

Estudio

TELEVISIÓN Y CLIMA SOCIAL
ESTUDIO CUALITATIVO

Diciembre 2025

"La situación país cambió y como ciudadanos tenemos que estar informados en su justa medida, porque la gente tiene que saber qué está pasando y cómo estamos viviendo, y necesitamos saber qué están haciendo las autoridades al respecto, porque eso le da más confianza a la ciudadanía, porque la idea no es que no salgamos más, sino que, en su justa medida, se muestre lo bueno y los avances que se están haciendo."

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

PRESENTACIÓN

El presente informe es resultado del trabajo conjunto entre el Departamento de Estudios del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) y la Consultora Subjetiva, encargada de la ejecución del trabajo de campo y análisis de datos obtenidos.

El estudio tiene como propósito identificar los factores relacionales entre el clima social y la programación de los noticieros y matinales chilenos. De acuerdo con el estudio de seguimiento [Monitor de la TV](#), también elaborado por el Departamento de Estudios del CNTV, los temas policiales y judiciales representan cerca del 30% del tiempo que los noticieros y matinales ocupan en pantalla.

Este estudio se complementa con la [Encuesta sobre Televisión y Clima Social](#), publicada en 2024 y elaborada por el Departamento de Estudios del CNTV en conjunto con la Universidad Adolfo Ibáñez.

ÍNDICE

Presentación	p. 3
Antecedentes	p. 5
Marco conceptual	p. 8
Objetivos	p. 10
Metodología	p. 11
Principales resultados	p. 13
1. Estado de ánimo	p. 13
2. Consumo de TV	p. 19
3. TV y violencia	p. 23
4. Valoración de la información	p. 26
Claves a observar	p. 31
Bibliografía	p. 32

ANTECEDENTES

La relación entre los medios de comunicación, la percepción de seguridad y el clima social ha sido un foco de interés constante en las ciencias sociales, particularmente en contextos marcados por transformaciones culturales, crisis institucionales y cambios en el ecosistema mediático. En este panorama, la televisión ha ocupado un lugar relevante en la formación de opinión pública, difusión de contenidos y modulación de emociones colectivas.

En Chile, investigaciones¹ han identificado algún tipo de relación significativa entre el consumo de televisión —especialmente noticieros— y la percepción de inseguridad. Esta percepción no se restringe al temor frente al delito, sino que abarca una sensación más amplia de inseguridad cotidiana. Según datos de la Encuesta de Bienestar Social (EBS) del Ministerio de Desarrollo Social y Familia (2023), entre 2021 y 2023 la percepción de inseguridad en actividades cotidianas aumentó del 41,1% al 46,2%; inseguridad entendida como “la sensación declarada de inseguridad en al menos una de cuatro posibles situaciones: caminando de noche por calles o caminos; en plazas, parques o espacios naturales”². Este fenómeno refleja cómo los individuos viven y sienten los espacios públicos y residenciales, transformando su manera de habitar la ciudad.

Por otro lado, en la versión anterior de la EBS (2021) se evidencia que los espacios de sociabilidad se han visto reducidos: 28% de la población declaraba que tuvo o tiene un empleo que no le permite compatibilizar el tiempo que dedican a su vida familiar y/o social, lo cual es transversal a todos los niveles socioeconómicos. Esto ha evidenciado una reducción de los espacios de sociabilidad y un aumento de la soledad, especialmente entre las mujeres, de las cuales un 11,7% declara sentirse siempre o casi siempre sola (EBS 2023). A esto se suma una creciente desconfianza interpersonal: el Estudio Longitudinal Social del COES (2024) muestra que el 86% de la población cree que “hay que tener cuidado” al tratar con los demás³. Además, la Encuesta Bicentenario UC (2023)⁴ refuerza esto mismo, dando cuenta que al 51% de los encuestados les produce bastante o mucho temor caminar solo/a en la noche por su barrio. Son las personas mayores de 45 años quienes presentan los mayores porcentajes respecto de este temor.

Según el Termómetro de la Salud Mental en Chile (ACHS-UC)⁵, el 20,4% de los encuestados reporta altos niveles de soledad, declarando que frecuentemente se siente aislado/a, excluido/a por los

¹ Andrés Scherman, Nicolle Etchegaray. Consumo de noticias y temor al delito en Chile (2012), Catalina Allende. El peso del temor a la delincuencia y sus factores determinantes en la población urbana chilena (2004), entre otras.

² Ministerio de Desarrollo Social y Familia. Encuesta Bienestar Social. Tensores del Bienestar Social 2021 - 2023. Observatorio Social (2023).

https://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/storage/docs/bienestar-social/2023/Informe_Tensores_del_Bienestar_Social_2021-2023.pdf

³ Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social. Radiografía de la cohesión social 2016-2023: Calidad de los vínculos sociales (2023). <https://coes.cl/wp-content/uploads/Radiografia-Cohesion-social-2016-2023-Calidad-de-los-vinculos-sociales.pdf>

⁴ Pontificia Universidad Católica de Chile. Encuesta Nacional Bicentenario UC (2023).

<https://encuestabicentenario.uc.cl/content/uploads/2024/05/Bicentenario-2023-final-1.pdf>

⁵ Asociación Chilena de Seguridad, Pontificia Universidad Católica de Chile. Centro UC Encuestas y Estudios Longitudinales. Termómetro de la Salud Mental en Chile ACHS-UC (2024)

demás o que le falta compañía. El estudio además identifica los principales factores estresores de los chilenos y chilenas, donde el principal identificado es el ser víctima de la delincuencia (65%).

Estos elementos configuran un clima social tenso, fragmentado y emocionalmente cargado de temor y retraimiento. De acuerdo con el Índice Paz Ciudadana (2023) de la Fundación Paz Ciudadana, la percepción de temor al delito en Chile alcanzó su punto más alto desde que se tiene registro, aumentando de 20,4% en 2021 a 30,5% en 2023 (porción de personas con alto temor al delito)⁶. Este entorno plantea interrogantes sobre el papel que juega la televisión en la configuración de dicho clima social, entendido como el conjunto de percepciones, emociones y actitudes compartidas respecto a las condiciones de la vida colectiva.

Medios de comunicación, televisión y clima social

El vínculo entre medios de comunicación y fenómenos sociales ha sido abordado ampliamente por diversas corrientes de investigación. La televisión ha sido considerada un medio social influyente debido a su carácter masivo y penetración en todos los estratos sociales. Se ha convertido a la televisión en un objeto privilegiado de estudio dentro de la Mass Communication Research (MCR), surgida en Estados Unidos en los años treinta, la cual dio origen a una variedad de teorías sobre los efectos de los medios.

Estas teorías han evolucionado desde las concepciones iniciales de efectos directos e ilimitados — como la “aguja hipodérmica” o la “bala mágica”— hacia enfoques más complejos, como la teoría del aprendizaje social (Bandura), los efectos de activación (*priming*), el establecimiento de agenda (McCombs y Shaw), el encuadre (*framing*), la teoría del cultivo (Gerbner) y los estudios sobre usos y gratificaciones (Katz, Blumler y Gurevitch). Este desarrollo ha permitido comprender que los efectos mediáticos dependen de múltiples variables, incluyendo factores socioculturales, económicos y contextuales.

