



**UNIVERSIDAD DE SEVILLA**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE FIN DE MÁSTER**

**GABRIEL BORIC Y SU VICTORIA EN LAS  
ELECCIONES PRESIDENCIALES CHILENAS DE  
2021. EL USO DE INSTAGRAM COMO  
HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA**

**Autor:** José Luis Prieto Fernández

**Tutora del TFM:** Rosalba Guadalupe Mancinas Chávez

**Titulación:** Máster de Comunicación Institucional y Política

**Fecha:** junio de 2022

## Contenido

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
	Redes sociales en Chile.....	6
<b>2.1</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2</b>	<b>METODOLOGÍA.....</b>	<b>7</b>
<b>3.</b>	<b>CONTEXTO.....</b>	<b>10</b>
<b>3.1</b>	<b>Salvador Allende.....</b>	<b>10</b>
<b>3.2</b>	<b>Dictadura cívico-militar.....</b>	<b>10</b>
<b>3.3</b>	<b>La vuelta de la democracia.....</b>	<b>11</b>
	<b>3.3.1</b> La revolución de los pingüinos.....	11
	<b>3.3.2</b> Movilizaciones estudiantiles de 2011.....	12
	<b>3.3.3</b> El estallido social de 2019.....	12
<b>3.4</b>	<b>Situación social y económica de Chile.....</b>	<b>13</b>
	<b>3.4.1</b> Medioambiente.....	15
	<b>3.4.2</b> Feminismo.....	15
	<b>3.4.3</b> Los mapuche.....	16
<b>3.5</b>	<b>Resultados de la primera y segunda vuelta de las elecciones de 2021.....</b>	<b>17</b>
<b>4.</b>	<b>GABRIEL BORIC.....</b>	<b>18</b>
<b>4.1</b>	<b>Orígenes.....</b>	<b>18</b>
<b>4.2</b>	<b>Discurso.....</b>	<b>19</b>
<b>5.</b>	<b>RESULTADOS.....</b>	<b>22</b>
<b>5.1</b>	<b>RESUMEN DE LOS POSTS DE INSTAGRAM DURANTE LA PRIMERA VUELTA DE LAS ELECCIONES.....</b>	<b>22</b>
	<b>5.1.1</b> Métodos de propaganda política.....	22
	<b>5.1.2</b> Uso de diversos formatos.....	24
	<b>5.1.3</b> Temas.....	26
<b>5.2</b>	<b>ANÁLISIS DE LOS POSTS DE INSTAGRAM DURANTE LA SEGUNDA VUELTA DE LAS ELECCIONES.....</b>	<b>27</b>
	<b>5.2.1</b> Métodos de propaganda política.....	27
	<b>5.2.2</b> Uso de diversos formatos.....	31
	<b>5.2.3</b> Temas.....	34
<b>6.</b>	<b>DISCUSIÓN.....</b>	<b>36</b>
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>39</b>
<b>8.</b>	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>40</b>
<b>9.</b>	<b>CORPUS DE ANÁLISIS.....</b>	<b>44</b>

*“Sigán ustedes sabiendo que, mucho más temprano que tarde, se abrirán las grandes alamedas por donde pase el hombre libre para construir una sociedad mejor”*

(Allende, 1973).

## 1. INTRODUCCIÓN

América Latina ha sido siempre muy importante para España por sus relaciones pasadas de metrópolis y colonias. Aparte, los puntos de unión intercontinentales todavía siguen fuertes debido al comercio y a una lengua común, sobre todo.

En el caso de Chile, fue una esperanza para multitud de militantes izquierdistas en la clandestinidad durante los últimos años de la dictadura franquista. La victoria democrática del socialista Salvador Allende dio ánimos a poder conseguir el poder sin la fuerza como había pasado históricamente en la izquierda. También sus medidas sociales fueron aplaudidas desde la distancia.

Sin embargo, el golpe de estado militar que se vivió en el país, también en otros países de Latinoamérica con gobiernos progresistas, fue visto como la incapacidad de generar un modelo económico y político diferente al norteamericano y a las dictaduras comunistas. De esta manera, las victorias socialistas de Felipe González en España y de François Mitterrand en Francia (por poner dos ejemplos cercanos) no se asemejan a la experiencia reformista que se vivió con Allende.

América Latina fue en los años ochenta el laboratorio económico de un nuevo modelo económico promovido por los Estados Unidos, basándose en los estudios de la Escuela de Chicago: el neoliberalismo. Este sistema que debilita al Estado a favor de un mercado desregulado es el que ha imperado en las últimas décadas en todo el mundo.

Las profundas crisis que este ha ocasionado y la desigualdad cada vez mayor entre los más ricos y los más pobres ya han tenido sus primeras respuestas. En América Latina se formaron a finales de la década de los noventa y principios del nuevo siglo un gran número de gobiernos de izquierdas que buscaron combatir

este sistema, como los presididos por Hugo Chávez en Venezuela, Lula da Silva en Brasil o Cristina Fernández en Argentina (cada uno con sus diferencias).

En Europa la crisis de 2008 también tuvo consecuencias. En los países más azotados por las consecuencias de la crisis económica, sobre todo de la cuenca mediterránea, se formaron movimientos políticos que buscaron cambiar la situación. En España, el 15M y Podemos; en Portugal, el movimiento Que se lixe a troika!; en Grecia, Syriza alcanzó el poder.

Sin embargo, el signo de los tiempos cambió y la novedad fue el resurgimiento de la extrema derecha social y política, que aspira a gobernar en estos países mediterráneos (de hecho, Salvini de la Lega Norte formó parte de un ejecutivo como ministro de Interior de Italia). También en muchos países latinoamericanos han caído gobiernos progresistas y se han asentado en el ejecutivo otros nombres más conservadores, como Bolsonaro en Brasil o Lacalle en Uruguay.

Sin embargo, las crisis periódicas del sistema liberal (y neoliberal) auguran una próxima situación de inestabilidad política y económica que puede servir para un cambio de sistema. De esta manera, Chile, el estallido social de 2019 y la elección de Gabriel Boric como presidente del país son sumamente interesantes para comprobar el cambio de sistema como alternativa a un modelo económico basado en el neoliberalismo.

También resultan interesante estas elecciones por la derrota de la extrema derecha, un peligro para la democracia que está surgiendo en todos los lugares del mundo. José Antonio Kast representa la misma amenaza que Santiago Abascal en España, que Giorgia Meloni en Italia, que André Ventura en Portugal y que Marine Le Pen en Francia.

Es decir, hay que volver a mirar a Latinoamérica.

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La frase con la que inicia este trabajo de investigación fue pronunciada por Salvador Allende, presidente socialista de Chile, el 11 de septiembre de 1973 en su último discurso radiofónico antes de su muerte.

Décadas después, la población chilena ha comenzado un proceso de cambio estructural del país aupados por una juventud activa y que mira al horizonte con esperanza. Fueron los que encabezaron múltiples manifestaciones estudiantiles, desde la revuelta de los pingüinos en 2006, pasando por la huelga de 2011 y los que iniciaron el estallido social que consiguió que se empezasen a dar pasos para cambiar la Constitución de 1980, aprobada durante la dictadura de Pinochet.

También esta generación se ha visto reflejada en un candidato presidencial de su edad (35 años) y con experiencia en muchas de estas movilizaciones, Gabriel Boric. El 15 de diciembre de 2021, en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, el candidato de Apruebo Dignidad (coalición de partidos de izquierdas) se impuso al candidato ultraderechista, Juan Antonio Kast, con el 55,87% de los votos. El ganador partía como segundo candidato más votado en la primera vuelta con un 25'83% de apoyo, frente al 27,91% de Kast.

Los grandes valedores de esta victoria, la primera de un candidato de izquierdas (fuera de la Concertación) desde Salvador Allende, fueron los jóvenes (Rivas, 2021).

Según la plataforma electoral Decide Chile, el 58,5% del electorado de hasta 50 años votó en la segunda vuelta de las elecciones, destacando el 63% de las mujeres menores de 30 años y el 67% de las que tienen entre 30 y 50. Estas franjas de edad fueron también las que más votaron por Boric. El 68% de las mujeres y el 64% de los hombres menores de 30 años votaron por el líder de Apruebo Dignidad. Más igualado estuvo entre las personas de entre 30 y 50 años, aunque siempre sobrepasó el 50% de los votos (56% mujeres, 53% hombres).

En la primera vuelta, sin embargo, Boric tan solo se impuso entre los votantes menores de 30 años (Ex-Ante, 2021). Los demás rangos de edad votaron más por Kast. Aun así, hay que tener en cuenta que en noviembre había hasta tres candidatos de izquierda más (Yasna Provoste por el Partido Socialista, Marco Enriquez-Omami por el Partido Progresista y Eduardo Artés por Unión Patriótica) y en la derecha solo dos más (Sebastián Sichel por Chile Vamos y Franco Parisi por el Partido de la Gente).

Cuanto más se avanza en edad, mayor porcentaje de voto tuvo el candidato de extrema-derecha, José Antonio Kast, tanto en la primera como en la segunda vuelta.

En esta investigación se propone identificar los factores que influyeron para que el candidato Gabriel Boric conectara con el electorado, sobre todo, como se ha dicho en párrafos anteriores, el más joven.

#### Redes sociales en Chile

La empresa chilena de investigación de mercados y opinión pública Cadem publicó en 2022 un estudio llamado “El Chile que viene: medios y redes sociales”. En este se identifican las preferencias de los chilenos en materia de redes sociales y la utilidad que le dan. Divide a la población en cuatro generaciones: Z (personas entre 13 y 23 años), Millenials (de 24 a 40), X (de 41 a 55) y Baby Boomers (de 56 a 71).

Roberto Izikson, gerente de Asuntos Públicos y Estudios Cuantitativos de Cadem, señaló que la red social Instagram ha ido aumentando entre los usuarios para consultar información sobre la pandemia. También apunta a que en esta se “desplegaron importantes campañas digitales de los presidenciables, constituyentes y alcaldes, entre otros” (2022).

El estudio arroja datos de aumento de su uso. Entre el 35 y el 40% de todos los grupos de edad en 2020 hacía uso de la red social al menos tres días a la semana para consultar las noticias. En 2021 se situó en el 59%. Entre la generación Z y Millenials, el 86% y el 74%, respectivamente, asegura que accede al menos tres días a la semana para informarse, siendo su opción preferencial.

Kepios y We Are Social presentaron el pasado año el Digital 2022 Global Overview Report, donde se recogen también datos sobre Chile.

La red social más usada es Facebook con 12,5 millones de usuarios, un 52% de estos eran mujeres, y la siguiente es Instagram con 11,63 millones, con una mayoría femenina del 51,3%. Sin embargo, la segunda es la que más creció de 2021 a 2022, un 19,9% frente a los números negativos de Facebook. Aun así, hay que aclarar que el propio informe avisa que los datos de 2022 de esta red social no son comparables con el de años anteriores, ya que ha cambiado la forma de cuantificarlos.

Podemos concluir por lo tanto que Instagram es el medio donde las personas que votaron a Boric (aunque sin contar con el segmento de 40 a 50 años) más acuden para informarse de las últimas noticias. Justamente, la red social es la segunda más usada de todo Chile y la que más crecimiento registró de 2020 a 2021.

