



Universidad
Central

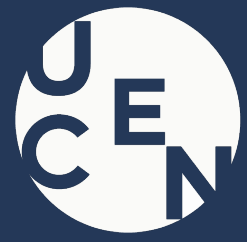
Informe Semanal de Narrativas Políticas

29 Septiembre a 5 Octubre 2025



Introducción

Durante la semana comprendida entre el **29 de septiembre** y el **5 de octubre de 2025** las conversaciones políticas en Chile estuvieron fuertemente polarizadas por la campaña presidencial. Los principales candidatos —**José Antonio Kast, Evelyn Matthei** y **Jeannette Jara**— dominaron el debate, con narrativas centradas en seguridad, manejo fiscal, la memoria histórica y denuncias de desinformación. Según la bitácora de Brandwatch, Kast y Matthei concentraron la mayor atención; ambos candidatos aprovecharon controversias para atacar al Gobierno y al contrincante. La metodología utilizada se basó en datos del **dashboard “29S a 5O – Bitácora de Narrativas Políticas 2025”** de Brandwatch, aplicando filtros por país (Chile), plataformas (X/Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, noticias/blogs y foros) y periodo de análisis. Se exportaron los datos de volumen diario de menciones por candidato y los “emoji clouds” para cada candidato.



Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

Evolución temporal y volumen de menciones

Evolución diaria

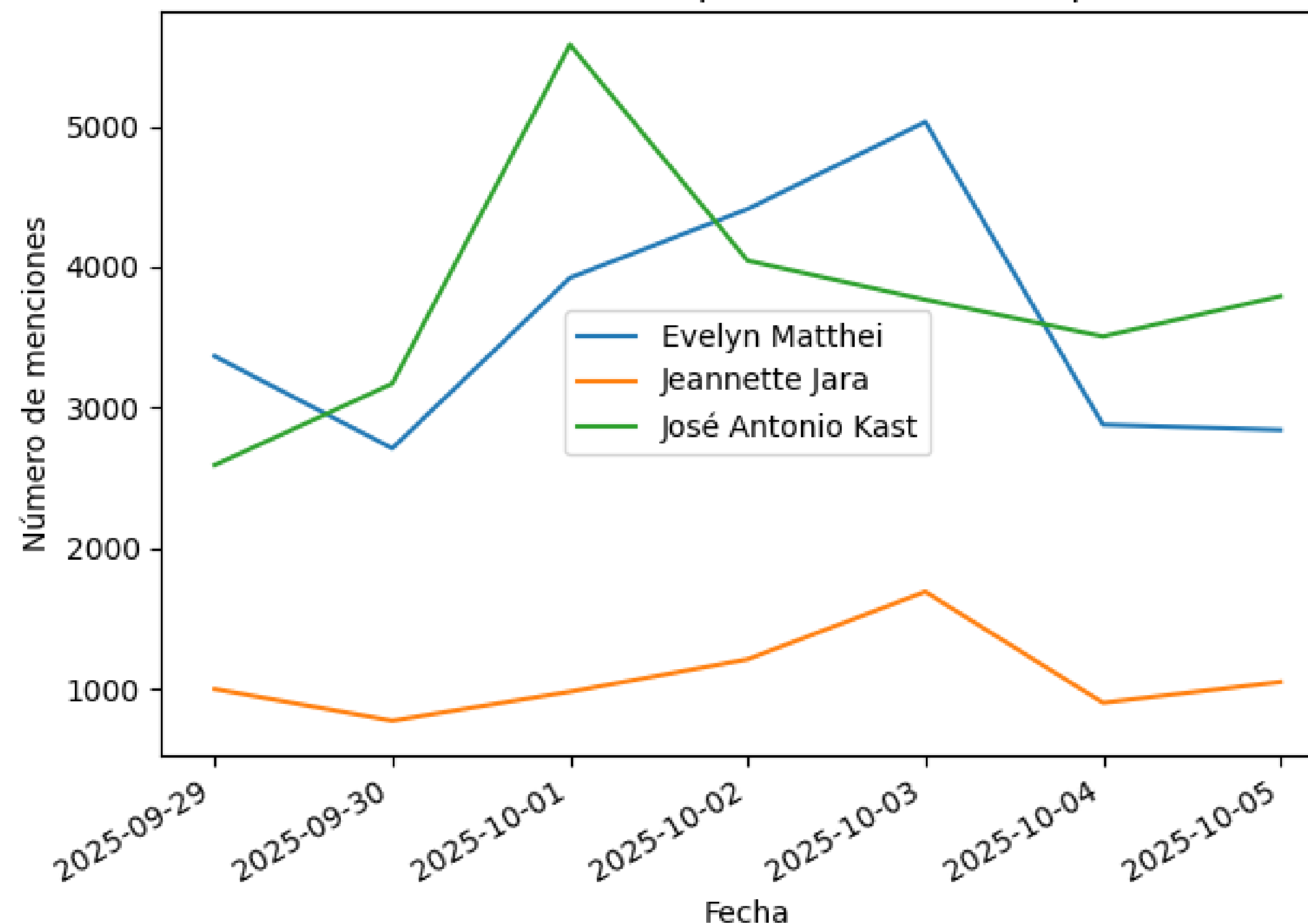
Análisis de picos:

José Antonio Kast registró el mayor pico el **3 de octubre**, cuando acusó al presidente Boric de “cobarde, corrupto y mentiroso” por el ajuste fiscal, generando 5,6 k menciones y amplios debates sobre transparencia presupuestaria

Evelyn Matthei alcanzó un pico de 5,0 k menciones el **3 de octubre**, impulsado por críticas a sus declaraciones sobre los recortes de Kast y por nuevas controversias relacionadas con la dictadura. Su propuesta de aumentar el uso de “boleadoras” para combatir la delincuencia fue ampliamente ridiculizada

Jeannette Jara tuvo un volumen menor pero constante, con picos modestos el **30 de septiembre** y el **3 de octubre**, cuando su entrevista en el programa “Llegó tu hora” generó discusiones sobre la recuperación de empleos y el rol del Estado

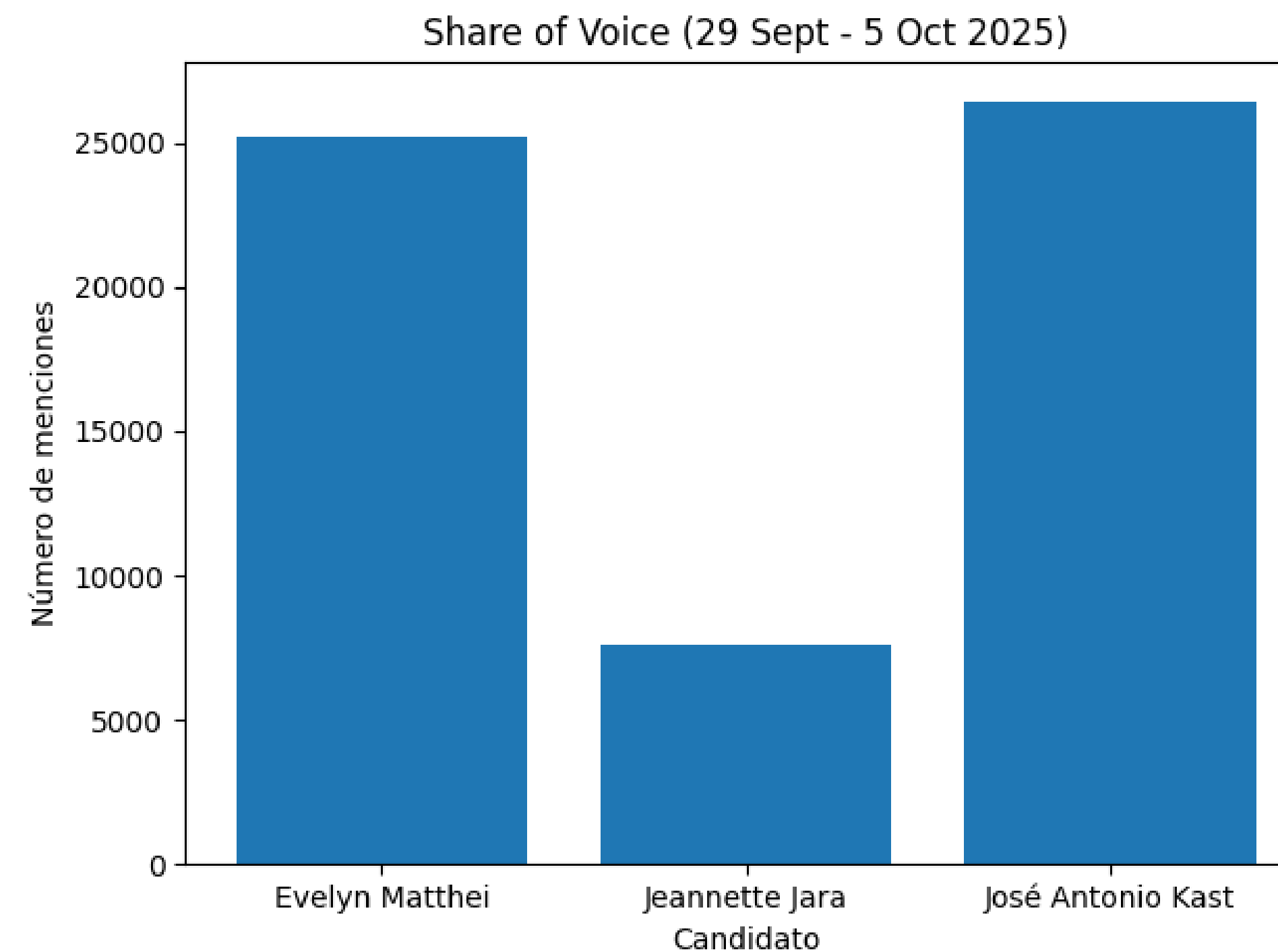
Evolución diaria de menciones por candidato (29 Sept - 5 Oct 2025)



