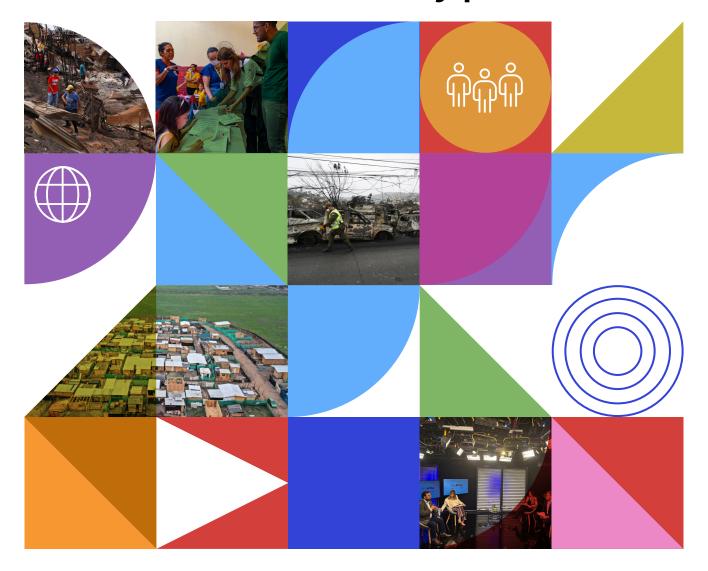
La pobreza en la mirada de los medios 2024. **Noticieros y prensa.**





La pobreza en la mirada de los medios 2024. **Noticieros y prensa.**

Coordinadora de investigación María José Rubio

Encargada de análisis Ana Soto

Asesoría de análisis y edición Catalina Littin Miguel Becerra

Levantamiento de datos Bárbara Figueroa Carolina Rojas

Diseño Fiorella Cipolli

Fotos de portada: La Tercera, 04/02/2024. El Mercurio 15/01/2024. La Segunda, 06/02/2024. El Mercurio, 15 01/2024. La Tercera, 15/01/2024.

ALIANZA COMUNICACIÓN Y POBREZA, 2024.

Índice

04.
ANTECEDENTES

06.
METODOLOGÍA

10. RESULTADOS

12.

DIMENSIÓN TEMÁTICA:

Temas asociados a la pobreza en los medios

18.

DIMENSIÓN DE SUJETO:

¿Qué arquetipos se presentan en las noticias sobre pobreza?

26.

DIMENSIÓN DE CONSTRUCCIÓN DEL RELATO:

Relevancia y origen de las noticias sobre pobreza

32.

DIMENSIÓN EDITORIAL:

¿Las noticias sobre pobreza se centran en las causas del fenómeno o su superación?

38.

DIMENSIÓN DEL LENGUAJE:

Lenguaje predominante en las noticias sobre pobreza

44.

DIMENSIÓN ESTRUCTURA DE OPORTUNIDADES:

¿Se presentan posibilidades de superación en las noticias?

48.

CONCLUSIONES

¿Cómo se presentó la pobreza en medios el año 2024?

Antecedentes.

Desde su creación en 2005, la Alianza Comunicación y Pobreza, integrada actualmente por la Comunidad de Organizaciones Solidarias, América Solidaria, Base Pública y la Fundación Superación de la Pobreza, ha trabajado incansablemente para promover una cobertura mediática de alta calidad que no solo informe, sino que también profundice en la comprensión integral de la pobreza, explorando sus causas, impactos y estrategias para su superación.

A lo largo de dos décadas, esta alianza ha realizado más de 20 publicaciones sobre diversos aspectos de la cobertura de la pobreza en los medios de comunicación. Estos estudios han buscado aportar metodologías innovadoras, formatos variados y perspectivas múltiples al análisis de este tema, contribuyendo así a una comprensión más profunda de la incidencia del trabajo periodístico en la percepción social de la pobreza.

De especial relevancia para este nuevo informe son cuatro investigaciones anteriores que han marcado la evolución en la cobertura mediática de la pobreza. Los análisis titulados 'La pobreza es noticia', y 'La pobreza y la televisión', realizados en 2005¹ y 2014², respectivamente, revelaron una representación inicialmente estereotipada y limitada en los noticieros centrales de televisión, con una tendencia a mejorar hacia una cobertura más empática y detallada en 2014. Por su parte, el estudio de 2006³ evidenció una representación de la pobreza en prensa escrita como un problema urbano con escasa atención a soluciones, mientras que el análisis de 2007⁴ en prensa escrita de la región de Valparaíso destacó una diversificación en los temas relacionados, aunque aún predominaba la visión de la pobreza como una cuestión de asistencialismo.

Estas investigaciones constatan los cambios en la representación mediática de la pobreza así como también destacan áreas consistentes de deficiencia que este estudio, de 2024, busca explorar y abordar. Esta continuidad

investigativa permite cierto análisis comparativo, poniendo en contexto los avances y los retos persistentes que enfrentan los medios en la cobertura de la pobreza.

Este nuevo documento se centra en analizar la representación mediática de la pobreza en Chile, utilizando una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Se examinaron dos tipos principales de medios: noticieros centrales de televisión y diarios de circulación nacional. Este enfoque dual permite una visión más comprensiva de las narrativas mediáticas y los enfoques empleados para tratar el tema de la pobreza durante 2024.

El objetivo principal de este estudio es identificar y describir los patrones predominantes en la cobertura mediática de la pobreza, ofreciendo una visión actualizada de la situación en 2024. Aunque se realizan comparaciones ocasionales con datos históricos para contextualizar ciertos hallazgos, el enfoque se centra en evaluar la representación actual, veinte años después de la realización del primer estudio.

La inclusión de noticieros y prensa escrita en el análisis permite abordar diferentes audiencias y estilos de reporteo, lo que proporciona una perspectiva más completa y matizada sobre cómo se comunica la pobreza en diversas plataformas mediáticas. Este análisis tiene el potencial de ser útil tanto para formuladores de políticas como para profesionales de los medios, ya que ofrece datos clave que pueden informar y mejorar futuras estrategias de comunicación y cobertura.

¹Alianza Comunicación y Pobreza. (2005). La pobreza es noticia: Estudio sobre los noticieros centrales de la TV chilena.

Recuperado de https://comunicacionypobreza.cl/wp-content/uploads/2020/11/15-La_pobreza_es_noticia2005.pdf

²Alianza Comunicación y Pobreza. (2014). Estudio sobre la pobreza y la televisión en el Chile actual.

 $Recuperado\ de\ https://comunicacionypobreza.cl/wp-content/uploads/2020/11/5-Estudio-Pobreza-y-TV-en-el-Chile-actual-Oct-20141.pdf$

³Alianza Comunicación y Pobreza. (2006). La pobreza en pauta: Un estudio de la prensa escrita nacional y regional.

Recuperado de https://comunicacionypobreza.cl/wp-content/uploads/2020/11/14-La_pobreza_en_pauta_2006.pdf

⁴Alianza Comunicación y Pobreza. (2007). El desafío de reconstruir la noticia.

Recuperado de https://comunicacionypobreza.cl/wp-content/uploads/2020/11/12-El_desafio_de_reconstruir_la_noticia_2007.pdf

Metodología.

ENFOQUE DEL ESTUDIO

Como se señaló, este estudio busca identificar y describir los patrones predominantes en la cobertura de la pobreza por parte de los medios de comunicación en Chile durante 2024. Para ello, se adoptó un enfoque metodológico basado en el análisis de contenido, combinando técnicas cuantitativas y cualitativas.

Este enfoque permite no solo describir la cobertura mediática, sino también identificar patrones recurrentes en la forma en que se presenta la pobreza en los noticieros centrales de televisión y diarios de circulación nacional. A lo largo de esta sección, se explicará la metodología utilizada, desde la selección de la muestra hasta los procedimientos analíticos aplicados.

DIMENSIONES DEL ANÁLISIS

Para caracterizar el tratamiento de la pobreza en los medios, el estudio consideró seis dimensiones analíticas, cada una enfocada en un aspecto específico de la representación mediática:

Dimensión temática: ¿con qué temas se relaciona a la pobreza en los medios? Analiza si la pobreza es el foco central de la noticia o si aparece como un tema secundario. También examina los temas con los que se asocia la pobreza, como educación, empleo o políticas públicas.

Dimensión de sujeto: ¿qué personas se presentan en las noticias sobre pobreza? Explora las voces (vocerías) presentes en la cobertura, distinguiendo entre fuentes gubernamentales, organizaciones sociales, académicos y personas en situación de pobreza. También identifica los arquetipos de pobreza utilizados en los relatos periodísticos.

Dimensión de construcción del relato: ¿es relevante la noticia? y ¿quién la provoca? Analiza cómo los medios de comunicación presentan la pobreza, considerando elementos clave como la relevancia de la noticia, el origen de la información y el formato utilizado. Este análisis permite identificar patrones en la jerarquización del tema dentro de la agenda mediática y las lógicas narrativas que influyen en su representación

Dimensión editorial: ¿las noticias sobre pobreza se centran en las causas del fenómeno o su superación? Evalúa el enfoque predominante en la cobertura de la pobreza,

identificando si las noticias enfatizan las causas estructurales del problema, los efectos de la pobreza o las soluciones y estrategias de superación.

Dimensión del lenguaje: ¿qué tipo de lenguaje predomina en las noticias sobre pobreza? Analiza el tipo de lenguaje empleado en la cobertura mediática, diferenciando entre lenguaje neutro, de denuncia, dramático, emotivo o apelativo.

Dimensión de oportunidades: ¿se presentan posibilidades de superación en las noticias? Examina si la cobertura da cuenta de posibles soluciones o estrategias de superación de la pobreza, identificando qué actores son mencionados como responsables de impulsar dichas oportunidades y qué consisten.

La información recopilada fue sistematizada y categorizada dentro de estas dimensiones, permitiendo un análisis descriptivo y la identificación de patrones en la cobertura mediática.

UNIVERSO Y MUESTRA

El universo del estudio estuvo compuesto por noticias sobre pobreza publicadas entre enero y diciembre de 2024 en diarios de circulación nacional y noticieros centrales de televisión abierta en Chile. La selección de medios y días de análisis fue diseñada para asegurar una representación equilibrada de la cobertura informativa del año.