Otro dato significativo es que en Instagram Boric tiene 1,5 millones de seguidores, frente a los 284.000 que tiene en Facebook. Su red social con más seguidores es Twitter, pero en Chile solo hay 2,90 millones de usuarios en total y tiene una tendencia moderada, como recoge el estudio de Kepios y We Are Social, por lo que sus seguidores pueden ser muchos extranjeros.

## 2.1 OBJETIVOS

El objetivo general de este trabajo es determinar el papel que desempeñan redes sociales como Instagram en las campañas políticas actuales, entendiendo la importancia de estas en el mundo de la comunicación.

Específicamente, en este caso, se pretende analizar si el uso de Instagram fue un elemento determinante en el triunfo de Gabriel Boric.

Para alcanzar este, se han marcado como objetivos específicos el analizar el contenido de sus publicaciones, comprender las diferentes estrategias de propaganda política y entender los diferentes formatos que usa.

## 2.2 METODOLOGÍA

El análisis de la campaña electoral de Gabriel Boric se ha realizado en cuatro fases:

1. Contexto. Se explica la historia de Chile, sus problemas, las movilizaciones que se han ido sucediendo al cabo de los años para entender cómo se ha llegado a la elección de Gabriel Boric como presidente. Se parte desde los años 70 hasta la actualidad; desde el gobierno de Salvador Allende hasta las diferentes movilizaciones sociales de los últimos años, pasando por la dictadura de Pinochet y la vuelta de la democracia.
2. Perfil del candidato. Se relata quién es Boric a través de su historia personal y el discurso que tiene.
3. Análisis de los posts de Instagram de la cuenta oficial de Gabriel Boric durante la primera vuelta de las elecciones (del 22 de septiembre al 18 de noviembre). Se esboza cómo fue la comunicación que hizo el político en la red social durante la primera vuelta desde tres perspectivas:
  - Métodos de propaganda política. Se analizarán las características de su campaña electoral mediante las estrategias señaladas por el Institute for Propaganda Analysis. Este fue organismo que funcionó en Estados Unidos entre 1937 y 1942, y que se dedicó a prevenir a la población sobre las diferentes formas de comunicación política. Este expuso los siguientes métodos: *name-calling, band wagon, transfer device, testimonial device, plain folks, card stacking y glittering generalities*.  
Tras un análisis previo, se vio que no todas estas estrategias fueron utilizadas por el candidato de Apruebo Dignidad. Así pues, se decidió analizarlo solo desde los cinco primeros métodos mencionados.
  - Uso de los diferentes formatos que facilita Instagram: retransmisión en directo, vídeo e imagen. En este, se cuantificarán las publicaciones de los últimos 7 días de campaña, donde la actividad es más intensa (unas 11 publicaciones diarias) y ya se ha establecido un modelo de comunicación más o menos fijo. Además, se categorizará los usos que tienen cada uno de los formatos.
  - Temas abordados en las publicaciones. Se seleccionarán las publicaciones en el que solo se aborde un único tema para

cuantificar la importancia que tienen. Por lo tanto, se excluyen *posts* en el que se exponen propuestas de diferente índole y otros que solo sirven como testimonio gráfico de la campaña.

4. Análisis en profundidad de las publicaciones desde las elecciones de noviembre hasta las del 15 de diciembre. Desde las mismas perspectivas, se expondrá de una manera más exhaustiva la comunicación que realizó en Instagram durante la segunda vuelta.

Tanto en el análisis de la primera como de la segunda vuelta, se señalarán los resultados de los comicios y algunos datos importantes, como el voto por regiones y entre rangos etarios, entre otros.

## 3. CONTEXTO

### 3.1 Salvador Allende

El por entonces presidente chileno llevó a cabo durante su mandato (1970-1973) una serie de medidas socializadoras que pretendían cambiar la estructura económica del país desde la democracia hacia el socialismo marxista. El fortalecimiento del movimiento obrero, a base de expropiaciones y nacionalizaciones de empresas, llevó al boicot sistémico al gobierno por parte de los Estados Unidos y la oposición, que tenía mayoría en el Congreso Nacional.

Entre 1972 y 1973 se sucedieron múltiples intentos para derrocar el gobierno: huelgas de transportistas, de mineros del cobre (de altos salarios) y de estudiantes elitistas, desabastecimiento provocado y movilizaciones de grupos fascistas como Patria y libertad, entre otros. Finalmente, el 11 de septiembre de ese año el ejército hizo un golpe de Estado, financiado por la CIA, que acabó con el gobierno de Allende, la vida de este y la democracia.

### 3.2 Dictadura cívico-militar

Una Junta Militar, encabezada por Augusto Pinochet, tomó el poder y decretó la clausura del Congreso Nacional, la ilegalización de los partidos y el Estado de Sitio en todo el país. Este Estado autocrático se caracterizó por la represión política que practicó la Dirección de Inteligencia Nacional hasta 1977 y que siguió hasta la transición democrática en 1990. Según datos del Instituto Nacional de Derechos Humanos del país, se calculan que unas 44.000 personas fueron víctimas de la dictadura, 3.216 de ellas fueron asesinadas y 1.118 desaparecieron, muchas eran izquierdistas, intelectuales o estudiantes (Garde Eransus, 2020).

En 1975, el régimen de Pinochet implementó la política económica propuesta por los "Chicago Boys", que liberalizaron la economía y redujeron el papel del Estado en ella, inspirándose en las ideas de Milton Friedman. Este primer experimento de neoliberalismo también se asentó en una desregulación laboral que dio mayor flexibilidad al mercado y redujo el papel de los sindicatos.

El 11 de septiembre de 1980, mediante un plebiscito en el que no existía oposición, había censura en la prensa y no existían censos electorales, se aprobó la Constitución que institucionalizó el régimen y el sistema económico

neoliberal en Chile y que, en 2022, sigue vigente en el país. A partir de esta fecha, se llevaron a cabo políticas de privatización de servicios público, como la salud, las pensiones y la educación, que siguen siendo actualidad política.

Aunque las medidas económicas tuvieron unas consecuencias inmediatas de crecimiento, en 1982 debido a la crisis del petróleo, un gran número de bancos e industrias quebraron y las exportaciones bajaron. Esto conllevó un aumento del desempleo y del endeudamiento que desembocaron en protestas y acciones armadas contra la dictadura.

Estas no surtieron efectos y los partidos opositores, excepto el Partido Comunista y otros grupos de extrema-izquierda, se unieron en la “Concertación de Partidos por el No” que derrotó en las urnas a Pinochet en el plebiscito de 1988 sobre su continuidad. Esto significó que en 1989 se celebraron elecciones parlamentarias y presidenciales, en las que Patricio Aylwin, demócrata cristiano, consiguió el puesto de jefe del Estado, terminando de este modo la dictadura.

### 3.3 La vuelta de la democracia

Tras la movilización de 7 millones de chilenos en contra de seguir bajo el régimen dictatorial de Pinochet; la esperanza desbordó al país por lo que suponía la vuelta a un sistema política con libertades y derechos. Sin embargo, la continuidad con la dictadura, operando con la Constitución de 1980, y las escasas reformas han ido desgastando la democracia en el país, aunque los datos reflejen una ilusoria bonanza económica.

#### 3.3.1 La revolución de los pingüinos

Los primeros síntomas de la crisis institucional en la que estaba sumido el país lo protagonizaron los estudiantes de secundaria, “la levadura del pan que saldrá del horno con toda su sabrosura para la boca del pobre que come con amargura” (Parra, 1962). En 2006, estos protestaron principalmente contra la Ley Orgánica Constitucional de Enseñanza (LOCE), promulgada en 1990 con Pinochet aún en el cargo. También contra el alza en el precio de la Prueba de Selección Universitaria y de un pase escolar de transporte que no satisfacía a los estudiantes (Día Lavanchy, 2008).

Lo que comenzaron siendo unas manifestaciones pacíficas, devinieron en actos violentos porque el gobierno presidido por la socialista Bachelet no los

escuchaba. De este modo, se sucedieron daños en el mobiliario urbano y se aumentó la tensión entre las fuerzas del orden y el estudiantado, que fue progresivamente ganando mayor apoyo de la comunidad educativa, gremios y la población en general.

El 30 de mayo de 2006 fue el punto álgido de estas jornadas de protestas. Tras la toma de institutos y la represión que practicaron los carabineros en los días anteriores, hubo un paro nacional, con manifestaciones en Santiago, que se saldaron con múltiples detenidos y la repulsa de la sociedad civil a la actuación policial, que atacaron incluso a un reportero gráfico.

Tras unas negociaciones infructuosas y otro paro nacional, se empezó a redactar una nueva ley de educación y los estudiantes volvieron a las aulas. Sin embargo, esta legislación excluyó las demandas de las protestas.

### 3.3.2 Movilizaciones estudiantiles de 2011

Otra vez los jóvenes chilenos se levantaron para luchar por sus derechos. Durante seis meses, los estudiantes demandaron una educación gratuita, laica, inclusiva, democrática y de calidad.

En esta ya empezaron a salir nombres destacados de la política chilena actual, como Camila Vallejo, presidenta de la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile, y Gabriel Boric, el que ocuparía después el anterior puesto. También conseguían consensos alrededor de sus demandas, llegando algunas encuestas a situarlos con el 89% de apoyo social, ya que se veían como jóvenes creativos, alegres, con sentido del humor, muy ligados a su tierra y con muchas ganas de cambio (Rubilar Solís, 2011).

Lo que estaba claro es que el país estaba cambiando socialmente, más allá de los gobiernos de turno, en ese año presidido por Sebastián Piñera, y que nuevas ideas empezaban a emerger. “Nuestra propuesta apunta a la construcción de un país con norte distinto, con un sur diferente. Un país libre, un país justo, más democrático e igualitario”, dijo Vallejo durante las protestas.

### 3.3.3 El estallido social de 2019

Durante los años venideros a 2019, el descontento fue en aumento y el reflejo fue la escasa participación en los diferentes comicios. Por ejemplo, en las elecciones presidenciales y parlamentarias de 2013 participó el 49% de la

población, en la segunda vuelta bajó al 42%; en las municipales de 2016 solo el 36%; en la segunda vuelta de las presidenciales de 2017 tampoco se llegó al 50%.

Sin embargo, lo que hizo explotar el sistema político chileno fue la subida de la boleta del metro, contra la que protestaron los jóvenes chilenos a partir del 18 de octubre de 2019. A partir de entonces, diferentes movimientos de la sociedad civil se fueron uniendo a las protestas, haciendo de estas un ente heterogéneo y difícilmente de catalogar, aunque con una finalidad clara: el cambio del sistema a través de una nueva constitución.

El 25 de octubre tuvo lugar la marcha más multitudinaria de las que se celebraron. Se registraron 1.200.000 personas en la Plaza Italia de Santiago de Chile, rebautizada como “Plaza Dignidad” durante el estallido social.

Durante las multitudinarias manifestaciones, “la respuesta de las autoridades fue una violenta represión y la criminalización de la protesta social, a través del uso excesivo de la fuerza, y el uso discriminatorio y desproporcionado de la prisión preventiva, entre otras graves violaciones a los derechos humanos” (Amnistía Internacional, 2021). Las cifras de la Fiscalía y del Instituto Nacional de Derechos Humanos contabilizan más de 8.000 víctimas de violencia, entre ellas 6 muertes por la actuación de los carabineros.

