

REVISTA INVECOM



VOLUMEN 2 NÚMERO 2

2022

ISSN 2739-0063

Presentación

En ocasión de celebrar los 15 años de la asociación Investigadores Venezolanos de la Comunicación, en el VIII congreso realizado el 3 y 4 de junio de 2021, se dio lugar a la discusión sobre la importancia del espacio público en el contexto de la pandemia del Covid-19. Es por ello que el actual Volumen 2, número 2 de 2022 de la Revista InveCom, reseña los mejores trabajos presentados en el evento.

Es así como Alda Yolanda Caro Moreno, explica como las estrategias de comunicación política en la actualidad no pueden prescindir del uso de las redes sociales en el ejercicio del gobierno, de hecho, estas se han convertido en escenarios ideales que permiten la difusión masiva de contenidos que contribuyen a crear la opinión pública. En Colombia, al igual que en el resto del mundo, el manejo de las redes sociales es una prioridad a la hora de posicionar los temas de interés público, y más aún, en el escenario inesperado de la pandemia a causa del COVID-19 en donde los contenidos se han multiplicado y más personas se han vuelto dependientes de la información que circula en las redes sociales. El problema es que, el uso de las redes al tener tanta importancia en la vida política del país, ha servido para que personajes de la vida pública legitimen comportamientos antiéticos frente a quienes se atreven a cuestionar el poder facilitando así la polarización del país de una manera irresponsable. Precisamente, el propósito de este trabajo es analizar, por un lado, el impacto de la polarización política impulsada por algunos funcionarios del gobierno de Colombia a través de las “bodegas” con las que se pretende desacreditar la oposición mediante contenidos descaradamente falsos o con verdades a medias y por el otro, examinar como aprovechó el presidente Iván Duque las redes sociales y los medios de comunicación en el contexto de la pandemia para ejercer una comunicación más efectiva acorde con la línea política del partido de gobierno.

Asimismo, la investigación “Pandemia y construcción de la comunicación consciente”, de Miguel Ángel González Tenias, Darcy Virginia Fernández y Darcy Casilla, aborda un análisis de los desafíos que presenta el tiempo de pandemia en la diversidad de formas y experiencias de comunicación que se multiplican de manera impresionante. Proponen una aproximación al hecho comunicacional durante y en pos-pandemia, desde una mirada valorativa y propositiva para ser considerada e integrada a los procesos formativos en el campo de la comunicación social. La intención es analizar la diversidad de factores y eventos que median las interacciones que promueve el hecho comunicacional, para generar encuentros y vínculos conscientes, con sentido y significado en la gestión del desarrollo personal y social, con sentido integral, ecológico, equitativo y sostenible; en vinculación con la situación espacio – temporal del contexto, las consecuencias y las oportunidades de la crisis integral, ocasionadas por la pandemia y más allá de la misma.

Rocío Dinora Márquez Romero, señala que la pandemia de COVID-19 significó un desafío para el mundo en todos los ámbitos. La gestión de la comunicación no es ajena a la crisis. En un tiempo donde las personas necesitan certidumbre e información veraz y oportuna, el otro enemigo, además del virus, es la desinformación; provocada sobre todo por las *fake news*. La comunicación de gobierno tiene un papel eminente, pues la crisis provocada por la enfermedad es difícil de gestionar debido a su alcance y a la afectación de la población global. En consecuencia, el trabajo pretende explorar la gestión de comunicación de gobierno durante la crisis provocada por la COVID-19, con el propósito de aprender de los aciertos y las fallas para el futuro.

En la investigación “Flujos de la propaganda electoral en la campaña parlamentaria 2020 en Venezuela”, de Daniel Pabón, se aborda el proceso electoral parlamentario de 2020, primer evento comicial celebrado en Venezuela en tiempo de pandemia. Dentro de un cronograma electoral varias veces modificado sobre la marcha, el periodo de campaña fue de un mes exacto. Se presenta parte de un estudio del Observatorio Electoral Venezolano (OEV), cuyo principal objetivo fue conocer a través de cuáles tipos de medios de comunicación fue divulgada la propaganda electoral, en tanto una de

las formas que asume la comunicación política, por los actores en contienda, así como cuáles redes sociales y/o plataformas de mensajería fueron empleadas. A través del OEV fueron aplicados dos formularios de apreciación de la campaña electoral 2020, durante la primera (395 observaciones) y la segunda quincena (399 observaciones) del mes de campaña. Participaron los observadores de la red nacional del OEV, distribuidos de manera proporcional en los 23 estados y el Distrito Capital, con base en el total de electores y centros de votación de cada estado. Los voluntarios contestaron las preguntas según lo que habían observado, leído o escuchado ellos mismos y/o en sus comunidades. Fue percibido por los observadores del OEV que la propaganda electoral transcurrió más por medios tradicionales, justo en tiempos de comunicación digital y en medio de las restricciones pandémicas. Así, ocho de cada diez recibieron propaganda electoral por televisión, y apenas seis de cada diez por medios digitales. Facebook y WhatsApp fueron las redes y plataformas más empleadas por los actores políticos. En un entorno de desinformación y ventajismo generalizados, el sector oficialista prácticamente hizo en solitario la campaña electoral en comparación con la propaganda de los candidatos no oficialistas.

