Senadores Elizalde y De Urresti presentan proyecto para votación en dos días

Con el objeto de otorgar atribuciones al SERVEL para que la votación de abril se realice en dos días, los senadores Álvaro Elizalde y Alfonso De Urresti presentaron proyecto, el cual fue ingresado formalmente ayer a trámite.

Al respecto, el senador De Urresti recordó que “en el proyecto de Plebiscito Seguro que ya habíamos presentado junto al senador Elizalde, propusimos otorgar facultades al SERVEL para ampliar el plazo de votación, situación que fue rechazada. Hoy hemos ingresado un nuevo proyecto en esta misma línea.”

De Urresti, quien además es presidente de la Comisión de Constitución del Senado, subrayó que “aquí lo importante es generar las condiciones para la mayor participación de la ciudadanía. La trascendencia de la votación de abril es tal, que se hace necesario ampliar los días de votación, pues sabemos que las papeletas son extensas y que a la vez debemos resguardar las condiciones sanitarias y evitar aglomeraciones.”

La iniciativa expresa que “es fundamental proteger, por una parte, la salud de las personas, y por otra, asegurar altos niveles de participación electoral, que sustenten la representatividad y doten de la mayor legitimidad a los procesos electorales del presente año”

En tanto el senador Elizalde recalcó que “el año pasado presentamos una reforma que establecía que el plebiscito y las elecciones de este año se realizaran en dos días consecutivos para garantizar la participación electoral en el contexto de la pandemia. Lamentablemente esta iniciativa no prosperó por la oposición del Gobierno”.

A juicio del timonel PS, es fundamental que “las elecciones se realicen con el más alto estándar sanitario y con la mayor participación posible”.

Elizalde criticó una nueva demora por parte del Ejecutivo. “Estamos insistiendo en nuestra propuesta, más aún cuando el Gobierno, -aunque tardíamente-, nuevamente ha cambiado de opinión”.

SOBRE POTENCIAL POLITICO DE LAS REDES SOCIALES

(DOCUMENTO PROGRESIVO. PRIMER BORRADOR)

El Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo, de la Universidad de Oxford en Inglaterra, ha publicado la edición 2020 de su Digital News Report, con evidencias del profundo impacto que ha tenido el coronavirus en los medios informativos y sus audiencias en 40 países del mundo. En él se concluye que sigue bajando la confianza en los medios de comunicación, exceptuando un aumento temporal durante el inicio de la pandemia, que estuvo acompañado de un incremento significativo en el consumo de noticias en televisión, redes sociales y sitios web.

Según constata el reporte, la población joven cada vez consume más noticias a través de servicios como Instagram, Snapchat y TikTok, mientras que las videoconferencias (Zoom, Houseparty y Google Hangouts) se han convertido, para usuarios de todas las edades, en el nuevo escenario de la comunicación personal.

Un gran número de personas se ha unido a grupos de Facebook o WhatsApp por primera vez, con un aumento notable del uso de WhatsApp para encontrar, discutir o compartir noticias.

RRSS Y POLÍTICA LOCAL

El crecimiento de las redes sociales ha alimentado la percepción de que su uso influye positivamente en la participación política o que al menos es un área para el desarrollo de la conversación política. Eso hace que este sea un espacio deseable de colonización para los actores y agencias de influencia política.

Según Patricio Navia (Tuiteo, luego voto. El efecto del consumo de medios de comunicación y uso de redes sociales en la participación electoral en Chile en 2009 y 2013) “el uso de redes sociales pudiera tener efectos positivos sobre la participación electoral, sus efectos más directos debiesen evidenciarse en otras formas de participación política, formas que permitan interacciones multidireccionales y que promuevan la participación más allá del ejercicio de ir a votar”. Ello parece reafirmar que el consumidor de RRSS es una persona que con formación política previa, que no tomará su decisión de voto en redes, sino que más bien busca nuevas formas de participación.

Por otro lado, el creciente estado de desconfianza social también ha atrapado a los medios de comunicación tradicionales, favoreciendo el consumo de información mediante medios alternativos y redes sociales.

La encuesta Data Influye correspondiente a enero de 2021 arrojó que un 50% de las personas no sabe o dice no tener información suficiente sobre quién votará en la elección de constituyentes que se llevará a cabo el 11 de abril.

El estudio, aplicado entre el viernes 29 de enero y el lunes 1 de febrero, indica que ante la pregunta “¿Posee Ud. alguna noción o decisión de por quién votará para constituyente en abril

de este año?”, 25% respondió que aún no lo sabe y otro 25% dijo que no tiene información suficiente. Por otro lado, un 26% afirmó saber con certeza a quién darán su voto.

La situación es aún más alarmante en relación a la votación de gobernadores regionales, donde 32% aún no sabe por quién votar y 26% dice que no tiene información suficiente para tomar la decisión.

En cambio, en el caso de las elecciones municipales, 41% afirmó saber absolutamente por quién votará para alcalde o alcaldesa en su comuna.

DATOS GENERALES DE CHILE

Respecto a RR.SS ¹ en Chile en el 2020 hay unos 15 millones de usuarios, en el cual 99% acceden desde dispositivos móviles.

En tanto Facebook tiene 12 millones de usuarios, si se realiza una relación con la cantidad de usuarios en medios sociales, representaría el 80%. La comunidad está compuesta por 52,5% mujeres y 47,5% hombres. El 77% de los usuarios que ingresan a Facebook lo realiza únicamente por dispositivos móviles, el 21,5% lo realiza entre computadora personal y teléfono móvil y solo el 1,5% solamente se realiza por computadora personal.

En Instagram hay unos 8,2 millones de usuarios que son alcanzados a través de publicidad, donde según la segmentación y la inversión que define el estrategia puede lograr un alcance importante, la comunidad está compuesto entre 53% mujeres y 47% hombres

---

¹ Página web: <https://yiminshum.com/>