

Ponencia

Las identidades de la Comisión de la Verdad según los medios sociales

Álvaro E. Duque Soto

aduque@poligran.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-9729-2614>

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

Resumen

Este trabajo es el fruto de una estrategia didáctica de investigación formativa en la que el docente guía a cinco grupos de la asignatura Comunicación y Sociedad para que, acudiendo a elementos propios del método científico, efectúen una observación crítica de las plataformas sociales que habitualmente emplean para informarse. El ejercicio pretendió que los estudiantes se ejercitaran en el trabajo colaborativo, aprendieran a investigar investigando y aplicaran en sus vidas cotidianas conceptos propios del curso, en este caso la identidad y los medios sociales.

Palabras clave: Identidad, medios sociales, investigación formativa

Proyecto de Investigación Formativa: Identidad y Medios Sociales

Este ejercicio es de corte cualitativo. Siguió un enfoque hermenéutico, mediante la técnica de análisis de contenido y de etnografía para identificar el uso del lenguaje por parte de los usuarios de las plataformas sociales analizadas.

Considerando las tradiciones clásicas que plantean que la identidad no es única e indivisible sino el producto de distintas identidades más o menos integradas entre sí (Ruiz, Oberst, y Carbonell-Sánchez, 2013), este trabajo ha buscado analizar algunas de

las identidades de la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad, la Convivencia y la No Repetición de Colombia (CEV) en las plataformas sociales. (Ruiz *et al.*, 2022).

Para ello se asume que en las identidades (fruto de lo que se desea proyectar, de la autopresentación ante otros/as, así como de lo que los otros/as dicen que se está proyectando) en gran medida se construyen en las prácticas de interacción que tienen lugar en las plataformas sociales de comunicación. (Roque, 2018)

Si la identidad, entonces, no es sólo lo que se quiere expresar en las campañas adelantadas en los medios sociales sino también lo que resulta de la representación que se construye de sí mismo en las interacciones con los otros/otras, con quienes se comparten conocimientos y se los involucra en la construcción de la identidad, este ejercicio de investigación en el aula analizó un corpus formado por publicaciones (*posts*) e historias (*stories*) de las cuentas oficiales de la CEV en Instagram, YouTube, Twitter y Facebook, con el objeto de responder a la siguiente pregunta de investigación: *¿Cuáles son algunas de las identidades que construyó la CEV en las interacciones que tuvo en las plataformas sociales que empleo para difundir su trabajo desde enero hasta agosto de 2022?*

Poster

DESCRIPCIÓN - PREGUNTA:

Este trabajo es el fruto de una estrategia didáctica de investigación formativa en la que el docente guía a cinco grupos de la asignatura Comunicación y Sociedad para que, acudiendo a elementos propios del método científico, efectúen una observación crítica de las plataformas sociales que habitualmente emplean para informarse.

La identidad no es sólo lo que dice un sujeto de sí mismo, sino también lo que los otros dicen de él. Al asumir, entonces, que en la actualidad las identidades (fruto de lo que se desea proyectar, de la autopresentación ante otros/as, así como de lo que los otros/as dicen que se está proyectando) en gran medida se construyen en las prácticas de interacción que tienen lugar en las plataformas sociales de comunicación, este trabajo se fundamenta en la siguiente pregunta **¿Cuáles son algunas de las identidades que construyó la CEV en las interacciones que tuvo en las plataformas sociales que empleo para difundir su trabajo desde enero hasta agosto de 2022?**

OBJETIVOS:

Analizar las identidades que de la Comisión de la Verdad aparecen en las interacciones que tienen lugar en algunas de sus plataformas sociales.

- Efectuar un ejercicio de investigación en el aula acudiendo a lo que más usan los estudiantes



- Asociar un tema de clase identidad y medios sociales con un asuntos de actualidad



POLI.EDU.CO

- Explorar las plataformas sociales de la Comisión de la Verdad para ayudar a conocer su informe.



MARCO CONCEPTUAL:

La identidad (de un sujeto, de un grupo o de una cultura) es la respuesta que se da a la pregunta: ¿quién es este sujeto, este grupo, esta cultura?

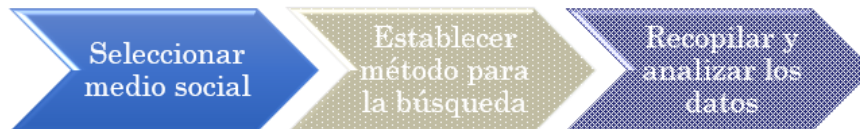
Las respuestas pueden ser dadas por el propio sujeto (**identidades autodeclaradas**) o por los demás sujetos (**identidades atribuidas por otros**).

