personas encuestadas

Edad

10 respuestas



El 40% de las personas encuestadas están en un rango de edad entre los 26 y los 32 años lo que demuestra aún más el poder de la juventud dentro de las decisiones del resguardo, aun así,

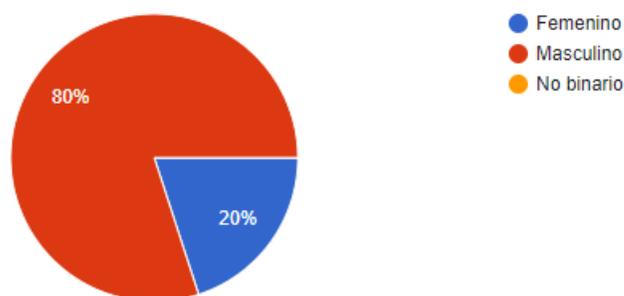
el 30% equivale a los adultos mayores comprendidos entre los 40 años o más, lo que equilibra la balanza entre la modernidad y las nuevas dinámicas del resguardo y lo ancestral de la cultura Cañamomo y Lomapieta. En menor medida se encuentran los adultos entre los 33 y 40 años con un 30% de representación en el Consejo. Por último, los más jóvenes comprendidos entre los 18 y los 25 años con un 10%.

Figura 12

Género de las personas encuestadas

Género

10 respuestas



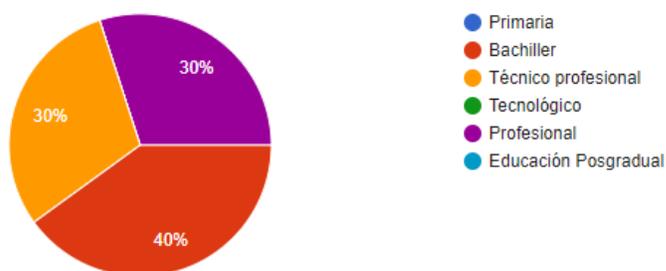
En comparación con la encuesta aplicada en los cabildantes, dentro del Consejo predomina la figura masculina con un 80%, mientras que la femenina con un 20%. Esto evidencia la distribución equitativa del poder dentro del resguardo indígena. Además, rompe cualquier estereotipo sobre la representación de la mujer en los gobiernos indígenas.

Figura 13

Nivel de escolaridad de las personas encuestadas

Nivel de escolaridad

10 respuestas

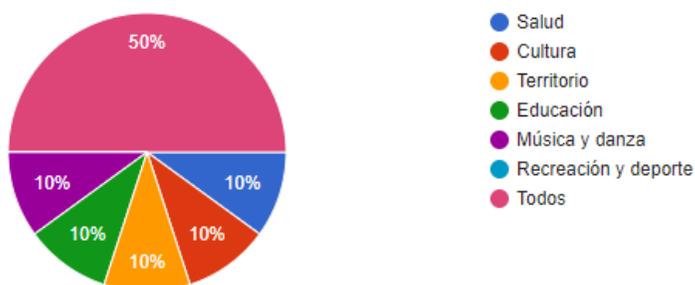


Para el nivel de escolaridad, se analiza que el 40% tiene educación bachiller, el 30% técnico profesional y el otro 30% educación profesional. Siendo así, una comunidad liderada por hombres y mujeres preparadas académicamente que refuerza los vínculos entre la población urbana y la comunidad indígena.

Figura 14*Opinión de los encuestados sobre los temas a tener en cuenta dentro de Instagram*

¿Qué temas considera esenciales en los procesos de comunicación del resguardo?

10 respuestas



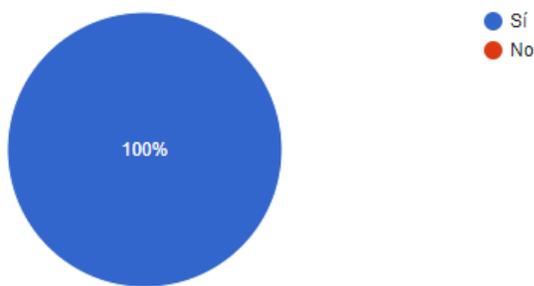
Aquí se encuentra una particularidad que aporta al desarrollo de este estudio de caso, para la comunidad Cañamomo y Lomapieta todo lo que tenga que ver con su comunidad importa y debe ser mostrado. Como indígenas no difieren entre la importancia de un tema u otro siempre y cuando tenga que ver con su comunidad.