El 15 de noviembre los políticos suscribieron el “Acuerdo por la Paz y la Nueva Constitución” que organizaba un plebiscito en abril de 2020 para determinar si los chilenos querían una nueva constitución. Por la pandemia del Covid-19, el referéndum se celebró el 25 de octubre de 2020. Los resultados otorgaron una amplia victoria a la aprobación de una nueva constitución creada por una comisión constitucional votada, con paridad de género y con escaños reservados para los pueblos indígenas. La elección de los 155 constituyentes se realizó el 16 de mayo de 2021, en la que se repartieron los escaños entre bastantes coaliciones e independientes apartidistas.

#### 3.4 Situación social y económica de Chile

Desde los años en los que Pinochet gobernaba el país, la economía chilena ha seguido la doctrina neoliberal, es decir, evitar la interferencia del Estado en la economía. Si bien ha conseguido hacer de Chile uno de los países más ricos de

Latinoamérica, la desigualdad existente es de las mayores del mundo, según datos de World Inequality Database (Farias, 2021).

Según el Banco Mundial, más del 30% de la población chilena se encuentra económicamente vulnerable. Este dato hace pronosticar que la pobreza afectará al 12,2% de los chilenos.

Actualmente, como asegura el economista de la Fundación Sol, Marco Kremerman, la mitad de los trabajadores cobra menos de 400.000 pesos (alrededor de 550 dólares), poco en una región con uno de los costes de vida mayores de Latinoamérica. 4 de cada 5 hogares no llegan a cubrir sus gastos mensuales y, según el Banco Central de Chile, en 2018 2 de cada 3 hogares tenía deudas.

Tampoco la situación financiera es muy esperanzadora. En 2020 el PIB se contrajo un 6%, cifra que habría sido peor si no se hubiesen relajado las restricciones de confinamiento. El déficit fiscal aumentó en un 7,5% del PIB.

Ni siquiera las tesis neoliberales han dinamizado la economía chilena. La libre competencia y la falta de regulaciones han provocado la concentración de la propiedad y los mercados. Esta élite además tiene una crisis de descrédito por los múltiples procesos judiciales en los que está envuelto.

El desgate de los poderosos también tiene un reflejo claro en la confianza de la prensa. Un estudio de Reuters Institute, institución de la Universidad de Oxford, determina que tan solo un 30% de los chilenos confían en las noticias de los medios de comunicación. Diversos expertos apuntan a que se debe al descrédito que sufren por la cobertura del estallido social de 2019 y la poca conexión con la ciudadanía, que los identifica con las élites corruptas e interesadas (Fossa, 2021).

La privatización de servicios tampoco ha devenido en favor de la ciudadanía. Debido las privada Administradoras de Fondos de Pensiones, la mitad de los jubilados obtuvieron menos de 215.000 pesos (280 dólares) mensuales (EFE, 2022). Los pobres tienen de media menor puntuación en el PSV (prueba de acceso a la universidad) que los ricos. Las listas de espera en hospitales son

interminables, estando a finales de 2021 2.1 millones de personas en estas (Martínez, 2021).

La situación económica ha repercutido, como es obvio, en la social. Aparte de los movimientos estudiantiles antes mencionados, estos fueron acompañados en el estallido social por otros como el medioambientalistas, el feminista y el indígena (mapuche, en el caso chileno).

#### 3.4.1 Medioambiente

La Constitución de Chile explicita la propiedad privada del agua (1980, Art. 19, Nº 24). Esto ha provocado que las regiones de Atacama, Coquimbo, Valparaíso, O'Higgins Maude y 17 de 18 comunas de la Región Metropolitana (Santiago de Chile) estén afectadas por la falta de agua potable. Así pues, muchas zonas del país están en proceso de desertificación y no paran de aumentar los incendios.

También las grandes fortunas del país poseen más de dos millones de hectáreas destinadas al cultivo de pinos y eucaliptos, especies exógenas. Estos demandan mucha agua, han acidulado los suelos y agotan las capas freáticas (agua subterránea cercana a la superficie).

En Iquique, Tocopilla, Mejillones, Huasco, Puchuncavi y Coronel se concentran 28 termoeléctricas de carbón, que suponen el 90% de emisiones de CO<sub>2</sub> del país (Alonso, 2019). También repercute en una mortalidad un 70% mayor en estas zonas, vulnerando la vida de las comunidades y contaminado sus territorios.

Todo esto se le suma la alarma global que existe por un cambio climático que debe ser inminentemente evitado.

#### 3.4.2 Feminismo

Si la situación económica de Chile es muy desigual, aun mayor es la brecha para las mujeres.

En el trimestre de noviembre de 2021 a enero de 2022, mientras el 69,6% de los hombres trabajaban, tan solo el 48,5% de las mujeres lo hacían. Una de las razones que argumentan es no tener disponibilidad por las responsabilidades familiares (1.4 millones de mujeres alegaron esto). Sobre todo, esta brecha se da a partir de los 30 años (Instituto Nacional de Estadística, 2022).

En el mundo rural, el 90,6% de las mujeres que tienen contrato en trabajos agrícolas son temporales, mientras que solo el 49,2% de los hombres lo tiene.

También existe la brecha en cuanto a los ingresos, cobrando un 20,4% menos que los hombres en 2020.

El movimiento feminista en Chile además es muy fuerte. Consiguieron la despenalización del aborto bajo los supuestos de riesgo de vida, inviabilidad y violación en 2016. Protagonizaron el mayo feminista de 2018, donde las estudiantes tomaron sus universidades denunciando el abuso de poder, la discriminación y las actitudes sexistas que habían sufrido en las aulas e, incluso, en las asambleas.

También en el estallido social estuvieron muy presentes, sobre todo protestando contra la Constitución que las trata como un sujeto vulnerable que necesita protección y con un rol doméstico familiar. Ni siquiera el Servicio Nacional de la Mujer ni Michele Bachelet, primera mujer que presidió Chile, han conseguido romper esta lógica (Rojas Vilches, 2019).

Además, tuvieron un gran poder de convocatoria en el 8 de marzo de 2020, donde 2 millones mujeres salieron a las calles de Chile a luchar por sus derechos, según estimó la Coordinadora 8M, entidad organizadora (El Mostrador, 2020).

También el movimiento tiene fama internacional ya que, durante las manifestaciones de 2019, las feministas acuñaron un himno que consiguió mucha fama en el extranjero: “Un violador en tu camino”.

### 3.4.3 Los mapuche

Desde el siglo XIX, los conflictos entre el pueblo mapuche y los terratenientes han sido una constante. Los aborígenes vieron cómo les arrebataron su tierra y les relegaron a un 1,5% del territorio que antes tenían en Chile y solo zonas improductivas en Argentina. De hecho, en este país incitan a los mapuche a irse de este y han usado los lugares donde antes habitaban para que sean explotados por multinacionales como Benetton.

Desde los 90, se ha intensificado el conflicto en la Araucanía. Existen guerrillas de este pueblo originario que combaten contra los carabineros y realizan

acciones de lucha armada. La tensión también ha provocado el asesinato de aborígenes por las fuerzas del orden, que han llevado a que, por ejemplo, el ministro de Interior Gonzalo Blumel fuese inhabilitado en 2018. Además, existen grupos paramilitares que atacan a los mapuche.

### 3.5 Resultados de la primera y segunda vuelta de las elecciones de 2021

La primera vuelta de los comicios se celebró el 21 de noviembre de 2021 y participaron 7.114.800 chilenos, el 47,33% de todos los convocados. Los dos candidatos más votados fueron José Antonio Kast, con un 27,91% de los electores, y Gabriel Boric, con 25,83%.

Le siguieron el candidato de Partido de la Gente (liberal), Franco Parisi, con un 12,80%, haciendo campaña desde Estados Unidos para no pagar la pensión a su exmujer; el piñerista Sebastián Sichel, con 12,78%; la socialista Yasna Provoste con el 11,60% de los votos; el progresista Marco Enriquez-Omami que consiguió un 7,60%; y el comunista Eduardo Artés con 1,47%.

En estos comicios Kast dominó en los rangos etarios mayores. Las personas mayores de 30 años votaron más al líder republicano que a cualquier otro candidato. Sin embargo, Boric obtuvo la mayoría de los votos de los menores de 30, con un apoyo mayúsculo de las mujeres.

El líder de Apruebo Dignidad consiguió la victoria en el centro de Chile, alrededor de Santiago de Chile y en el sur (aquí con algunos territorios que conquistó Kast). Su contrincante ultraderechista controló los demás lugares del país, salvo Antofagasta, que optó mayoritariamente por Franco Parisi.

La segunda vuelta se celebró el 19 de diciembre del mismo año y votaron 8.270.978 chilenos, el 55,6% de los convocados. Boric ganó con el 55,87% de los votos, máximo histórico que ha conseguido cualquier candidato. También fue el primero que salió victorioso partiendo como segundo en la primera vuelta.

El candidato de Apruebo Dignidad ganó en todos los rangos etarios, excepto en los mayores de 70 años, destacando en el apoyo de los jóvenes. También consiguió vencer en casi todas las regiones del país, salvo en Tarapacá, Maule, Ñuble, Bío Bío y la Araucanía, que se decantaron por el líder de extrema derecha.

## 4. GABRIEL BORIC

El 19 de diciembre de 2021 Gabriel Boric ganó en la segunda vuelta de las elecciones chilenas al candidato de extrema derecha José Antonio Kast. El líder de Apruebo Dignidad

Para presentarse a las primarias de Apruebo Dignidad, donde se batió con el comunista Daniel Jadué, alcalde de Recoleta y favorito, Boric publicó un video el 1 de julio de 2021 que no solo define muy bien la vida y el discurso del de Punta Arenas (Magallanes), sino que se erigió como pilar de su campaña electoral. En este apartado, se analizará al candidato que ganó los comicios y que actualmente preside Chile.

### 4.1 Orígenes

En el vídeo, Boric, nacido en 1986, habla de su infancia normal en Punta Arenas. “Fui un cabro chico que jugaba a la pelota en la calle, que se subía a los árboles, como tantos otros niños y niñas en San Miguel, Valdivia o Tocopilla”. Es una persona que se presenta con un pasado con el que cualquiera se podría identificar, sin las riquezas que pudiese haber tenido un hijo de familia acaudalada.

Aun así, estudió la educación básica y media en un colegio privado y estuvo en Francia durante 3 meses con 15 años. Su familia paterna emigró a Chile a principios del siglo XX para explotar el oro de la isla Lennox, pero, cuando se agotó este, se afincaron en Punta Arenas para dedicarse a la extracción petrolera. El padre de Boric trabajaba como ingeniero químico en la Empresa Nacional de Petróleo.

Como muchos otros chilenos, debido a la estructura regional centralizada de Chile, tuvo que ir a Santiago para estudiar en la universidad. En concreto, él estudió Derecho. En la capital, el joven Boric vivió las dos grandes movilizaciones estudiantiles del 2006 y 2011, la última como presidente de la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile, sucediendo a Camila Vallejo, una compañera con la que tiene mucha confianza y que actualmente ejerce de ministra Secretaria General de Gobierno. También en esta etapa conoció a otro de sus inseparables en la política, Giorgio Jackson, que comparte puesto con Camila y ha sido el jefe de campaña de Boric durante la primera vuelta.