Medios Analizados

Los siguientes medios fueron seleccionados por su alcance y relevancia en la agenda pública:

Diarios de circulación nacional:

- El Mercurio
- Las Últimas Noticias
- La Tercera
- La Segunda

Noticieros centrales de televisión abierta:

- Teletrece (Canal 13)
- 24 Horas Central (TVN)
- Chilevisión Noticias (CHV)

El noticiero central de Mega fue excluido del estudio debido a la falta de viabilidad para acceder y visualizar su contenido en el período de análisis. Además, en esta oportunidad no se incluyeron medios digitales, dado que el estudio se centró en plataformas tradicionales con un alcance consolidado y verificable.

Técnica de Muestreo

Se utilizó la técnica de semana construida, permitiendo representar un período extenso mediante la selección de días específicos distribuidos a lo largo del año. En este caso, se reconstruyeron dos semanas completas y un día adicional, asegurando una representación equitativa de la cobertura mediática.

Días Seleccionados:

LUNES	15 DE ENERO 10 DE JUNIO 28 DE OCTUBRE
MARTES	6 DE FEBRERO 2 DE JULIO 19 DE NOVIEMBRE
MIÉRCOLES	28 DE FEBRERO 24 DE JULIO 11 DE DICIEMBRE
JUEVES	21 DE MARZO 15 DE AGOSTO
VIERNES	12 DE ABRIL 6 DE SEPTIEMBRE
SÁBADO	4 DE MAYO 21 DE SEPTIEMBRE
DOMINGO	26 DE MAYO 13 DE SEPTIEMBRE

Justificación de la Selección

La técnica de semana construida permite distribuir equitativamente los días de análisis, asegurando una cobertura variada y evitando concentraciones temporales que puedan distorsionar los hallazgos. La variabilidad temporal de la muestra considera diferentes meses y estaciones del año, permitiendo identificar cambios en la cobertura influenciados por coyunturas estacionales, políticas o sociales. La inclusión de cada día de la semana permite analizar un ciclo semanal completo, facilitando la identificación de patrones asociados a la frecuencia y el tipo de noticias publicadas.

DISTRIBUCIÓN DE LAS NOTICIAS ANALIZADAS

Para comprender mejor cómo se distribuyó la cobertura mediática sobre la pobreza, se presenta la Tabla 1, que muestra la cantidad de noticias analizadas según el tipo de medio y el medio específico en el que fueron publicadas.

Tabla 1: Distribución de noticias sobre pobreza según tipo de medio y fuente de publicación (2024)

TIPO DE MEDIO	MEDIO	CANT. DE NOTICIAS	% DEL TOTAL
DIARIO	EL MERCURIO	48	23,3%
	LA TERCERA	46	22,3%
	LA SEGUNDA	22	10,7%
	LAS ÚLTIMAS NOTICIAS	19	9,2%
TOTAL DIARIOS		135	65,5%
NOTICIERO CENTRAL DE TV		24	11,6%
	TELETRECE	24	11,6%
	24 HORAS CENTRAL	23	11,2%
TOTAL NOTICIEROS TV	CHILEVISIÓN NOTICIAS	71	34,5%
TOTAL GENERAL		206	æ

Los datos reflejan que la prensa escrita representó la mayor parte de la cobertura mediática sobre la pobreza (65,5%), mientras que los noticieros centrales de televisión representaron el 34,5%.

Entre los diarios, El Mercurio y La Tercera fueron los que más abordaron el tema, mientras que en televisión, la distribución de noticias fue relativamente equitativa entre Teletrece, 24 Horas Central y Chilevisión Noticias.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para analizar la información recopilada, se implementaron diversos procedimientos estadísticos y categorizaciones cualitativas.

Se realizaron los siguientes procedimientos:

- Distribuciones de Frecuencia: Permiten identificar la proporción de cada categoría dentro de las dimensiones analizadas, facilitando una comprensión clara de la distribución de los datos.
- Tablas de Contingencia: Se utilizan para examinar la relación entre variables clave, facilitando la visualización de patrones y diferencias significativas en la cobertura mediática.

Prueba de Chi-cuadrado: Permite evaluar si las asociaciones observadas entre variables categóricas son estadísticamente significativas. Estos análisis permitieron identificar patrones y posibles diferencias en la representación mediática de la pobreza. También, permitieron establecer tendencias en la cobertura de la pobreza, proporcionando insumos clave para la interpretación de los resultados en las siguientes secciones del informe.

Resultados.

¿CÓMO ES REPRESENTADA LA POBREZA EN LA COBERTURA NOTICIOSA DE LOS MEDIOS TRADICIONALES?

El estudio se encuentra estructurado en 6 dimensiones de análisis que permiten caracterizar tanto el contenido de las noticias como su construcción narrativa y editorial (temática, del sujeto, del relato, editorial, del lenguaje y de las oportunidades).

A continuación, se presentan los principales hallazgos organizados según las dimensiones analizadas. Este análisis no solo identifica patrones recurrentes en la cobertura de la pobreza, sino que también destaca vacíos informativos y oportunidades para mejorar la calidad del tratamiento periodístico de esta temática.

DIMENSIÓN TEMÁTICA

Temas asociados a la pobreza en los medios



"Solicitudes de renegociación de deuda de personas cierran 2023 en su mayor número en cuatro años", La Tercera 15 de enero 2024.

La dimensión temática examina el lugar que ocupa la pobreza en la cobertura mediática y los temas con los que se le vincula. Permite identificar si es presentada como un problema estructural, una situación coyuntural o un elemento secundario dentro de otro tipo de noticias.

- Los resultados muestran que un porcentaje significativo de las noticias presenta la pobreza como un problema vinculado a la economía y las políticas públicas, mientras que otros enfoques la relacionan con temas de seguridad, educación y salud. En menor mela mayoría de las noticias presentan la pobreza como un problema vinculado a los desastres naturales y tragedias, y economía y políticas públicas, principalmente. Y luego a otros temas como vivienda, delincuencia, salud y otros.
- Los diarios tienden a abordar la pobreza desde una perspectiva estructural y económica, mientras que los noticieros televisivos suelen enfocarse en casos individuales y situaciones específicas, otorgando menos contexto a las causas profundas de la pobreza.

Estos hallazgos sugieren que, si bien la pobreza es un tema recurrente en la agenda mediática, la forma en que se presenta varía significativamente entre los medios escritos y audiovisuales, lo que impacta en la percepción pública del problema y sus soluciones.

COBERTURA PERIODÍSTICA: NOTICIAS CENTRADAS Y ASOCIADAS A LA POBREZA

El análisis de las 206 noticias muestra que la pobreza sigue siendo abordada a partir de temas asociados a ella, como por ejemplo vivienda, salud o desastres naturales; mientras que sólo el 3,4% de las noticias la aborda como un tema en sí mismo. Esto indica que en la cobertura mediática de 2024, la pobreza se aborda a través de cómo se expresa en las distintas realidades, e incluso puede estar presente como contexto de la información.

Para comprender estos resultados, es clave distinguir entre los dos tipos de tratamiento informativo utilizados en estudios previos:

Noticias centradas en pobreza: Aquellas cuyo foco principal es la pobreza o las personas en situación de pobreza. Estas noticias mencionan explícitamente términos como pobreza, indigencia o personas en situación de calle, y estructuran su relato en torno a esta problemática.

Noticias asociadas a pobreza: Aquellas donde la pobreza aparece vinculada a otros temas como educación, salud, vivienda o delincuencia. Para ser clasificadas en esta categoría, debían cumplir al menos dos de los siguientes criterios:

- Uso de términos relacionados con desigualdad, vulnerabilidad o brechas sociales y económicas.
- Presencia de personas en situación de pobreza como sujetos identificables en la noticia.
- Ubicación de los hechos en territorios comúnmente asociados a la pobreza, como campamentos, sectores rurales desabastecidos o barrios de bajos ingresos.

En 2005, más de un tercio de las noticias abordaba directamente esta problemática, mientras que en la actualidad la cobertura ha pasado a abordar las expresiones de la pobreza. Esta tendencia podría reflejar cambios en la agenda mediática, en la percepción pública o en las dinámicas de producción periodística, donde las noticias con estructura tradicional han perdido protagonismo frente a la cobertura de eventos coyunturales.

Esta tendencia es consistente. Por ejemplo, en la cobertura de desastres naturales o tragedias, se menciona el impacto desproporcionado en comunidades vulnerables sin profundizar en las causas estructurales que las hacen más susceptibles a estos riesgos.

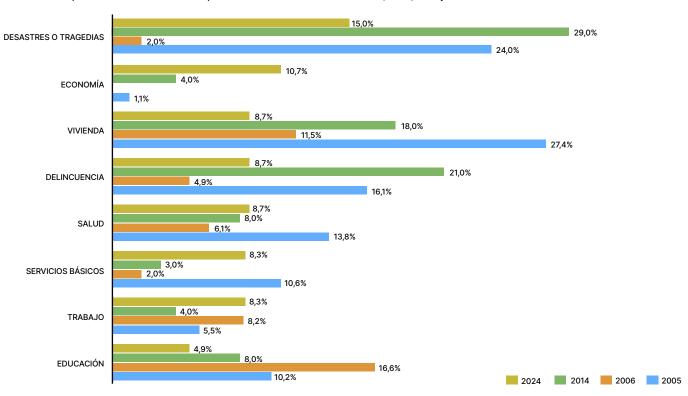
Estos hallazgos refuerzan la importancia de monitorear cómo los medios abordan la pobreza, no sólo en términos de su presencia en la agenda, sino también respecto a la profundidad con la que se analizan sus causas, consecuencias y soluciones.

TEMAS PRINCIPALES EN LA COBERTURA MEDIÁTICA DE LA POBREZA

El análisis de la cobertura mediática sobre la pobreza muestra una preferencia por ciertos temas, muchos de los cuales han sido identificados en estudios previos y se han mantenido en la presente investigación. No obstante, también emergen nuevas temáticas, agrupadas bajo la categoría Otros, que reflejan cambios en la forma en que los medios abordan la pobreza.