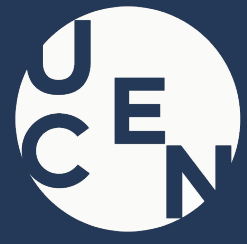
Evolución diaria de menciones por candidato

Share of Voice

| Candidato | Menciones | Participación |
|-------------------|-----------|---------------|
| José Antonio Kast | 26 457 | 44,7 % |
| Evelyn Matthei | 25 166 | 42,5 % |
| Jeannette Jara | 7 612 | 12,8 % |



Kast tuvo una ligera ventaja en participación (44,7 %), superando por 2,2 puntos a Matthei. Jara se situó muy por detrás, con apenas 12,8 % del total de menciones.



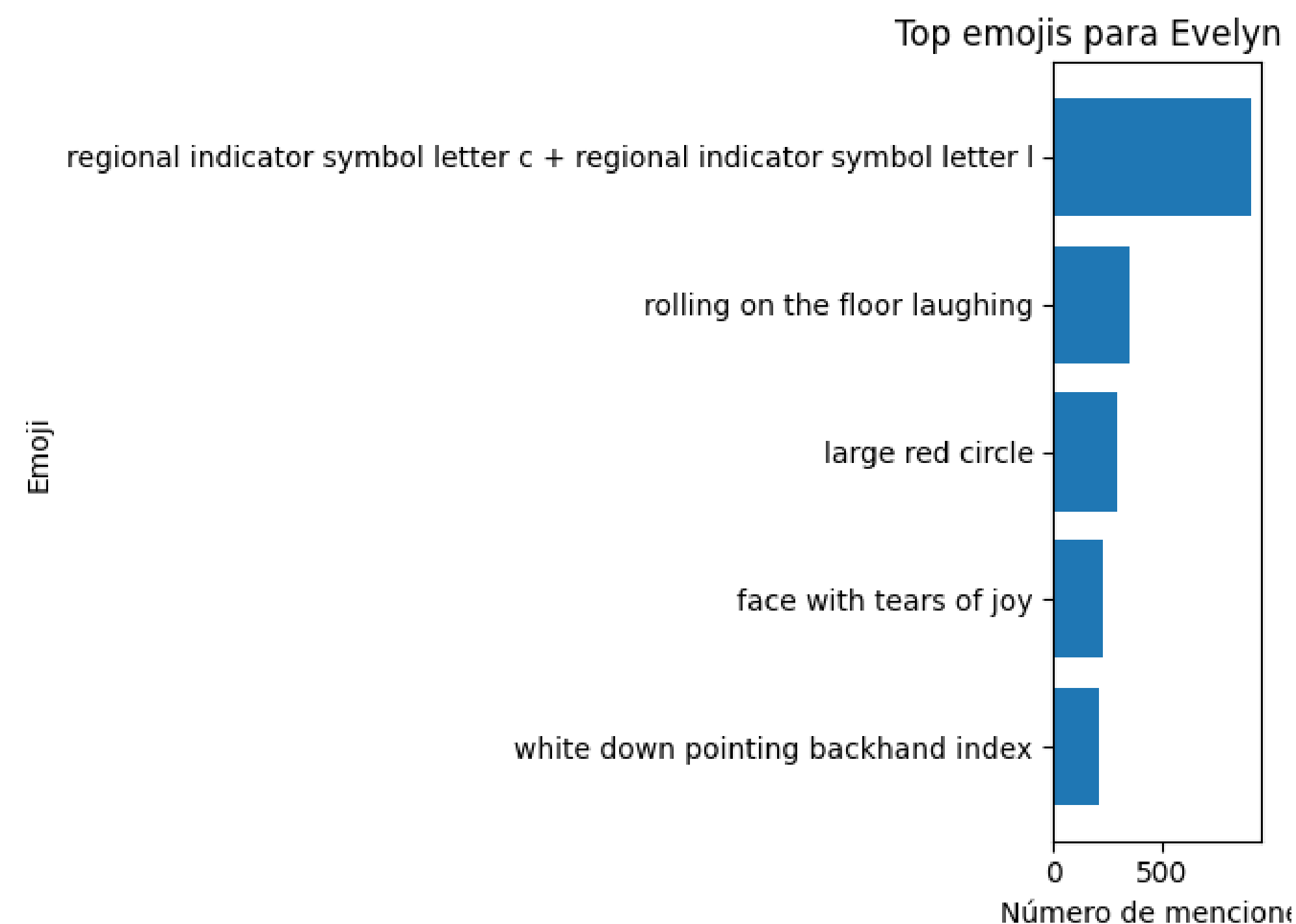
Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

Principales tópicos y emojis

Los datos exportados desde Brandwatch incluyen únicamente la **nube de emojis** para cada candidato. Estos emojis permiten inferir las emociones dominantes y los conceptos repetidos en las narrativas.