Cuando se licenció, no se tituló como abogado, sino que se dedicó a la vida política. En 2013 entró en el parlamento como independiente por la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena. En 2017 volvió a ser elegido diputado, aunque esta vez con el Frente Amplio que había formado junto a Giorgio Jackson y a su presidenta Beatriz Sánchez, actualmente miembro de la Convención Nacional.

En esta legislatura, se destacó por su oposición a las medidas de Piñera durante el estallido social de 2019 y como impulsor y firmante del "Acuerdo por la Paz Social y Nueva Constitución".

Su cercanía con los movimientos sociales se explicita también en el video: "Algunos dicen que el frío te aísla, pero para mí el frío invita a juntarse, a abrazarse, así como la injusticia invita a rebelarse".

#### 4.2 Discurso

El video se centra en una de sus grandes reclamaciones políticas: la descentralización de Chile y el regionalismo. "Algunos creen que esto se trata de centralizar decisiones, pero yo que nací y me crié en región, sé que se trata, justamente, lo contrario. Es hora de que Chile vaya a sus regiones".

En su campaña, Gabriel Boric se centró mucho en la búsqueda de unidad desde la diversidad, un "todos para uno y uno para todos". No solo desde cada región, también de cada movilización (feminista, medioambiental, laboral, pensionista, ...) e, incluso, ideología. Al fin y al cabo, supo ver con atino que el estallido social fue un movimiento heterogéneo y, por lo tanto, apelar a una masa homogénea no iba a tener resultado.

"Espero que esta candidatura sea capaz de convocar a todos quienes quieran transformaciones estructurales en este país, a quienes quieren superar el neoliberalismo. Esto va más allá de las siglas de los partidos políticos. Me siento parte de una larga tradición histórica en la izquierda chilena y entiendo que tenemos que convocar más allá de nuestras fronteras e identidades" (Boric, 2021).

Esto es un extracto de su discurso tras vencer en las primarias de Apruebo Dignidad contra Jadué, que ejemplifica la transversalidad que busca Boric en su electorado, fuera del nicho de la izquierda y sus dogmas. Aun así, en esta

campaña ya señaló que sus propuestas ponen “un acento mayor en materia de justicia ambiental, desarrollo económico, descentralización e igualdad de género”, aparte de avanzar hacia un Seguro Universal de Salud, un sistema público de pensiones y medidas contra la deuda educativa (Rojas, 2021).

Otro apunte que hace es a su tradición de izquierda chilena, o sea, de seguidor de Salvador Allende. Este mensaje se puede entender cuando sube a su árbol favorito de Punta Arenas y dice: “me hace recordar lo que fuimos y pensar en lo que queremos ser”. Por lo tanto, su postura está en mirar al futuro, conociendo y respetando al pasado, pero sin ser “sangre nueva para viejas derrotas”, como dijo en otro momento de las primarias (Piérola, 2021).

Si lo comparamos con otros líderes políticos latinoamericanos, cabría dentro del grupo de la “marea rosa”, grupo descrito por el periodista del *New York Times* Larry Rother para referirse a los presidentes más moderados y reformistas como Lula da Silva en Brasil o Tabaré Vázquez en Uruguay (Schawrtz, 2021). También es bastante cercano a Pepe Mujica, expresidente uruguayo, con el cual se le ha visto dialogar en varias ocasiones durante la campaña y después de ser elegido presidente.

De esta manera, se aleja de los presidentes de izquierda más radicales, incluso condenando las violaciones de derechos humanos que suceden en los regímenes de Nicaragua, Venezuela y Cuba. Así, cuando sus adversarios lo acusaban de querer convertir Chile en un caos con derivas autoritarias, como los anteriores países, Boric siempre se escudó en su defensa de los derechos humanos y de la democracia.

El árbol que usó en el video se tornó espontáneamente en un símbolo de la campaña electoral de Boric. Significó exactamente la unidad que buscaba el candidato. En otro video publicado durante la primera vuelta (24 de octubre de 2021) se dedicó a hablar de los distintos árboles que hay, representando diversas luchas y reclamaciones, “pero juntos, son un bosque de esperanza”.

De esta manera, el árbol estuvo muy presente en la campaña electoral de las presidenciales, tanto como emoticono en redes, como en la iconografía usada en carteles, videos y diseños creados por sus seguidores.

Esto último señalado también es clave para entender la campaña de Boric en las presidenciales. Sus seguidores actuaron de forma independiente impulsando un gran movimiento ciudadano que apoyaba su candidatura. Diversos artistas diseñaron originales carteles para pedir el voto por el de Magallanes, se crearon cuentas de memes, canciones y múltiples acciones más. Todo esto fue recibido por Boric y fomentado mediante la difusión de muchos de estos gestos de apoyo por redes.

Estos seguidores encabezaron comandos territoriales y virtuales autogestionados que actuaron como voluntariado. También apoyaron financieramente a la campaña mediante *crowdfunding*, reforzando así la percepción de que las políticas no estarán supeditadas a los grandes inversores, sino a la voluntad de sus votantes, del pueblo.

Sus puntos débiles más aprovechados por sus contrarios fueron su falta de experiencia como gestor, ya que nunca trabajó en otro puesto que no fuese político; su política económica, una cuestión puramente ideológica; y su juventud.

## 5. RESULTADOS

### 5.1 RESUMEN DE LOS POSTS DE INSTAGRAM DURANTE LA PRIMERA VUELTA DE LAS ELECCIONES

El periodo analizado comprende desde el inicio de la campaña electoral oficialmente, el 22 de septiembre, hasta el día de las elecciones parlamentarias y presidenciales, el 18 de noviembre.

#### 5.1.1 Métodos de propaganda política

##### 5.1.1.1 *Testimonial device*

Esta técnica consiste en conseguir que algún personaje de prestigio muestre una opinión favorable al candidato para usar su fama.

Gabriel Boric en esta primera vuelta subió vídeos en su cuenta principal con testimonios de personas asociadas a la izquierda tanto nacional como internacional apoyándolo. En los videos aparecen personas como Moro González, artista y escenógrafo ligado a la Brigada Ramona Parra (muralistas del Partido Comunista Chileno); miembros de Inti Illimami, grupo de música reconocido por su compromiso social; Pepe Mujica, expresidente uruguayo; y Ada Colau, alcaldesa de Barcelona ligada a Unidas Podemos.

Aparte de estos, también recibió el apoyo de otros artistas que aparecen en videos explicitando esto, como el cantante de cumbia Tommy Rey, o en algunas de las retransmisiones de conciertos (las cuales se pueden encontrar resubidas en Instagram).

Fuera de las personalidades, el 11 de noviembre se reunió en el ENADE (Encuentro Nacional de la Empresa), mostrándose así cercano al empresariado chileno y desmarcándose de acusaciones de querer destruir la propiedad privada.

##### 5.1.1.2 *Plain folks*

Esta estrategia muestra al candidato como una persona de a pie, comportándose de manera diferente a la seriedad que se le espera a un político.

Sin duda Boric se muestra mayormente de esta forma en la primera vuelta de las elecciones. Realiza videos y fotos casuales, haciendo cosas diferentes a las que suelen hacer los políticos, como la publicación del 29 de octubre en la que se le

ve jugando en un arcade. En este tipo de *posts* también destacan los encuentros con las personas, donde se le ve su perfil más humano, con imágenes con abrazos y gestos de cariño a sus seguidores. Así representa que los escucha y que está con ellos.

Además, su vestimenta le hace un candidato más cercano. Nunca va vestido en traje de chaqueta, a veces solo con una americana, pero casi siempre con una camisa con dos o tres botones desabrochados y, si no hace mucho frío, remangado. Alguna vez va en chaquetón, obviamente por las bajas temperaturas.

#### *5.1.1.3 Transfer device*

Consiste en el uso de símbolos para proyectar una imagen determinada.

Un ejemplo claro de la aplicación de esta estrategia es el uso del árbol como símbolo de unidad, como se explica en el video del 24 de septiembre. Este fue utilizado en forma de emoticono en múltiples descripciones de *post*, pero también estuvo muy presente en fotos y videos de Instagram, en las publicaciones que hacían la cuenta atrás para el día de las elecciones e infografías. De hecho, se llegó a crear una *playlist* de Spotify colaborativa llamada El Árbol y publicitada en Instagram.

También la hoja fue imagen de la campaña, omnipresente en casi todos los *posts*.

Otro símbolo utilizado en la campaña fue la mano haciendo un uno. Es una variación del típico puño cerrado de la izquierda, también bastante utilizado en las descripciones de las publicaciones como emoticono. Su significado es el número de boleto que había que marcar en las elecciones.

Este símbolo dio mucho juego para crear el lema “#SomosUNO” o “Juntos somos UNO”. Sin embargo, el principal slogan de la campaña fue “Para vivir mejor”, el cual tuvo mucha presencia en esta.

Aparte, esta campaña usó simbología de izquierda, además del puño. En una publicación usó el famoso lema “No pasarán”, acuñado durante la Guerra Civil Española, y representaron en una fotografía cenital el triángulo invertido con el cuerpo de personas. Este último era la marca que los nazis ponían en los campos

de exterminio a socialistas, comunistas y anarquistas. También se le vio al principio de la campaña con una mascarilla con la Wiphala, la bandera indigenista.

#### *5.1.1.4 Name-calling*

Esta estrategia se basa en desprestigiar al oponente político y es omnipresente en la mayoría de las campañas electorales. Sin embargo, en la de Gabriel Boric destaca por no ser usada muy a menudo.

En uno de los videos que recoge extractos del debate de Anatel, se muestra una intervención del candidato de Apruebo Dignidad destacando algunos puntos del programa de José Antonio Kast alarmantes. Algunas de estas propuestas apuntaban a la coordinación para perseguir a activistas de izquierdas o la prohibición del matrimonio igualitario, entre otras. En otras ocasiones, también le acusó por la propagación de *fake news* y de tener cuentas en Panamá.

También criticó en algunas publicaciones algunas medidas del presidente Piñera y las prácticas poco éticas de algunos empresarios, como tener cuentas en paraísos fiscales.

Aunque al inicio de la campaña sí criticaba a estos dos políticos y a este tipo de empresarios en concreto, después Gabriel Boric se dedicó mayormente en sus redes a propagar un mensaje positivo, esperanzador y de cambio. Al buscar la unión de los chilenos para este cometido, no atacó a ningún votante.

#### *5.1.1.5 Band-wagon*

Desde que ganó las primarias, Boric ha intentado convocar al máximo número de votantes posibles. Siempre ha apelado a la unidad en múltiples de sus *posts* para avanzar hacia el cambio.

### **5.1.2 Uso de diversos formatos**

Habiendo contabilizado 78 publicaciones, la de los últimos 7 días de campaña electoral, se puede concluir que la diferencia entre vídeos e imágenes es mínima. Hay 33 *posts* con el primer formato y 34 con el segundo. Aparte, se realizó un directo.

#### *5.1.2.1 Directos*

Durante toda la campaña no hizo muchos, pero sí muy relevantes. Tras contagiarse de covid-19 el 3 de noviembre, realizó un par de directos en Instagram para hablar con sus seguidores y responder a las preguntas que tuviesen. También lo realizó después del debate de Anatel, el último de la campaña, compartiendo así sus impresiones. Todos estos se re-subieron posteriormente a Instagram.

Es una señal de acercamiento a su electorado, de preocuparse por sus preguntas y resolverlas. Hace lo mismo que en los encuentros físicos, solo que aprovechando las nuevas tecnologías que le facilitan llegar a más personas.