Figura 15

Opinión de los encuestados sobre el uso de Instagram en los procesos

¿Cree usted que los procesos de comunicación de Cañamomo y Lomapieta se han dinamizado con las redes sociales?

10 respuestas



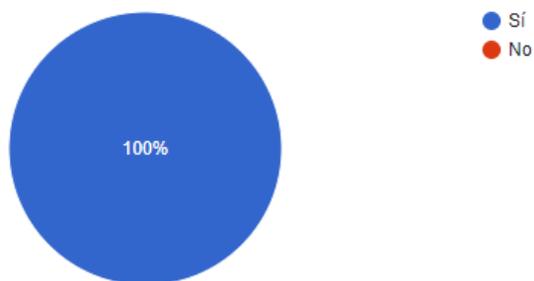
Con la inmersión de la Comunidad Indígena a las redes sociales se logró dinamizar más la comunicación dentro del resguardo. Esto teniendo en cuenta, el poder de proliferación de la información en las redes sociales.

Figura 16

Opinión de los encuestados sobre la utilidad de Instagram en el Resguardo

Desde su punto ¿cree que la información publicada en las redes sociales del resguardo Indígena son de utilidad para la comunidad?

10 respuestas



Con un 100% de aprobación se demuestra que la información de interés público subida a las redes sociales del resguardo indígena es útil para la comunidad. En la actualidad, la

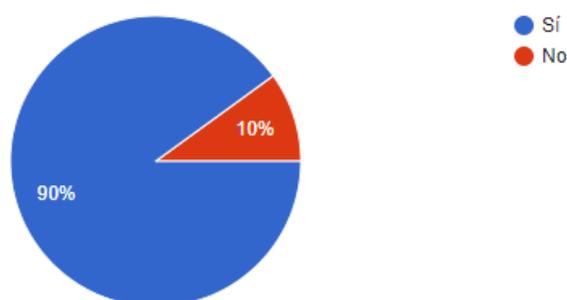
información publicada en las redes sociales se basa principalmente en actos culturales, brigadas de salud y obras públicas.

Figura 17

Opinión de los encuestados sobre la identidad de las redes sociales del Resguardo

¿Cree usted que las redes sociales de Cañamomo y Lomapieta representan la identidad de la comunidad?

10 respuestas



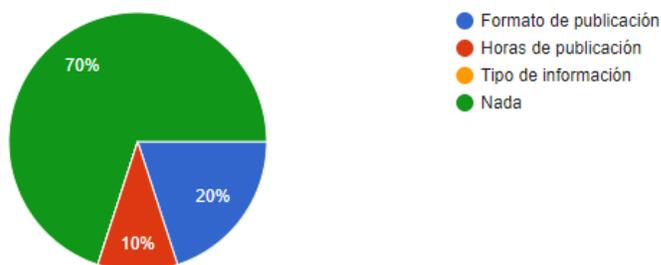
Para el 90% de los miembros del consejo, las redes sociales del resguardo representan la identidad de este, mientras que para el 10 %, equivalente a una sola persona, señala que no la identifican. Siendo así, una tendencia marcada a que lo publicado y la información presente en las redes sociales está dirigida por y para la comunidad.

Figura 18

Opinión de los encuestados sobre los cambios para el Instagram del Resguardo

¿Que cambiaría de las redes sociales del resguardo?