En el caso chileno, estudios como el de Scherman y Etchegaray (2012)⁷ de Allende (2004)⁸ han mostrado que no existe evidencia estadísticamente concluyente de una relación causal directa entre consumo de medios y temor al delito, lo que evidencia la complejidad de estos vínculos. No obstante, sigue siendo pertinente analizar cómo los contenidos televisivos pueden incidir o afectar en el ánimo colectivo, la percepción de seguridad y el clima emocional del país.

Se debe considerar además que la TV se desenvuelve hoy en un escenario de desconfianza generalizada, principalmente en todo lo institucionalizado o que se vincule con el poder político. El Latinobarómetro (2023)⁹ evidencia que la radio es la que cuenta con los más altos niveles de confianza a diferencia de la TV y las redes sociales. A su vez, la Encuesta CEP (2024)¹⁰ también da

⁶ Fundación Paz Ciudadana. Informe conferencia IFPC 2023: Prevención del delito y políticas públicas. Fundación Paz Ciudadana (2023). <https://pazciudadana.cl/wp-content/uploads/2023/10/IFPC-2023-Informe-conferencia-11102023.pdf>

⁷ Andrés Scherman, Nicolle Etchegaray. Consumo de noticias y temor al delito en Chile (2012)

⁸ Catalina Allende. El peso del temor a la delincuencia y sus factores determinantes en la población urbana chilena (2004)

⁹ Corporación Latinobarómetro. Informe 2023 (2023)

¹⁰ Centro de Estudios Públicos CEP. Estudio Nacional de Opinión Pública Encuesta CEP (2024).

https://static.cepchile.cl/uploads/cepchile/2024/10/20-204558_lez9_PPT-CEP-92_ANEXOS_20112024.pdf

cuenta de bajos niveles de confianza otorgados a la TV, cifras que muestran un máximo de 19%, específicamente de parte de personas entre 65 y 74 años de edad.

Televisión chilena: historia, opinión pública y transformación

La historia de la televisión en Chile está profundamente entrelazada con hitos políticos y sociales del país. Durante el gobierno de la Unidad Popular (1970-1973), la televisión reflejaba la polarización ideológica. Tras el golpe de Estado de 1973, pasó a ser una herramienta de propaganda del régimen militar. Con el retorno a la democracia, tuvo un rol central en la cobertura del Plebiscito de 1988, marcando un hito en la transición democrática. Más recientemente, su rol en eventos como el terremoto de 2010, las protestas estudiantiles de 2011 o el estallido social de 2019 ha sido clave para movilizar y muchas veces emocionar a la ciudadanía.

Además de ser testigo de estos eventos, la televisión ha sido considerada un factor activo en la generación opinión pública. Como medio dominante durante décadas, fue capaz de establecer agendas, visibilizar problemas y modelar percepciones colectivas. Los noticieros, en particular, han sido la fuente principal de información de gran parte de la ciudadanía.

Sin embargo, el auge de redes sociales y plataformas digitales ha cuestionado esta hegemonía, diversificando las fuentes de información y disminuyendo la confianza en los medios tradicionales. A esto se suman nuevas problemáticas como la desinformación, la saturación informativa y la competencia con el contenido digital, que han llevado a la televisión a replantear sus formatos, modelos de negocio y formas de llegar a audiencias cada vez más fragmentadas y exigentes. Según la última versión de la Encuesta Nacional de Televisión (ENTV, 2024) elaborada por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), se establece que, si bien las redes sociales son las más mencionadas como fuente informativa, también son el medio en el que menos se confía. La gran mayoría de los encuestados (72%) declara haber visto información falta en RRSS, muy por sobre los demás medios de comunicación¹¹.

Televisión y percepción social: influencias y desafíos

La televisión ha sido considerada como un medio con la capacidad de moldear emociones colectivas: ha sido cuestionada por su posible participación en fomentar el miedo a través de una cobertura constante de hechos delictivos, pero a su vez, se le reconoce también el promover orgullo, cohesión o esperanza a través de campañas educativas y relatos positivos. Por ello, entender su rol en el actual clima social chileno implica no solo considerar su historia y efectos comunicacionales, sino también su evolución reciente ante las nuevas dinámicas de consumo mediático.

El concepto de clima social, entendido como la atmósfera predominante en una sociedad influída por variables emocionales, culturales, políticas y económicas, será abordado con mayor profundidad en el próximo capítulo. No obstante, ya desde aquí se reconoce que dicho clima está en parte mediado por la televisión, tanto en su capacidad de reflejar el estado emocional del país como en su potencial de influir en él.

¹¹ Consejo Nacional de Televisión de Chile. Encuesta Nacional de Televisión, ENTV (2024). <https://cntv.cl/wp-content/uploads/2024/12/XI-ENTV-completa.pdf>

MARCO CONCEPTUAL

Este capítulo articula una serie de conceptos fundamentales que permiten comprender los fenómenos explorados en el presente estudio: percepción de seguridad, clima social, construcción social de la realidad, consumo mediático y efectos de los medios, especialmente de la televisión, en la opinión pública y el bienestar colectivo.

Clima social y emociones colectivas

Para efectos de esta investigación, "clima social" se entenderá como el ambiente subjetivo percibido por los individuos respecto de su contexto social inmediato y mediato. De Rivera (1992) introduce el concepto de "clima social emocional"¹² como el predominio de ciertos estados afectivos en una sociedad que impactan en la interacción social, la cohesión y la toma de decisiones colectivas. En situaciones de crisis o incertidumbre, como las vinculadas a la seguridad, este clima se torna tenso o negativo, afectando la confianza interpersonal y en las instituciones.

Construcción social de la realidad y opinión pública

Según Berger y Luckmann (1966), la percepción de seguridad o inseguridad es una construcción social¹³. Es decir, no depende exclusivamente de hechos objetivos, sino de la interpretación compartida de esos hechos, mediada por discursos, relatos y experiencias. En este sentido, la opinión pública es un producto social y comunicacional que se configura a través de procesos de mediatización, incluyendo tanto la televisión, los medios digitales, como las conversaciones cotidianas.

Medios, agenda y Framing

Diversas teorías han buscado explicar la influencia de los medios en la formación de la opinión pública. La Teoría de la Agenda Setting (McCombs y Shaw, 1972) plantea que los medios influyen en qué temas la gente considera importantes. La Teoría del Framing (Goffman, 1974; Entman, 1993) complementa esta idea al mostrar que los medios también condicionan cómo se interpreta un tema, mediante la selección y jerarquización de ciertos marcos de sentido.

Teoría del Cultivo

George Gerbner (1976) plantea que la exposición prolongada a contenidos televisivos, especialmente aquellos centrados en la violencia, puede producir una visión del mundo más temerosa, distorsionando la percepción de riesgo y peligro. Este efecto de "cultivo" podría ser particularmente relevante en sociedades donde la televisión sigue siendo una fuente central de información para grandes segmentos de la población.

Teoría del Espiral del silencio

Esta sugiere que las personas tienden a silenciar opiniones que perciben como minoritarias, por temor al aislamiento (Noelle-Neumann, 1974). En contextos de polarización o temor, según la teoría

¹² De Rivera, J. Emotional climate: Social structure and emotional dynamics (1992)

¹³ Berger, P. & Luckmann, T. La construcción social de la realidad (1966)

los medios podrían acentuar este efecto, consolidando percepciones dominantes sobre la seguridad que no necesariamente se corresponden con experiencias reales.