#### *5.1.2.2 Vídeos*

El formato audiovisual estuvo muy presente durante esta primera campaña.

Al principio las utilizaba para explicar las medidas, normalmente con una persona hablando y con un traductor a lenguaje de signos. Sin embargo, desde el 6 de noviembre se empezaron a explicar algunas mediante imágenes que resumían en pocos puntos las propuestas sobre un tema, de manera más esquemática.

Otro uso del video fue para publicar las franjas publicitarias, 28 en total, donde se recogían algunos encuentros de Boric en diferentes partes de Chile con un mensaje político concreto acorde, se lanzaban propuestas o se hablaba de alguna fecha clave.

También recogía en formato de video fragmentos destacados de entrevistas y debates. Algunos de estos eran bastante largos, de incluso 8 minutos. En ocasiones recurrió a la imagen para resaltar una única frase junto a una fotografía suya.

Al igual que los famosos que mostraron en video su apoyo por Boric, igualmente hubo personas corrientes que lo hicieron. Estos representaban a un segmento de la población concreto o a un tipo de trabajador (pensionista, autónomo u obrero, entre otros) y decían por qué iban a votar por el candidato de Apruebo Dignidad.

Las personas corrientes también vieron como sus aportaciones a la campaña, en forma de canción, o de carteles y pinturas se recopilaban en video dentro de

la cuenta de Boric. Aun así, también había algunos dibujos que subía como simple imagen.

#### *5.1.2.3 Imágenes*

En esta primera vuelta, Boric acostumbró a subir publicaciones con capturas de pantalla de mensajes que ponía en Twitter. También extractos de entrevistas al que acompañaba con una foto propia, artículos en periódicos de papel y propuestas concretas.

Aparte, las fotos de los actos de campañas y casuales fueron muy normales de ver a diario.

Por último, también los diferentes tipos de convocatorias tenían su presencia. En esta se anunciaban, por ejemplo, actos de campaña o entrevistas, días que faltaban para los comicios.

#### *5.1.3 Temas*

Se han analizado un total de 111 publicaciones y se ha concluido que los temas más recurrentes en esta campaña electoral fueron:

- Sanidad (17 veces).
- Campaña ciudadana (16 veces). Se hablaba de las consultas ciudadanas y se animaba a hacerse apoderado.
- Medioambiente (16 veces).
- Pensiones (12 veces).
- Materia laboral (10 veces).
- Descentralización (9 veces). En este punto también se añade el apoyo a los pueblos originarios.
- Pymes (7 veces).
- Educación (7 veces).
- Feminismo y LGTBI+ (6 veces).
- Niños y juventud (6 veces).
- Derechos humanos (5 veces).

## 5.2 ANÁLISIS DE LOS POSTS DE INSTAGRAM DURANTE LA SEGUNDA VUELTA DE LAS ELECCIONES

En este epígrafe se analizará en profundidad la comunicación a través de Instagram que hizo Gabriel Boric entre el 18 de noviembre y el 15 de diciembre. La campaña electoral durante la segunda vuelta, oficialmente, empezó el 4 de diciembre. Sin embargo, también se analizarán los días previos porque fue en estos días donde comenzaron muchas de las estrategias.

### 5.2.1 Métodos de propaganda política

#### 5.2.1.1 *Testimonial device*

La campaña en la primera vuelta de Boric consiguió que muchos representantes de la izquierda nacional e internacional mostrarán su apoyo a Boric en vídeos. En esta ocasión, se desliga de ellos y opta por personas de mayor consenso.

La gran figura nacional que apoya a Boric es Izkia Siches, que actuó como jefa de campaña en esta segunda vuelta desde el 25 de noviembre. Ella era la presidenta del Colegio de Médicos y cobró mucha relevancia en los últimos años por su importante papel durante la delicada situación sanitaria que vivió no solo Chile, sino el mundo. Su actuación llevó a que la nombraran Personaje del Año 2020 por la Asociación de Corresponsales de Prensa Internacional en Chile y que fuese destacada entre las cien líderes de futuro por la revista Times en 2021. Su presencia en el gabinete del candidato otorgó prestigio y validación al programa sanitario que proponía.

También aparecieron en la campaña el exfiscal Carlos Gajardo y el geógrafo Marcelo Lago. El primero, definiéndose como “profundamente provinciano”, señala a Boric como verdadero perseguidor de la corrupción y de no hacer caso a los *lobbies* empresariales, al contrario que Kast. El segundo valida la política medioambiental del candidato de Apruebo Dignidad.

Internacionalmente, el personaje más relevante que mostró su simpatía por Boric fue el actor Pedro Pascal. Aunque de nacionalidad chilena, el intérprete se ha prodigado en grandes producciones hollywoodenses y populares series, encarnando a un policía anti-droga en Narcos y al cazarrecompensas protagonista de The Mandalorian, entre otros. Por lo tanto, contaba con el apoyo del chileno más reconocido internacionalmente en la actualidad.

Esta oportunidad no fue desperdiciada y se hicieron bromas entre ellos. Primero, el político posó con una camiseta con la foto de Pascal en la que apoyaba a Boric el 17 de diciembre, y el 18 el interpreté volvió a aparecer en redes con otra camiseta con la imagen que difundió el candidato el día anterior.

Aparte de Pascal, como en la anterior vuelta Gabriel Boric contó con una gran cantidad de artistas que se sumaban a su campaña. El 6 de diciembre 501 escritores firmaban un manifiesto a favor de Boric, entre ellos Raúl Zurita, poeta ganador de los premios Reina Sofía de Poesía Iberoamericana 2020, Nacional de Literatura 2000 e Iberoamericano de Poesía Pablo Neruda 2016. Toda una eminencia de las letras, aunque con relación con el Partido Comunista.

El día 13 del mismo mes, los humoristas de El Club de la Comedia se volvieron a reunir en un video en el que hablaban e imitaban a Boric. El mismo día Maite Alberdi, realizadora del documental nominado al Oscar El agente topo, dirigió un audiovisual donde sale la histórica sufragista chilena Inés Erazo, de 103 años, mostrando su simpatía por el candidato de Apruebo Dignidad por sus propuestas anti-AFP y por representar a las mujeres.

Este apoyo de una figura política sin polémica también se dio por parte de Gustavo Gatica y Fabiola Campilai, víctimas de la represión de los carabineros durante el estallido social, donde ambos perdieron la vista.

Al igual que en la primera vuelta, se reunieron con una asociación empresarial, en este caso la Confederación de la Producción y el Comercio, para no tener la imagen de izquierdista que quiere abolir la propiedad privada.

#### *5.2.1.2 Plain folks*

Boric siguió presentándose como alguien cercano al pueblo. En esta segunda vuelta siguió dándose baños de masa, incluso más que en la anterior. Promovió dos retos complementarios: 1 millón de puertas por Boric y la Ruta de la Esperanza. Estas no las hacía él solo, sino que muchas veces también iba Izkia o alguno de sus colaboradores. Casi diariamente, en Instagram subía fotos y videos de estos encuentros, donde se veían imágenes del candidato hablando, abrazando y saludando a la gente. Por ejemplo, el 15 de diciembre se le vio firmando la escayola de una niña. Estos eventos los aprovecha para lanzar una

proclama política sobre un tema político concreto, como la seguridad o la protección del medioambiente, en forma de publicación.

Estas dos iniciativas tuvieron un gran éxito conectando con los chilenos de todas las regiones. Fueron de norte a sur del país y abrieron un total de 1.261.000 puertas, conversando con cada una de las personas, récord compartido por redes sociales.

También el Boric más íntimo se dio a conocer. El 30 de noviembre publicó una foto suya de pequeño, siguiendo un popular *hashtag* de Twitter. Se le empezó a ver en algunas fotos junto a su pareja Irina Karamanos, famosa por ser una líder feminista, en las fotos previas a los debates del 7 y 14 de diciembre. Ese mismo día publicó también un video donde sus compañeros Giorgio Jackson y Camila Vallejo le quitaban una tarta al candidato presidencial, mostrando así una situación cómica.

El humor también estuvo presente en otras publicaciones. Aparte de las fotos de la camiseta de Pedro Pascal, ya mencionado anteriormente, incitó a que sus seguidores donasen dinero a la campaña mediante *crowdfunding* con un video donde una hucha con forma de cerdito hablaba.

Una diferencia con respecto a la anterior vuelta fue la vestimenta, seguramente por petición de su nueva jefa de campaña. A partir del 29 de noviembre, apenas se le vio con camisa desabotonada, y casi siempre vestía con una americana y con solo un botón desabrochado, dando una imagen mucho más seria.

#### *5.2.1.3 Testimonial device*

El candidato de Apruebo Dignidad cambió totalmente los símbolos que utilizaba. Apenas usó el árbol y en ninguna publicación realizó ningún gesto de izquierdas (al menos directo). Lo único que siguió haciendo, convirtiéndose así en su seña de identidad, fue el uno con la mano.

A pesar de que solo enseñó este en sus publicaciones, Boric lo explotó de sobremanera. El uno se hizo el protagonista de su campaña. No solo como gesto, sino también como lema.

Aparte de su slogan principal de campaña “Para vivir mejor”, en casi todos los posts de Instagram, en las descripciones, siempre estaba presente el *hashtag*

#MeUNOXBoric o #MeUnoX... cualquier demanda que hiciese el candidato en la publicación.

El uno terminó simbolizando unión y ayudó al candidato a desmarcarse de la izquierda, llegando a ser transversal.

#### 5.2.1.4 Name-calling

En la anterior campaña no hubo una gran cantidad de acusaciones y de intentos de desprestigio, tan solo al inicio de este. Sin embargo, en este uno contra uno, Kast apostó por enfangar el debate con *fake news*. El 14 de diciembre Boric tuvo que desmentir en pleno debate que consumiese drogas, como había estado diciendo su oponente, enseñando un test de sangre que, posteriormente, subiría a redes.

El 16 del mismo mes publicó un video advirtiendo contra las noticias falsas y las mentiras. En este representó a un Pinocho con los ojos azules y el pelo rubio, como Kast, e incluso su nombre podría entenderse como Pinochet. Al día siguiente Boric publicó un video con una intervención integra de Izkia denunciando esta campaña del líder ultraderechista, pidiendo que deje de crispar el debate político y que imperen en este las ideas y propuestas.

De hecho, Boric en la campaña siempre intentó confrontar a su oponente desde el punto de vista ideológico. El 10 de diciembre publicó un video donde define el concepto de libertad como no tener problemas para vivir bien. Tras las elecciones de noviembre, Kast en su discurso dijo la frase que popularizó Isabel Díaz Ayuso en Madrid de “comunismo o libertad”. Con el audiovisual, Boric dio un significado diferente al que usaba su oponente.

También en el mismo debate en el que desmintió su presunto consumo de drogas, el candidato aseguró que él iba a respetar la diversidad y las disidencias, cosa que el líder de extrema derecha no. Esta estrategia de decir que él iba a hacer algo que su oponente no, ya la utilizó en el video del exfiscal anteriormente mencionado.

Podemos ver que, aun siendo más agresivo contra su contendiente que en la anterior vuelta, casi siempre como respuesta, su actitud siguió siendo la misma de proponer esperanza frente a crear miedo por la entrada de Kast.