10 respuestas



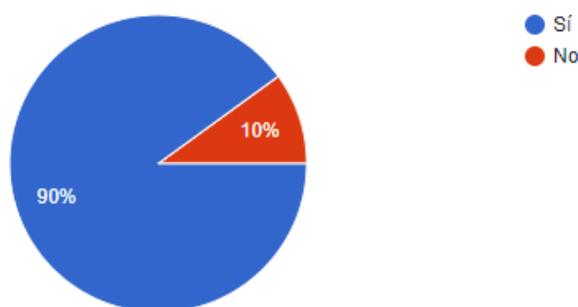
Para el 70% de los miembros, no le cambiarían nada a las redes sociales de Cañamomo y Lomapieta, mientras que el 20% apunta a que el formato de publicación no es el adecuado (en la actualidad solamente se publican fotos en formato horizontal y cuadrado) y para el 10% restante, la hora de publicación no es la correcta (en la actualidad se publica entre las 7:00 p.m. y las 8:00 p.m.).

Figura 19

Seguimiento al perfil de Instagram del Resguardo de las personas encuestadas

¿Sigue el perfil de Instagram de Cañamomo y Lomapieta?

10 respuestas



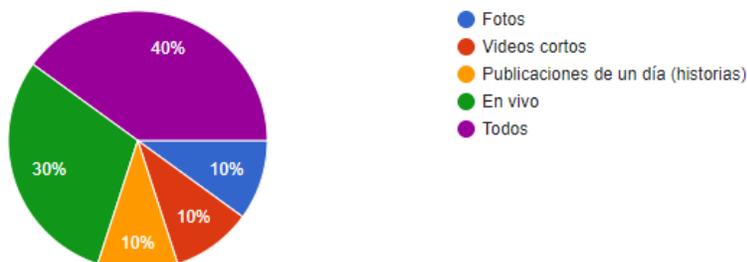
El 90% sigue el perfil de Instagram de Cañamomo y Lomapieta mientras que el 10%, equivalente a una persona, no lo sigue. Esta pregunta permite afianzar el contexto de la encuesta ya que el conocimiento sobre las redes sociales de la comunidad, principalmente Instagram, está bien fundamentado desde el conocimiento propio.

Figura 20

Opinión de los encuestados sobre el formato a publicar

¿Qué tipo de formato considera apropiado para las publicaciones de la comunidad en Instagram?

10 respuestas



Como se mencionaba anteriormente, el cambio para Instagram está en el formato de publicación. Para el 40 % se deben incluir todos los formatos. Para el 30% se deben incluir los en vivo. Mientras que para el otro 30% está dividido entre videos cortos, fotos y publicaciones de un día (historias).

¿Qué dificultades comunicativas presenta Cañamomo y Lomaprieta?

- No sé está al día con la información, o no es oportuna en muchas ocasiones.
- Cuando se tiene la información no se la entregan al destinatario principal si no que primero se la dan a un tercero.
- No tengo mucha información al respecto.
- Hasta el momento ninguna.
- No se tiene la cultura de lectura.
- No hay como una dinámica o interacción con los seguidores.
- Tal vez que lo mismo de Instagram está en Facebook.
- No veo ninguna dificultad, es de admirar lo que el equipo de comunicación hace.
- Medios de comunicación a los cuales algunas personas y comunidades no tienen acceso a ellos.

- Falta de personal y recursos para maximizar su acción y resultados.
- No encuentro dificultades hacen muy buen trabajo

Es necesario separar la información publicada entre las distintas redes sociales y maximizar el uso de esta en determinados tiempos de publicación. Además, se debe atraer más a la comunidad hacia las redes sociales y la comunicación del resguardo para hacerlos partícipes del proceso.

Conclusiones

A la luz del trabajo realizado con el Resguardo Indígena Cañamomo y Lomaprieta se llegaron a las siguientes conclusiones:

1. Instagram es una red social que aporta un sinnúmero de herramientas para la comunicación. No sólo por su versatilidad al momento de publicar información, sino también por la facilidad y expansión que está teniendo a nivel mundial. Es por esto que el Resguardo decidió acoger a Instagram como su red social potencia. A pesar de que inicialmente trabajaban únicamente con Facebook, la facilidad y la diversidad de publicación que ofrece Instagram captó la atención no solo de los jóvenes, sino también de la población adulta. En la actualidad es la segunda red social más seguida del Resguardo Cañamomo y Lomaprieta.
2. Para el Resguardo Indígena Cañamomo y Lomaprieta la comunicación siempre ha sido un pilar fundamental dentro de la comunidad, esto se evidencia en la diversidad de procesos comunicativos que llevan a cabo no solo en redes sociales, sino también en medios tradicionales como la radio. Sin embargo, estos son procesos metódicamente segmentados para su misma comunidad. Es por esto, que la comunicación se trabaja por y para ellos.
3. Arriesgarse a trabajar con medios digitales en comunidades indígenas significa acoplarse en su totalidad a su cultura y costumbres. No se puede permitir trasgredir estos principios fundamentales ya que como se evidenciaba, la comunicación es trabajada por ellos y para ellos. Por esto, es que cada modelo o proceso a cambiar debe ser estudiado con el Community Manager o la persona encargada de la comunicación dentro de la comunidad.

4. Las redes sociales para esta comunidad significan un medio de expresión efectivo. Sin embargo, Instagram se convirtió en el único recurso audiovisual favorable debido a su diversidad de funciones en pro de las publicaciones. A diferencia de las otras redes sociales de la comunidad como Facebook donde se generan publicaciones en formato de texto y YouTube, donde se postean videos de más de 5 minutos; Instagram les permitió mediante reels, historias e imágenes llegar a nuevo público joven dentro de la comunidad y concentrarlo en una misma red social.
5. La comunicación y las redes sociales son la base del mundo en la actualidad. Ver a comunidades indígenas sumergirse en estas áreas y hacerlas valer desde su cultura y costumbres demuestran la necesidad de estas y el gran impacto que tienen en la dinámica actual. El crecimiento y expansión de las redes sociales como medio de comunicación es un hecho.

Anexos

**Manual de gestión de la comunicación en Instagram Resguardo indígena Cañamomo
y Lomapieta.**

Referencias

- Acosta Nates, P. A. (2017). *Tecnologías de la información y la comunicación en poblaciones indígenas*. Editorial Universidad de Caldas.
- https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=OjZ7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=modelos+de+comunicacion+en+resguardos+indigenas+&ots=zmqEYZtZLP&sig=sS6GIY6Ua46_tj44kWNtnznHRyI#v=onepage&q=modelos%20de%20comunicacion%20en%20resguardos%20indigenas&f=false
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. 6ta. Fidas G. Arias Odón.
- <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=Proyecto+de+investigaci%C3%B3n:+introducci%C3%B3n+a+la+metodolog%C3%ADa+cient%C3%ADfica&ots=kYIPbmqq5&sig=ovqtCxRZzpbV6a2HMRKTzkb1vD8#v=onepage&q=Proyecto%20de%20investigaci%C3%B3n%3A%20introducci%C3%B3n%20a%20la%20metodolog%C3%ADa%20cient%C3%ADfica&f=false>
- Azuero, Á. E. A. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 4(8), 110-127. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062667>
- Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2), 179-187.
- <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/12730>
- Brenes Granados, Cristián. (2007). *Tecnologías de la información y comunicación: El caso de las Comunidades Indígenas Cabecáres de Chirripó de Costa Rica*.

<https://www.redalyc.org/pdf/1941/194120544017.pdf>

Bueno, C. (2013). Comunidades indígenas usan internet e redes sociais para divulgar suacultura. *Ciência e Cultura*, 65(2), 14-15.

http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252013000200006&script=sci_arttext&tlng=en

Caivano, Romina et al, (2010), Aplicaciones Web 2.0 Redes Sociales, *Universidad Nacional de Villa María, Argentina*,

https://www.academia.edu/22586801/APLICACIONES_WEB_2.0_REDES_SOCIALES

Chavarría-González, M. C. (2011). La dicotomía cuantitativo/cualitativo: falsos dilemas en investigación social. *Actualidades en psicología*, 25(112), 1-35.