Bienestar subjetivo, confianza y temor

La percepción de inseguridad afecta el bienestar subjetivo. La evidencia muestra que el temor al delito tiene efectos psicológicos que trascienden la experiencia directa de victimización, afectando la libertad de movimiento, las relaciones sociales y la confianza en los otros¹⁴. La desconfianza generalizada, como forma de protección emocional, podría erosionar además la posibilidad de sentirse como y parte de una comunidad.

Consumo mediático

El consumo de información ha cambiado radicalmente con la digitalización. La fragmentación de las audiencias y la irrupción de nuevas plataformas han destronado la centralidad de la televisión. Sin embargo, su poder de "contar historias" y dotar de continuidad y sentido al acontecer diario sigue vigente, especialmente en franjas como los noticieros y los programas matinales, donde las audiencias siguen siendo significativas.

En resumen, el presente estudio se sustenta en una mirada que reconoce la interacción entre experiencias subjetivas, mediaciones comunicacionales y contextos sociales, para comprender cómo las personas construyen su percepción de la seguridad en relación con los medios que consumen y los climas emocionales que predominan en sus entornos. Es por esto que la siguiente investigación cualitativa se propone abordar la relación entre agenda pública, clima social y contenidos televisivos a través de grupos focales desarrollados en distintas zonas del país, con participantes expuestos a distintas realidades territoriales e indicadores de inseguridad. A su vez, se busca explorar cómo las audiencias se informan, qué valoraciones hacen de los contenidos informativos, y de qué manera la experiencia mediática se integra en sus interpretaciones cotidianas sobre el entorno.

¹⁴ Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social. Radiografía de la cohesión social 2016-2023: Calidad de los vínculos sociales (2023). <https://coes.cl/wp-content/uploads/Radiografia-Cohesion-social-2016-2023-Calidad-de-los-vinculos-sociales.pdf>

OBJETIVOS

Objetivo general

- Relacionar agenda pública, clima social y contenidos televisivos de los principales programas de la TV abierta (noticiarios y matinales)

Objetivos específicos

- Indagar en los hábitos de consumo de medios, tanto digitales como tradicionales, de las audiencias.
- Conocer en profundidad las principales preocupaciones de la ciudadanía.
- Explorar las percepciones sobre seguridad de los participantes.

METODOLOGÍA

Se realizaron 12 focus group en modalidad en línea, cada uno con seis participantes, diferenciados según género, zona geográfica y nivel de delitos de las comunas de procedencia. La duración de cada sesión no superó los 90 minutos.

Se aplicó una pauta semiestructurada que fue ajustada tras la realización de los primeros cuatro focus group, con el fin de evaluar su funcionamiento y optimizar su eficacia en la exploración de los contenidos de interés.

Universo del estudio

Hombres y mujeres residentes en las distintas regiones de Chile, desde los 18 a los 69 años, de todos los GSE.

Fecha de realización de los focus groups: octubre – noviembre 2024

Para determinar el nivel de delitos en las diferentes comunas, se utilizó la tasa de homicidios consumados, del Centro para la Prevención de Homicidios y Delitos Violentos¹⁵.

SEXO	ZONA	EDAD	NIVEL DE DELITOS	GRUPOS DE CONTROL
Hombres	Norte	50-64	Comuna alto delito	
		25-34	Comuna delito medio y bajo	No ven TV
	Centro	18-24	Comuna alto delito	
		65-69	Comuna delito medio y bajo	
	Sur	65-69	Comuna alto delito	
		50-64	Comuna delito medio y bajo	
	Norte	50-64	Comuna alto delito	
		65-69	Comuna delito medio y bajo	
Mujeres	Centro	65-69	Comuna alto delito	
		18-24	Comuna delito medio y bajo	
	Sur	25-34	Comuna alto delito	No ven TV
		35-49	Comuna delito medio y bajo	

¹⁵ Subsecretaría de Prevención del Delito, Gobierno de Chile; Centro para la prevención de homicidios y delitos violentos (2024); <https://prevenciondehomicidios.cl/>

ZONA	COMUNAS
Norte	Antofagasta, Arica, Caldera, Coquimbo, Copiapó, Illapel, Los Vilos, Mejillones, Tierra Amarilla, Vallenar y Vicuña
Centro	Cabildo, Chiguayante, Curanilahue, Estación Central, Independencia, La Ligua, Lampa, Linares, San Antonio, San Bernardo, Santa Cruz, San José de Maipo, Villa Alemana y Vitacura
Sur	Chillán Viejo, Chonchi, Curacautín, Gorbea, La Unión, Osorno, Puerto Saavedra, Pitrufquén, Puerto Montt, Teodoro Smith, Victoria y Villarrica

PRINCIPALES RESULTADOS

1. ESTADO DE ÁNIMO

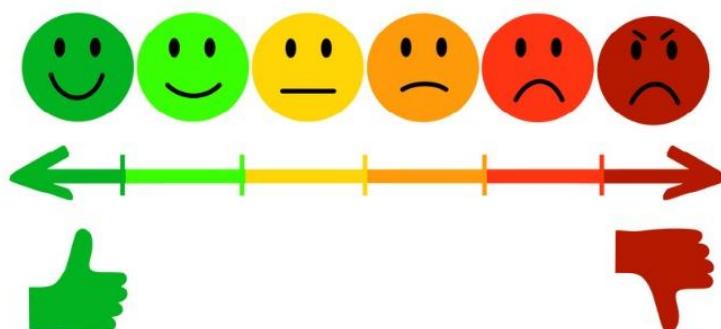
Se inició el ejercicio preguntando sobre los estados de ánimo personales y, posteriormente, los que perciben respecto de otras personas, abriendo la conversación y situando esta desde una perspectiva más personal, evitando aproximaciones más generales sobre un tema.

El consumo de medios -y en especial de televisión- aparece condicionado por los estados de ánimo de las personas, lo cual determina la decisión de exponerse frente a ciertos contenidos. Principalmente confluyen dos grandes dimensiones a este respecto: el estado de ánimo personal y el que se percibe en el resto de las personas. La magnitud de esa brecha varía -sin embargo- entre algunos segmentos: los jóvenes y personas de mayor edad, en general, se perciben en un mejor estado de ánimo que el resto de las personas; mientras que entre quienes se ubican en la mediana edad, la brecha es menos amplia.

Se vuelve relevante destacar que la percepción de inseguridad surge como clave en las preguntas sobre el estado de ánimo, tanto personal como general. Las mujeres perciben la inseguridad desde varias dimensiones en comparación a los hombres que tienden a dar mayor centralidad en sus relatos a la inseguridad económica. Por otro lado, la diferenciación por zonas recae en que las ciudades más grandes son percibidas más inseguras a diferencia de localidades más pequeñas. Los participantes de los focus de localidades de menor tamaño, relatan sentirse más inseguros cuando deben acudir a ciudades más grandes

a. Estado de ánimo personal

El estado de ánimo personal de los participantes se caracteriza, en general, por una valoración positiva de su situación actual. Para el análisis de este aspecto, se utilizó una imagen que representaba una escala de estados de ánimo —desde “muy bien” hasta “muy mal”—, pidiéndoles posicionarse en ella y explicar las razones que fundamentaban su elección. A partir de este ejercicio, también se les solicitó evaluar el estado de ánimo a nivel país.