Aparte no quiso reunirse con Franco Parisi por presuntos gastos irregulares en su campaña y por no pagar la pensión alimenticia a su exmujer, que cuida de sus hijos. Sin embargo, a sus votantes quería convencerlos de que lo votasen.

#### 5.2.1.5 *Band-wagon*

Su intención de convocar al máximo número posible de votantes sigue estando presente en esta campaña. De hecho, si en la anterior elección consiguió el voto mayoritario de la izquierda, en este intentó también pescar votos en el centro y la derecha, con una apariencia más moderada.

De hecho, uno de los lemas de la campaña, utilizando otra vez el uno, fue 'Somos UNO'. El 17 de diciembre hizo un video donde, bajo este *slogan*, representaba a muchos chilenos de diferentes edades y sexo en el despacho presidencial del Palacio de la Moneda. Acaba diciendo Boric que cuando él entró en marzo, también entrarán los chilenos con él. Es decir, no solo apela a la unidad nacional para que le voten, sino que todos entrarán con él en la Moneda.

A lo largo de la campaña también utilizó el uno para crear otros *slogans* como #MeUNOXBoric, #MeUNOXMejorSalud o #MeUNOXSeguridad, apelando a la unidad nacional por temas.

También intenta convocar a votantes a través del colectivo que más lo apoyó en la anterior campaña: los jóvenes. En dos ocasiones apeló a estos en mensajes para convencer a sus familiares mayores: el 25 de noviembre a sus madres y el 28 a sus abuelos.

#### 5.2.2 Uso de diversos formatos

Analizando 74 publicaciones, las de los últimos 7 días antes de la votación, se puede concluir que hay más audiovisual que en la anterior campaña. Del total, hay 40 vídeos y 4 directos, frente a las 30 imágenes.

##### 5.2.2.1 *Directo*

Ya en la campaña de la primera vuelta fue utilizado eventualmente como lugar de encuentro con sus seguidores, donde analizaba el transcurso de un debate o respondía preguntas durante su confinamiento debido a dar positivo en covid-19.

En esta campaña, se utilizó sobre todo al inicio (últimos días de noviembre y principios de diciembre) y al final de esta (a partir del día 16). Además, tuvo una funcionalidad totalmente diferente con respecto a la anterior. En estos, no hubo interacción con los que veían el directo. Se utilizó sobre todo para seguir al candidato y a Izkia (en casi todos estuvo presente) en diversos mítines y momentos de la campaña.

De hecho, coincide con los momentos donde Izkia y Boric estuvieron juntos. Hay que considerar que la expresidenta del Colegio de Médicos estuvo durante casi toda la campaña realizando la Ruta de la Esperanza y en el proyecto de 1 Millón de Puertas por Boric.

El primer directo fue durante la presentación de Izkia. Después se retransmitió el anuncio del proyecto de las Puertas, en el que además incitaba a la ciudadanía a tomar partido y actuar como voluntarios de la campaña. Mientras, Boric realizó un par de directos donde se retransmitían algunos encuentros y mítines, así como un viaje en coche previo a estos eventos.

Desde el 3 al 16 de diciembre no hubo ningún directo. Justamente el último día se hicieron tres: uno por el reencuentro con Izkia, otro donde aparece el colectivo por Puente Alto y el final retransmitiendo la última puerta abierta.

En los siguientes días se utilizó el formato para denunciar la campaña sucia de Kast y la falta de transporte público el día de las elecciones. También se retransmitió el momento en el que Boric votó en su colegio electoral de Punta Arenas y el acto de celebración de la victoria en los comicios, con el discurso del recién elegido presidente y música en directo.

#### *5.2.2.2 Vídeo*

El video siguió siendo muy importante en la segunda vuelta.

Algunos de los cambios que ya se hicieron al final de la primera campaña se mantuvieron. Por ejemplo, las propuestas antes se explicaban en vídeos, pero después se optó por exponerlas en imágenes. En la segunda vuelta ha sido igual.

Sin embargo, Boric publicó cuatro videos donde él mismo explicaba propuestas (en la anterior campaña lo hacía otra persona). El 8 de diciembre, en su visita a Alto Hospicio habló de la propuesta que tenía para hacer de la vivienda digna un

derecho. El 9 expresó las medidas que tomaría su gobierno para el beneficio del mundo rural. El 13, en un video elaborado con animación, hablaba de los cambios para mejorar la salud pública. El 17, en la publicación en la que manifestaba que todos entrarían con él, lanzaba muchas de sus propuestas a modo de resumen.

Siguió habiendo videos donde figuras importantes, algunas de ellas ya mencionadas en *plain folks*, contaban su historia y comentaban por qué apoyaban a Boric. También, hubo publicaciones con extractos de entrevistas o de debates electorales y recopilaciones de aportaciones.

Solo hubo dos tipos de formato de video nuevos. El primero se dedica a resumir los encuentros en diferentes lugares del país, como en las franjas electorales de la anterior campaña, pero sin tanto contenido ideológico. Muchas veces tan solo se recogen vídeos de estos eventos con música o habla un poco el candidato de Apruebo Dignidad, pero sin lanzar un mensaje más allá de que se unan a él y lo voten.

Aparte de estos, en esta campaña se prodigó mucho en videos casuales, de no tanta elaboración, grabados con la cámara del móvil. En estos estaba interactuando directamente con algún seguidor durante segundos, como el video del 15 de diciembre donde le firmaba una escayola a una niña chica o el mismo día hablando con otra. También se le vio reaccionando a aportaciones de dibujos en video y pidiendo el voto.

A pesar de estos vídeos casuales, la calidad es una constante de la mayoría de los vídeos de Boric. Tienen un gran poder narrativo, ideológico y visual, complementado incluso con un subtexto bastante elaborado. Un ejemplo concreto es el vídeo del 11 de diciembre donde una sinfónica toca por Boric. Mientras suenan los acordes de Manifiesto del cantautor Víctor Jara, asesinado por la dictadura de Pinochet por su ideología izquierdista, una mujer habla del réquiem de Mozart:

“Simboliza nuestro dolor ante las pérdidas que nuestro país ha sufrido en los últimos tiempos. Pero también, es un canto a la esperanza, de la transformación que nace después de las crisis. Un réquiem le canta al duelo, pero también a la

nueva vida que nace de él. Es por esto que réquiem por Chile apoya a Gabriel Boric, porque significa esa esperanza, sin perder la memoria”.

### 5.2.2.3 Imágen

En comparación con la anterior campaña, Boric no cambió mucho el contenido de sus imágenes. Tan solo dejó de publicar frases destacadas de entrevistas, las capturas de pantalla de tuits y de extractos de prensa.

Como novedad, en esta segunda vuelta las propuestas se exponían casi siempre en imágenes. Hay que recordar que en la anterior muchas partes del programa eran explicados mediante video.

### 5.2.3 Temas

La nueva campaña tenía que convencer a mucha gente que no había optado inicialmente por Boric. Así pues, se introdujeron temas que no habían sido apenas abordado en la primera vuelta y se incidió en otros más. Habiendo sido analizados un total de 71 publicaciones, algunas no han sido seleccionadas puesto que no había un mensaje claro y concreto, estos son los temas que tuvieron más presencia desde las elecciones del 21 de noviembre hasta las del 18 de diciembre.

- Unidad (18 veces). En esta han entrado tanto los *posts* donde pedía a la gente que se uniese a su campaña como apoderado, como en los que incitaba a que se uniesen para votarlo y emprender el camino juntos.
- Medioambiente y mundo rural (14 veces). Sobre todo, aborda temas ecologistas como el suministro de agua o la lucha contra el cambio climático, y también apoyo al mundo rural en forma de servicios básicos. Se ha decidido juntar en una misma categoría puesto que en las publicaciones suelen ir unidas estas propuestas.
- Sanidad (8 veces).
- Seguridad y crisis migratoria (8 veces). Nuevo tema para combatir la idea de que la delincuencia con Boric va a aumentar. Se centró mayoritariamente a decir que va a luchar contra el narcotráfico y el crimen organizado.

- Cultura (7 veces). Muchas de estas por el apoyo que le dan los sectores culturales y artísticos.
- Pensiones (6 veces).
- LGTB y feminismo (6 veces).
- Otros temas: Derechos Humanos (4 veces), acceso a la vivienda (4 veces), trabajo (3 veces), educación (2 veces) y descentralización (1 vez).

## 6. DISCUSIÓN

“Los invito, como hace muchos años se invitara, a que vayan a sus casas con la alegría sana de la limpia victoria alcanzada”. Este es un extracto del discurso que hizo Gabriel Boric tras imponerse a José Antonio Kast en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, en el que cita directamente a Salvador Allende.

Para conseguir este triunfo, el equipo de Boric puso en marcha una serie de estrategias comunicativas a través de Instagram, una red social en la que la mayoría de los jóvenes se informa, para convencer no solo a ellos, sino a los más de 4 millones y medio de chilenos que votaron al líder de Apruebo Dignidad.

De la primera vuelta el candidato partía como segundo más votado, por detrás de José Antonio Kast. Su victoria se había cimentado en el apoyo de los jóvenes y el votante clásico de izquierdas, obteniendo un 23% de los votos. Aun así, había hasta tres líderes de centroizquierda, progresista o radical que sumaban un 20,67% del total. Todos estos les dijeron a sus votantes que optasen por Boric. Sin embargo, los números no daban para alcanzar la victoria.

En la segunda vuelta, Boric buscó el apoyo de personas que validasen su discurso en materias como sanidad, derechos humanos o lucha contra la corrupción. Así el prestigio de su programa aumentó y era más difícil ser atacado por estos puntos. Además, consiguió que dos de los chilenos más importantes de la actualidad, el actor Pedro Pascal y la presidenta del Colegio de Médicos Izkia Siches, se sumasen al comando de Boric; el primero pidiendo el voto y manifestándose a favor de Boric en un par de ocasiones, y la segunda como jefa de campaña.

También entendió que debía dar una imagen cercana y evitar así que se le pudiese colocar fácilmente la etiqueta de radical. De esta manera, se dedicó a publicar fotos y videos casuales tanto en la primera como en la segunda vuelta de los comicios.

Además, en ambas procuró siempre hacer una campaña en positivo. El cambio no se podía cimentar desde el odio y la crispación con sus oponentes políticos. Tan solo se refería a Kast, que siempre fue su mayor azote, cuando este le atacaba e intentaba salir lo más rápido posible de la polémica.

El cambio tampoco se podía alcanzar solo, por lo que, durante las dos campañas electorales, aunque de manera más intensa en la segunda, se involucró mucho a la gente para que promoviese el voto por Boric como apoderados. También incitaban a todos los ciudadanos chilenos a caminar juntos para conquistar un Chile mejor. Como dijo en el discurso tras la victoria: “con nosotros a La Moneda, entra la gente”.

En la segunda vuelta decidió que para buscar el voto de centro había que desligarse de la izquierda. Aunque las medidas y propuestas eran más o menos las mismas que en la primera, la simbología usada se alejó totalmente de la izquierda. Tan solo se utilizó el símbolo manual del uno. Ni siquiera se usó el del árbol, aunque en el discurso de la victoria tenía uno pequeño en el atril.

Los temas tampoco cambiaron mucho, solo que se hizo más hincapié en la seguridad y la migración y las pensiones. El tema de la sanidad y el medioambiente siguieron siendo bastante importantes. Aun así, al igual que durante la primera vuelta, no se hicieron demasiadas propuestas sobre educación.