El Gráfico 1 presenta la evolución de los principales temas asociados a la pobreza en los años 2005, 2006, 2014 y 2024. En términos generales, para 2024, las tendencias son menos marcadas, ya que la cobertura está más diversificada. Aunque desastres o tragedias sigue siendo el tema predominante, su presencia relativa es menor en comparación con 2005 y 2014.

Gráfico 1: Principales temáticas asociadas a la pobreza en los medios en los años 2005, 2006, 2014 y 2024



Además, algunos temas han cobrado mayor relevancia en 2024⁵. Por ejemplo, economía ha aumentado de 1% en 2005 a 11% en 2024. Protección social y pensiones aparecen por primera vez con un 8%, posiblemente ligado a los debates recientes sobre sistemas de seguridad social. En contraste, violencia y delincuencia, que en 2014 representaban 18% y 21% respectivamente, han disminuido a 7% y 9% en 2024, lo que podría indicar un cambio en la forma en que los medios vinculan la pobreza con la criminalidad.

Temas como trabajo (8%) y servicios básicos (8%) han ganado presencia, lo que sugiere un mayor interés por las condiciones estructurales que afectan a las personas en situación de pobreza.

COMPARACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DE TEMAS EN EL TIEMPO

Los resultados indican que en 2024 los temas están más equilibradamente distribuidos en comparación con otros años:



Desastres o tragedias representa el 15,0% de las noticias en 2024, una cifra menor que en 2014 (29,0%) y 2005 (24,0%), pero superior a 2006 (2,0%).



Economía alcanza 10,7% en 2024, mientras que en 2005 sólo representaba 1,1% y en 2014 un 4,0%.



Vivienda tiene un 8,7% en 2024, considerablemente menor que en 2005 cuando predominaba (27,4%) y que en 2014 (18,0%), pero cercana a 2006 (11,5%).



Delincuencia muestra una reducción significativa en comparación con 2014 (21%) y 2005 (16,1%), situándose en 8,7% en 2024.



Salud disminuye a 8,7% en 2024, respecto a 2005 (13,8%), pero mantiene niveles similares a 2014 (8,0%).



Servicios básicos y trabajo, ambos con 8,3% en 2024, presentan fluctuaciones a lo largo del tiempo, con servicios básicos en descenso y trabajo con una tendencia más estable.



Educación cae a 4,9% en 2024, en comparación con 2006 (16,6%), 2005 (10,2%) y 2014 (8,0%).

Estos cambios reflejan cómo han variado las prioridades mediáticas en la cobertura de la pobreza, destacando que en 2024 no hay un solo tema dominante, a diferencia de años anteriores, cuando ciertas categorías como vivienda o desastres tenían una presencia significativamente mayor.

⁵Para facilitar la comparación, se han incluido en el Gráfico 1 sólo las temáticas con una presencia superior al 5% en 2024. En algunos casos, no se dispone de datos para años anteriores, como ocurre con economía en 2006, donde no formaba parte de las categorías de análisis.

Entre las temáticas emergentes que aparecen vinculadas a noticias de pobreza, pero que no alcanzaron a entrar al Gráfico 1, se pueden mencionar:

Migración (2,4%)

Política (1%)

Transporte público (1%)

Natalidad (1%)

Derechos humanos (1%)

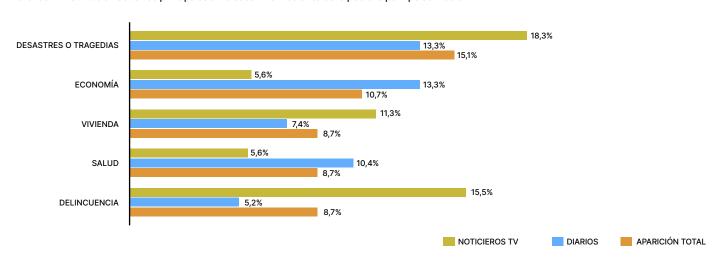
Participación ciudadana (0,5%)

TEMAS PRINCIPALES POR TIPO DE MEDIO

Este análisis muestra diferencias significativas en la manera en que los diarios y los noticieros centrales de televisión priorizan los temas. El Gráfico 2 presenta la distribución de los tres principales temas en ambos tipos de medios, TV y diarios.

Este análisis permite comprender cómo cada medio enfatiza ciertos enfoques narrativos, reflejando sus dinámicas de representación de la pobreza.

Gráfico 2: Distribución de temas principales en la cobertura mediática de la pobreza por tipo de medio



Siguiendo la tendencia general de la cobertura mediática, el tema desastres o tragedias ocupa el primer lugar en ambos tipos de medios, aunque es más frecuente en los noticieros de televisión (18,3%) que en los diarios (13,3%). Este patrón puede explicarse por el impacto visual de los desastres y su urgencia informativa, características que los noticieros priorizan debido a su formato audiovisual.

En contraste, economía es un tema significativamente más presente en los diarios (13,3%) que en los noticieros (5,6%). Esto responde a la capacidad natural de los diarios para realizar análisis más profundos sobre la economía y su impacto en políticas públicas y sociales.

En cuanto a los temas que comparten el tercer lugar en la cobertura general:



Vivienda es más destacada en noticieros de televisión (11,3%) que en diarios (7,4%), lo que sugiere que este tema es cubierto con un enfoque visual y narrativo, a través de historias humanas o imágenes de problemáticas habitacionales.



Salud aparece con más frecuencia en diarios (10,4%) que en noticieros (5,6%), reflejando la capacidad de los diarios para profundizar en temas de salud pública y sus efectos a largo plazo.



Delincuencia es mucho más frecuente en noticieros (15,5%) que en diarios (5,2%), lo que coincide con el énfasis de la televisión en hechos violentos y noticias de impacto inmediato.

Los resultados confirman que los noticieros centrales de televisión priorizan temas con un impacto inmediato y visual, como desastres, delincuencia y vivienda, mientras que los diarios abordan cuestiones con un componente más estructural y analítico como economía y salud.

Síntesis: Dimensión Temática

- La pobreza como fenómeno único no es el eje informativo principal en 2024, sino que este se presenta
 junto a distintas manifestaciones asociadas al fenómeno e incluso como contexto. Las temáticas de
 pobreza son abordadas a través de sus expresiones en vivienda o desastres naturales y no como
 imágen arquetípica.
- Mientras que los diarios abordan los temas vinculados a la pobreza con estructura y mayor análisis, los noticieros televisivos emiten informaciones de impacto inmediato, sobretodo cuando se trata de desastres naturales o delitos.
- Estos hallazgos reflejan una tendencia a presentar la pobreza vinculada a temáticas que tienen que ver con las distintas dimensiones del bienestar en las que este fenómeno se expresa. En este sentido, la cantidad de noticias sobre desastres, economía, vivienda y delincuencia, dan cuenta de que en 2024 no se observa un tema predominante.

DIMENSIÓN SUJETO

¿Qué arquetipos se presentan en las noticias sobre pobreza?



"Personas y vecinos efectúan labores de levantamiento de escombros en la Villa Independencia, Viña del Mar". FOTO: MANUEL REYES/ AGENCIAUNO. La Tercera, 04 de febrero 2024.

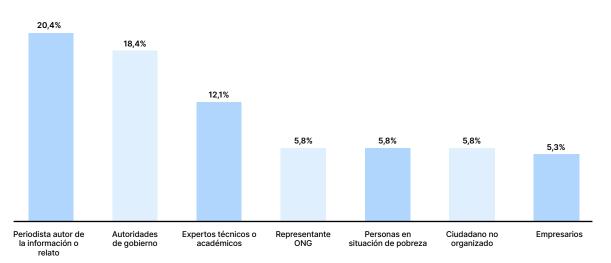
La dimensión del sujeto en el relato mediático sobre la pobreza se centra en identificar quiénes son los principales constructores de este discurso, destacando las voces predominantes (vocerías) y las representaciones estereotipadas (arquetipos) que se utilizan. Las vocerías revelan quiénes tienen un espacio en la agenda pública y desde qué perspectiva se aborda el tema de la pobreza. Sin embargo, si las personas en situación de pobreza tienen una representación limitada, su visión de la realidad queda marginada del debate público. Por otro lado, los arquetipos de pobreza influyen en cómo se percibe a las personas en esta situación, lo que a su vez afecta la percepción social y el diseño de políticas públicas.

Este análisis permite comprender cómo los medios legitiman ciertas voces y excluyen otras, afectando la manera en que la pobreza es entendida y abordada a nivel social y político.

VOCERÍAS PRINCIPALES EN LA COBERTURA MEDIÁTICA

Las vocerías se refieren a los actores que aparecen en las noticias hablando sobre la pobreza, proporcionando información, análisis u opiniones sobre el tema. En la cobertura mediática, las voces institucionales y expertas dominan el discurso, mientras que las personas directamente afectadas por la pobreza tienen una presencia escasa. El Gráfico 3 presenta las principales vocerías y su distribución:

Gráfico 3: Distribución de vocerías principales en la cobertura mediática de la pobreza



Como se puede observar:



El 20,4% de las noticias tiene al periodista como vocería principal, lo que indica un alto grado de mediación informativa, donde el periodista generalmente no solo transmite información, sino que interpreta los hechos y eventualmente, los valora.



Las autoridades de gobierno representan el 18,5% de las vocerías, consolidando una visión, en general, oficialista del tema.



Los expertos técnicos o académicos tienen un 12,1% de presencia, lo que refuerza la tendencia a explicar la pobreza desde un enfoque especializado.



Las personas en situación de pobreza solo representan el 5,8% de las vocerías principales, lo que limita su rol como actores en la discusión pública.



Otros actores con menor presencia incluyen representantes de ONG (5,8%), empresarios (5,3%), autoridades municipales (3,4%) y el presidente (3,4%).

Las vocerías predominantes en los medios pueden reforzar ciertos discursos sobre la pobreza y excluir otros. La baja presencia de personas en situación de pobreza como fuentes directas de información limita su capacidad de influir en la conversación pública y puede contribuir a la invisibilización de sus experiencias y necesidades.