Los resultados muestran que la mayoría se ubica en los colores verde (feliz/positivo) o amarillo (indiferente/alerta, pero con disposición positiva). Este predominio de la positividad se sustenta en factores personales como la buena salud (“tengo salud”, “vencí un cáncer”), la estabilidad familiar (“mi familia está bien”, “buen matrimonio”), los logros individuales (hijos profesionales, jubilación) y una actitud vital basada en el optimismo (“hay que ser positivo”).

En los grupos de mayor edad, la satisfacción se vincula especialmente con la vida cotidiana y la valoración de aspectos concretos que hacen que su existencia sea significativa, aun cuando deban enfrentar problemas de salud o económicos. En el caso de los jóvenes, los estados de ánimo positivos se relacionan con sus proyectos de vida, los estudios, la formación familiar y las metas personales. Los matices de preocupación que desvían del “verde puro” provienen, principalmente, de enfermedades propias o familiares, el estrés académico o laboral, la inseguridad en el entorno residencial y la insuficiencia económica o de las pensiones.

“Hoy tengo todo lo que necesito, puedo descansar bien, tengo un buen trabajo, tengo proyectos en la vida, no podría quejarme en realidad y si bien hay presiones y cosas así, es todo superable.”

(Focus hombres, zona sur, delitos medio-bajo, 50 a 64 años)

“Verde oscuro, saber que mi hijo está estudiando, tengo un hogar, trabajo a una cuadra de la casa, encuentro que mi vida es plena.”

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

“Yo me identifico con el verde oscuro, porque me siento feliz, realizada, me gusta mi trabajo, me siento con muchas energías. Tengo 61 años, pero me siento bien, me siento activa, yo trato de que las cosas no influyan mucho en mi vida diaria.”

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

“Yo diría que verde claro, tuve un buen fin de semana, buen desempeño deportivo, se ganó así que estábamos contentos.”

(Focus hombres, zona norte, delitos medio-bajo, 25 a 34 años)

b. Estado de ánimo general

En contraste con el predominio de un ánimo personal positivo, la percepción sobre el estado de ánimo general del país es marcadamente negativa. Los participantes describen un entorno social cargado de preocupación, miedo y descontento. En los focus group, la mayoría calificó el ánimo nacional en tonos naranja o rojo, asociados a la preocupación, la tristeza o la ira, reflejando una sensación colectiva de incertidumbre y descontento generalizado.

El principal motivo de esta valoración negativa es la inseguridad y el aumento de la delincuencia, que aparece de manera recurrente en todos los grupos. Se mencionan hechos de violencia, homicidios, portonazos y sicariatos, generando un sentimiento extendido de miedo y vulnerabilidad. Esta percepción no solo proviene de experiencias personales, sino también de la exposición constante a noticias policiales en los medios.

A la preocupación por la seguridad se suman factores económicos y políticos. La inestabilidad económica —reflejada en el aumento del costo de la vida, los bajos sueldos, el endeudamiento juvenil y la falta de oportunidades laborales— profundiza el malestar. En paralelo, la falta de confianza en las instituciones, los escándalos de corrupción y la percepción de una crisis política persistente contribuyen a consolidar una visión pesimista sobre el país. Finalmente, la inmigración

es mencionada por algunos como un elemento que incrementa la tensión social y la sensación de inseguridad.

“Pero yo veo que la sociedad está de naranjo a rojo, sobre todo por la situación que existe en el país y en el mundo, esta sociedad está llena de problemas políticos, problemas económicos y además por la tele siempre estamos bombardeados a través de los medios de comunicación, la gente está asustada que la van a asaltar. Los demás están asustados, sobre todo los más jóvenes por pegas inestables, sobre todo porque en el tiempo de nosotros había otra forma de vida.”

(Focus hombres, zona centro, delitos medio-bajo, 65 a 69 años)

“En estado de alerta, considero yo, (...) por la inestabilidad que está pasando el país, tanto política como económicamente hay un descontento. Hay cosas que no debieran corresponder como la diferencia entre Monsalve y Valdivia. Hay un malestar seguido de la economía, la política.”

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

“Yo pienso que están en la carita salmón, porque siento que en general el trabajo está malo, los sueldos están bajos, a un joven adulto le cuesta mucho tener una vivienda propia y la inseguridad que uno siente. Está inseguro Chile en general.”

(Focus mujeres, zona norte, medio-bajo, 65 a 69 años)

c. Condicionantes de la inseguridad

La percepción de inseguridad es manifestada de manera clara por los participantes, pero no de manera homogénea: está mediada por una serie de condicionantes sociales y contextuales que inciden en cómo las personas experimentan y reaccionan frente a este fenómeno. Entre los factores más relevantes se encuentran el género, la edad, y el tamaño o tipo de ciudad en que se habita, los cuales moldean tanto la intensidad del temor como las conductas preventivas adoptadas. Asimismo, la nueva realidad de la inseguridad, caracterizada por delitos percibidos como más violentos o agresivos —como asaltos con armas, homicidios o crímenes organizados—, contribuye a consolidar una sensación de vulnerabilidad generalizada. En este contexto, la inseguridad se entiende como un fenómeno complejo, donde la experiencia personal y las dinámicas territoriales interactúan para configurar distintas formas de miedo y estrategias cotidianas de autoprotección.

i. Género:

Al analizar los resultados de los distintos focus groups realizados con hombres y mujeres de diversas edades y zonas del país, se observa que el género constituye una variable clave en la forma en que las personas perciben y experimentan la inseguridad. Los hombres tienden a asociarla principalmente con el ámbito económico, vinculándola a la estabilidad laboral, los ingresos y la posibilidad de mantener su bienestar material; en un segundo plano, refieren la inseguridad relacionada con la delincuencia. Por su lado, las mujeres abordan la inseguridad de manera más amplia y multidimensional, integrando en sus relatos aspectos económicos, de salud y de vulnerabilidad personal y familiar.

Los testimonios recabados dan cuenta de experiencias donde confluyen distintos factores que refuerzan esta percepción de inseguridad: la fragilidad económica, los problemas de salud, y las consecuencias cotidianas de la delincuencia que, en muchos casos, se vincula con la afectación a la movilidad, autonomía y tranquilidad en los espacios públicos. Las mujeres expresan una creciente preocupación frente a casos de violencia sexual y de género, e indican la necesidad de intensificar medidas de autoprotección a raíz de un sentimiento de alerta permanente.

Esta sensación de exposición constante —la que se considera alimentada tanto por la cobertura mediática como por experiencias personales o cercanas— configura un estado sostenido de inseguridad, donde las y los entrevistados declaran que muchas veces no existen redes o apoyos suficientes para enfrentarlo. En el caso de las mujeres, esta percepción trasciende el plano individual: no perciben solamente su propia inseguridad, sino que también la proyectan hacia sus familias y entornos cercanos, generando una visión integral del riesgo que incide directamente en sus rutinas diarias, decisiones de desplazamiento y calidad de vida.

“Salí de un trabajo tóxico que me tenía sin paz mental, porque una anda para todos lados, corriendo con la guagua a la sala cuna (...) corriendo para cumplir con los horarios y salir del trabajo.”

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

“En esta etapa de la vida, muchos cambios, cambios de ciudad, cambios de constitución familiar. (...) La vida te lleva, te desafía. No puedo parar, por mis hijos, es como estar sobre pasada, entonces siempre estoy en estado de alerta.”

