



Universidad
Central

Bitácora de Narrativas Políticas: Septiembre 2025



Introducción

Durante septiembre de 2025 las narrativas políticas en Chile estuvieron marcadas por la precampaña presidencial y por la conmemoración del aniversario del 11 de septiembre.

Período: 1-30 de septiembre 2025, zona horaria America/Santiago.

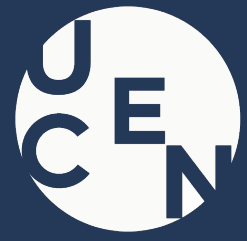
Plataformas: redes sociales y medios listados arriba.

Query: combinaciones de los nombres de **Evelyn Matthei**, **José Antonio Kast** y **Jeannette Jara** con tópicos como *seguridad*, *presupuesto*, *migración*, *pensiones*, *identitario*, así como terminología asociada a desinformación (fake news, deepfake, montaje, etc.). Se excluyeron menciones irrelevantes (p. ej. recetas con “Matthei” o ajedrez con “Kast”).

Clasificación: para cada mención Brandwatch clasificó automáticamente la categoría del **candidato** (Matthei, Kast, Jara), la **tipología** (Desinformación, Misinformación, Malinformación, Campaña negativa, Campaña positiva o Neutro), el **gatillante** (ejes como Seguridad/Araucanía, Presupuesto/Plan, Identitario, Migración u Otro), el **tópico** (seguridad, economía, empleo/pensiones, migración, identitario u otros) y el **sentimiento** (positivo, negativo o neutro).

En total se registraron **801 000+ menciones** durante el mes, eliminando en su mayoría los RTs para hacer un análisis más cualitativo, que cuantitativo.

Los principales hitos que impulsaron la conversación fueron los debates televisivos del 10-11 de septiembre, la conmemoración del golpe de 1973 y las polémicas sobre el Partido Comunista y Cuba, así como anuncios de programas de gobierno.



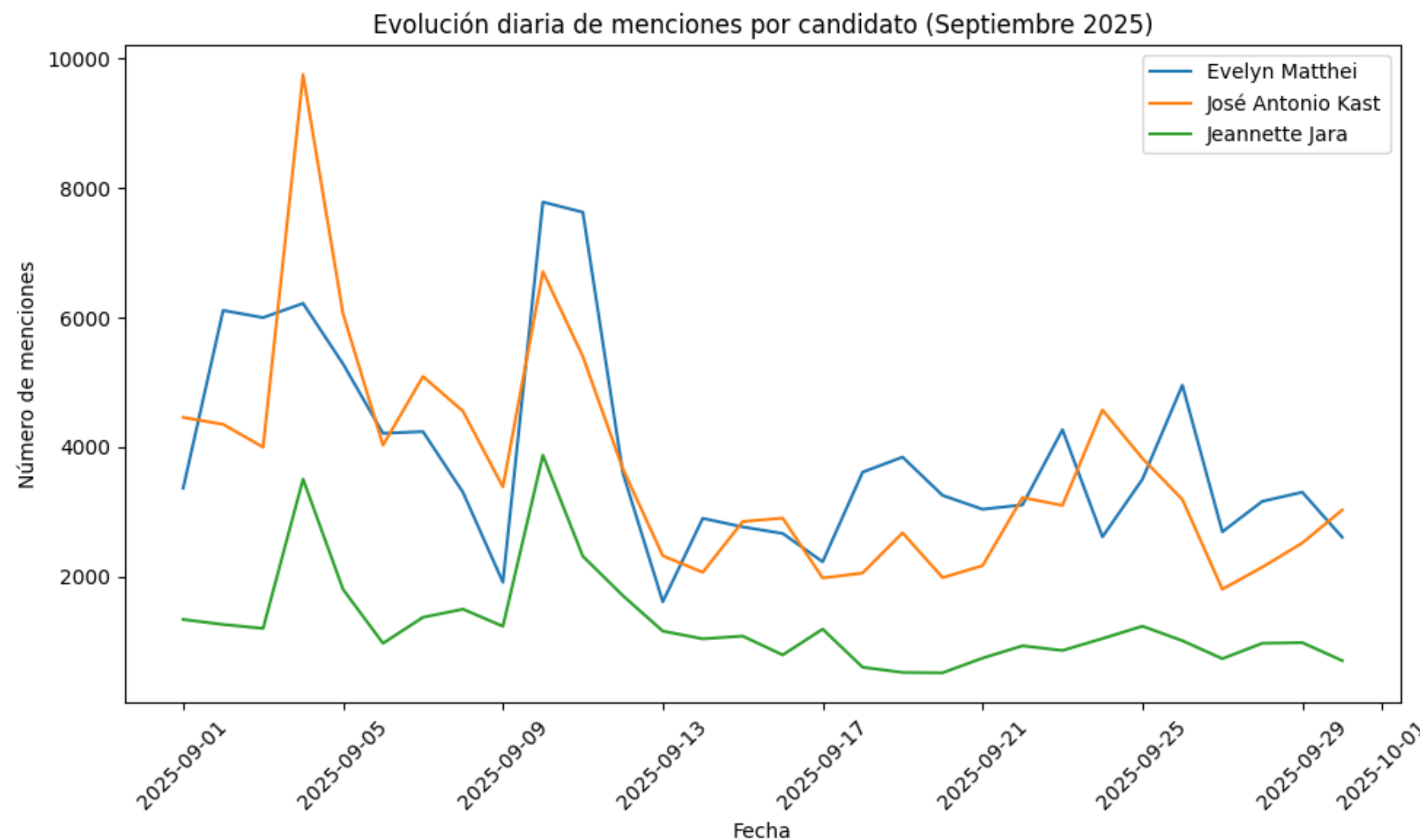
Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