Cada tema en la cobertura mediática tiene actores predominantes que estructuran su narrativa. La Tabla 3 muestra las vocerías principales en el relato periodístico sobre los temas más relevantes relacionados con la pobreza.

Tabla 3: Distribución de vocerías según temáticas principales

TEMA PRINCIPAL	AUTORIDADES DE GOBIERNO	EXPERTOS TÉCNICOS O ACADÉMICOS	PERIODISTA	PERSONAS EN SITUACIÓN DE POBREZA	REPRESENTANTE DE ONG	TOTAL DE APARICIONES DEL TEMA
DESASTRES O TRAGEDIAS	22,6%	3,2%	6,5%	29%	0%	31
ECONOMÍA	18,2%	22,7%	18,2%	0%	0%	22
VIVIENDA	16,7%	5,6%	11,1%	5,6%	5,6%	18
SALUD	5,6%	11,1%	16,7%	11,1%	22,2%	18
DELINCUENCIA	11,1%	5,6%	16,7%	0%	0%	18

La distribución de vocerías por temas expone algunas tendencias relevantes:

En desastres o tragedias, las personas en situación de pobreza son la vocería predominante (29%), dado que son las víctimas, los siniestrados o representan a quienes lo son, pero su presencia desaparece en debates estructurales como economía o delincuencia.

En economía y salud, los expertos técnicos y ONG ganan protagonismo, mientras que las autoridades gubernamentales lideran en vivienda y delincuencia.

El periodismo tiene un rol clave en todos los temas, pero especialmente en delincuencia y salud (16,7%).

En general, estos datos reflejan cómo los medios de comunicación seleccionan y priorizan ciertas voces para hablar sobre la pobreza, influyendo en la manera en que se construye el discurso público sobre estos temas. Mientras algunos actores tienen un espacio constante en el debate mediático, otros, como las personas directamente afectadas por la pobreza, aparecen solo en situaciones específicas y no como protagonistas en la discusión de políticas públicas.

LAS VOCERÍAS A TRAVÉS DE LOS AÑOS

El análisis comparado con los estudios de 2005, 2014 y 2024 evidencia cambios significativos en la representación de la pobreza en los medios.

Algunas tendencias relevantes son:



2005 y 2014: la voz de las personas en situación de pobreza tenía un rol más central. En 2005 representaban el 29% de las vocerías y en 2014 llegaron al 38%. Sin embargo, en 2024 su presencia cae drásticamente a sólo 6%, desplazada por autoridades y periodistas.



Los periodistas, que en 2014 tenían una presencia marginal (4%), recuperan protagonismo en 2024 (20%), lo que sugiere un mayor control editorial sobre el relato o una mayor necesidad de mediación de la información.



Los expertos técnicos y académicos han mantenido una presencia estable en el tiempo (9% en 2005, 12% en 2014 y 12% en 2024), reforzando la visión especializada sobre la pobreza en el debate público.



Las autoridades de gobierno se mantienen como vocerías clave, con variaciones menores en su porcentaje de aparición (20% en 2005, 22% en 2014 y 18% en 2024).



Las ONG aparecen por primera vez en 2024 con un 6% de representación, lo que sugiere una apertura a la diversificación del debate.

En suma, el progresivo descenso en la presencia de personas en situación de pobreza en el discurso mediático podría estar limitando la diversidad de perspectivas sobre el tema, reduciendo la visibilidad de sus experiencias y necesidades reales. Y por otro lado, el retorno del protagonismo periodístico sugiere un mayor control del discurso por parte de los medios en lugar de dar espacio a actores sociales.

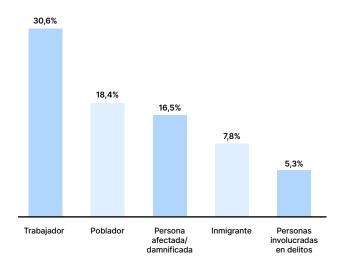
Adicionalmente, el aumento de la presencia de ONG podría indicar un cambio en la narrativa, con un enfoque más ligado a la intervención social y no solo al análisis gubernamental o académico.

Esta evolución refuerza la idea de que el discurso mediático sobre la pobreza no es estático, sino que responde a cambios en la agenda pública, las dinámicas políticas y los intereses editoriales de los medios de comunicación.

ARQUETIPOS DE POBREZA EN LA COBERTURA MEDIÁTICA

Los arquetipos de pobreza son representaciones mediáticas que configuran la imagen social de las personas en situación de pobreza. Estos arquetipos pueden influir en la percepción pública y en la forma en que las políticas se diseñan para abordar la pobreza. En 2024, el análisis revela una diversidad de arquetipos, con algunos que se han mantenido en el tiempo y otros que emergen por primera vez en la narrativa mediática.

Gráfico 4: Distribución de arquetipos en la cobertura mediática



Los datos muestran que el año 2024 "trabajador" es el arquetipo dominante (30,6%), lo que indica un cambio en la representación de la pobreza, vinculando más con la precariedad laboral que con la exclusión territorial o asistencialismo.

Tabla 4: Distribución de los arquetipos en la cobertura mediática de 2024

ARQUETIPO	PRESENCIA EN 2024	EVOLUCIÓN DESDE 2005
TRABAJADOR	30,6%	AUMENTA
POBLADOR	18,5%	DISMINUYE
PERSONA AFECTADA/DAMNIFICADA	16,5%	NUEVA CATEGORÍA
INMIGRANTE	7,7%	NUEVA CATEGORÍA
PERSONAS INVOLUCRADAS EN DELITOS	5,3%	NUEVA CATEGORÍA

La Tabla 4 presenta la distribución de los arquetipos en la cobertura mediática de 2024 y su variación desde el año 2005. La evolución de los arquetipos en el tiempo confirma cambios en la narrativa mediática sobre la pobreza. En 2005 y 2014, el arquetipo de "poblador" era el más frecuente (58%), reflejando una fuerte asociación entre pobreza y territorio. En 2024, esta cifra cae al 18,5%, mientras el "trabajador" se convierte en la imagen predominante. El arquetipo de "persona afectada/damnificada" no tenía presencia en 2005 ni 2014, pero en 2024 representa el 16,5% de las menciones, lo que sugiere un énfasis mediático en la información de pobreza vinculada a emergencias o crisis.

Es posible interpretar que el desplazamiento del "poblador" y el ascenso del "trabajador" podrían reflejar un cambio en la mirada mediática de la pobreza, asociándola más con desigualdad económica y precariedad laboral que con la marginalidad territorial. El auge de la figura del damnificado refuerza la idea de que la pobreza es mostrada principalmente en contextos de crisis, más que como una problemática estructural. La aparición de nuevos arquetipos, como "inmigrante" y "persona involucrada en delitos", podría contribuir a estereotipos negativos sobre ciertos grupos, reforzando discursos que asocian la pobreza con criminalidad o desplazamiento forzado.

Tabla 5: Distribución de vocerías por arquetipo e interpretación

ARQUETIPO	VOCERÍA MÁS FRECUENTE	INTERPRETACIÓN
TRABAJADOR (30,6%)	Autoridades de gobierno Expertos técnicos Empresarios	Se presenta la pobreza como un problema de empleabilidad y capacitación más que como una cuestión estructural.
POBLADOR (18,5%)	Periodistas Autoridades de gobierno	La voz de los propios pobladores queda relegada, mientras el relato lo construyen los medios y el Estado.
PERSONA AFECTADA/ DAMNIFICADA (16,5%)	Personas en situación de pobreza Autoridades de gobierno ONG	Se refuerza la imagen de la pobreza como un fenómeno ligado a crisis y catástrofes. O bien, que queda al descubierto tras éstas.
INMIGRANTE (7,7%)	Expertos técnicos Ciudadanos no organizados	La pobreza migrante es abordada desde una óptica técnica más que desde los testimonios de los propios migrantes.
PERSONAS INVOLUCRADAS EN DELITOS (5,3%)	Autoridades de gobierno Ciudadanos no organizados	Se construye un discurso que asocia pobreza con criminalidad, sin dar voz a los afectados.

RELACIÓN ENTRE VOCERÍAS PRINCIPALES Y ARQUETIPOS DE POBREZA

El análisis de la relación entre vocerías principales y arquetipos de pobreza evidencia una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables.

Esto indica que la elección de las vocerías en los medios no es aleatoria, sino que responde a patrones estructurados en la construcción mediática de la pobreza. Algunos puntos relevantes en esta relación son:



La pobreza como problema de empleo y no estructural: la fuerte asociación del trabajador con autoridades y expertos sugiere que el discurso dominante vincula la pobreza a la falta de empleo o capacitación, más que a desigualdades estructurales como la calidad del trabajo o la remuneración.



Las personas en situación de pobreza solo tienen voz en contextos de crisis humanitarias: su participación en la vocería de "afectados/damnificados" indica que su presencia en los medios está ligada a desastres o tragedias, pero no a debates sobre soluciones o políticas.



Las narrativas sobre criminalidad y migración son construidas por otros actores: los discursos sobre pobreza y delincuencia, así como sobre pobreza migrante, están mediados por autoridades y expertos, sin que las personas directamente afectadas tengan espacio para expresarse.

Síntesis: Dimensión Sujeto

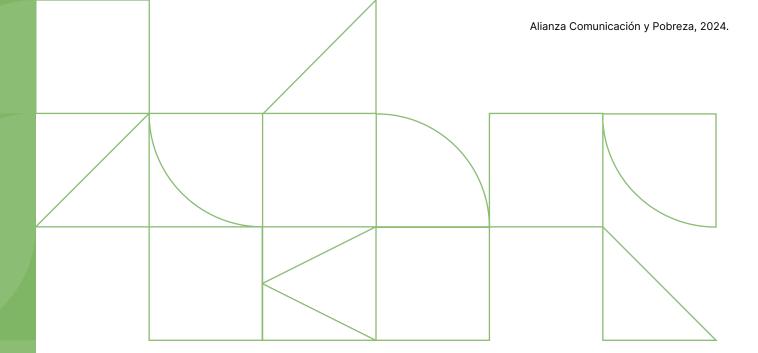
- La construcción mediática de la pobreza en 2024 sigue privilegiando las voces institucionales y técnicas por sobre las experiencias de quienes la experimentan.
- Mientras que la figura del trabajador emerge como el nuevo arquetipo dominante, este relato está mediado por expertos y autoridades, relegando la voz de los propios protagonistas.
- Dentro de las noticias se puede detectar la aparición de nuevos arquetipos como inmigrante o persona involucrada en delitos, aunque todavía en poca cantidad. Al respecto, resulta compleja la identificación e instalación de ciertos grupos como "pobres". Especialmente en torno a la migración, la delicuencia o los desastres, puesto que podrían reforzarse estereotipos negativos y generarse estigmatización a través de la agenda mediática.