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

“Porque la situación no está buena. Está todo malo, la seguridad, los sueldos, hay mucha gente cesante, la gente no puede estar contenta, imposible.”

(Focus hombres, zona sur, delitos medio-bajo, 50 a 64 años)

“La inseguridad trae mal a la gente, pero el factor económico es el que afecta más, cuesta llegar a fin de mes, no pagar las cuentas, que alguien se enferme, se echa algo a perder, lo que angustia a las personas es la plata y luego la delincuencia. Se ve mucha disconformidad en todas partes.”

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

ii. Edad

En cuanto a las diferencias por grupo etario, los resultados muestran que la edad es un factor determinante en la forma en que las personas perciben y enfrentan la inseguridad. En los grupos de mayor edad, la sensación de vulnerabilidad tiende a ser más alta y, en muchos casos, no proviene de experiencias directas, sino de referencias mediáticas o relatos de terceros. Estas percepciones se ven reforzadas por la idea de que la delincuencia actual presenta niveles de violencia y sofisticación mayores, lo que limita las estrategias personales de autoprotección y genera una sensación de menor control sobre el entorno.

En contraste, entre los participantes más jóvenes, la inseguridad no se percibe necesariamente como menor, sino más incorporada a la vida cotidiana, y se manifiesta junto a otras fuentes de tensión, como el estrés académico o laboral. Este grupo tiende a sentirse con mayores herramientas y/o recursos para enfrentar el riesgo, ya sea por el uso de tecnologías, redes de apoyo o una disposición más pragmática frente a situaciones de peligro.

Mientras las personas mayores asocian la inseguridad con los niveles actuales de delincuencia, pérdida de control y vulnerabilidad creciente, los jóvenes la integran como parte de sus entornos social, combinando la preocupación por la delincuencia con otras inseguridades propias de su etapa vital.

“La gente de nuestra edad fue más previsora. Los jóvenes están sobreendeudados, ellos trabajan para endeudarse más y viven en un círculo vicioso y eso no los deja tranquilos. A los jóvenes yo los veo como rojo porque hay un descontento generalizado en los chiquillos, los más adultos entre amarillo y verde claro.”

(Focus mujeres, zona centro, delitos altos, 65 a 69 años)

“El día a día hay que saber llevarlo... en el trabajo, además la Universidad, el estrés.”

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

“Hace poco salí de mis estudios a trabajar en laboratorio clínico y la gente, los pacientes, te colapsan. A veces son irrespetuosos y cuando vas con la buena onda te contestan mal, así que una termina chata.”

(Focus mujeres, zona centro, delitos medio-bajo, 18 a 24 años)

iii. Tamaño de las ciudades

Los resultados de los focus groups indican que el tamaño de las ciudades y la zona geográfica del país —norte, centro o sur— actúan como factores que matizan, aunque no determinan de manera decisiva, la percepción de inseguridad. En general, no se observan diferencias significativas entre los participantes que habitan en comunas con distintos niveles de delito; sin embargo, sí se perciben matices asociados al tipo de entorno urbano.

Las personas que viven en ciudades grandes o capitales regionales tienden a describir un ambiente más violento y acelerado, lo que se traduce en una sensación de mayor exposición al riesgo. En contraste, quienes residen en localidades más pequeñas o rurales suelen manifestar una percepción de mayor tranquilidad, atribuida a la existencia de vínculos sociales más cercanos, una mayor familiaridad entre los habitantes y una menor presencia de “extraños” o de población flotante, incluyendo así, como factor, la inmigración reciente.

En este sentido, la percepción de inseguridad parece estar menos influida por las estadísticas de delitos y más por la estructura social y relacional de los territorios. El tamaño y dinámica de las ciudades configuran entornos emocionales distintos: mientras las urbes mayores refuerzan la sensación de alerta y desconfianza, los espacios pequeños favorecen una percepción de control y cohesión social que, en muchos casos, favorece a la disminución del temor.

“La percepción de hoy en día, sobre todo con lo que estamos viviendo en cuanto a seguridad, veo que hoy la gente está tratando de irse de Santiago, buscando tranquilidad, lo he visto con la mayoría de mis clientes.”

(Focus hombres, zona centro, delitos medio-bajo, 65 a 69 años)

“La realidad que se está viviendo actualmente a nivel nacional no es la misma que vivimos nosotros acá en el sur. Yo creo que el hecho de trabajar en algo tranquilo da la tranquilidad a la gente acá en el sur, a diferencia de Santiago donde es todo súper rápido, quieren hacer mil cosas dentro del día y no es posible.”

(Focus hombres, zona sur, delitos altos, 65 a 69 años)

“Las provincias son distintas a la capital, yo me siento tranquila, aunque igual hay focos de delincuencia, robo o narcotráfico, pero no tanto como en la capital. Hay cámaras de vigilancia, además que uno no sale mucho en la tarde, yo no salgo. Entonces considero que siguen siendo las provincias más tranquilas, no así el norte grande. Los de provincia pueden estar en el amarillo, pero en Santiago entre el naranjo y el rojo.”

(Focus mujeres, zona norte, medio-bajo, 65 a 69 años)

“Yo también creo que la cara roja, y si nos vamos a Santiago, lo que uno ve, una ciudad violenta total. Se echa de menos el cuchillo en el cogoteo porque ahora es a pistola y a matar. Acá en Chillán no es pura paz, pero a ese nivel todavía no.”

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

d. La nueva realidad de la inseguridad

En los discursos recogidos de las y los participantes, emerge con fuerza la percepción de una “nueva realidad de la inseguridad”, caracterizada por un proceso de normalización de la violencia en distintos ámbitos de la vida cotidiana. Esta normalización se manifiesta, por una parte, en las interacciones sociales diarias, donde los participantes describen un clima de mayor agresividad y menor tolerancia en espacios públicos, laborales y vecinales. Varios/as de los y las participantes relatan ejemplos concretos de conflictos o reacciones violentas en situaciones menores, lo que evidencia un cambio en las formas de relacionarse. Esta percepción es particularmente notoria entre quienes viven fuera de Santiago, que enfatizan en contrastar el ritmo y estilo de vida de la capital con la convivencia más pausada de sus comunidades locales.

Por otra parte, la normalización de la violencia se asocia al cambio en la naturaleza de los delitos, que ya no se perciben solo como “más frecuentes”, sino también “más violentos” y/o de mayor impacto emocional y físico. Los participantes aluden a la aparición de delitos “nuevos”, más impredecibles y con límites menos claros, lo que genera una sensación de descontrol y vulnerabilidad. La comparación con el pasado aparece de manera recurrente, aludiendo a que antes existía delincuencia, pero esta parecía más acotada y menos agresiva.

Finalmente, parte de los/as participantes atribuye este aumento y transformación de la violencia a fenómenos como la migración y los cambios sociales recientes. Esta percepción es más intensa entre

las personas mayores, quienes contrastan el presente con épocas pasadas considerándolas más seguras estás últimas. Los jóvenes, por su lado, tienden a asumir esta realidad como parte del entorno cotidiano, mostrando cierta facilidad de adaptación a esta nueva configuración de la inseguridad.

"En general se percibe un ambiente denso de inseguridad. La mayoría de la gente con la que converso siempre lo dice así: como que hay mucha más delincuencia, el tema de los inmigrantes. Creo que siempre ha sido igual, quizá ahora hay más cámaras, y se ve más."