Evolución comparada de menciones

Evolución diaria

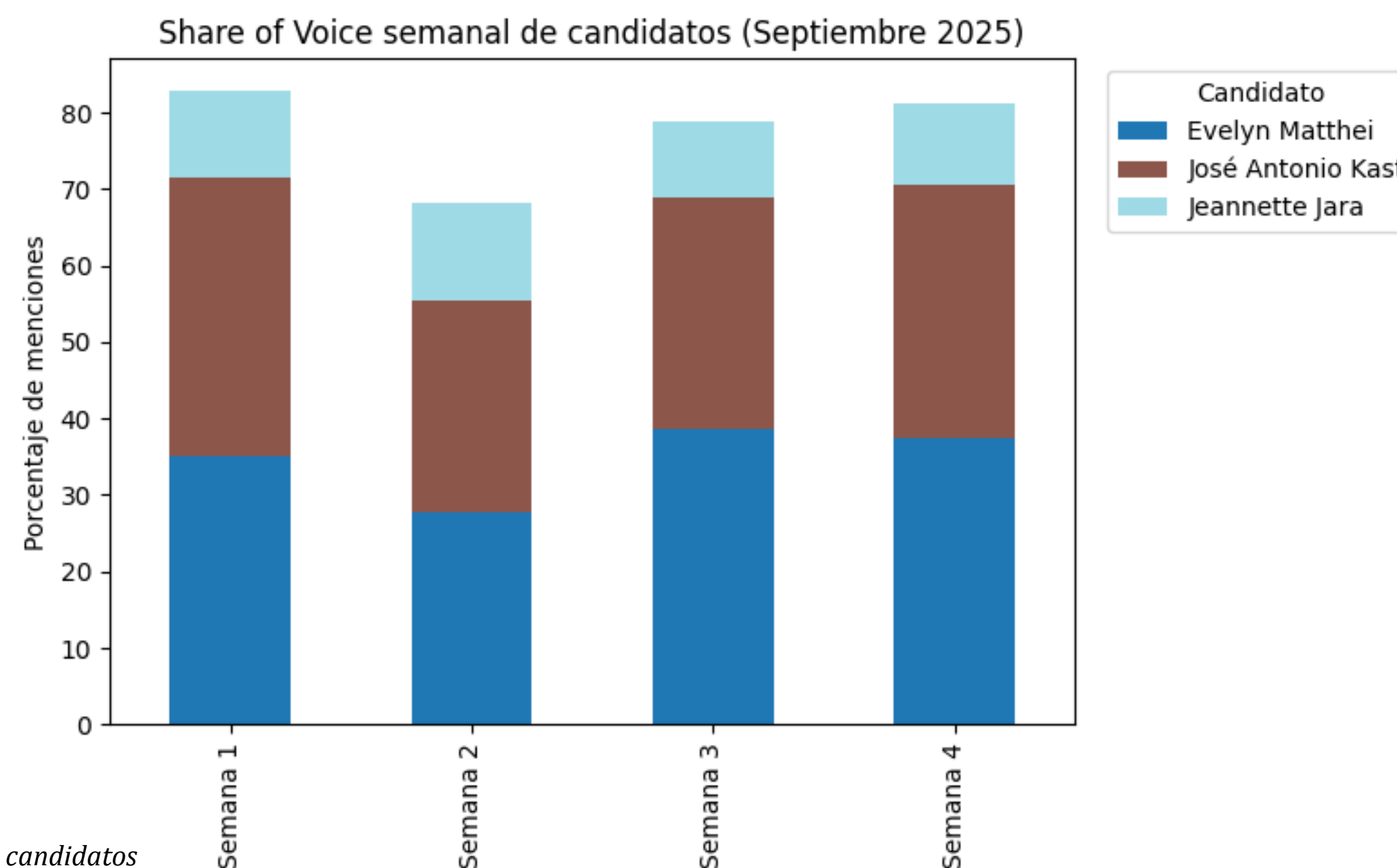
La siguiente gráfica muestra el volumen diario de menciones para los tres candidatos principales. Se aprecia un aumento sostenido durante la primera quincena, con un pico el 10-11 de septiembre coincidiendo con el debate televisivo y con un reportaje de Chilevisión sobre un hermano de José Antonio Kast. Después del debate las menciones se estabilizan y disminuyen hacia finales de mes.



Evolución diaria de menciones por candidato

Comparación semanal y share of voice

Para comparar la presencia de cada candidato a lo largo del mes se agregaron las menciones en cuatro semanas: semana 1 (1-7 sep), semana 2 (8-14 sep), semana 3 (15-21 sep) y semana 4 (22-30 sep). La gráfica siguiente muestra el **share of voice** por semana, es decir, el porcentaje de menciones que recibió cada candidato en comparación con el total de la semana.



