



# En los últimos días ha habido cuestionamientos por presunta "campana sucia" en el contenido digital difundido

## Bailes, parodias y comida: La encendida campana presidencial en redes sociales

En los comandos reconocen la importancia que tiene este tipo de contenidos, especialmente para atraer al público más joven, un segmento en el que hoy lidera Jeannette Jara (PC).

J. P. GUZMÁN y J. CASTRO

"Hay jóvenes que me han dicho que son bacheletistas, pero que aman a Kast porque siguen su TikTok y les encanta. Digo esto porque creo que los partidos tradicionales, o los progresistas, deben entender también este nuevo lenguaje". La frase la dijo este lunes la expresidenta Michelle Bachelet, cuando relevó la importancia que ha tomado para la campana presidencial el desempeño en las redes sociales.

En estos días la disputa en esas plataformas se ha enardecido por diversos episodios: Desde acusaciones de la abanderada de Chile Vamos, Evelyn Matthei, al P. Republicano por una presunta "campana sucia" en su contra al poner en duda su salud mental, hasta cuestionamientos al partido gremialista por un video en el que parodiaron al ministro de Educación, Nicolás Cataldo.

Aunque su uso no es exclusivo de las generaciones más jóvenes, en los comandos reconocen que es una de las mejores formas de comunicarse con ese electorado. Si se mira el detalle de la última encuesta Panel Ciudadano-UDD, es la candidata del oficialismo, Jeannette Jara (PC), quien se ha hecho más fuerte en el grupo etario que tiene entre 18 y 30 años, en donde tiene un 37% de respaldo. 13 puntos porcentuales más que José Antonio Kast (P. Republicano), y 29 puntos más que Matthei.

Para Roberto Munta, experto en comunicación política y académico de la U. Andrés Bello, el uso de redes en las campanas se ha vuelto cada vez "más profesional". "Antes se buscaban contenidos mucho más simples, con la



experiencia más fidedigna del candidato de carne y hueso. Ahora, en cambio, hay mucha más preocupación por la estética y que no se note algo como artesanal", explica.

### Los de la "Jota" a cargo de Jara

De hecho, hay quienes apuntan como una de las claves de la holgada victoria de Jara en las primarias oficialistas a su posicionamiento en redes, que le permitió conquistar al electorado de menor edad.

**861.171**

seguidores tiene José Antonio Kast en X, siendo el candidato que lidera en dicha red social, seguido por Evelyn Matthei.



**En TikTok, Kast** opta por mostrar un lado "más humano" y se le puede encontrar desde preparando sándwiches hasta haciendo ejercicio.

Esta semana la UDI lanzó un video parodiando al ministro Cataldo que generó críticas.

¿Quiénes están detrás de esta estrategia? Diego Cornejo y Lucas Mezquita, ambos militantes de las Juventudes Comunistas, fueron el dúo que impulsó la presencia de la exministra digitalmente. En apenas unos meses incrementó sus seguidores en Instagram de 30 mil a más de 300 mil, y en TikTok acumuló más de un millón y medio de "me gusta". Todo ello gracias a una estrategia que optó por mostrar a la candidata de forma cercana y códigos juveniles: bailes, frases populares, desafíos y contenido "fácil de consumir",

**2,7 millones**

de vistas tiene el video de Jara bailando en TikTok, uno de los más vistos en campana, aunque lo supera uno de Kast en que camina diciendo el nombre de sus planes.

**Diego Cornejo y Lucas Mezquita**, ambos de la "Jota", han estado a cargo de los contenidos digitales de Jara.



como lo definen sus creadores.

Cornejo renunció a su puesto en La Moneda, donde colaboraba con la subsecretaria general de Gobierno, Nicole Cardoch (PS), para dedicarse por completo a la campana en línea. Mientras que Mezquita, su compañero, ha participado en la creación de contenido para candidaturas a concejalías y campanas políticas del PC.

### El lado b de Kast

En el caso de Kast, desde su candidatura presidencial en 2021

**519.000**

seguidores tiene Evelyn Matthei en Instagram, siendo la primera en el ranking presidencial, con seis mil más que Kast y 10 mil más que Jara.



Un video en el que **Matthei se parodia a sí misma**, por un encontrón con una diputada cuando era ministra, causó polémica.

que las redes han sido uno de sus fuertes y, de hecho, es el abanderado con más seguidores en Instagram, X y TikTok. En su partido hablan de que cuentan con una estrategia "orgánica" en base a cada red social, pero los contenidos son cuidadosamente preparados entre el asesor comunicacional de republicanos, Cristián Valenzuela, y un viejo conocido del partido, Felipe "Yeti" Costabal, quien es el creativo que ha estado a cargo de "despeinar" a la colectividad de derecha.

Este año esto se ha visto en diversas ocasiones como, por ejemplo, con la idea de ponerles nombres a los planes que presenta el republicano.

Además, el contenido varía dependiendo de la plataforma. Mientras que en Instagram se suele optar por un estilo más formal con discursos o propuestas de Kast, en su TikTok se ve un lado "más humano", en donde se puede encontrar al exdiputado tomando cerveza, preparando sándwiches o haciendo ejercicio.

### El desafío pendiente de Matthei

En cambio, para Matthei el despliegue en redes ha sido algo más difícil, especialmente en las plataformas más nuevas. Hace un mes, la abogada ecuatoriana Cristina Villagómez había arribado a su comando para hacerse cargo de los contenidos digitales, sin embargo, renunció la semana pasada.

Aunque desde el comando replican que ella había llegado con la misión de formar un equipo y dejar una estrategia, lo cual dicen que se cumplió, lo cierto es que ha habido videos —publicados antes de la llegada de Villagómez— que causaron incomodidad dentro de sus filas, como uno en el cual Matthei se parodiaba a sí misma haciendo referencia a un recordado encontrón que tuvo cuando era ministra del Trabajo con la diputada Marta Isasi.

Con todo, desde Chile Vamos dicen que en otras redes como X hay buena evaluación del posicionamiento que tuvieron luego del debate presidencial de este martes.

Lo digital, además, estuvo en el centro del debate de la campana de la exalcaldesa luego de acusar a republicanos de una presunta campana en su contra para poner en duda su salud mental. No obstante, por estos días los cuestionamientos volvieron a su sector luego de un video publicado por su partido, la UDI, en el que parodiaban al ministro de Educación, Nicolás Cataldo (PC). Esto causó cuestionamientos internos dentro de la propia coalición.