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

"Uno ve a través de la televisión, en el convivir, en el supermercado, la feria, la reacción de la gente. Yo manejo, entonces veo a los conductores y siento que, a nivel país estamos súper agresivos. Yo creo que la pandemia nos hizo muy mal, no solo a los jóvenes, sino que a la humanidad... nos hizo mal no estar compartiendo el contacto físico, eso nos hizo muy mal."

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

"Mal. Con quien hables está mal, asustada, con miedo de tanta muerte, temor de tanto extranjero. En mi mente no habían sicarios, y además que la gente está estresada económicamente, diez mil pesos no alcanzan pa' na'. Estamos viviendo a nivel país mucha incertidumbre y yo no veo a nadie feliz en realidad, en el fondo es una preocupación enorme porque así no estábamos acostumbrados a vivir."

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

"Es fome lo que está pasando en el país. No en todos lados la delincuencia es la misma, porque ha llegado delincuencia de otros países. Antes robaban cajeros con balones de gas, y ahora hay asesinatos o sicarios."

(Focus mujeres, zona centro, delitos medio-bajo, 18 a 24 años)

2. CONSUMO DE TV

Si bien es de conocimiento público que el consumo de televisión ha disminuido considerablemente en la última década, para efectos de este estudio y du foco en cuestión, interesa precisar el lugar que ocupa hoy la televisión dentro de la dieta informativa de las personas, particularmente en relación con la información sobre seguridad, delincuencia y clima social, así como las rutinas mediáticas que tradicionalmente articulaban el acceso a este tipo de contenidos.

a. No existe una rutina informativa clara

Para el análisis del consumo televisivo se empleó un esquema gráfico dividido en tres bandas horarias, correspondientes a los momentos habituales de emisión de contenidos informativos: temprano (8 a 10 horas), durante la mañana (10 a 14 horas) y en la noche (20 a 23 horas).

De los relatos de los focus groups se desprende una fragmentación del consumo de medios a lo largo del día, ya que no existe una rutina informativa clara ni compartida. Esto se distancia del tradicional “tren de consumo”, asociado a dinámicas familiares y personales relativamente estables.

Se detecta la existencia de algunos patrones informativos más establecidos, especialmente entre personas mayores y mujeres, quienes mantienen prácticas como ver las noticias matinales para informarse sobre el clima, la hora y los acontecimientos generales del día. En muchos de estos casos, la televisión cumple también un rol de compañía, funcionando como un fondo sonoro o visual al que se accede de manera intermitente.

Por su parte, los noticiarios nocturnos se asocian más a un momento de compañía que a una búsqueda activa de información, especialmente durante las comidas o antes de dormir.

“Yo prendo la tele en la mañana, me levanto a las 6 y no la veo, pero la escucho, pongo los canales nacionales para escuchar la información, ya sea pronóstico del tiempo, algo policial.”

(Focus hombres, zona sur, delitos medio-bajo, 50 a 64 años)

“En la noche, porque en el día no tengo tiempo de ver tele, veo los noticieros centrales. Yo me acuesto temprano, entonces pongo la tele para informarme que ha acontecido.”

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

b. Predominan los medios instantáneos y el consumo *on demand*

Para los/as participantes de este estudio, el cambio en las formas de consumo mediático, y del consumo televisivo en particular, está influido por diversos factores como: la expansión del teletrabajo, la masificación de los dispositivos móviles y la diversificación de actividades durante el tiempo libre, especialmente tras la pandemia. Estos elementos han impulsado una preferencia por formatos informativos *on demand*, caracterizados por su flexibilidad en tiempo y espacio, y por la posibilidad de acceder a contenidos ajustados a las necesidades personales en distintos momentos del día.

El consumo *on demand* configura una nueva cultura mediática, basada en la personalización y la elección. Si antes la crítica hacia los medios tradicionales era un eje central en la relación de las audiencias con ellos, hoy esa postura se atenúa ante la percepción de una oferta amplia y diversa, especialmente desde las redes sociales. Si un contenido no responde a las expectativas o intereses de una persona, existen múltiples alternativas para reemplazarlo o contrastarlo.

“Me levanto, salgo y veo algo de Instagram, me sale una que otra noticia, CHV, MEGA, siempre salen en la mañana. Después no veo nada y en la universidad, en la sala de descanso, sale algún tema y me informo. Cuando llego a la casa veo Instagram o Twitter y cuando llega la cena, mi mamá pone noticias y me informa sobre lo que pasó en el día.”

(Focus mujeres, zona centro, delitos medio-bajo, 18 a 24 años)

"A veces me pasa que veo el celu y me sale MEGA o CHV con algún post, a veces hay noticias que le dan más énfasis en Instagram y en la tele no lo muestran. En la noche siempre muestran lo mismo que pasa en el día, pero lo pongo igual porque dan el tiempo"

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

Más que un “tren informativo” ordenado por horarios, lo que se observa en el discurso de los/as participantes, es una sucesión de accesos a distintos medios y redes, que permite profundizar en un hecho desde distintas fuentes a lo largo del día.

Entre las principales “puertas de entrada” a la información destacan:

- WhatsApp, que cumple un rol de alerta o monitoreo. La relación interpersonal con quien envía la información refuerza su credibilidad y confianza.
- Redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, y las cuentas digitales de los medios tradicionales, valoradas por su inmediatez y capacidad de actualización constante.
- Sitios de noticias nacionales y regionales, consultados directamente o a través de buscadores de Internet, especialmente por los grupos más jóvenes, que contrastan la información entre distintas plataformas.

"Me he informado más por las redes sociales en verdad, es lo que usa más uno y los medios supieron adaptarse a las redes sociales para informar. Por Instagram, TikTok, que están las páginas oficiales de los medios."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"Por redes sociales y si quiero averiguar más, por internet, en Google. Hace muchos años que abandoné la tele. En primer lugar, fue porque veía cosas hasta muy tarde, me acostaba tarde y me afectaba en el sueño y además de eso los noticieros me remueven muchas cosas porque era demasiado negativo. Acá es más selectivo, puedes ver si te interesa y averiguar un poco más."

(Focus mujeres, zona sur, delitos altos, 25 a 34 años)

"En los grupos de WhatsApp también dan noticias, los diarios del día, si hay un accidente, un asalto."

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

"De repente me cambio de canal porque las noticias hablan de todo un poco, y me pasa que siento que, si bien dan las noticias como son, en las redes sociales las ves más completas, porque no todo lo muestran en la tele."

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

Para ciertos grupos —particularmente mujeres y personas mayores—, la televisión sigue siendo un medio de validación informativa. Ante un video o mensaje recibido por redes sociales o WhatsApp, se espera su aparición en un noticiero televisivo para confirmar su veracidad. Esta práctica se

observa con especial fuerza frente a las noticias sobre delincuencia, donde la televisión opera como instancia de corroboración final.

Sin embargo, este comportamiento conlleva una expectativa adicional: las audiencias esperan que la televisión aporte contexto y antecedentes complementarios a los hechos, algo que —según los participantes— no siempre se cumple, generando una de las principales críticas hacia los noticieros en materia de información sobre seguridad.

c. Baja interacción social en torno a las noticias

Un rasgo característico del consumo televisivo en el pasado era su dimensión social, especialmente en horario prime, coincidiendo con los momentos de reunión familiar. Esa práctica ha ido desapareciendo progresivamente, primero por la multiplicación de televisores en los hogares y luego por la individualización del consumo a través de los dispositivos móviles.