Semana 1: José Antonio Kast lidera ligeramente las menciones ($\approx 33\%$), seguido de Evelyn Matthei ($\approx 32\%$) y Jeannette Jara ($\approx 10\%$). El resto de candidatos suma $\approx 25\%$.

Semana 2: tras el debate televisivo, Matthei y Kast concentran más de 60% de las menciones, con un repunte significativo para Matthei gracias a su desempeño en el debate y a su discurso sobre seguridad. Jara mantiene un 13% .

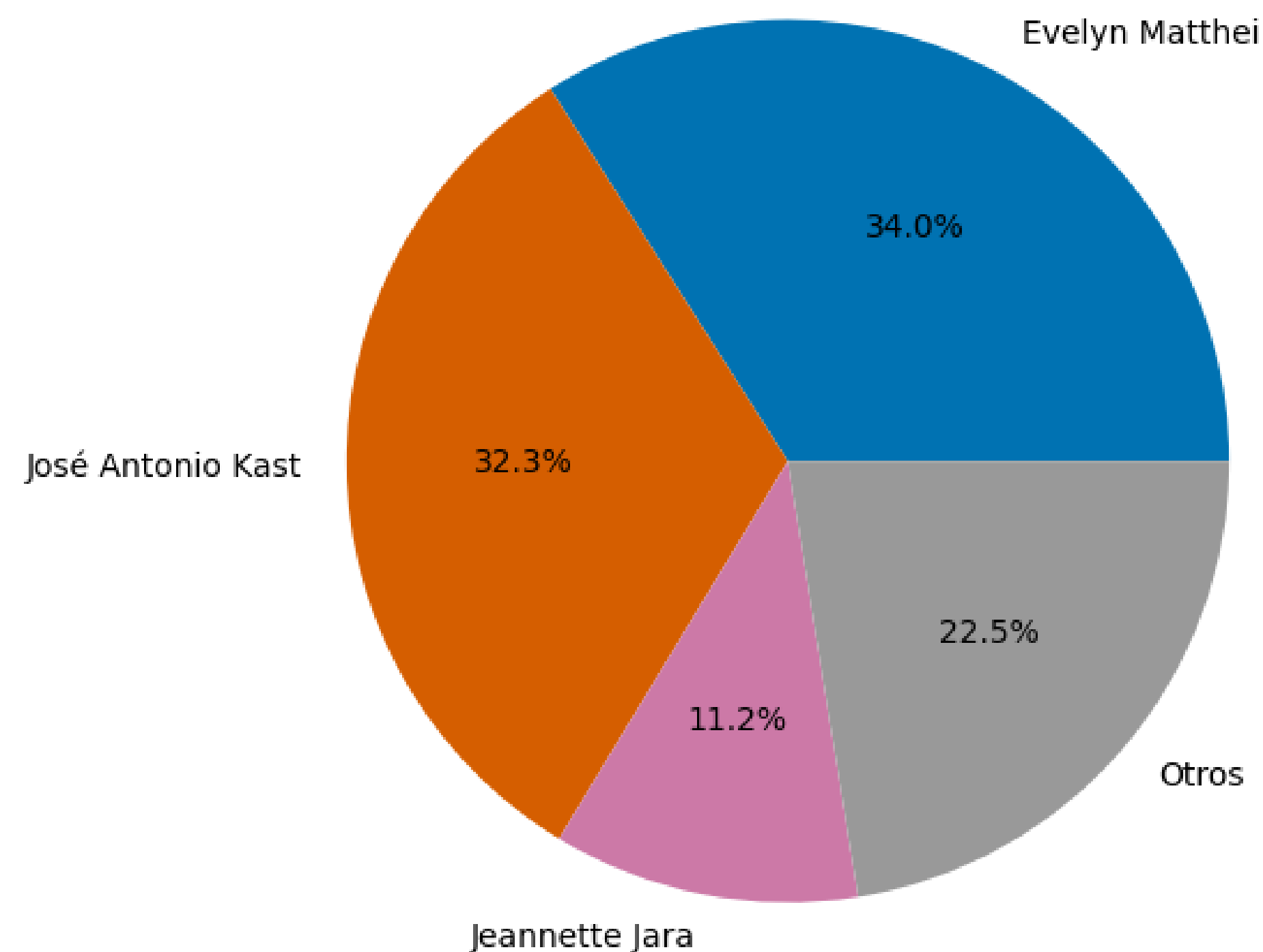
Semana 3: la conversación decae; Kast pierde parte de su cuota y Matthei se mantiene como la más mencionada. Jara registra el valor más bajo del mes.

Semana 4: se recuperan las menciones; Matthei vuelve a subir (gracias a anuncios de su programa), Kast repunta por polémicas con el PC y Jara incrementa su share al comentar la conmemoración del golpe.

Participación mensual

El siguiente gráfico muestra la participación total del mes. Evelyn Matthei registró la mayor cuota de conversación (**34 %**), seguida muy de cerca por José Antonio Kast (**32 %**), mientras que Jeannette Jara obtuvo **11 %**. Los demás candidatos (Parisi, Enríquez-Ominami, Johannes Kaiser, etc.) se reparten el 23 % restante.