Alejandro Terenzani analiza el uso que de los medios digitales y las redes sociales hacen algunos grandes museos para mantener el interés y las actividades durante este período de cuarentena parcial mundial surgido a raíz de la pandemia del Coronavirus COVID-19 a finales del año 2019. Para el estudio se han tomado siete grandes museos del mundo, seleccionados por la relevancia de sus colecciones y trascendencia histórica global, así como el ejemplo de Venezuela y sus instituciones museísticas. Se busca hacer una reseña de las redes sociales y sitios de internet que usan, sus alcances y estilos. Si bien no es posible cuantificar de forma precisa estos cambiantes datos, sí es posible tener una visión de la relevancia que esta alternativa comunicacional ofrece a los museos para no perder vigencia y hacer accesible sus obras a todo el público de hoy.

El 11 de marzo de 2020 la OMS declara el COVID-19 como pandemia, desde entonces ha sido preocupación central de la vida ciudadana toda y la multiplicación de los contenidos

falseados se ha potenciado exponencialmente. En este artículo, Mariela Torrealba estudia el impacto de la infodemia y los bulos que sobre COVID-19 circulan en Venezuela apoyándose en la base de datos que sobre el tema lleva adelante el Observatorio Venezolano de Fake News. La tipificación de los bulos tomará en consideración las siguientes categorías: red, tema, subtema, actor, emisor y propósito de los bulos; este análisis permitirá construir una línea temporal de hitos que contrastaremos con algunas informaciones que sobre COVID-19 circulen en esos mismos momentos buscando relacionar lo que en este largo año ha formado parte de la representación social sobre la temática en el caso venezolano.

Arantxa López plantea que las comunidades de Internet se apropian del lenguaje de los memes para que el mensaje sea más fuerte, tenga más alcance y afiance las referencias que manejan dentro de su entorno. Eso ocurre con comunidades como la de las criptomonedas, específicamente la de Bitcoin, una idea que podría ser considerada un meme en sí. Su artículo busca entender el espacio de Bitcoin y cómo los usuarios crean y comparten los memes para fortalecer el concepto. También contrastar las características que comparten y las diferencias que tienen Bitcoin y los memes y que se han hecho más evidentes durante un año de cuarentena.

La investigación de Ana Julia Niño Gamboa, da repaso a la normativa general que sobre libertad de expresión, y dentro de ella el ejercicio del periodismo, rigen en Cuba y Venezuela. Dos países con aproximaciones que han generado no pocas discusiones en diferentes planos. Cuba, declarado abiertamente socialista en su Constitución política, y Venezuela que se asume como un Estado democrático y social de derecho y de justicia pero que, en la narrativa oficial iza la bandera del llamado socialismo del siglo XXI, cuyos bemoles han afectado notoriamente la comunicación y la información del ciudadano. A través de esta investigación cualitativa, documental y hermenéutica hacemos un arqueológico, revisión y análisis crítico que va desde la norma constitucional hasta textos de rango sublegal. Lo expuesto plasma el objetivo general: analizar y comprender la situación de la libertad de expresión en ambos países; por tanto, los objetivos específicos pasan por

examinar el escenario normativo que rige en Venezuela y en Cuba y analizar comparativamente la concepción que sobre la libertad de expresión tienen ambas naciones.

Para finalizar, Carmen Edilma Guerrero Galvis y María Fernanda Rodríguez, presentan una investigación que, desde el título, afirman que el gobierno electrónico en Táchira ha retrocedido. En la era digital los gobiernos han incorporado las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a sus gestiones para responder mejor a las necesidades de los ciudadanos, quienes a su vez han entendido la importancia de una conversación en línea con los entes que administran sus asuntos públicos. En Venezuela no han sido pocos los trabajos sobre gobierno electrónico, lo que promovió la realización de esta investigación desde el plano regional y local, estudiando las características de gobierno electrónico en la gobernación del Táchira y la alcaldía de su municipio capitalino, San Cristóbal. Para ello se revisó el marco legal que regula la incorporación de las TIC en Venezuela para afianzar la democracia, el libre uso de las tecnologías y fomentar su incorporación. La metodología empleada implicó la aplicación de un instrumento en los años 2016 y 2021 para evaluar las características de gobierno electrónico de los sitios web de los gobiernos señalados. Se pudo constatar que, en lugar de avanzar, hubo un gran retroceso entre un año y otro. En 2016 ambos gobiernos habían puesto a disposición del usuario nuevas formas de comunicación y transacción en línea que actualmente no existen o no son funcionales. La gobernación del Táchira y la alcaldía de San Cristóbal tenían características en 2016 que las ubicaban en un nivel transaccional de gobierno electrónico. Para este año 2021, la primera descendió al nivel informativo y la segunda perdió su dominio web por impago.

Ángel Páez

Director

Revista InveCom



<https://orcid.org/0000-0002-0924-3506>