Hoy se observa una baja interacción social en torno a las noticias, lo que afecta tanto la función cohesionadora de la televisión como su influencia en la formación de opinión pública.

Las personas declaran tener menos espacios para conversar sobre actualidad o contingencia, debido a la falta de tiempo, las demandas laborales y domésticas, el cansancio y el sentimiento de desconfianza social generalizado. Las instancias de conversación se limitan a momentos esporádicos, como las comidas o encuentros con amigos y familiares, y no forman parte de la rutina diaria.

En este contexto, las redes sociales, especialmente los grupos de WhatsApp, se transforman en los principales espacios de sociabilidad informativa, permitiendo comentar y compartir noticias sin la necesidad de una interacción presencial. No obstante, esta mediación digital refuerza el carácter fragmentado, personalizado y, a menudo, emocional del consumo informativo contemporáneo.

"A la hora de tomar once me fijo en el tiempo no más y ahí me voy para mi pieza y me pongo a jugar en el teléfono. En las redes sociales están subiendo contenido a cada rato."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"Estamos viendo las noticias y estoy, no sé, con mi suegra, con mi suegro y pues ahí empezamos como a conversar de la noticia y es como que hablamos más de lo mismo, de lo mismo que está diciendo la tele, como por ejemplo del Mago Valdivia que creo que fue todo este día que hablamos de eso."

(Focus mujeres, zona centro, delitos medio-bajo, 18 a 24 años)

"Compartimos las noticias en el grupo de WhatsApp de la familia y cuando algo nos genera harto impacto lo opinamos y lo compartimos. Delincuencia, a nivel nacional, mi algoritmo de noticias es mucho de muerte, ponen tanto detalle."

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

"Tipo 8 ya estoy acostada, ahí tomo mi celular, hablo con amigas y familiares por redes sociales, pero eso. Ahí en las mañanas me entero de lo que paso el día anterior."

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

3. TV Y VIOLENCIA

a. TV no juega un rol relevante en la distinción de violencia: La realidad ya es violenta

Los resultados de este estudio muestran que, para la mayoría de las personas, la violencia que aparece en la televisión no se percibe como una construcción mediática exagerada, sino como un reflejo de una realidad social que ya es experimentada como altamente violenta. La sensación predominante es que existe una normalización de la violencia, especialmente en lo que respecta a la comisión de delitos y a su presencia cotidiana en distintos espacios de la vida diaria.

En este contexto, la televisión es vista principalmente como un espejo más de esa nueva realidad, y no como un factor que amplifique o distorsione el fenómeno. Si bien algunos participantes –de manera minoritaria– sostienen que la televisión podría contribuir al temor al enfatizar hechos delictuales, esta percepción no es mayoritaria ni constituye un consenso dentro de los grupos. Por el contrario, no se identifica una distinción clara entre la violencia mostrada en televisión y la violencia vivida en el entorno social, lo que evidencia que las preocupaciones se centran menos en los contenidos televisivos y más en la situación general del país.

En suma, la televisión no aparece como un actor determinante en la construcción del miedo o en la percepción de inseguridad, sino como un elemento más dentro de un entorno donde la violencia es vista como una realidad extendida y, en muchos casos, ya interiorizada por las audiencias.

"La tele reafirma lo que está pasando, a nosotros nos pasó acá en la puerta de nuestra casa, mi suegro vendió una propiedad, y fueron todos los hijos al banco para retirar el dinero, los siguieron hasta la puerta de la casa y los apuñalaron, les pegaron, fue horrible y desde adentro del banco los siguieron, nada te protege."

(Focus mujeres, zona centro, delitos altos, 65 a 69 años)

"Despierto con las noticias y me entero de todo lo que ha pasado en las mañanas, las noticias de delincuencia las veo, sé que es la realidad, pero le dan mucho."

(Focus mujeres, zona norte, medio-bajo, 65 a 69 años)

"Ponemos la tele y decimos ya ¿a quién mataron hoy día?"

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

b. Violencia se percibe más a través de experiencias personales o cercanas que por TV

Las personas participantes de los distintos grupos focales señalan que su percepción de la violencia no proviene directamente de lo que ven en televisión, sino que se construye principalmente a partir de experiencias personales o de personas cercanas que han sido víctimas de delitos. Asaltos, robos, estafas u otros episodios de inseguridad vividos en el entorno inmediato aparecen como los factores que generan mayor temor e influyen de manera más significativa en la sensación de vulnerabilidad.

Estas experiencias adquieren aún más presencia debido a su rápida circulación en redes sociales y grupos de mensajería —particularmente WhatsApp—, donde se comparten relatos, videos o alertas de manera constante. Los participantes comentan que estas plataformas amplifican y vuelven más próximas las vivencias de inseguridad, reforzando la percepción de un ambiente social marcado por la violencia.

En este marco, la televisión es vista como un medio que confirma o complementa estas experiencias, pero no como el origen de la percepción de violencia. Se mantiene la idea, presente también en otros apartados del estudio, de una normalización de la violencia en la vida cotidiana. Desde esta perspectiva, la televisión no exacerba la violencia ni genera un miedo adicional; más bien, refleja una realidad que los propios participantes consideran ya violenta por sí misma.

"La sensación de inseguridad es porque la he vivido y la veo en la tele, yo antes a mi casa nunca le ponía llave, ahora mi marido se va y me llama para que le ponga llave, voy a comprar y le pongo, no era un hábito, pero ahora sí."

(Focus mujeres, zona centro, delitos altos, 65 a 69 años)

"El mismo miedo porque se ve que está mal todo, aunque no lo viera en las noticias sería el mismo miedo."

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

c. Hay una preocupación por el otro más que por sí mismos

Un hallazgo transversal en los distintos grupos focales es que la preocupación frente a la inseguridad no se centra exclusivamente en la propia protección, sino que se dirige mayoritariamente hacia familiares y personas cercanas. Aunque este estudio buscaba identificar en qué medida la cobertura televisiva de hechos delictuales influye en los temores cotidianos y en posibles cambios de conducta, los participantes manifestaron que su inquietud se relaciona más con el resguardo de terceros que con el suyo propio.

Este fenómeno, observado de manera consistente en hombres y mujeres de diferentes edades, puede describirse como una “transferencia” de la preocupación: el riesgo se percibe con mayor intensidad cuando involucra a hijos que se desplazan solos durante la noche, a padres o abuelos que viven sin compañía, o a pares que podrían estar expuestos a situaciones de violencia. Entre mujeres, además, emergen relatos donde el cuidado mutuo adquiere especial relevancia, reforzando prácticas de alerta y acompañamiento en espacios públicos.

En este contexto, la televisión aparece más como un medio que confirma un entorno social considerado inseguro que como un factor determinante en la generación del temor. Así, la preocupación por la violencia se vincula de manera más profunda a las dinámicas de protección dentro del círculo cercano que a la influencia directa de los contenidos televisivos.

"Siempre me han inculcado de la casa estar atenta, no estar con el teléfono en la mano, todas mis cosas guardadas y pendiente del exterior, sé que pueden robar en bici, moto, auto, siempre hay que estar atenta, ando con un gas pimienta igual, gracias a Dios nunca me ha pasado nada."