Share of Voice total de candidatos (Septiembre 2025)

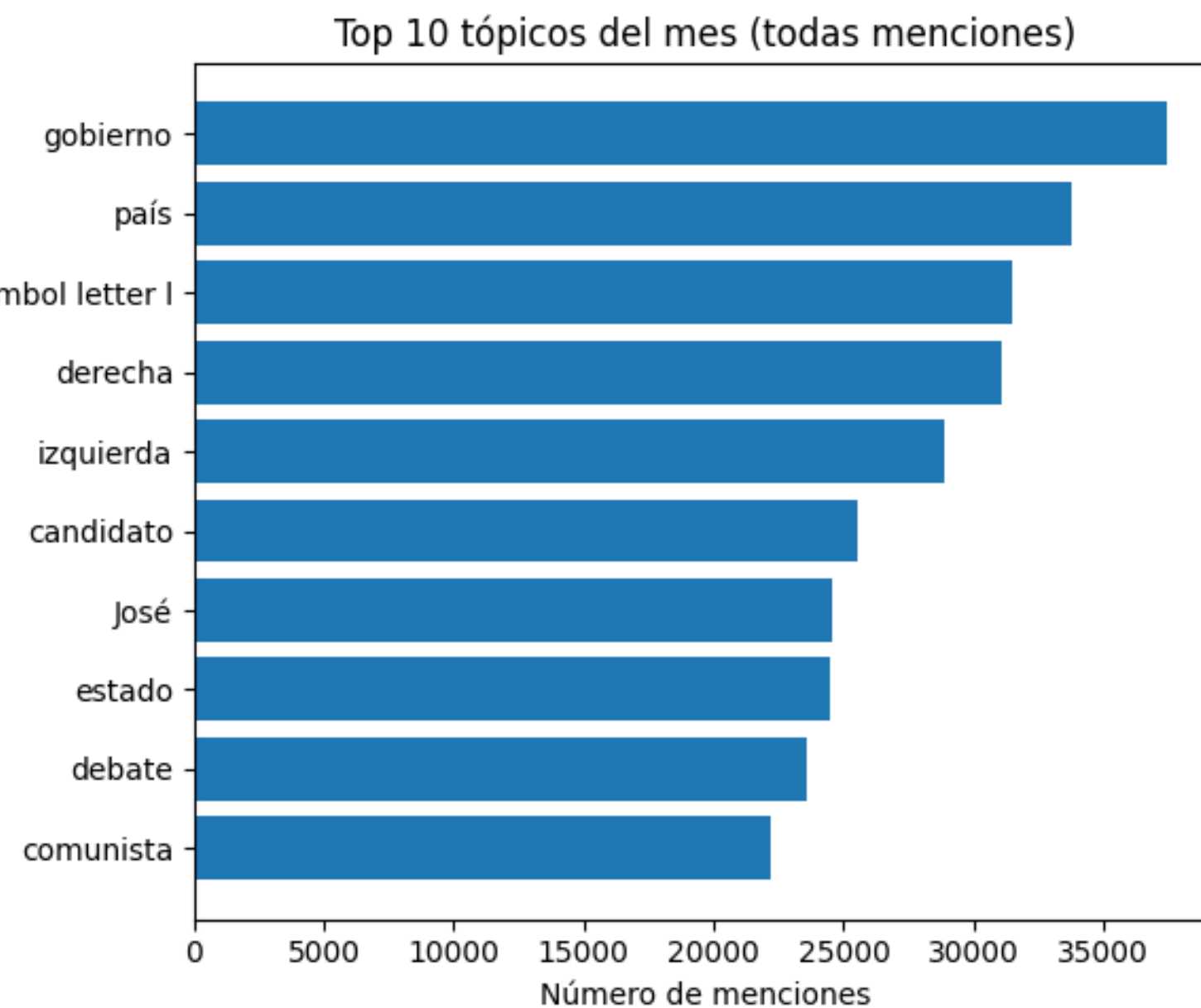


Share of Voice semanal de candidatos

Principales tópicos

Top 10 del mes

Los siguientes fueron los diez tópicos más mencionados en septiembre según el volumen de menciones (todas las plataformas). Predominan términos ideológicos e institucionales, lo que refleja que la conversación estuvo centrada en debates identitarios más que en propuestas de políticas públicas.



Top 10 tópicos del mes

Tópico	Descripción breve
gobierno	Referencias al gobierno actual y al rol del Estado en seguridad y economía.
país	Menciones generales a “Chile”, la patria y el futuro del país.
“regional indicator symbol letter c + l”	Hashtag cifrado utilizado para referirse a “Chile” en TikTok y otras redes.
derecha / izquierda	Debate ideológico sobre las fuerzas políticas; se intensificó durante la conmemoración del 11 de septiembre.
candidato	Conversaciones genéricas sobre candidatos presidenciales y sus perfiles.
José	Nombre de pila de Kast; aparece en memes y hashtags.
estado	Discusión sobre el rol del Estado en la economía y en la seguridad.
debate	Alusión a los debates televisivos de principios de mes.
comunista	Críticas al Partido Comunista y a los vínculos con Cuba; forma parte de las narrativas identitarias.