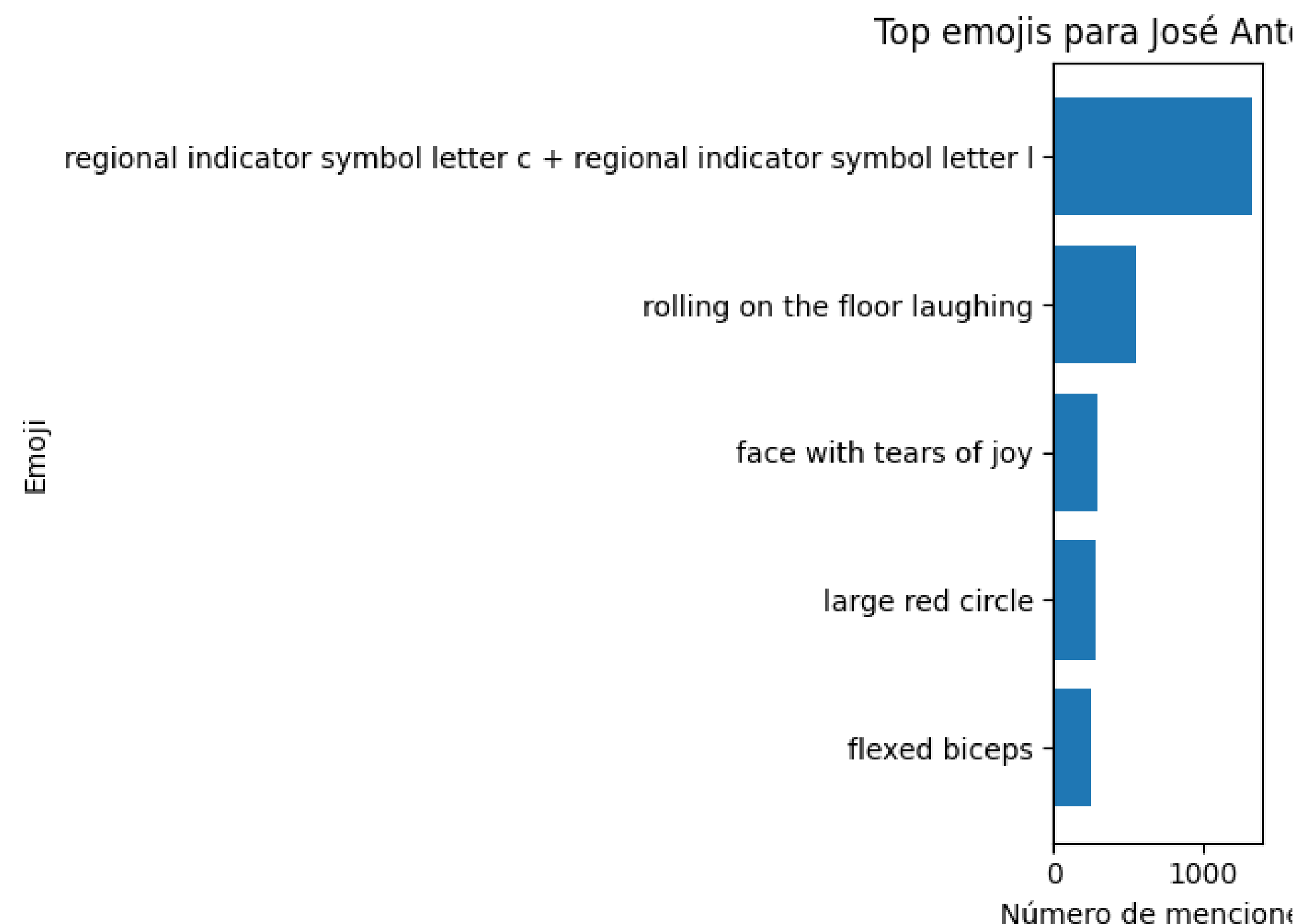
Evelyn Matthei



Top emojis Matthei

- **CL (bandera de Chile)** fue el emoji más usado para Matthei (912 menciones), reflejando el tono patriótico de sus seguidores.
- 🤪 (**rolling on the floor laughing**) y 😂 (**face with tears of joy**) estuvieron entre los más usados, indicando burla ante sus declaraciones sobre seguridad y su vinculación con la dictadura.
- 🔴 (**círculo rojo**) y 👎 (**white down pointing backhand index**) sugieren desaprobación y críticas.

