

Radiografía del panorama electoral: las redes sociales toman protagonismo

De cara a las votaciones 2021, especialistas analizan los factores que diferenciarán a este de procesos anteriores.

Victoria Moliterno Urizar

Tras un 2020 sacudido por la crisis sanitaria y económica, que venía arrastrándose desde el estallido social, el próximo 11 de abril la ciudadanía votará a concejales, alcaldes, gobernadores regionales y, por primera vez en la historia, a constituyentes.

Pero la campaña electoral actual dista bastante de las que hemos conocido en sufragios anteriores. Una nueva camada de candidatos no políticos, propaganda en redes sociales y otras características particulares marcan esta campaña.

Angélica Pacheco Díaz, doctora en comunicación

cultural e identidad, magíster en ciencias políticas integradas y directora del magíster en comunicación digital UVM, coincide con el doctor en periodismo y ciencias de la comunicación PUCV, Claudio Elórtégui Gómez, en que tanto las protestas que marcaron el 2019 como la pandemia han fragmentado la opinión pública y, en consecuencia, las expectativas políticas de la ciudadanía, que busca experimentar una legítima equidad ante el poder, las campañas deberán incorporar esas temáticas en sus narrativas.

Ambos también concuerdan en que durante estas campañas electorales las redes sociales como Instagram, Facebook, Twi-

ter y TikTok serán claves para difundir contenido propagandístico, no solo por el contexto pandémico de distanciamiento social que atravesamos, sino por la masividad que alcanzan y cercanía que pueden llegar a generar en sus seguidores gracias también a la segmentación que ofrecen dichas plataformas.

RELATO

Junto a ello, enfatizan en que los contenidos digitales que utilicen en sus candidaturas deben incorporar en su relato mensajes de interés público, ya que las comunidades buscan sentirse representados con proyecciones a futuro realistas, democráticas y honestas para restablecer la confianza en los organismos políticos.

“La confianza del voto estará en la experiencia cercana que se tiene al candidato, en las experiencias positivas que le generen sus contenidos en plataformas, el espacio público en todas sus dimensiones. La estrategia y sus tácticas creativas serán las claves de la comunicación eficaz”, indica Angélica Pacheco.

La doctora además puntualiza en que la “infoxicación”, o sobrecarga excesiva de imágenes e información en los diversos portales virtuales, es un hecho que desafía a quienes se están candidateando

sin conocer ni considerar la opinión pública, y en ese sentido el rol de los medios locales será fundamental para desplegar el abanico completo de alternativas políticas.

Elórtégui también subraya la importancia de la participación activa en las plataformas digitales de los medios de comunicación tradicionales e independientes y en que éstas se traducen en reproducciones e interacciones diversas que muchos candidatos utilizan hábilmente.

“Incluso las candidaturas efectúan conversatorios desde sus cuentas personales de redes sociales, en las que despliegan sin tapujos ni libretos, de manera cercana, sus interpretaciones de lo que quieren y anhelan para sus territorios”, afirmó el académico PUCV, vislumbrando que, si el mecanismo se utiliza con destreza, quedará establecida como una práctica para las futuras campañas regionales.

DIVERSIDAD

En cuanto a la diversidad en personalidades políti-



ANGÉLICA PACHECO.



CLAUDIO ELORTEGUI.

cas que están surgiendo con candidaturas, el doctor Elórtégui señaló que, desde su visión, representa el más amplio conjunto de sensibilidades y alternativas en competencia desde el retorno de la democracia en la región.

“Los proyectos van desde lo colectivo, ciudadano, partidista, aventuras personales, etcétera, con un crisol ideológico variopinto, sobre todo en el proceso para constituyentes. Ahí hay una diferencia

frente a elecciones anteriores”, expresó.

Sin embargo, advierte que el aislamiento social, sumado al inicio de las campañas en temporada estival y la gran cantidad de candidaturas y cargos que se elegirán en la misma fecha, pueden generar confusión en las opciones para la ciudadanía, provocando que las campañas aún sean distantes y posiblemente poco persuasivas para los electores.

Finalmente, Angélica Pacheco explica que dos factores primordiales para enfrentar de manera correcta las informaciones falsas o “fake news” que circulan y se expanden con una rapidez cada vez mayor a través del ciberespacio, es la responsabilidad, tanto de la ciudadanía como del Estado que aún no garantiza el acceso a la información pública. 🌟