Tópicos principales por semana

El análisis semanal muestra cómo cambian los temas predominantes:

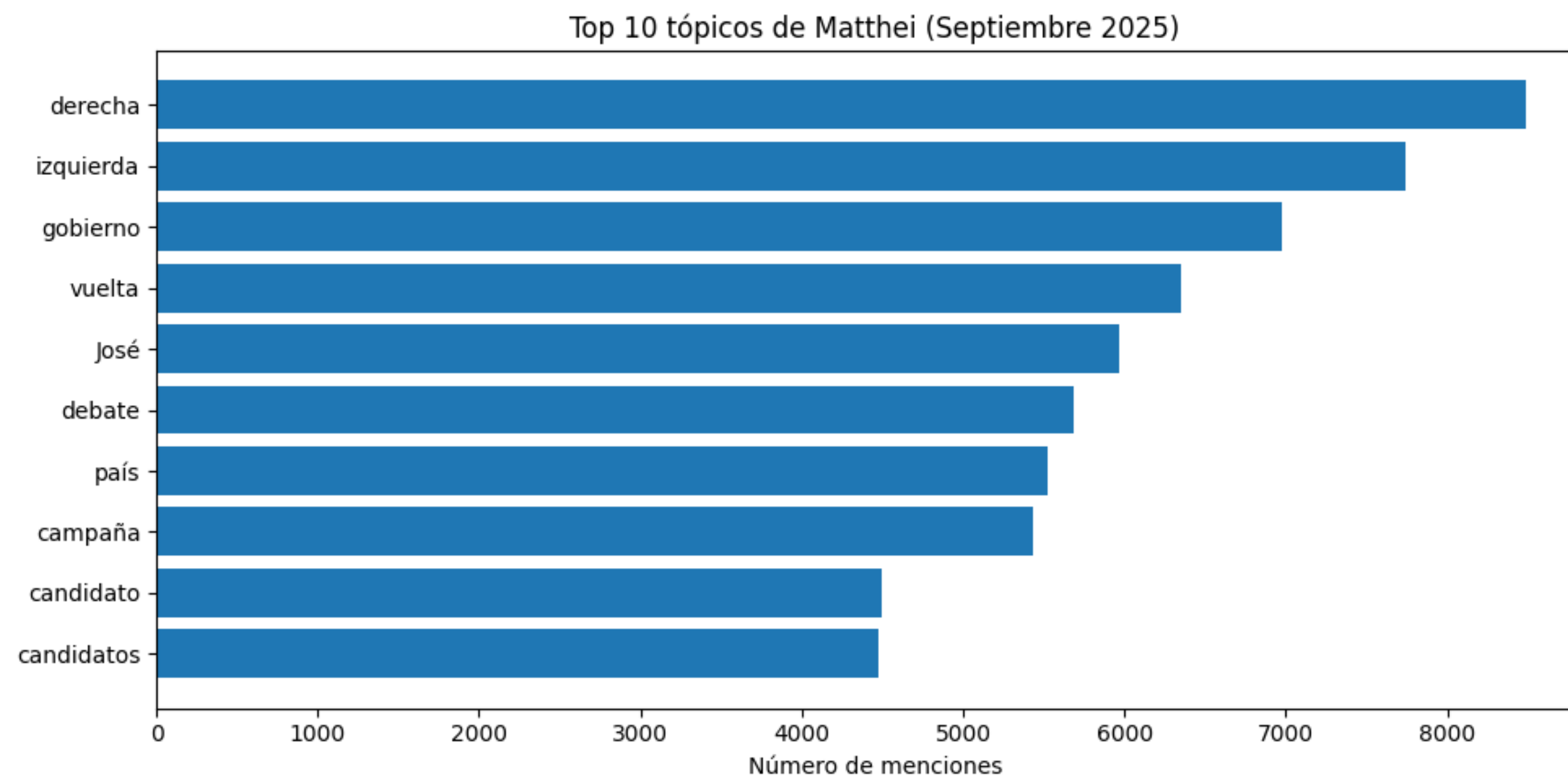
- **Semana 1:** el protagonismo recae en **bots, gobierno, izquierda** y el hashtag cifrado de Chile. Antes del debate emergen acusaciones de manipulación y campañas coordinadas.
- **Semana 2:** el debate (#debatechv) se convierte en el tema estrella. También surgen discusiones sobre el desempeño de los candidatos y se intensifican los ataques entre izquierda y derecha.
- **Semana 3:** el debate se disipa y resurgen temas identitarios como **derecha, país y gobierno**. La conversación se concentra en los proyectos de los candidatos.
- **Semana 4:** vuelven a destacar **gobierno y país**, además de **programa y estado**, debido a la presentación de propuestas de gobierno. Se reactivan las críticas al comunismo en el contexto del aniversario del golpe.

Tópicos principales por candidato

Las narrativas no sólo varían por semana, sino también por figura política. Las siguientes gráficas muestran los diez temas más mencionados para cada candidato.