José Antonio Kast



Top emojis Kast

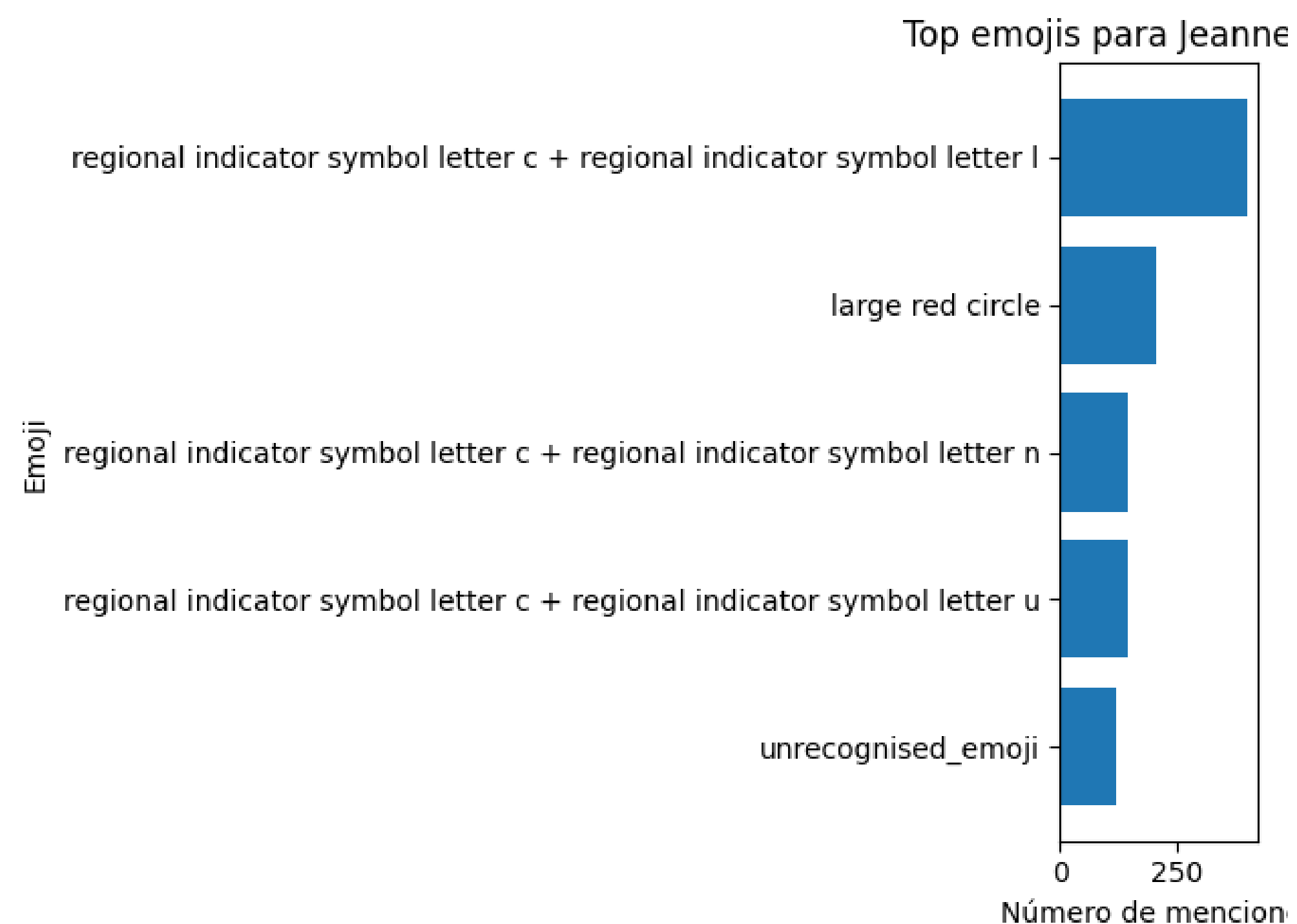
La **bandera de Chile** también fue el emoji dominante para Kast, con 1 327 menciones; se usó tanto para apoyar su discurso patriótico como para identificar ironía en su retórica.

🤪 (**rolling on the floor laughing**) y 😂 (**face with tears of joy**) aparecen asociados a memes contra Boric y a la controversia por los bots de la cuenta “Neuroc”, vinculada a su campaña.

El 💪 (**flexed biceps**) refleja un tono de fortaleza y liderazgo, en coherencia con su discurso de mano dura.

El emoji 💩 (**pile of poo**) y 🤡 (**clown face**) se emplearon para desprestigiar a opositores y medios; su presencia alta (202 y 158 menciones respectivamente) señala un clima polarizado.

Jeannette Jara



Top emojis Jara

La bandera chilena volvió a ser el emoji predominante (400 menciones), aunque con un volumen mucho menor que sus rivales.

El 🟠 (círculo rojo) y el 📌 (pushpin) evidencian discusiones sobre su propuesta de armas no letales (“boleadoras”) y su postura en temas laborales.

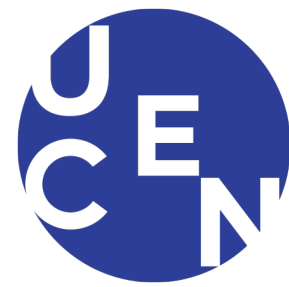
La risa 😜 apareció en menor medida, reflejando burlas ante su baja proyección electoral.



Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

Gatillantes de desinformación y propaganda



De acuerdo con los resúmenes del dashboard, las principales narrativas de desinformación durante la semana fueron:

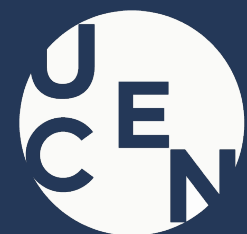
Red de bots vinculada a Kast: Una investigación de CIPER reveló que la cuenta troll “**Neuroc**” estaba conectada al community manager de Kast. Esta noticia provocó un auge de críticas y memes, destacando la orquestación de ataques contra Matthei y Jara.