De esa manera, la forma como un sujeto se ve a sí mismo es en gran parte un reflejo de la forma en que los demás lo ven y la forma en que dicho sujeto sabe (asume) que los demás lo ven.



DISEÑO METODOLÓGICO:

Este trabajo es de corte cualitativo. Siguió un enfoque hermenéutico, mediante la técnica de análisis de contenido y de etnografía para identificar el uso del lenguaje por parte de los usuarios de las plataformas sociales analizadas.



x

POLI.EDU.CO

RESULTADOS - IMPACTO:

Instagram

- Imagen positiva.
- En ciertas ocasiones no se entiende muy bien el mensaje que manda la Comisión de la Verdad, según los usuarios.
- Los usuarios subrayan que quieren dejar atrás la violencia y que por eso apoyan a la Comisión de la Verdad



YouTube

- Muchos usuarios solo acuden a la red para temas netamente académicos y eso se evidenciaba en los comentarios y eran muy pocas las personas que en realidad hacían comentarios alusivos a las expuestas en los video.
- Para algunos en los post no se logró aclarar diversos temas importantes, por lo que los consideraron como propaganda política más que algo que se entendiera como una solución de fondo para todas las familias de las víctimas.



x

POLI.EDU.CO

RESULTADOS - IMPACTO:

Twitter

- El análisis de Twitter mostró que se tiene una imagen “mala” y que no siempre se entiende el contenido que publican las cuentas oficiales de la Comisión de la Verdad.
- Hay personas a las cuales la página les parece una fuente de desinformación y/o mentiras. Incluso algunas personas expresan su inconformidad por ello con una actitud algo grosera e intolerante.



Facebook

- La mayoría están de acuerdo en que la Comisión es una burla y “son unos mentirosos” hasta tal punto de llamarla la Comisión de la mentira.
- Por otro lado, es evidente el uso de la palabra corrupción, asociando este término con las elecciones presidenciales que se llevaron a cabo entre mayo y junio del año en curso.



POLI.EDU.CO

RESULTADOS - IMPACTO:

El ejercicio permitió que los estudiantes se ejercitaran en el trabajo colaborativo, aprendieran a investigar investigando y aplicaran en sus vidas cotidianas conceptos propios del curso, en este caso la identidad y los medios sociales.

1

Los estudiantes pueden relacionar conceptos de la materia con asuntos de actualidad, acudiendo a los medios que más usan en su vida cotidiana.

2

El informe final de la CV puede resultar una herramienta importante para el análisis del papel de la comunicación en las sociedades.

3

Los medios sociales pueden ser empleados también como espacio de aprendizaje y de reflexión sobre los asuntos tratados en el curso.

4

Hay mensajes de la Comisión de la Verdad en que la ciudadanía no entendió bien. (¿Sesgos cognitivos o comunicación inadecuada?)

5

La investigación en medios sociales requiere aún del empleo de herramientas que permitan comprender mejor los discursos que en ellas se presentan.

POLI.EDU.CO

Bibliografía

Gómez-Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, A. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia*, 29.

Roque Santos Cueto. (2018). Interculturalidad, identidad personal y redes sociales: caminos de atestación de sí. *Ciencia y Sociedad*, 43(2).

Ruiz, V. R., Oberst, U., & Carbonell-Sánchez, X. (2013). Construcción de la identidad a través de las redes sociales online: una mirada desde el construccionismo social. *Anuario de psicología*, 43(2), 159-170.

Ruiz, J. I. (1), Castro-Abril, P. (2), López-López, W. (4), Páez, D. (5), Méndez, L. (6), Castro-Molinares, S. (7), Yadira-Cepeda, Z. (8), Caicedo-Bucheli, M. A. (9), del Carmen Amaris, M. (10), Moncayo, J. E. (11), Camelo-Mendoza, R. (12), Orduz-Gualdron, F. S. (13), Beltrán-Espitia, M. (14), Mongui, Z. L. (15), Domínguez, E. (16), Alejo-Riveros, A. (17), Pérez-Cervantes, L. (18), Castillo, C. O. (19), Alvarado-Pinzón, L. (20), ... Arizabaleta, M. P. (25). (2022). Colombian Truth Commission: Knowledge, perception, efficacy, and associated emotions. *Revista de Psicología (Peru)*, 40(1), 119-154–154. DOI: <https://doi.org/10.18800/psico.202201.005>

Ruiz Zizumbo, Alejandro (2015). *Acercamiento a la relación entre la construcción de la identidad y las redes sociales* [Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo].

Velásquez-Yepes, S. & Zuluaga-Aristizába, M. (2022). Narrar la verdad. Tensiones entre información, narrativa y verdad en la Comisión para el Esclarecimiento de la Verdad en Colombia. *Forum Revista Departamento de Ciencia Política*, 22. DOI: <https://doi.org/10.15446/frdcp.n22.97572>