Evelyn Matthei

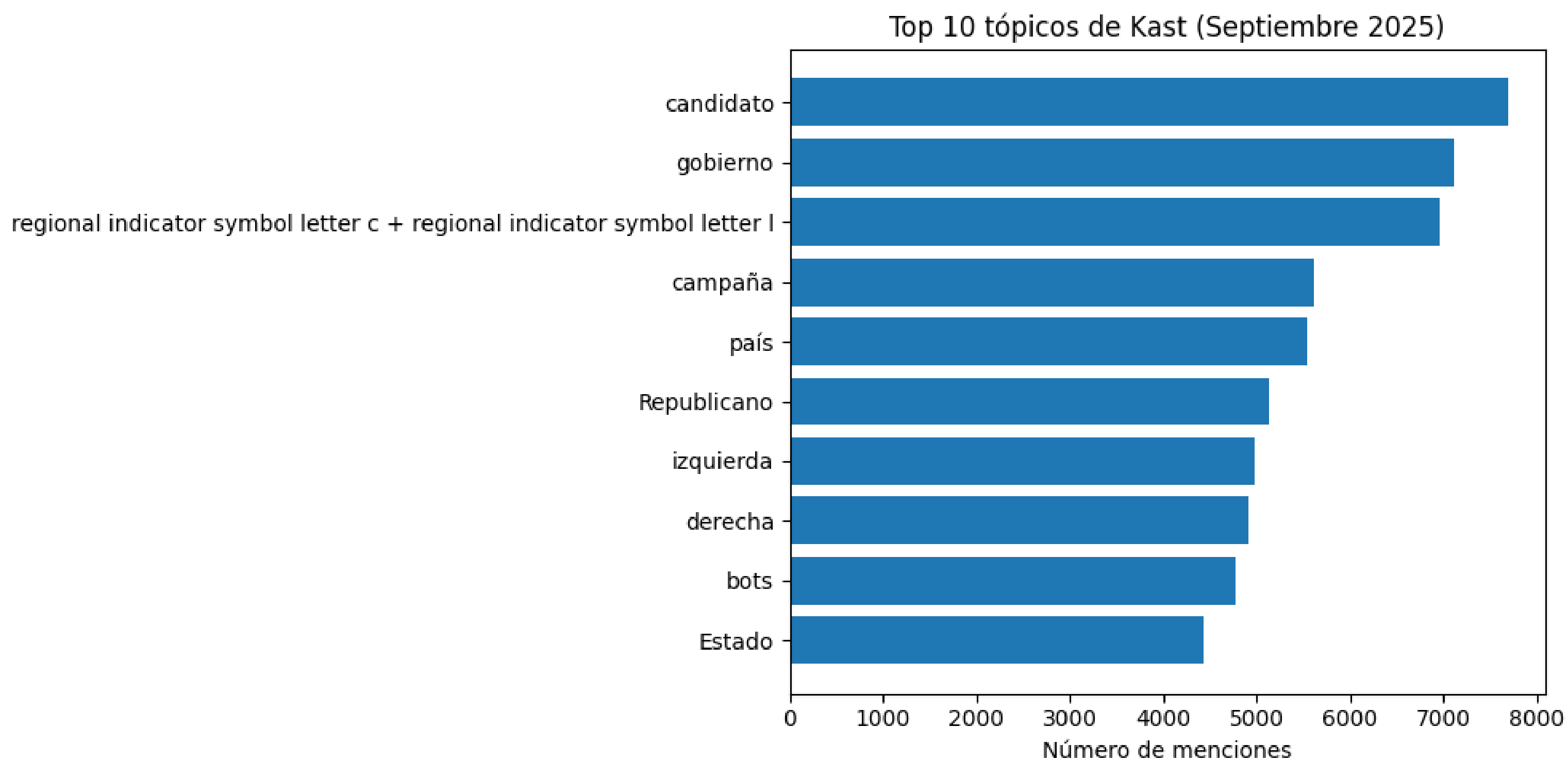
Matthei concentró su conversación en la **derecha** y la **izquierda**, con énfasis en la **vuelta** a la democracia y el **debate**. Su campaña buscó presentarla como la opción de orden y seguridad. La presencia del tópico **campaña** refleja las interacciones generadas por su equipo al difundir propuestas y responder ataques.