DIMENSIÓN CONSTRUCCIÓN DEL RELATO

Relevancia y origen de las noticias sobre pobreza



Portada de La Segunda, 6 de febrero de 2024, por mega incendio en la región de Valparaíso.



Esta dimensión analiza cómo los medios de comunicación presentan la pobreza, considerando elementos clave como la relevancia de la noticia, el origen de la información y el formato utilizado. Este análisis permite identificar patrones en la jerarquización del tema dentro de la agenda mediática y las lógicas narrativas que influyen en su representación.

RELEVANCIA DE LA NOTICIA

La relevancia de las noticias sobre pobreza es un indicador de cómo los medios priorizan este tema. En este estudio, se consideró como alta relevancia a aquellas noticias que en prensa escrita fueron publicadas en portada, primeras cuatro páginas o páginas centrales, o que ocuparon más de media página. En televisión, se estimaron como altamente relevantes aquellas emitidas en titulares, durante el primer bloque informativo o que forman parte del formato de investigación en los noticieros.

RELEVANCIA POR TIPO DE MEDIO

El 35,9% de las noticias analizadas se clasificó como de alta relevancia. Los diarios aportaron el 23,3% de estas, mientras que los noticieros centrales de televisión sumaron un 12,6%. La baja relevancia predomina, representando el 64,1% del total de noticias sobre pobreza. La distribución de relevancia según tipo de medio se observar en la Tabla 6:

Tabla 6: Medios que dan mayor relevancia a noticias sobre pobreza

MEDIO	ALTA RELEVANCIA (%)	BAJA RELEVANCIA (%)
LA TERCERA	11,7%	10,7%
TELETRECE	7,3%	4,4%
LA SEGUNDA	4,9%	5,8%
LAS ÚLTIMAS NOTICIAS	3,9%	5,3%
EL MERCURIO	2,9%	20,4%
CHILEVISIÓN NOTICIAS	2,9%	8,3%
24 HORAS CENTRAL	2,4%	9,2%
TOTAL	35,9%	64,1%

Los datos evidencian que La Tercera y Teletrece son los medios que otorgan mayor prominencia al tema de la pobreza. En contraste, El Mercurio, Chilevisión Noticias y 24 Horas Central relegan la pobreza a un segundo plano, con menos noticias de alta relevancia.

RELEVANCIA POR TEMA

La Tabla 7 presenta el cruce entre la relevancia de la noticia y los principales temas abordados en las noticias analizadas durante el año 2024.

Tabla 7: Distribución de relevancia según tema principal que aborda la noticia

ТЕМА	ALTA RELEVANCIA (%)	BAJA RELEVANCIA (%)
DELINCUENCIA	50%	50%
SALUD	44,4%	55,6%
VIVIENDA	33,3%	66,7%
DESASTRES O TRAGEDIAS	32,3%	67,7%
ECONOMÍA	22,7%	77,3%

El tema con mayor relevancia fue la delincuencia (50%), seguido de salud (44,4%) y vivienda (33,3%). En contraste, la economía tuvo la menor cobertura prioritaria (22,7%), lo que sugiere que los medios tienden a tratarla como un tema secundario.

ORIGEN DE LA NOTICIA ¿QUÉ PROVOCA LA INFORMACIÓN?

El 70,9% de las noticias sobre pobreza se originó a partir de hechos concretos, como desastres naturales o eventos políticos. Este porcentaje fue mayor en los noticieros (78,9%) que en los diarios (66,7%). Otras fuentes de información incluyen estudios (11,7%), declaraciones (6,3%), anuncios (6,3%) y denuncias (4,9%).

Los diarios presentaron una mayor tendencia a incluir estudios y declaraciones como detonantes de las noticias, mientras que los noticieros se centraron en hechos inmediatos y denuncias.

A lo largo del tiempo, los hechos puntuales han sido el principal detonante informativo de la cobertura sobre pobreza. En 2005 y 2014, esta categoría representaba más del 50% de los casos, aumentando significativamente en 2024 hasta 70,9%. Esto indica que los medios continúan priorizando eventos concretos (catástrofes, accidentes o hechos de

alta notoriedad) como principal justificación para hablar sobre pobreza, reforzando una lógica reactiva en lugar de una cobertura sostenida o estructural del problema.

En los años 2005 y 2014 no se registran estudios como origen de las noticias, pero en 2024 aparecen con un 12%, lo que indica que la producción de conocimiento ha comenzado a ser un factor relevante en la cobertura mediática de la pobreza. Sin embargo, su presencia sigue siendo menor en comparación con los hechos puntuales, lo que sugiere que la evidencia científica y los análisis estructurales aún tienen un impacto limitado en la agenda informativa.

Este cambio podría reflejar una transformación en la forma en que los medios tematizan la pobreza o bien una diferencia metodológica en la selección de noticias.

ORIGEN DE LA NOTICIA ¿QUIÉN PROVOCA LA NOTICIA?

Los actores que inician la comunicación sobre pobreza en los medios también presentan patrones distintivos. La distribución de actores que provocan las noticias puede observarse en el Gráfico 5, donde se evidencia que los propios medios generan el mayor porcentaje de cobertura sobre la pobreza, seguidos por el Gobierno.

EL MEDIO 49,3% (INICIATIVA DEL MEDIO) 45,1% 19,3% **EL GOBIERNO** 26.8% O EL ESTADO 21,8% 6,7% CIUDADANOS NO 15,5% **ORGANIZADOS** 9,7% 12,6% **ACADEMIA Y CENTROS** 1,4% DE ESTUDIO 8,7% 8.9% LAS ORGANIZACIONES DE LA 4,2% SOCIEDAD CIVIL (OSC) 7,3% 5,9% EL PARLAMENTO O LOS 1,4% PARTIDOS POLÍTICOS 4 4% 3,7% LAS EMPRESAS 1,4% NOTICIERO TOTAL 2,9% DIARIO

Gráfico 5: Distribución de quién provoca la noticia por tipo de medio

El análisis revela que los propios medios de comunicación son los principales generadores de contenido sobre pobreza (43% en diarios y 49,3% en noticieros). El gobierno también tiene un rol central, especialmente en televisión. Los ciudadanos no organizados tienen una mayor presencia en noticieros, mientras que la academia y los centros de estudio tienen mayor incidencia en los diarios.

FORMATO DE LA NOTICIA

Los formatos periodísticos utilizados en la cobertura de la pobreza reflejan las estrategias narrativas de cada medio. En la Tabla 8, se puede observar la distribución del formato de la noticia según tipo de medio:

Tabla 8: Distribución de formato de la información según tipo de medio

	[DIARIO	NOTICIERO C	ENTRAL DE TV	SUMA	A TOTAL
FORMATO DE LA INFORMACIÓN	N	%	N	%	N	%
NOTICIA BREVE	101	74,8%	58	81,7%	159	77,2%
ENTREVISTA O TESTIMONIO	18	13,3%	1	1,4%	19	9,2%
REPORTAJE DE INVESTIGACIÓN	6	4,4%	12	16,9%	18	8,7%
COLUMNA	10	7,4%	0	0%	10	4,9%
SUMA TOTAL	135	100%	71	100%	206	100%

Las noticias breves dominan la cobertura de pobreza, especialmente en televisión (81,7%). Las entrevistas y testimonios son mínimos (9,2% en total, y casi inexistentes en TV con solo 1,4%). Los reportajes de investigación tienen una mayor presencia en TV (16,9%) que en diarios (4,4%). Finalmente, las columnas son exclusivas de la prensa escrita (7,4%).

Estos resultados reflejan una tendencia hacia la inmediatez y la concisión en el tratamiento de la pobreza, con poco espacio para el análisis profundo o la inclusión de testimonios. El predominio de noticias breves en ambos medios sugiere que la pobreza es abordada de manera fragmentada, con menor espacio para el análisis en profundidad.

Síntesis: Dimensión Construcción del Relato

- La cobertura mediática de la pobreza en 2024 se caracteriza por una baja prominencia de esta en la agenda informativa, con una mayoría de noticias breves y una jerarquización que prioriza eventos concretos sobre los análisis.
- Los medios de comunicación, junto con el Gobierno, continúan siendo los principales actores en la generación de noticias, mientras que las voces de las personas en situación de pobreza tienen una presencia marginal.
- En comparación con estudios previos, se observa una mayor dependencia de los hechos puntuales como detonantes de la cobertura, consolidando una narrativa reactiva y episódica, más que un enfoque sostenido sobre las causas y consecuencias de la pobreza.

DIMENSIÓN ENCUADRE EDITORIAL

¿Las noticias sobre pobreza se centran en las causas del fenómeno o en su superación?



"Replican exitoso modelo brasileño para mejorar índices educativos en el sur del país", El Mercurio 15 de enero 2024.

La dimensión encuadre editorial analiza el enfoque con el que los medios de comunicación presentan la pobreza. Este encuadre no solo influye en la percepción pública del problema, sino también en la forma en que se construyen las narrativas políticas y sociales en torno a esta temática. Específicamente, esta dimensión examina si las noticias se centran en las causas de la pobreza o en las soluciones a esta problemática.

En este estudio, el encuadre editorial se clasifica en dos tipos:

- Relato centrado en las causas: la noticia enfatiza los factores que generan o perpetúan la pobreza.
- Relato centrado en las soluciones: la noticia destaca estrategias, políticas o acciones que pueden contribuir a mitigar o superar la pobreza.

El análisis se complementa con cruces entre el encuadre editorial y variables clave como el tipo de medio, el formato de la noticia, el origen de la información y el tema abordado, lo que permite identificar patrones editoriales y diferencias narrativas según el contexto de la noticia.

