LITORALPRESS

Fecha: 14-08-2025
Medio: La Segunda
Supl. : La Segunda
Tipo: Noticia general
Título: Jara, Kast y Parisi tienen bien identificada a su audiencia en redes sociales; Matthei aún no

Pág. : 8
Cm2: 720,8

Tiraje: 11.692
Lectoría: 33.709
Favorabilidad: No Definida

Estrategias digitales de los candidatos

Jara, Kast y Parisi tienen bien identificada a su audiencia en redes sociales; Matthei aún no

En qué plataformas son más eficientes los postulantes a La Moneda, según estudios de Ananda y Estrategia Sur para La Segunda.

René González R.

La candidata presidencial Evelyn Matthei está cambiando su estrategia digital, pero todavía no se recompone de la pérdida de tiempo inicial. Se quedó atrás y por eso ninguno de sus videos aparece en el top 30 de las piezas de mayor impacto en entre el lunes 4 y el domingo 10 de agosto en las plataformas Instagram, Facebook, Tik Tok y X, según un estudio de la consultora Ananda para La Segunda.

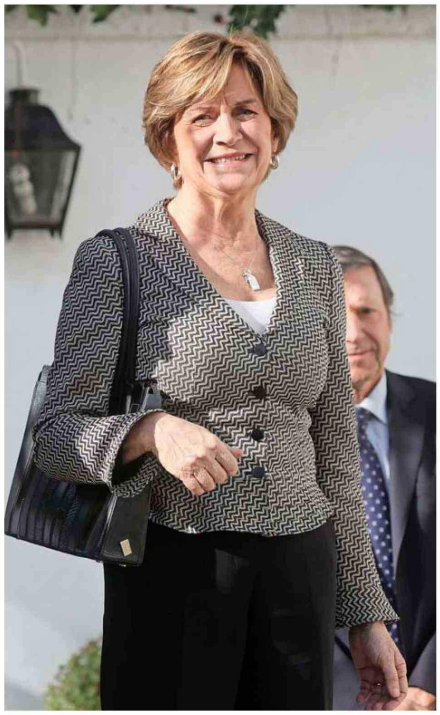
Y antes de eso tampoco le iba bien. Según otro informe, de Estrategia Sur, que midió el mes completo, entre el lunes 7 de julio y domingo 10 de agosto Parisi publicó 2.278 mensajes —siempre en las mismas redes— y Marco Enríquez-Ominami con 499. Tras ellos viene un grupo más "normal": Johannes Kaiser posteó 224 veces, Evelyn Matthei 200, José Antonio Kast 171 y Jeannette Jara 202.

Claro que con resultados muy disímiles: de los 38 videos con más reacciones según Ananda, Parisi logró ubicar 20, aunque solo uno de ellos en el top 10; Jara logró ubicar 15, pero con 6 entre los top 10 y, mejor aún para ella, de esos seis 3 están en el primer, segundo y tercer lugar y Kast puso otros 8, con dos de ellos en el top 10 y en mejores posiciones que los videos de Parisi.

Los demás no lograron instalar un solo mensaje entre esos 38 primeros lugares de posteos con más reacciones.

Según el estudio de Estrategia Sur, más allá de la cantidad de publicaciones por candidato, "lo importante es considerar cuánto genera cada publicación" y, para ello, "un indicador es el promedio de reacciones por publicación: en ese caso, Jara vuelve a liderar con 16.466 reacciones en promedio; luego, aparece Kast con 7.020 reacciones promedio por publicación y Matthei con 3.006".

"Otro indicador —continúa el informer Estrategia Sur— es el enganche de reacciones, es decir, la relación entre reacciones y seguidores... donde 100, significa que todos los seguidores reaccionan y, en



ese caso, Jara lidera por lejos, con un promedio de 9,4% de enganche. Le sigue Kaiser, con un 2,4% y más abajo Kast con 1,2% de enganche". Por debajo del 1% quedan Parisi (0,9%), Matthei (0,8%) y MEO (0,2%).

Y si de generar comentarios por cada una de las publicaciones, "Jara vuelve a dominar con 1.230 comentarios en promedio, luego, le sigue Kast con 518 y Matthei con 373".

Los efectivos y los que no

Ananda también midió la efectividad en la última semana de campaña: Según su informe, "aunque Franco Parisi lidera en reacciones totales con 788.258 interacciones, su alta frecuencia de publicaciones genera una saturación que reduce la efectividad por publicación. Por otro lado, Jeannette Jara y José Antonio Kast son los candidatos más efectivos en reacciones por publicación".

Luego desglosa. En Facebook José Antonio Kast es el más efectivo con un promedio de 4,293 reacciones por publicación, seguido por Franco Parisi (2,218). MEO tiene el promedio más bajo con 557 reacciones por publicación. En Instagram Jeannette Jara es la más efectiva con 28,224 reacciones por publicación, seguida por Franco Parisi (2,494) y Evelyn Matthei (2,602). MEO tiene un bajo promedio de 795".

"En TikTok —sigue el documento de Ananda— José Antonio Kast lidera con 24,761 reacciones por publicación, seguido por Franco Parisi (4,953). MEO tiene el promedio más bajo de 973 reacciones por publicación. Y en X Johannes Kaiser es el más efectivo con 2,769 reacciones por publicación, seguido por José Antonio Kast (3,420). Franco Parisi tiene el promedio más bajo con 246".

El problema de Matthei

Según Rubén Darío, de Ananda, cuando se quiere ser eficiente en el uso electoral de las redes sociales, "lo más importante es conocer a tu audiencia. Jara, Kast y Parisi las tienen muy bien identificadas y los mensajes que les quieren dar. Jara es pura emoción, Kast es fuerza, orden y Parisi va a una audiencia extrasistema, radical en sentido de cambios y contra las elites políticas".

Por eso es que, concluye "generan más resonancia y lo complementan con distintas estrategias, como Parisi, que es estrategia de saturación (publica mucho), lo que le da muy buen alcance, pero con una efectividad menor... Pero Matthei tiene un problema de instalación del relato, lo que hace que sus redes generen un menor lugar de compromiso, aunque eso está cambiando".

Y Felipe Ruiz, de Estrategia Sur, agrega que "hay dos niveles de efectividad: Jara aparece bien en la interactividad y en la derecha logran muchos seguidores. Pero en Matthei hemos venido presenciando un desfonde de candidatura y eso se refleja en este plano".

"Hay un símil de estos datos con lo que viene mostrando la tendencia de las encuestas al considerarlas de manera agregada: Parisi viene subiendo, posicionándose y sigue ocupando este espacio medio de outsider..., que levanta anhelos meritocráticos, de ascenso individual. Le da fuerte a Facebook, que es interesante, pero muchas veces candidaturas privilegian Instagram e incluso X, pero en Facebook hay edades más intermedias, un público masculino más lejano a la discusión pública de la política", cierra.

> Jara vuelve a liderar con 16.466 reacciones (por publicación) en promedio; luego, aparece Kast con 7.020 y Matthei con 3.006".
> **Estudio de Estrategia Sur.**

> Su alta frecuencia de publicaciones (de Parisi) genera una saturación que reduce la efectividad por publicación".
> **Estudio de Ananda.**

> Matthei tiene un problema de instalación del relato, lo que hace que sus redes generen un menor lugar de compromiso".
> **Rubén Darío, Ananda.**

> Jara aparece bien en la interactividad y en la derecha logran muchos seguidores. Pero en Matthei venimos presenciando un desfonde".
> **Felipe Ruiz, Estrategia Sur.**