Top 10 tópicos de Matthei

José Antonio Kast

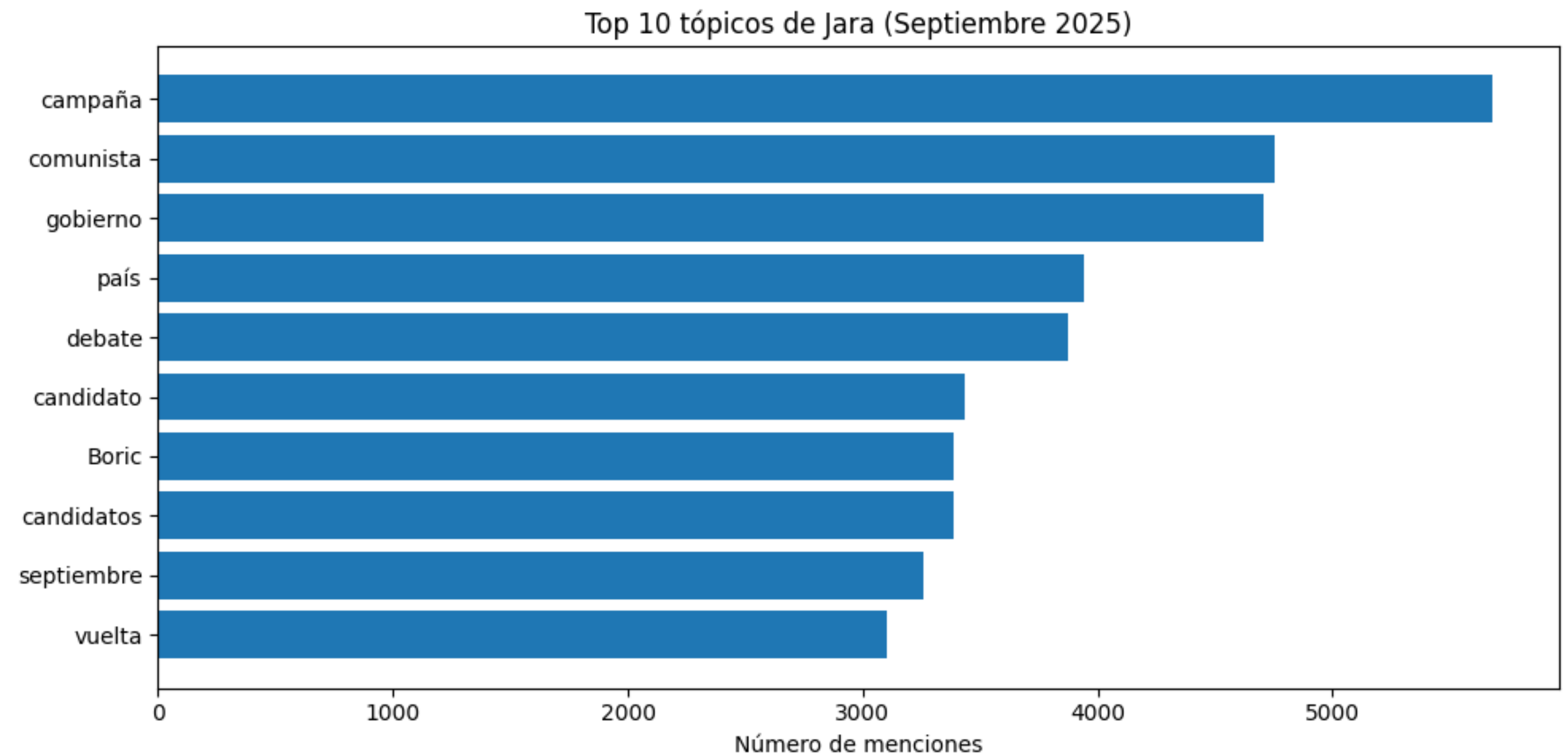
En el caso de Kast, las menciones están dominadas por la palabra **candidato**, seguida de **gobierno**, el hashtag cifrado de Chile y **campañ**a. Aparecen palabras como **Republicano** y **Estado**, que aluden a su identidad ideológica. El tema **bots** sugiere denuncias sobre manipulación de redes por parte de sus seguidores u opositores.



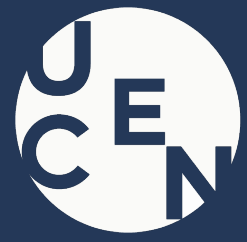
Top 10 tópicos de Kast

Jeannette Jara

Jara centra su narrativa en la **campaña** y en críticas al **comunismo** y al **gobierno**. También se cuelan temas como **Boric**, **septiembre** y **debate**. La presencia de la palabra **vuelta** refleja referencias a la vuelta de la democracia y discusiones sobre la memoria histórica. Su relativo menor share of voice se explica porque su candidatura no participó en todos los debates televisivos.



Top 10 tópicos de Jara



Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

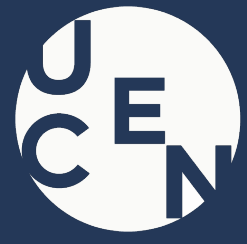
Gatillantes de desinformación y propaganda

Gatillantes

El monitoreo de mensajes etiquetados como **desinformación, misinformación, malinformación** o **campaña negativa** detectó que los principales gatillantes fueron:

- **Identitario:** debates sobre comunismo, Cuba y el golpe de 1973 generaron el mayor volumen de mensajes manipulados. Se difundieron montajes que vinculaban a Jara con el Partido Comunista y “fake news” sobre la prohibición de las elecciones.
- **Seguridad y Araucanía:** existió un flujo constante de afirmaciones falsas sobre estadísticas de delincuencia y terrorismo, especialmente ligadas a propuestas de mano dura de Kast y a la experiencia de Matthei como alcaldesa de Providencia. Algunos videos de ataques en la Araucanía fueron reutilizados fuera de contexto.
- **Economía y presupuesto:** publicaciones con cifras inventadas sobre el costo de los programas de gobierno o los “sueldos millonarios” de los candidatos. Aunque fueron menos virales que los temas identitarios, generaron debate en la semana 4 con la presentación de planes económicos.
- **Migración:** se observaron cadenas de WhatsApp con supuestos planes de amnistía para migrantes ilegales atribuidos a Jara, lo cual fue desmentido por su equipo.

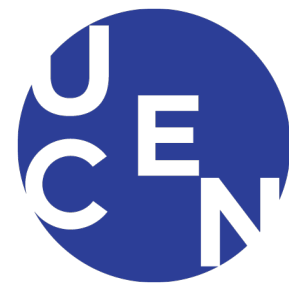
El análisis de la temporalidad muestra que las campañas negativas se activan con fuerza durante los debates (semanas 1 y 2) y disminuyen en las siguientes semanas. Los formatos más usados fueron **videos editados** y **capturas de WhatsApp**; los montajes audiovisuales generaron altos niveles de engagement en TikTok.