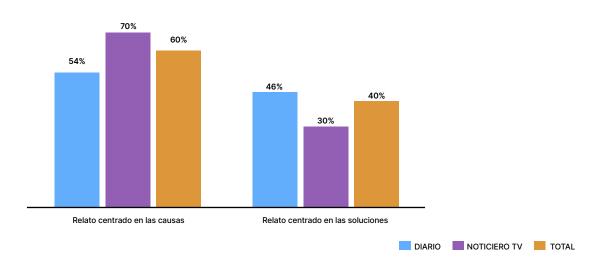
Gráfico 6: Distribución de encuadre editorial según tipo de medio

ANÁLISIS DEL ENCUADRE EDITORIAL POR TIPO DE MEDIO

El encuadre editorial varía según el tipo de medio, reflejando diferencias en las decisiones editoriales. Como se observa en el Gráfico 6, el relato centrado en las causas es más frecuente en ambos tipos de medios, especialmente en los noticieros centrales de televisión (70,42%), en comparación con los diarios (54,07%).

Estos datos sugieren que los noticieros de televisión priorizan narrativas explicativas y rápidas sobre las causas de la pobreza, probablemente debido a la limitación de tiempo en sus segmentos informativos. En cambio, los diarios muestran un mayor equilibrio entre ambos encuadres (causas: 54,07%, soluciones: 45,93%), lo que podría estar vinculado a su capacidad de ofrecer análisis más extensos y reflexivos.

En general, la televisión enfatiza la explicación del problema, mientras que los diarios combinan diagnóstico y propuestas en sus relatos.



ANÁLISIS DEL ENCUADRE EDITORIAL POR FORMATO DE LA NOTICIA: LA POBREZA EN BREVE

El encuadre editorial también varía según el formato de la noticia, lo que evidencia diferencias en cómo los distintos tipos de relato periodístico abordan las causas y soluciones de la pobreza. Los resultados se presentan en la Tabla 9:

Tabla 9: Distribución de encuadre editorial por formato de noticia

FORMATO DE LA NOTICIA	RELATO CENTRADO EN LAS CAUSAS	RELATO CENTRADO EN LAS SOLUCIONES	TOTAL
NOTICIA BREVE	90 (43,7%)	69 (33,5%)	159 (77,2%)
ENTREVISTA O TESTIMONIO	13 (6,3%)	6 (2,9%)	19 (9,2%)
REPORTAJE DE INVESTIGACIÓN	14 (6,8%)	4 (1,9%)	18 (8,7%)
COLUMNA	6 (2,9%)	4 (1,9%)	10 (4,9%)
TOTAL	123 (59,7%)	83 (40,3%)	206 (100%)

La noticia breve es el formato predominante (77,2% del total), con una mayor proporción de relatos centrados en causas (43,7%). Sin embargo, también existe una representación relevante de relatos orientados a soluciones (33,5%).

Los reportajes de investigación (8,7%) y las entrevistas o testimonios (9,2%) muestran una marcada orientación hacia las causas, lo que sugiere que estos formatos permiten una exploración más profunda de los factores estructurales de la pobreza.

ANÁLISIS DEL ENCUADRE EDITORIAL POR EL ORIGEN DE LA NOTICIA

El encuadre editorial también varía dependiendo del origen de la noticia, lo que permite identificar cómo la fuente influye en la construcción del relato, como se puede observar en la Tabla 10.

Tabla 10: Distribución de encuadre editorial por origen de la noticia

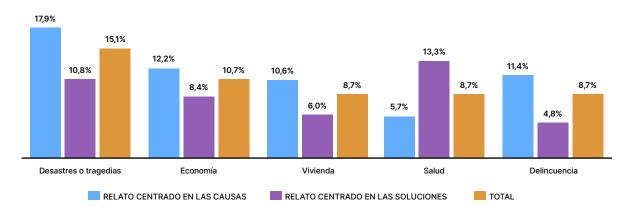
ORIGEN DE LA NOTICIA	RELATO CENTRADO EN LAS CAUSAS	RELATO CENTRADO EN LAS SOLUCIONES	TOTAL
HECHO	87 (70,7%)	59 (71,1%)	146 (70,9%)
ESTUDIO	17 (13,8%)	7 (8,4%)	24 (11,7%)
ANUNCIO	2 (1,6%)	11 (13,3%)	13 (6,3%)
DECLARACIÓN	8 (6,5%)	5 (6,0%)	13 (6,3%)
DENUNCIA	9 (7,3%)	1 (1,2%)	10 (4,9%)
TOTAL	123 (59,7%)	83 (40,3%)	206 (100%)

Los hechos son el origen más común de las noticias (70,9%), con una distribución equilibrada entre causas y soluciones. En contraste, los anuncios tienden a estar más asociados a soluciones (13,3%), mientras que las denuncias enfatizan las causas (7,3%).

ANÁLISIS DEL ENCUADRE EDITORIAL SEGÚN TEMAS PRINCIPALES

Como se observa en el Gráfico 7, el encuadre editorial también varía según los temas principales abordados en las noticias sobre pobreza.

Gráfico 7: Distribución de encuadre editorial según temas principales



Los resultados indican que en la mayoría de los temas, el enfoque predominante es aquel que aborda la pobreza a partir de sus causas. Los casos más evidentes son desastres o tragedias (22 menciones), economía (15 menciones) y delincuencia (14 menciones).

Los relatos centrados en soluciones son menos frecuentes en todos los temas, salvo en el caso de la salud, donde la proporción de soluciones (11 menciones, 13,2%) supera a la de causas (7 menciones, 5,7%). Esto podría indicar que los medios presentan a la salud como un ámbito en el que hay más respuestas o estrategias de intervención frente a la pobreza.

Los temas economía y vivienda, que reflejan problemas estructurales, tienen menor presencia en la cobertura mediática, lo que podría indicar una menor atención a factores de largo plazo en la generación de pobreza.

COMPARACIÓN TEMPORAL DEL ENCUADRE EDITORIAL

En 2005, la mayoría de las noticias sobre pobreza tenían un enfoque de constatación (71%), limitándose a describir la situación sin analizar sus causas ni ofrecer soluciones. En 2014, este enfoque disminuyó al 30%, lo que indicó una transición hacia relatos más analíticos. Para 2024, esta categoría desapareció y el análisis se enfocó en la dicotomía causas-soluciones.

El relato centrado en causas ha crecido progresivamente, desde 12% en 2005, 44% en 2014 hasta 60% en 2024. El relato centrado en soluciones, aunque históricamente minoritario, alcanza su nivel más alto en 2024 (40%), superando los registros de 2005 (14%) y 2014 (13%).

Aunque la representación de soluciones ha aumentado en relación con estudios previos, sigue siendo fragmentada y secundaria frente a la exposición de los problemas estructurales de la pobreza.

Síntesis: Dimensión Encuadre Editorial

- El análisis muestra que los medios priorizan las narrativas sobre las causas de la pobreza (60%), aunque el enfoque en las soluciones también ha ganado presencia (40%).
- La evolución temporal indica una transición desde relatos de mera constatación hacia enfoques más explicativos y propositivos, reflejando cambios positivos en la agenda mediática y en la percepción del problema por parte de los medios.
- Cuando se trata de las noticias centradas en la pobreza, se observa que la noticia breve es el formato
 predominante. La falta de contexto y explicación sobre un problema complejo no permite generar
 una opinión pública suficientemente informada, lo que puede ser terreno fértil para prejuicios y
 estigmatizaciones.

DIMENSIÓN DEL LENGUAJE

Lenguaje predominante en las noticias sobre pobreza



"Karen Thal: "En un país que está detenido, que no crece, no se puede lidiar contra el desempleo y la informalidad", La Tercera 12 de abril 2024.

El lenguaje utilizado en la narrativa periodística no solo define cómo se comunica la información sobre la pobreza, sino que también influye en la percepción pública del problema y en la manera en que la sociedad y las instituciones responden a esta problemática. La elección de un lenguaje técnico, testimonial o mixto puede reforzar narrativas estructurales, emocionales o institucionales, afectando la forma en que la pobreza es comprendida y abordada en la agenda pública.

Esta dimensión analiza dos aspectos clave:

LENGUAJE PREDOMINANTE: Se refiere al estilo discursivo utilizado en la noticia, distinguiéndose tres categorías:

Técnico-político: uso de términos especializados y referencias a políticas públicas.

Testimonial: relatos personales y experiencias individuales.

Mixto: combinación de ambos estilos.

TONO DEL LENGUAJE: evalúa la valoración implícita en la noticia, categorizándose en:

Neutro o descriptivo. Denuncia e indignación. Dramático. Apelativo o movilizador. Emotivo.

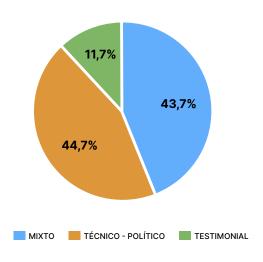
El análisis se complementa con cruces entre el lenguaje predominante y variables como el tipo de medio, la vocería principal, el origen de la noticia y los arquetipos presentes en el relato.

LENGUAJE PREDOMINANTE EN LA COBERTURA

El análisis del lenguaje predominante en las noticias sobre pobreza muestra una tendencia clara hacia estilos discursivos más técnicos o combinados.

El predominio del lenguaje técnico-político y mixto sugiere que los medios buscan un equilibrio entre la especialización y la accesibilidad, mientras que el lenguaje testimonial es menos frecuente, limitando la representación de experiencias individuales.

Gráfico 8: Lenguaje predominante en prensa escrita y noticieros



LENGUAJE PREDOMINANTE POR TIPO DE MEDIO

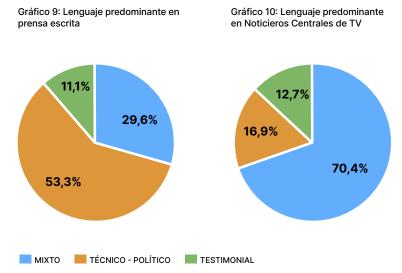
Se observan diferencias importantes entre la prensa escrita y los noticieros centrales de televisión:

Diarios: predominan los enfoques técnico-políticos (59,3%), reforzando su carácter analítico y estructurado.