Seguramente, se asumió que los jóvenes ya estaban convencidos y, de hecho, por eso se publicaron tantas llamadas a la unión a la campaña, porque sabían que estos, que habían encabezado múltiples manifestaciones en el pasado, estaban con ellos y se movilizarían. Se lanzaban mensajes de campaña que fuesen dirigidos a los indecisos para que los ya convencidos los compartieran.

Para hacer más atractivo el contenido que se creaba en Instagram, se utilizó bastante el formato audiovisual en ambas campañas, aunque más en la segunda, con un nivel de calidad muy alto alcanzado en alguna de las piezas. Actuaban como franjas publicitarias en esta red social. Además, también servían para que su mensaje y diferentes estrategias de comunicación consiguiesen calar de una forma más atractiva al chileno votante.

También se utilizó el directo para acercar más al usuario de Instagram y seguidor de Boric a los entresijos de la campaña, aunque en la segunda vuelta se optase más por la comunicación unidireccional en este sentido. Se alejaba de esta forma de los directos posteriores a los debates y durante la cuarentena por Covid que

protagonizó Boric durante la primera vuelta, donde hablaba directamente con los que estaban presenciando la retransmisión en ese momento.

La pregunta de si fue efectiva la campaña desempeñada tiene su respuesta en los datos de la segunda vuelta. Gabriel Boric fue el candidato más votado de la historia de Chile, consiguió pasar de 1.814.809 votos a 4.620.890, optaron por él el 55,87% de los chilenos que acudieron a las urnas, un 55,6% de la población. Además, es el presidente más joven en entrar en La Moneda, el primero fuera de la Concertación, y el primero de izquierdas desde Salvador Allende (considerando al Partido Socialista después de la dictadura como de centroizquierda, aceptando incluso algunas tesis neoliberales).

“Cuando estuve frente al busto de Salvador Allende pensé en los que, como él, estuvieron antes que nosotros. Sus sueños de un Chile mejor son los que vamos a seguir construyendo junto a todos ustedes”. Este mensaje fue publicado por Boric en su cuenta de Instagram el 20 de diciembre, cuando fue invitado por el presidente saliente Sebastián Piñera a La Moneda, en una imagen donde el líder de Apruebo Dignidad mira a Allende.

Finalmente, se abrieron las grandes alamedas por donde pase el hombre libre para construir una sociedad mejor.

## 7. CONCLUSIONES

Sobre el objetivo de determinar si el uso de Instagram por Boric fue trascendental para su elección como presidente de Chile, se puede concluir que sí lo fue.

El candidato de Apruebo Dignidad contaba con un caldo de cultivo joven muy proclive a él. Las personas de menor edad fueron las que protagonizaron múltiples manifestaciones de diversa índole durante el pasado más reciente, destacando el estallido social de 2019 que consiguió que se formase una convención constitucional para redactar una nueva ley magna.

Así pues, consiguió que la juventud fuese su gran valedora, consiguiendo un masivo apoyo en las dos vueltas de las presidenciales por estos rangos etarios.

Aparte, consiguió movilizarla a través de Instagram para que se unen a él como apoderados y para que convenciesen a sus mayores de votar a Boric. Esto se ve claro por el apoyo que consiguió Boric en la segunda vuelta por rangos etarios mayores, superando los que había conseguido en la primera. También al ver que los temas tratados iban más dirigidos a las inquietudes de los sectores de mayor edad de Chile, como las pensiones o la seguridad, y menos a los jóvenes, ya que estos ya estaban convencidos y los otros no.

Por lo tanto, también se puede señalar que la estrategia de Boric en Instagram sirvió para activar una campaña ciudadana donde se viesen involucrados el mayor número de personas posible.

## 8. REFERENCIAS

- AdminDG (28 de noviembre de 2017). *Mapuches: A todo o nada*. Descifrando la guerra. Recuperado de: <https://www.descifrandolaguerra.es>
- Allende, S. (11 de septiembre de 1973). *Ultimo Discurso de Salvador Allende, el 11 Sept 1973* (Grabación de audio de un discurso). Recuperado de: <https://www.youtube.com/>
- Alonso, J. (29 de octubre de 2019). *Chile: la crisis social también es medioambiental*. DW. Recuperado de: <https://www.dw.com/es>
- Alsina, J. (28 de noviembre de 2021). *El árbol de Gabriel Boric: apuntes sobre el poder de las campañas ciudadanas*. Beers and politics. Recuperado de: <https://beersandpolitics.com>
- Alvino, C. (23 de abril de 2021). *Estadísticas de la situación digital de Chile en el 2020-2021*. Branch. Recuperado de: <https://branch.com.co>
- Amnistía Internacional (15 de octubre de 2021). *Chile: A dos años del estallido social Amnistía Internacional presenta informe sobre responsabilidad de mandos a la Fiscalía Nacional*. Amnistía Internacional. Recuperado de: <https://www.amnesty.org/es>
- Cadem (2022). *El Chile que viene: medios y redes sociales. Enero 2022*. Recuperado de: <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/02/Chile-que-Viene-Enero-2022-Medios-y-Redes-Sociales.pdf>
- ANSA (29 de diciembre de 2020). *Izkiá Siches, personaje 2020*. ANSA. Recuperado de: <https://www.ansalatina.com/>
- Avedaño O., Osorio Rauld, N. (2021). *Propuestas de cambio y debilidad institucional en Chile: De la revuelta social (2019) al inicio del funcionamiento de la Convención Constitucional*. Revista de Ciencias Sociales Ambos Mundos. N°2, pp. 7-18
- BBC News Mundo (19 de diciembre de 2021). *Elecciones Chile 2021: Boric logra un contundente triunfo sobre Kast y es el presidente electo del país*. BBC News Mundo. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo>
- Boric Font, G. (1 de julio de 2021). *Franja electoral primarias Apruebo Dignidad - Gabriel Boric cap. 1* (Video). Recuperado de: <https://www.youtube.com/>
- Castañeda, J. (mayo/junio 2006). *Latin America's Left Turn*. *Foreign Affairs*. Recuperado de: <https://www.foreignaffairs.com/>
- Constitución Política de la República de Chile (Const.). Artículo 19, N° 24. 8 de agosto de 1980 (Chile)

¿Cuál es la realidad actual de las mujeres en Chile en el ámbito laboral? (4 de marzo de 2022). Instituto Nacional de Estadística. Recuperado de: <https://www.ine.cl>

Cuevas Valenzuela, H., Budrovich J. (2020). *¿Revolución, revuelta, despertar de un pueblo o “estallido social”? A un año de la crisis de octubre de 2019 en Chile*. F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Nº 32. Vol 2, pp. 160-181.

*Debate Presidencial Anatel 2021* (16 de noviembre de 2021). Anatel. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=UNI2M1MJkVo>

Día Lavanchy, J. (2008). *La revolución de los pingüinos*. Francisca Araya EFE (22 de marzo de 2022). *Chile se abre a debatir un nuevo retiro de fondos de pensiones*. EFE. Recuperado de: <https://www.efe.com/>

El Mostrador Braga (8 de marzo de 2020). *Movimiento feminista sigue haciendo historia: dos millones de mujeres marcharon en Santiago y regiones en el 8M*. El Mostrador. Recuperado de: <https://www.elmostrador.cl/>

Ex-ante (24 de noviembre de 2021). *El perfil de los votantes: Boric se impuso en menores de 30 años y Kast predominó en mayores de 50*. Tele13. Recuperado de: <https://www.t13.cl>

Farías, I. (12 de mayo de 2021). *Elecciones en Chile: ¿Cuál es la situación económica del país?* Telesur TV. Recuperado de: <https://www.telesurtv.net/>

Fossa, L. (25 de febrero de 2021). *Estudio de Reuters Institute: Chile está entre los países que menos confían en la prensa*. Interferencia. Recuperado de: <https://interferencia.cl/>

Galeano, E. (1971). *Las venas abiertas de América Latina*. Siglo XXI de España Editores

Garde Eransus, E. (3 de marzo de 2020). *Las cifras de la dictadura*. La Vanguardia. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/>

Guzmán, P. (1975). *La batalla de Chile (Parte I): La insurrección de la burguesía*. Equipe Tercer Año

Guzmán, P. (1976). *La batalla de Chile (Parte II): El golpe de Estado*. Equipe Tercer Año

Guzmán, P. (1979). *La batalla de Chile (Parte III): El poder popular*. Equipe Tercer Año

Iglesias, P. (2 de febrero de 2022). *Gabriel Boric: un nuevo tiempo para Chile*. Diario Público, La Base #3.

Izkison, R. entrevistado por Montes, C. (2 de febrero de 2022). *Generación Z: El 73% de los jóvenes entre 13 y 23 años utiliza Instagram todos los días*. La Tercera PM. Recuperado de: <https://www.latercera.com>

Kogan Valderrama, A. (28 de octubre de 2021). *Gabriel Boric y el fin de la transición en Chile*. Cooperativa. Recuperado de: <https://opinion.cooperativa.cl/>

Lissardy, G. (19 de diciembre de 2021). *Gabriel Boric: el origen y los hitos en la vida del joven político que llega a La Moneda prometiendo cambiar Chile*. BBC News. Recuperado de: <https://www.bbc.com>

Luna, P. (27 de octubre de 2021). *Gabriel Boric, el líder estudiantil que llegó a La Moneda*. France 24. Recuperado de: <https://www.france24.com/es>

Marín, V. (17 de febrero de 2021). *Revista Time destaca a Izkia Siches como una de las 100 líderes del futuro*. Emol. Recuperado de: <https://www.emol.com>

Martínez, S. (3 de diciembre de 2021). *Morir en la fila o endeudarse para vivir: 1 de cada 10 chilenos está en una lista de espera de salud*. BioBio Chile. Recuperado de: <https://www.biobiochile.cl/>

Montes, R. (4 de noviembre de 2021). *La violencia en el sur de Chile escala con la muerte de un mapuche y el atentado a un tren de carga*. El País. Recuperado de: <https://elpais.com/>

Morán Faúndes, J. (2019). *Chile despertó: El modelo chileno, la matriz de desigualdad y la protesta de 2019*. Crítica y Resistencias: Revista de conflictos sociales latinoamericanos. N°9, pp. 54-69

Moreno, D. (4 de noviembre de 2021). *¿Qué es la organización Weichan Auka Mapu? Los autores del video exhibiendo armamento*. La Tercera. Recuperado de: <https://www.latercera.com>

Ontiveros, V. (17 de marzo de 2019). *La herencia de la dictadura de Pinochet en Chile*. El Orden Mundial. Recuperado de: <https://elordenmundial.com>

Parra, V. (1962). *Me gustan los estudiantes* (Canción). No publicada. *Periodo 1973-1990. Régimen militar*. Biblioteca del Congreso Nacional. Recuperado de: <https://www.bcn.cl>

Piérola, G. (19 de junio de 2021). *Boric toma distancia de Jadue: "No somos sangre nueva para viejas derrotas"*. Pauta. <https://www.pauta.cl>

Prieto, N., Torres, A. (18 de noviembre de 2021). *¿Quién es quién en las presidenciales chilenas? Perfil, apoyos y estrategias de cada candidato*. Descifrando la guerra. Recuperado de: <https://www.descifrandolaguerra.es>

Rivas, S. (20 de diciembre de 2021). *Mujeres menores de 50 años, el motor del triunfo de Boric: cómo fue la participación y preferencias por edad y sexo*. La Tercera PM. Recuperado de: <https://www.latercera.com>

Rivas Molina, F. (8 de enero de 2022). *Izka Siches, la médica que fraguó la victoria de Gabriel Boric en Chile*. El País. Recuperado de: <https://elpais.com/>

Rojas, A. (12 de julio de 2021). *Debate: Boric y Jadue marcan diferencias en pymes, medios, drogas y Cuba*. Pauta. <https://www.pauta.cl>

Rojas Vilches, N. (2019). *Movimientos de mujeres en Chile y el camino hacia una constitución feminista*. Anuari del Conflicto Social. Sección 1: Conflictos focales del año, pp. 29-47.