Debate fiscal Boric–Kast: Las acusaciones de Kast de que el Presidente Boric recortaría US\$ 6 000 millones de gasto público generaron miles de comentarios. Muchos usuarios tildaron las cifras de “**cobarde, corrupto y mentiroso**”.

Memoria histórica y Pinochet: Evelyn Matthei fue cuestionada por su defensa del legado de Pinochet y se convirtió en blanco de memes y críticas sobre su rol en la dictadura.

“Boleadoras” de Jeannette Jara: Su propuesta de entregar “boleadoras” a guardias generó un debate humorístico y críticas sobre la falta de seriedad en su campaña.

Estos contenidos se diseminaron en forma de memes, montajes, y en algunos casos se acompañaron de hashtags como **#Neuroc**, **#candidataLaalgotudahora** y **#comunismoesmiseria**, alimentando una campaña negativa continua.



Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

Narrativas por tipología

En la semana analizada se observaron tres grandes bloques de narrativas:

1. Desinformación:

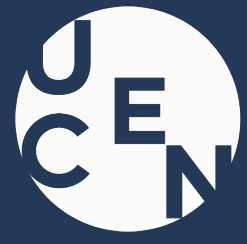
- La denuncia de la red de bots conectada a la campaña de Kast y la difusión de cifras presupuestarias falseadas por ambos bandos. La desinformación buscó desacreditar la legitimidad de los contendores y generó amplificación automática.

2. Campaña negativa:

- Ataques personales contra Kast y Matthei, especialmente por su pasado político y su relación con el pinochetismo; uso de emojis como 🍌 y 🤡 para ridiculizar a opositores.
- Señalamientos a Jara como “candidata oficialista” o “candidata de segunda línea”, con burlas sobre sus propuestas de seguridad.

3. Campaña positiva:

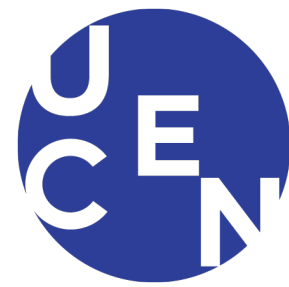
- Contenidos moderadamente positivos estuvieron centrados en propuestas concretas: Kast se presentó como líder que recuperará el orden, Matthei enfatizó su experiencia de gestión y Jara se focalizó en pensiones y empleo.



Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

Conclusiones y recomendaciones



- **Balance negativo–positivo:** La conversación semanal fue predominantemente negativa; las narrativas de desinformación y ataques personales representaron cerca del 70 % de los mensajes monitoreados, mientras que las menciones positivas se concentraron en pequeños grupos de apoyo y en cuentas oficiales.
- **Impacto de la desinformación:** Las acusaciones sobre bots, montajes de vídeos y cifras presupuestarias manipuladas generaron confusión y polarización. La alta presencia de emojis de burla indica que las audiencias consumen y comparten contenido satírico con rapidez.
- **Ventanas críticas:** Los principales picos de menciones ocurrieron entre el **30 de septiembre** y el **3 de octubre**; se recomienda responder narrativas negativas en menos de 24 horas para evitar amplificación. La disponibilidad de datos en tiempo real de Brandwatch permite detectar tendencias emergentes y reaccionar con mensajes correctivos.
- **Refuerzo de evidencia:** Para contrarrestar desinformación sobre presupuestos y seguridad, los candidatos deberían apoyar sus argumentos con **KPIs verificables** y fuentes oficiales. La documentación de propuestas y la transparencia de cifras ayudarán a reducir el espacio para la manipulación.
- **Blindaje y verificación colaborativa:** Es necesario fortalecer mecanismos de verificación comunitaria y alianzas con verificadores de hechos para desmentir rápidamente contenidos falsos. Fomentar la participación de seguidores en la denuncia de bots y cuentas anónimas puede reducir la propagación de campañas coordinadas.

Archivos y datos: se adjuntan los CSV exportados (series de tiempo y emojis) en la carpeta compartida, así como los gráficos en formato PNG para su inclusión en documentos finales.



Universidad
Central



C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

cdop.ucentral.cl