Televisión: mayor presencia del lenguaje mixto (70,4%), reflejando una estrategia de balance entre información técnica y narrativas accesibles.

Lenguaje testimonial: similar en ambos medios (11,1% en diarios y 12,7% en televisión), utilizado ocasionalmente para humanizar los relatos.

Esta distribución responde a las particularidades de cada medio, donde los diarios enfatizan el análisis estructurado y los noticieros priorizan la conexión con la audiencia mediante relatos más accesibles. La distribución de lenguaje predominante por cada tipo de medio se puede observar en los Gráficos 8, 9 y 10.



LENGUAJE PREDOMINANTE POR TEMA PRINCIPAL ABORDADO

En la Tabla 11 se puede observar cómo el lenguaje predominante varía según la temática abordada en la noticia.

Tabla 11: Distribución de lenguaje predominante por tema principal

TEMA PRINCIPAL	міхто	TÉCNICO-POLÍTICO	TESTIMONIAL
VIVIENDA	55,6%	33,3%	11,1%
DELINCUENCIA	55,6%	27,8%	16,7%
DESASTRES O TRAGEDIAS	38,7%	35,5%	25,8%
ECONOMÍA	36,4%	59,1%	4,5%
SALUD	27,8%	38,9%	33,3%

Los resultados revelan lo siguiente:



Desastres o tragedias presentan la mayor proporción de lenguaje testimonial, enfatizando el impacto humano de los eventos.



Economía se cubre principalmente con un enfoque técnico-político (59,1%), con mínima presencia de relatos testimoniales.



Vivienda y delincuencia muestran una mayor inclinación hacia el lenguaje mixto, combinando análisis estructural con experiencias personales.

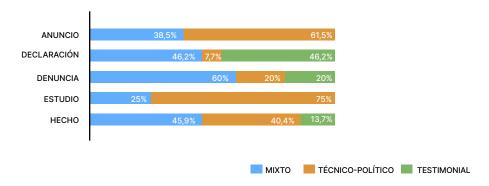


Salud es el único tema donde el lenguaje testimonial (33,3%) supera al técnico-político, lo que sugiere un énfasis en relatos individuales sobre acceso a servicios sanitarios.

LENGUAJE PREDOMINANTE POR ORIGEN DE LA NOTICIA

El análisis entre el lenguaje predominante y el origen de la noticia permite observar que el origen de la noticia también condiciona el tipo de lenguaje utilizado. En el Gráfico 11, se puede observar que los hechos presentan un equilibrio entre lenguaje técnico-político y mixto. Los estudios se asocian casi exclusivamente con el lenguaje técnico-político (75%). Y las denuncias y declaraciones tienen una mayor presencia de lenguaje testimonial, reflejando un esfuerzo por incluir relatos personales en el discurso mediático.

Gráfico 11: Distribución de lenguaje predominante según origen de la noticia



LENGUAJE PREDOMINANTE POR ARQUETIPO

Los arquetipos asociados a roles más institucionalizados, como trabajadores, inmigrantes y personas involucradas en delitos, se presentan en un lenguaje técnico-político, lo que sugiere una mayor formalización en su representación mediática. En cambio, los arquetipos más comunitarios, como pobladores y personas afectadas/damnificadas, se describen con mayor frecuencia en un lenguaje mixto, combinando datos y relatos personales.

TONO DEL LENGUAJE EN LA NOTICIA

La Tabla 12 muestra el análisis del tono predominante en las noticias revelando que el tono neutro o descriptivo es el más frecuente (62,1%), seguido por el de denuncia e indignación (18,0%). El tono neutro predomina en los textos técnico-políticos (59,4%), lo que da cuenta de la formalidad de ese tipo de informaciones.

Tabla 12: Distribución del tono del lenguaje por lenguaje predominante en la noticia

TONO DEL LENGUAJE	МІХТО	TÉCNICO-POLÍTICO	TESTIMONIAL
NEUTRO O DESCRIPTIVO	37,5%	59,4%	3,1%
DENUNCIA E INDIGNACIÓN	67,6%	21,6%	10,8%
DRAMÁTICO	64,7%	5,9%	29,4%
APELATIVO O MOVILIZADOR	20,0%	50,0%	30,0%
EMOTIVO	22,2%	0,0%	77,8%
COMPROMISO Y VOLUNTAD	40,0%	40,0%	20,0%

El tono neutro o descriptivo domina en todos los tipos de lenguaje, especialmente en textos técnico-políticos (59,4%). En contraste, en los relatos testimoniales se utilizan con mayor frecuencia tonos emotivos y dramáticos, reforzando la dimensión humana del discurso. El tono de denuncia e indignación está mayormente asociado al lenguaje mixto, lo que sugiere una combinación entre información técnica y elementos críticos.

Desde una perspectiva temporal, se observa una evolución en el uso del lenguaje en los medios:

Lenguaje técnico-político:

Aumentó del 23% en 2005 al 45% en 2024, evidenciando una mayor institucionalización del discurso.

Lenguaje mixto:

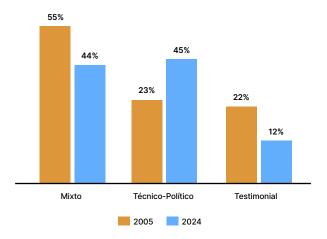
Disminuye del 55% en 2005 a 44% en 2024.

Lenguaje testimonial:

Se reduce del 22% en 2005 a 12% en 2024, limitando la representación de experiencias individuales.

Estos cambios refuerzan la tendencia hacia una narrativa mediática más estructurada y orientada al análisis institucional, con menos espacio para testimonios directos de las personas en situación de pobreza. En Gráfico 12 es posible ver una comparativa de ambos años.

Gráfico 12: Evolución del Enfoque Predominante en Noticias sobre Pobreza (2005-2024)



Síntesis: Dimensión del Lenguaje

- Los resultados muestran una tendencia hacia la institucionalización del discurso sobre la pobreza, con un predominio del lenguaje técnico-político y un tono mayormente neutro. Tal es el lenguaje que se utiliza para los anuncios sociales, las nuevas políticas y la data económica.
- Esta evolución ha reducido la presencia del lenguaje testimonial y de tonos más movilizadores, lo que podría limitar la representación directa de quienes experimentan la pobreza en los medios.
- Por otra parte podría ser positivo que cuando se quiera incorporar la dimensión humana en la información, esto se haga desde una distancia adecuada sin exceso de dramatismo o incluso de otros elementos que complementan el tono del lenguaje como es la música en el caso de la TV, y las imágenes en el caso de los diarios.

DIMENSIÓN ESTRUCTURA DE OPORTUNIDADES

¿Se presentan posibilidades de superación en las noticias?



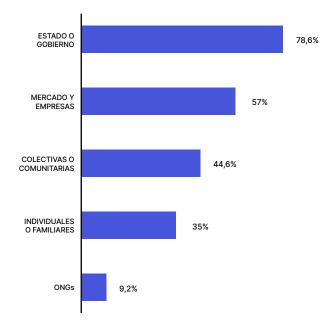
Nota "Ejecutiva partió atendiendo un call center y hoy es gerenta de esa misma empresa", LUN, 5 de enero de 2024.

ORIGEN DE LAS OPORTUNIDADES

Esta categoría se refiere a los actores sociales que aparecen o se mencionan en las noticias como responsables de proveer las soluciones al problema de pobreza que se narra.

Los datos muestran que el Estado es el principal proveedor de oportunidades en las noticias analizadas. Luego, se mencionan las soluciones que provienen de estrategias colectivas y comunitarias; y tras éstas, las oportunidades las oportunidades que se auto proveen los propios individuos y sus familias. Luego, están las oportunidades que proveen del mercado y las empresas y finalmente las que generan las ONG. Cabe señalar que la mayoría de las noticias presentan más de una oportunidad de diverso origen.

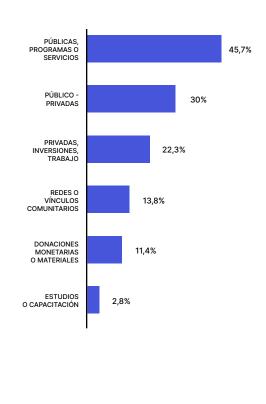
Gráfico 13: Distribución de origen de las oportunidades



TIPO DE OPORTUNIDAD

Esta categoría tiene relación con la naturaleza de las soluciones que se muestran en las noticias. ¿Cuáles son dichas oportunidades provistas por los actores sociales? ¿En qué consisten?

Gráfico 14: Distribución del tipo de oportunidad



El predominio de los programas o servicios públicos presentados como solución a la pobreza en las noticias refleja una persistente atención de los medios a la información oficial y una confianza mediática en las instituciones del Estado como principales agentes de superación de los problemas de pobreza. Además, es posible que los medios otorguen protagonismo a las oportunidades estatales reafirmando el imaginario aún presente en el país, respecto de que la responsabilidad de superar la pobreza recae en las instituciones públicas.

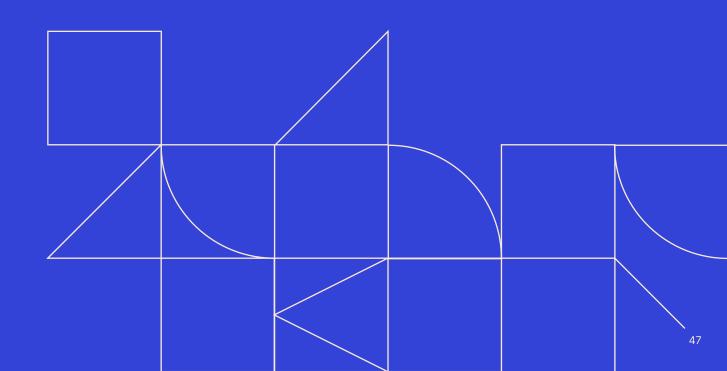
Sin embargo, la emergencia de soluciones públicoprivadas y privadas en las noticias, evidencia que más actores sociales se presentan como colaboradores para el desarrollo social y que hoy está más nítida en las noticias la tríada de oportunidades: Estado, Privados y Sociedad Civil. Si bien los vínculos de la propia comunidad y las donaciones se muestran en menor medida en las noticias, es importante que sí estén presentes, con miras a fortalecer la noción de que esta tríada de oportunidades requiere una coordinación virtuosa entre los actores sociales.