Universidad
Central

C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

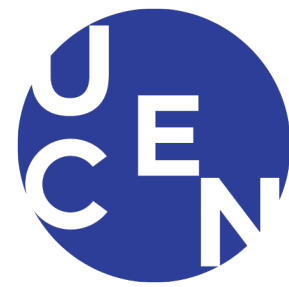
Narrativas por tipología



Desinformación y mis/malinformación

Los ejemplos virales incluyen:

- **Deepfakes y clips editados** que muestran a Matthei apoyando ideas contrarias a su programa. Estas piezas se difundieron principalmente en TikTok y generaron réplicas humorísticas en X/Twitter.
- **Capturas de WhatsApp** sobre supuestas declaraciones de Jara a favor de Cuba y de la expropiación de propiedades. Estas publicaciones combinaron desinformación y malinformación al manipular frases reales fuera de contexto.
- **Videos manipulados** de Kast donde se eliminaban partes de sus intervenciones para atribuirle mensajes racistas. Aunque fueron desmentidos rápidamente, contribuyeron a aumentar el volumen de menciones negativas.





Campaña negativa

La campaña negativa se enfocó en tres ejes:

- 1. Ataques ideológicos:** se calificó a Jara como “comunista” y a Kast como “fascista”, reavivando la polarización entre derecha e izquierda. Estas etiquetas fueron recurrentes en hashtags y memes.
- 2. Ataques de gestión:** se criticó el manejo municipal de Matthei en Providencia y la experiencia de Kast en el Congreso, acusándolos de ineficiencia. Estas narrativas aparecieron sobre todo en la semana 2 tras el debate.
- 3. Ataques personales:** rumores sobre familiares (hermano de Kast), la vida privada de los candidatos y supuestas enfermedades. Aunque tuvieron menor volumen, mostraron cómo la desinformación busca erosionar la reputación personal.

Campaña positiva

Las menciones positivas valoraron:

- **Propuestas y programas:** Matthei destacó sus planes de seguridad y control migratorio; Kast presentó metas económicas y uso de KPI; Jara enfatizó políticas sociales y paridad de género. Las etiquetas “programa” y “metas” fueron frecuentes en la semana 4.
- **Validación de terceros:** cuentas de medios y analistas rescataron el desempeño de Matthei y Jara en debates y entrevistas; también se difundieron encuestas favorables a Kast durante la primera quincena.
- **Emoción positiva:** emoticones como  y  acompañaron publicaciones de apoyo, especialmente en Instagram, aunque su volumen fue menor respecto a la conversación general.



Universidad
Central

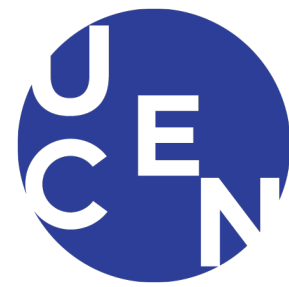
C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

Conclusiones y recomendaciones



Conclusiones

- **Balance de la conversación:** el mes estuvo dominado por narrativas negativas e identitarias. La desinformación y las campañas negativas representaron una proporción significativa del volumen, mientras que las menciones positivas se centraron en propuestas de seguridad y economía. La participación mensual muestra que Matthei (34 %) y Kast (32 %) acapararon la atención, con Jara lejos (11 %).
- **Picos de conversación:** los debates televisivos fueron el principal catalizador; también influyeron eventos conmemorativos y reportajes sobre familiares de los candidatos. Las campañas deben prepararse para estos “picos”, pues concentran la mayor cantidad de rumores y manipulación.
- **Gatillantes dominantes:** los tópicos identitarios (comunismo, izquierda/derecha, golpe) fueron los motores de la desinformación. La ausencia de propuestas concretas en la conversación sugiere un espacio para introducir mensajes programáticos respaldados por datos.



Recomendaciones estratégicas

- **Ventana crítica de respuesta ≤ 24 h:** las campañas deben monitorear la conversación en tiempo real y responder rápidamente a rumores o ataques, preferentemente antes de que alcancen otras plataformas.
- **Blindaje de cifras y evidencias:** acompañar cada anuncio con KPI verificables reduce la vulnerabilidad a la malinformación. Documentar y publicar las fuentes oficiales en las redes.
- **Verificación colaborativa:** trabajar con medios y verificadores para desmentir deepfakes y montajes; promover la alfabetización mediática entre seguidores.
- **Diversificación de contenidos:** aprovechar la semana 4 para aumentar la difusión de propuestas; utilizar formatos positivos (videos explicativos, infografías) para contrarrestar el dominio del debate identitario.

Archivos de datos disponibles

- **Serie diaria de menciones por candidato:** disponible como `daily_mentions_by_candidate.csv`.
- **Menciones y participación semanal:** disponible como `weekly_mentions_share.csv`.
- **Top 10 tópicos del mes:** disponible como `top10_topics_month.csv`.
- **Top 10 tópicos por candidato:** disponible como `top10_topics_per_candidate.csv`.
- **Top 5 tópicos por semana:** disponible como `top5_topics_per_week.csv`.



Universidad
Central



C_DOP
Centro Democracia
y Opinión Pública

cdop.ucentral.cl