<https://www.redalyc.org/pdf/1332/133224188002.pdf>

Chaves Montero, A. (2018). La utilización de una metodología mixta en la investigación social. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14221/1/Cap.8->

[La%20utilizaci%C3%B3n%20de%20una%20metodolog%C3%ADa%20mixta%20en%20la%20investigaci%C3%B3n-.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14221/1/Cap.8-La%20utilizaci%C3%B3n%20de%20una%20metodolog%C3%ADa%20mixta%20en%20la%20investigaci%C3%B3n-.pdf)

Cook, T. D., & Reichardt, C. S. (1986). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. Madrid: Morata.

https://www.fceia.unr.edu.ar/geii/maestria/2014/DraSanjurjo/12de20/Cook_Reichardt.pdf

Eduardo A. Sandoval-Forero. (2013). Los indígenas en el ciberespacio.

[.http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-54722013000200006&script=sci_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-54722013000200006&script=sci_arttext)

García, Javier. (2020). *Uso de Instagram en Colombia 2020*. [Gráfica].

<https://www.iedge.eu/instagram-en-colombia-2020-por-javier-garcia>

Hernández Morales, I., & Delgado García de la Cadena, G. (2013). Diseño de una estrategia de comunicación basada en el uso de las redes sociales para la difusión del turismo alternativo con identidad indígena. *Correspondencias & Análisis*, (3), 35-54. <https://doi.org/10.24265/cian.2013.n3.02>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (1998). Marco Metodológico. *Metodología de la Investigación*. 2da. Ed. Editorial McGraw. México DF México.

<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22719/Capitulo3.pdf>

Huérffano, E. H., & Caballero, F. S. (2017). Comunicación Y Pueblos Indígenas En Colombia: Apuntes Sobre La necesidad De Una Política Pública. *Miradas Propias Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*, 4, 45.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QHM7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA45&dq=Comunicaci%C3%B3n+y+pueblos+ind%C3%ADgenas+en+Colombia:+apuntes+sobre+la+necesidad+de+una+pol%C3%ADtica+p%C3%BAblica%E2%80%9D,&ots=y10cY2FQTn&sig=E_hl_H_gwexLvGi7ibuHGcZO2GU#v=onepage&q=Comunicaci%C3%B3&f=false

Lara, Y., & Lissett, L. (2021). *Demandas culturales de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE) y proyecto político del Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik: análisis de las páginas web oficiales y redes sociales* (Bachelor's thesis, Quito: UCE).

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/23672>

Martin, Sheila. (2021). Las redes sociales más utilizadas en el mundo y en España.

MarketingParadise. <https://mkparadise.com/redes-sociales-mas-utilizadas>

Martínez Mauri, M., & Orobítg Canal, G. (2019). Internet fortalece a las comunidades indígenas. *The Conversation*, 2019. <http://hdl.handle.net/2445/148541>

Rogers, Katie (2012): “Facebook users raise privacy concerns as company tweaks security settings”. *The Guardian*.

<https://www.theguardian.com/technology/2012/oct/15/facebook-usersprivacy-concerns-security>

Sabino, C. (2014). *El proceso de investigación*. Editorial Episteme.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jwejBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&dq=El+Proceso+de+Investigaci%C3%B3n&ots=WPdfuH1jWF&sig=3R4xGMOisSP8ZTxrKvGgD8g83BI#v=onepage&q=El%20Proceso%20de%20Investigaci%C3%B3n&f=false>

Sandoval-Forero, Eduardo A. (2013). Los indígenas en el ciberespacio. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 10(2), 235-256.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722013000200006&lng=es&tlng=es.

Torres, N. J. S. (2016). Comunicación indígena en Colombia. Entre el sentido de lo propio y lo apropiado. *Luciérnaga Comunicación*, 8(15), 48-62.

<https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/article/view/886/757>

Urbina, F. M. C., & Toyco, A. (2020). La cobertura informativa intercultural en redes sociales sobre los pueblos indígenas amazónicos en la pandemia de la COVID-19.

In *3º Congreso Internacional Media Ecology and Image Studies-Democracia*,

meios e pandemia.

<http://www.meistudies.org/index.php/cmei/3cime/paper/viewPaper/859>

We Are Social. (2021). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020-2021*

[Gráfica]. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2020-2021/>

Zapparoli, M. (2003). Concepciones teóricas metodológicas sobre investigación. *Girasol: revista de la Escuela de Estudios Generales*, 5, 191-198.