Román, C. (19 de julio de 2021). *Los factores que impulsaron el triunfo de Boric en Apruebo Dignidad*. Pauta. <https://www.pauta.cl>

Rozas, R. (22 de noviembre de 2021). *La extrema derecha chilena también usa el "Comunismo o libertad" de Ayuso*. El Plural. Recuperado de: <https://www.elplural.com/>

Rubilar Solís, L. (2011). *Para comprender el movimiento estudiantil en Chile (2011)*. Educere: Revista Venezolana de Educación. N° 51, pp. 581-588

Silva, S. (15 de octubre de 2021). *"La guerra no convence a nadie" dice líder mapuche sobre el conflicto en Chile*. EFE. Recuperado de: <https://www.efe.com>

Schwartz, M. (31 de diciembre de 2021). *El nuevo giro a la izquierda de América Latina*. elDiario.es. Recuperado de: <https://www.eldiario.es/>

T13 (9 de julio de 2021). *Discurso de Gabriel Boric como ganador de las Primarias de Apruebo Dignidad* (Video). Recuperado de: <https://www.youtube.com/>

Vives, P. (1994) *El Chile de Allende*. Historia 16: Cuadernos del mundo actual, N°63.

We Are Social & Kepios (2022). *Digital 2022. Chile. The essential guide to the latest connected behaviours*. Simon Kempf. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-chile>

## 9. CORPUS DE ANÁLISIS

Boric Font, G. (14 de octubre de 2021). *Hoy tuve el honor de estar con el gran Mono González (fundador de las brigadas Ramona Parra en los '60s) ...* (Fotografía).

Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (24 de octubre de 2021). *Árbol a árbol, raíz a raíz, nos acompañamos, nos sumamos. Porque junt@s somos UNO 🌳* (Vídeo). Recuperado de:

<https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (29 de octubre de 2021). *Entre reunión y reunión un poco de relax no está mal 🧘* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (30 de octubre de 2021). *Avanzaremos en la creación del Sistema Nacional de Cuidados, para reconocer las labores que hacen miles de mujeres día a ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (6 de noviembre de 2021). *Súmate a la nueva playlist El Árbol de acceso gratuito en Spotify, puedes hacer tu colaboración para el nuevo Chile ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (7 de noviembre de 2021). *Los ojos del mundo están en nuestro histórico proceso de cambios que iniciamos junt@s como país! Muchas gracias a @adacolau* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (8 de noviembre de 2021). *Actualización Salud y diferencias fundamentales con la ultraderecha.* Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (9 de noviembre de 2021). *Hace unos días está dando vueltas por Internet este tremendo afiche ilustrado por @gabriel\_maragano y hoy me tomo un momento ....* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (10 de noviembre de 2021). *El avance de propuestas que relegan a mujeres y disidencias a segundo plano significa un retroceso aún mayor en áreas ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (11 de noviembre de 2021). *Enade 2021. Nuestro gobierno avanzará en la descentralización para que cada región pueda avanzar en la administración de sus finanzas ...*(Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G; (13 de noviembre de 2021). *Por qué necesitamos un nuevo sistema de pensiones? Las razones las vemos día a día con los miserables montos que...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (15 de noviembre de 2021). *Pensiones dignas. Votemos este 21 de noviembre por un mejor sistema de pensiones. Debemos poner fin a las AFP, respetando ....* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font G. (15 de noviembre de 2021). *Seremos el primer gobierno ecologista de Chile, protegiendo nuestro medio ambiente y estableciendo el agua como un bien de uso ....* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (16 de noviembre de 2021). *Post Debate* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (17 de noviembre de 2021). *Las Pymes y Mipymes necesitan una correcta capacitación para poder competir en el mercado de igual a igual. Nosotr@s seremos...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (17 de noviembre de 2021). *L@s pensionad@s merecen pensiones dignas por tantos años de trabajo y para que no tengan que pasar necesidades al momento...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (18 de noviembre de 2021). *Apoyo de Tommy Rey. Siempre que escucho la Sonora Tommy Rey me recuerdan las fiestas en familia, y obvio las...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (19 de noviembre de 2021). *Capítulo Final Franja. El gran compañero José Mujica nos inspira para trabajar con humildad, siempre por y para el pueblo* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (25 de noviembre de 2021). *This is the way* 🇨🇪 🇨🇪 (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (25 de noviembre de 2021). *La decisión de @izkias al sumarse a nuestro equipo pensando en lo que está en juego refleja las ganas de un Chile...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (26 de noviembre de 2021). *¡Bienvenida Izkia!* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (25 de noviembre de 2021). *¿Cómo podemos convencer a otras generaciones de los beneficios que tendría para ellos nuestro próximo gobierno? ¡Te damos seis nuevas ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (28 de noviembre de 2021). *¿Quieres hablar con tu abuelita o abuelito para que apoye esta candidatura? Qué mejor que lo escuchen de quienes ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (30 de noviembre de 2021). *Los desafíos que tenemos enfrente son enormes, y la única manera de enfrentarlos es construyendo diálogo. Hoy nos reunimos con...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (30 de noviembre de 2021). *Vi que en Twitter están con el juego #FotoEscolarxBoric, y se las dejo aquí. Por una educación de calidad! ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (1 de diciembre de 2021). *Plaza Prat, Iquique* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (2 de diciembre de 2021). *Hoy comienza nuestro desafío de recorrer Chile y abrir #1MillondePuertasxBoric, con nuestros equipos nos subimos al Bus de la Esperanza ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (2 de diciembre de 2021). *#1MillónDePuertasxBoric* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (2 de diciembre de 2021). *Camino a Pudahuel!* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (5 de diciembre de 2021). *Punto de prensa Concepción* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (6 de diciembre de 2021). *Hoy recibimos el apoyo de 501 escritores y escritoras autoconvocadas, entre ellos se encontraba Raúl Zurita, Premio Nacional de Literatura ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (7 de diciembre de 2021). *Ya estamos listos! Nos vemos en un rato en @canal13cl* (Foto). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (8 de diciembre de 2021). *Estamos recorriendo todo Chile para conversar con todos, en cada rincón de Chile. Nos unimos para no soltarnos, porque somos ...* (Vídeo). Recuperado de:

Boric Font, G. (8 de diciembre de 2021). *Las colusiones dañan gravemente a las personas en su vida diaria. No podemos permitir que la impunidad se instale en...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (9 de diciembre de 2021). *Chile no es Chile sin el mundo rural. El compromiso de nuestro gobierno es poner a la agricultura familiar campesina...* (Vídeo). Recuperado de:

Boric Font, G. (9 de diciembre de 2021). *He decidido no asistir al programa Bad Boys. Nuestro objetivo es conversar con los votantes, no con quienes están cuestionados...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric, Font, G. (10 de diciembre de 2021). *Cuando tienes la seguridad de que el sueldo te va a alcanzar hasta fin de mes, jubilar no te asusta ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (10 de diciembre de 2021). *En el Día Internacional de los Derechos Humanos nos reunimos con Fabiola Campillai, Gustavo Gatica y la Agrupación de Derechos ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (11 de diciembre de 2021). *El domingo pasado en la Plaza de Maipú, músicos autoconvocados interpretaron un hermoso concierto sinfónico. ¡Muchas gracias por estos hermosos...* (Vídeo). Recuperado de:

Boric Font, G. (11 de diciembre de 2021). *En fortalecer la resiliencia comunitaria hay un deber de los gobiernos. Y en el programa de Gabriel, eso está escrito...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (13 de diciembre de 2021). *Con la pandemia quedó demostrado lo importante que es que el sistema público de salud tenga la capacidad de atender ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (13 de diciembre de 2021). *Nuestro proyecto es UNO solo. No acepten imitaciones. Gracias amigas y amigos del Club de la Comedia* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (13 de diciembre de 2021). *Tuvimos el honor de contar con Maite Alberdi e Inés Erazo, directora y protagonista de este segmento de nuestra ...* (Vídeo). Recuperado de: [Recuperado de: https://www.instagram.com/](https://www.instagram.com/)

Boric Font, G. (14 de diciembre de 2021). *Las diversidades y disidencias pueden tener la tranquilidad de que en nuestro gobierno trabajaremos por un horizonte de respeto e igualdad ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (14 de diciembre de 2021). *Muchas gracias @camilantoniamaranta y @giorgiojackson por recibir el pie de limón que envió Club Cocaví y especial agradecimiento al equipo que ...* (Vídeo). Recuperado de <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (14 de diciembre de 2021). *Para aclarar las dudas del candidato de ultraderecha, les dejo los resultados de mi test de drogas. Basta de mentiras.* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (14 de diciembre de 2021). *Último debate! A minutos de comenzar este encuentro, que nos permite poner sobre la mesa lo que queremos para el ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (15 de diciembre de 2021). *Hoy estuvimos en Gómez Carreño y Valeria me pidió que le firmara su yeso 🙏 Qué creen que decía mi dedicatoria?* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (15 de diciembre de 2021). *Los niños, niñas y adolescentes tienen claro que debemos cambiar la forma como estamos haciendo las cosas para cuidar el ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (15 de diciembre de 2021). *Porque no nos financian los mismos de siempre y esta campaña se hace peso a peso, necesitamos tu apoyo #RompeElChanchito ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (16 de diciembre de 2021). *En colectivo por Puente Alto!* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (16 de diciembre de 2021). *Hay campañas que realmente parecen creadas por Pinocho. Te invitamos a chequear la información y a que la verdad le ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (16 de diciembre de 2021). *Reencuentro con Izkia!* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (16 de diciembre de 2021). *Último puerta a puerta!* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (17 de diciembre de 2021). *Denunciamos la campaña sucia. Hicimos una presentación ante el Servel por la campaña sucia que está desplegando el comando del otro ...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (17 de diciembre de 2021). *¡Hola! ¿Cómo amanecieron?* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (17 de diciembre de 2021). *Un Chile mejor es aquel que garantiza dignidad a todos sus habitantes, en ese anhelo de un país que entrega...* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (18 de diciembre de 2021). *Buen día @pascalispunk* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (19 de diciembre de 2021). *Denuncia por falta de transporte público.* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (19 de diciembre de 2021). *Votación Seguimos 🇨🇱 🗳️* (Vídeo). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>

Boric Font, G. (20 de diciembre de 2021). *Elección presidencial 2021 – Chile Muchas gracias Chile! Vamos por la esperanza.* (Vídeo). Recuperado de:

Boric Font, G. (20 de diciembre de 2021). *Hoy, visitamos el Palacio de La Moneda, por invitación del Presidente Piñera. Cuando estuve frente al busto de Salvador Allende ...* (Fotografía). Recuperado de: <https://www.instagram.com/>