Cabe señalar, sin embargo, que una imitada cobertura de soluciones comunitarias a la pobreza contrasta con su potencial transformador. Especialmente si se considera que el capital social, los vínculos comunitarios, los mecanismos de ayuda mutua, y otros, son estrategias importantes en la superación de la pobreza. Por ejemplo, enfrentadas a desastres naturales o diversos siniestros, las comunidades frecuentemente basan su recuperación inicial, en dichas estrategias.

La menor presencia mediática de soluciones basadas en redes o vínculos comunitarios y acciones solidarias como las donaciones, podría implicar que los medios otorgan menor valor noticioso a tales oportunidades por razones como el rating o la lectoría; por que el espacio o tiempo destinado a estas informaciones es más breve en relación a otros temas; y/o porque las organizaciones están lejos del radar de los medios, y por lo tanto, se visibilizan con dificultad las iniciativas fundamentadas en el bien común, en el capital comunitario o en la solidaridad.

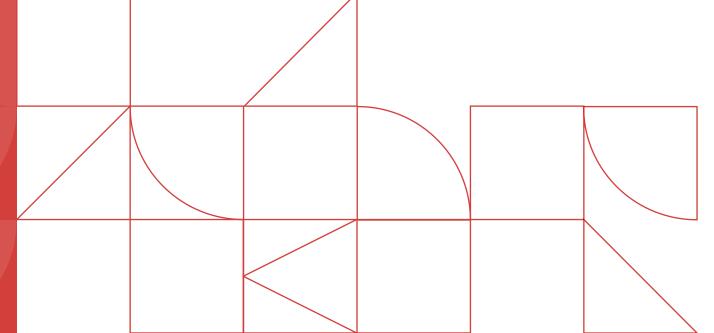
Síntesis: Dimensión Estructura de Oportunidades

- La gran mayoría de las noticias seleccionadas incluyó la presencia de uno o más actores sociales que
 ofrecía oportunidades para la superación de la pobreza. Esto indica un enfoque mediático orientado hacia
 la incorporación de soluciones en los relatos y no solo a la constatación del problema. Cabe señalar que
 en parte importante de las noticias se visibiliza más de un actor social proporcionando oportunidades.
- Al analizar en qué consiste la oportunidad de superación de la pobreza, se destacan los programas o
 planes desde el Estado, la colaboración público-privada y la acción del mundo privado, especialmente
 en noticias sobre adultos mayores y niñez.
- La predominancia de noticias que presentan oportunidades para superar la pobreza sugiere que los medios están considerando en su pauta, permanentemente, construir noticias con una presencia plural, de al menos las instituciones públicas y empresas y mercado, principalmente. No obstante, la presencia de las organizaciones de la sociedad civil (ONG), está presente solamente en el 9% de las noticias, lo que refleja una baja visibilidad mediática de este sector a pesar de su relevancia social y económica.



Conclusiones.

¿Cómo se presentó la pobreza en medios durante el año 2024?



Los resultados de este estudio revelan una compleja y multifacética representación de la pobreza en los medios de comunicación chilenos en 2024. A continuación, se interpretan estos hallazgos, integrando los datos de las diferentes dimensiones para ofrecer una visión más completa y crítica del tratamiento mediático de esta problemática.

 La pobreza como tema central de las noticias es escasa, como en todas las mediciones anteriores. No obstante, el fenómeno está presente a través de sus manifestaciones multidimensionales, e incluso como contexto en algunas informaciones.

Las noticias centradas en la pobreza suelen ser breves, y por tanto, poco explicativas. La falta de explicacioón sobre un problema tan complejo lo deja en una lógica de hechos aislados, sin contexto, que no permiten generar una opinión pública suficientemente informada, lo que es tierra fértil para los prejuicios.

Sin embargo las noticias asociadas a la pobreza sí están presentes, lo que permite visibilizar sus múltiples manifestaciones y de igual forma resulta coherente con las nuevas maneras de medirla y comprenderla, que se han instalado en el país.

 La prevalencia de un lenguaje técnico-político enmarca el fenómeno de la pobreza dentro de un discurso institucional, donde predominan voces expertas y referencias a políticas públicas.

Si bien esto puede contribuir a una buena calidad en la información, existe el riesgo de generar una representación distante y abstracta de la pobreza, en la que las experiencias y voces de quienes la experimentan queden invisibilizadas. No es que la prevalencia de lo técnico-político sea negativa, sino que es importante resguardar un espacio para la voz de quienes la experimentan.

 Hay asimetrías en la presencia de voces en el discurso y la producción de las noticias: la narrativa está dominada por autoridades gubernamentales, expertos y periodistas, mientras que las voces de las personas en situación de pobreza es mínima. Tal asimetría refuerza la exclusión social, y por tanto requiere de una complementariedad con la mirada de dirigentes sociales y personas que experimentan diferentes situaciones de pobreza.

Asimismo, los hechos concretos son el principal detonante de las noticias sobre pobreza y en un importante porcentaje, sonn los mismos medios que por iniciativa propia, provocan la información. Esto último puede ser positivo para la calidad de la información, siempre y cuando se trate de una iniciativa que contemple la búsqueda de causas, soluciones, voces diversas u oportunidades de superación, etc.

Dar cuenta de la pobreza a partir de hechos concretos, en tanto, puede responder a la necesidad de informar rápidamente. No obstante, dejar expuestos a los protagonistas de tales hechos sin considerar el impacto de la exposición mediática en su dignidad y privacidad, en riesgoso. Esto se suele dar, por ejemplo, en la cobertura de desastres naturales donde parte de las noticias no incorpora una clara vocería principal ni un análisis desde distintas perspectivas.

 La narrativa actual sigue siendo incompleta, centrada en las dificultades estructurales y sociales de la pobreza, con un espacio aún limitado para mostrar estrategias que faciliten su superación. Sin embargo, en comparación con estudio anteriores, se observa un aumento en el relato centrado en soluciones, aunque sique siendo secundario.

La narrativa mediática continúa enfocándose en exponer las causas de la pobreza, con un espacio limitado para estrategias concretas de superación. Aunque se ha incrementado la representación de oportunidades para la superación de la pobreza, ests siguen siendo minoritarias frente al diagnóstico del problema.

Mostrar las oportunidades de superar la pobreza que se presentan en las historias que cuentas las noticias es de gran importancia para generar una opinión pública informada y tender a disminuir la brecha entre quienes sufren la pobreza y quienes no conocen de ella.

- El Estado predomina en la información sobre pobreza y es mostrado como responsable de la provisión de oportunidades para solucionar los problemas. No obstante, las narrativas dan cuenta de una combinación entre la política pública y la idea de que la superación de la pobreza depende del esfuerzo personal. Sin embargo se observa una incipiente representación de redes comunitarias y organizaciones locales.
- El arquetipo 'trabajador' ha ganado protagonismo en las noticias, lo que indica que las condiciones laborales precarias y las brechas salariales son un tema principal en el Chile de hoy. Al revés, la disminución del arquetipo de "poblador" sugiere que la dimensión territorial y comunitaria de la pobreza ha perdido protagonismo en el discurso mediático.

El arquetipo del 'trabajador' ha ganado protagonismo en la cobertura mediática, lo que refleja un énfasis en las condiciones laborales precarias y la desigualdad en el empleo.

No obstante, este aumento no se ha traducido en una mayor visibilización de estrategias o soluciones concretas para abordar la precarización laboral. Aunque el trabajador se presenta como una figura clave, la cobertura sigue priorizando la exposición de problemas por sobre la visibilización de estrategias o iniciativas concretas para mejorar las condiciones laborales y la inclusión social. Al mismo tiempo, la disminución del arquetipo de "poblador" sugiere que la dimensión territorial y comunitaria de la pobreza ha perdido protagonismo en el discurso mediático.

Si bien estos arquetipos reflejan aspectos importantes del fenómeno, su predominancia puede llevar a una representación reduccionista de la pobreza, sin considerar su complejidad. La ausencia de narrativas que destaquen la capacidad de agencia de las personas en situación de pobreza o sus esfuerzos por superarla, esto es, no mostrar a las personas como sujetos activos y empoderados; refuerza la estigmatización y dificulta la construcción de un relato más justo e inclusivo.

A la luz de estas conclusiones, podemos decir que la forma cómo se acercan los medios a la pobreza y las oportunidades de superación incide en cómo la sociedad puede enfrentar un problema complejo, dinámico y que tiene distintas expresiones.

Para avanzar hacia una cobertura mediática más justa y comprometida con la superación de la pobreza, es fundamental ampliar la representación de las personas afectadas, incorporando sus experiencias y perspectivas, pero sobre todo otorgándole valor informativo real a esas experiencias y perspectivas. Asimismo, se requiere un mayor énfasis en las soluciones, visibilizando estrategias y acciones concretas que promuevan la inclusión y el desarrollo social.

Además, es necesario diversificar los actores mencionados en la cobertura de la pobreza, incorporando a la sociedad civil, las organizaciones comunitarias y el sector privado como actores relevantes en la construcción de oportunidades.

Finalmente, el periodismo tiene el desafío de ir más allá de la inmediatez y generar narrativas más profundas, que permitan no solo informar, sino también contribuir a la construcción de un debate público que impulse cambios significativos en la manera en que se enfrenta la pobreza en Chile.



La Alianza Comunicación y Pobreza está integrada por la Fundación Superación de la Pobreza, Comunidad de Organizaciones Solidarias, América Solidaria y Base Pública. Investigamos, analizamos tendencias y proponemos soluciones para fomentar la inclusión, la solidaridad y la justicia social, a través del periodismo.

Buscamos generar un cambio de mirada que acerque a la opinión pública a una comprensión más integral de la pobreza y las estrategias para superarla, sin prejuicios ni discriminación.





basepública



