

Vicente Bruna, prosecretario del Partido Republicano, cuenta que usa estas plataformas del candidato como "termómetro"

Los partidarios de Kast tienen entre sus favoritos a Rocío Monasterio, Katalin Novák, Bukele y Milei

El diputado croata Stephen Nikola Bartulica y el intérprete cristiano Marcos Witt están entre sus seguidos de Instagram. "Cuesta bailar (para un video), porque los chilenos no la están pasando bien", explican desde su comando.

RENÉ VALENZUELA

José Antonio Kast (59) es el candidato presidencial más seguido en redes sociales como TikTok, donde tiene 705.200 seguidores y acumula más de 10.700.000 de likes entre sus videos allí. También en X (exTwitter) lidera con 858.864 seguidores, mientras que en Instagram queda detrás la candidata de Chile Vamos, Evelyn Matthei, quien registra 512.000 seguidores mientras él posee 486.000.

¿Cómo ha hecho su campaña el candidato del Partido Republicano en estas plataformas? ¿A quiénes siguen él y sus adeptos en estas? Haciendo un recorrido por los seguidos en algunas de estas plataformas, en su Instagram @joseantoniokast se podría hablar de tres grandes grupos: entre los políticos se aprecian nombres como Stephen Nikola Bartulica (diputado croata del Parlamento Europeo, perteneciente al Grupo de Conservadores y Reformistas), Nikolas Ferreria (diputado del Partido Liberal en Brasil), Katalin Novák (expresidenta de Hungría), Rocío Monasterio (miembro del partido español conservador Vox), mandatarios como Edmundo González (Presidente electo de Venezuela), Nayib Bukele (Presidente de El Salvador), Javier Milei (Presidente de Argentina), entre otros.

El candidato también allí sigue a varios cantantes cristianos internacionales como Marcos Witt e Isaac Rojas, cantantes urbanos de renombre como Daddy Yankee, Wisin y Nacho; y otros nombres como Tim Ballard (activista conservador estadounidense), Iñaki Gutiérrez (militante liberal y encargado del TikTok de Javier Milei) y Tallis Gomes (CEO de la app Easy Taxi).

Vicente Bruna, prosecretario del Partido Republicano, comenta que se informa de la carrera presidencial por canales tradicionales, lo que se discute en redes y que eso le sirve "para detectar tendencias, entender cuáles son las inquietudes y urgencias en todo Chile. Además, uso nuestras propias redes como termómetro: qué temas generan más interacción, cuáles necesitan más explicación y qué formatos funcionan mejor para acercar



las propuestas de José Antonio de forma clara y directa".

En el Instagram @kastporchile, una cuenta de apoyo al candidato, se observan el seguimientos a creadores de contenido que difunden informaciones de prensa y memes alusivos a la carrera a La Moneda como @chilelibertarian, @canaldemati y @diegorosalesuhd. Otras entidades, como Juventud Republicana, en su Instagram siguen diversos medios tradicionales chilenos, la revista Autoridad y Vox. Mientras que al movimiento Acción Republicana también siguen a los canales tradicionales de información y a la cuenta Fake News Report (@fakenews_report).

Su TikTok cambió

Si bien en TikTok el video más visto del candidato (con 6.300.000 visitas <https://acortar.link/1jCMf0>) es uno de 2021,

cuando también se postuló como candidata presidencial, donde simula agarrar una pelota de béisbol y con actitud ganadora dice "No te preocupes, todo va a estar bien" y procede a bailar "Ain't no mountain high enough" de Marvin Gaye y Tammi Terrell. En esta nueva campaña presidencial, aunque existen algunos contenidos más lúdicos, como él preparando un sándwich llamado "Jakarero" o entrenando en el gimnasio, sus videos más vistos en TikTok corresponden a emplazamientos que ha hecho al gobierno de Gabriel Boric y el retorno de Michelle Bachelet (<https://acortar.link/YZn9Cy>) a la escena política local. Mientras que en Instagram, su reel (video) con más visitas (1.200.000 <https://acortar.link/QouBOR>) corresponde a uno del 17 de junio donde cuenta el nombre de sus medidas para diversos tópicos como "Escudo fronterizo" para los



Otro personaje medular para los partidarios del candidato republicano es Javier Milei.

Rocío Monasterio es una referente principal para los seguidores de Kast.

problemas de los inmigrantes en Chile.

Desde el comando de José Antonio Kast explican: "Las redes sociales son un arma de difusión masiva y el medio más directo para llegar a la ciudadanía, sin intermediarios, un canal de difusión de propuestas y posicionamientos muy relevantes en una campaña electoral. Seguimos un principio simple: cada publicación debe reforzar, explicar o demostrar una propuesta concreta".

En el X de Kast "el foco está en la inmediatez y marco político", en Instagram "construimos una narrativa visual: carruseles (set de imágenes) comparativos, reels con propuestas resumidas y stories (video temporales) con los detrás de cámara que humanizan al equipo".

El contenido en TikTok de Kast se ha modificado. Desde su comando argumentan que "antes, para la construcción del perfil, participábamos de los trends (gags) y bailes populares en la app) y despeinábamos más al candidato. Hoy se sube contenido político y audiovisual, la juventud quiere fijación de posiciones. También aquí está incursionando desde hace un tiempo los adultos mayores. Así que creamos contenido que resuene con ellos y les haga sentir que estamos escuchando sus necesidades y preocupaciones".

Sobre el por qué estos contenidos más lúdicos en TikTok son más escasos en la cuenta de Kast, desde su comando argumentan: "Hoy, producto de la crisis que vive el país en todos los ámbitos posibles, cuesta bailar (para un video), porque los chilenos no la están pasando bien".

Las redes sociales implican cierto chasconeo, ¿cómo se ha manejado eso?

"Una cosa es ser serio, otra cosa es ser grave y por eso también hay momentos que transmiten distensión. Pero el exceso de baile puede dar una señal equivocada".