(Focus mujeres, zona centro, delitos medio-bajo, 18 a 24 años)

"Yo al menos nunca he andado con miedo en la calle entonces... sí, lo que me da miedo es como, por ejemplo, tengo hermanas y hermanos más pequeños por decirlo así y eso sí me daría miedo, así como que ellos anden solos o alguna cosa."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"A mí me afecta, pero a mis padres les afecta más, tienen 80 años, mi madre ya no sale, ella vive en Santiago, no hay seguridad para que una abuelita ande tranquila, yo la puedo manejar, tengo 50 años, mis padres no po', ellos sienten miedo no más."

(Focus hombres, zona sur, delitos medio-bajo, 50 a 64 años)

d. No existe un consenso sobre la incidencia de la TV en la inseguridad

Estos resultados muestran que no hay una postura unánime respecto del impacto que la televisión tendría en la percepción de inseguridad. Los relatos evidencian opiniones diversas y, en algunos casos, contradictorias. Solo una minoría atribuye a la televisión un rol determinante en el aumento del temor, mientras que la mayoría relativiza o matiza dicha influencia.

Dentro de las percepciones recogidas, algunos participantes plantean que la televisión podría enseñar a delinquir, al mostrar con detalle el modus operandi de quienes cometen delitos. Otros señalan que este medio también cumple una función preventiva, al entregar recomendaciones y orientaciones para protegerse y resguardar las pertenencias personales. Finalmente, existe quienes consideran que la televisión genera miedo, principalmente por la alta frecuencia de noticias sobre delincuencia e inseguridad.

En conjunto, estas miradas reflejan que la incidencia de la televisión no es comprendida de manera uniforme: para algunos puede intensificar la sensación de riesgo, mientras que para otros simplemente informa o confirma una realidad que ya perciben como insegura.

"Yo creo que es las dos cosas, (las noticias) son violentas y aportan porque así en el fondo uno tiene puntos críticos o puntos rojos como dicen en las zonas de una ciudad que las dan a conocer, claramente ahí uno tiene que restringirse y no ser temerario para ir a esos lugares."

(Focus hombres, zona sur, delitos medio-bajo, 50 a 64 años)

"(Las noticias) ayudan a informar, pero te meten mucho miedo y no dan solución, pasa algo en un sector, pero no dicen si van a poner más carabineros, por eso trato de no ver TV y hacerme la cabeza."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"A mí no me gusta porque casi que le están enseñando al resto de la gente de cómo se hacen los delitos, es como enseñarles a los otros ladrones, que muestren lo que sucedió y la sanción y listo, no tanto detalle porque llegan a ser morboso."

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

"Creo que a veces informan situaciones pero que no deberían informar, el otro día un modus operandi de los vehículos, en Chile dan más técnica a los delincuentes, detalles y detalles como inhibir la señal de un vehículo y todo detallado, es como incitando al delito."

(Focus hombres, zona norte, delitos medio-bajo, 25 a 34 años)

4. VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN

a. Reiteración de las noticias

Si bien la crítica hacia una supuesta exageración o magnificación de los contenidos informativos no es mayoritaria entre los participantes, sí aparece de manera transversal la percepción de que la reiteración constante de noticias sobre seguridad afecta la experiencia de consumo televisivo. Este punto se observa tanto en personas jóvenes como adultas, aunque desde perspectivas distintas.

Para los grupos más jóvenes, la influencia de la televisión es limitada debido a su bajo consumo del formato tradicional, lo que reduce también el impacto que podrían tener estos contenidos en su percepción de inseguridad. En contraste, entre los adultos mayores la televisión sigue ocupando un lugar relevante, aunque cada vez más acotado y marcado por una fragmentación de relatos asociada a sus rutinas y contextos personales.

Independientemente de estas diferencias generacionales, existe un diagnóstico común: las noticias vinculadas a la delincuencia y la seguridad se perciben como repetitivas y circulares. Los participantes señalan que los canales emiten la misma información durante todo el día, en ocasiones reutilizando imágenes que se reiteran una y otra vez, configurando un “loop” noticioso. Esta repetición genera cansancio, desgaste y, según varios testimonios, se convierte en un motivo que impulsa a disminuir el consumo de televisión abierta.

"Cuando hay un asalto o un robo se produce una cadena nacional, en este minuto la información que nos están entregando es una información que en vez de ayudarnos como persona nos hunde."

(Focus hombres, zona sur, delitos altos, 65 a 69 años)

"Repiten las mismas noticias mañana, tarde y noche, es el mismo tema y lo ponen de la misma manera, porque uno cambia de canal y son las mismas noticias."

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

"Antes veía noticias en el trasnoche, me aburrieron mucho, muy repetitivo, muy fome, era siempre todo lo malo que pasaba, es muy fácil mostrar lo malo, y difícil mostrar lo bueno, algo entretenido o que sirva de algo, por eso dan mucha noticia mala, además de lo malo que pasa."

(Focus hombres, zona norte, delitos medio-bajo, 25 a 34 años)

"Son exagerados, hablan todo el día de la misma noticia, cansa ver que repiten lo mismo, hubo una balacera temprano y la dan todo el día, el robo de cajero que terminó en incendio en Meiggs lo hablaron todo el día, y eso termina aburriendo."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"Lo repiten mucho, están dando la noticia, se repite la misma imagen, comentando lo mismo. Cuenten lo que pasó como cuando cuentan algo bueno, y dan el detalle, porque cuando es algo malo, lo alargan mucho, mucho detalle."

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

b. La demanda sobre seguimiento y cierre en las noticias

Aparece nuevamente la crítica a la reiteración de contenidos informativos y se vincula estrechamente con una demanda que aparece con mayor fuerza en los grupos de mayor edad y entre las mujeres: la necesidad de contar con noticias que ofrezcan seguimiento y cierre de los casos. Esta expectativa se expresa en la solicitud de información que vaya más allá del hecho delictual inicial e incluya aspectos como la detención de los responsables, el desarrollo de los procesos judiciales y las sentencias asociadas. Asimismo, se valora especialmente que las noticias incorporen orientaciones de prevención de delitos y que visibilicen las acciones de las autoridades, de las policías y de las propias comunidades.

Para muchos participantes, este cierre informativo contribuye a reforzar la percepción de que las instituciones funcionan, generando una sensación de mayor seguridad y orden. En ese sentido, esta demanda constituye una de las últimas expectativas que las audiencias mantienen respecto de la televisión: la capacidad de ofrecer relatos completos, con contexto, desarrollo y conclusión, algo que otros medios —como las redes sociales o la radio— no suelen proporcionar debido a su naturaleza inmediata y fragmentaria.

Esta necesidad de completar las historias informativas se refleja también en la alta valoración de los reportajes, percibidos como productos más elaborados, investigados y capaces de ofrecer una narrativa cerrada. A diferencia de las noticias diarias, que tienden a quedar atrapadas en este “loop” de hechos sin resolución visible, los reportajes permiten al espectador comprender procesos y resultados, y con ello satisfacer una demanda de profundidad que las audiencias consideran cada vez más relevante.

"El 13 tiene buenos reportajes, el de Estación Central, por ejemplo, uno se informa y también es más interactivo."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"La situación país cambió y como ciudadanos tenemos que estar informados en su justa medida, porque la gente tiene que saber qué está pasando y cómo estamos viviendo, y necesitamos saber qué están haciendo las autoridades al respecto, porque eso le da más confianza a la ciudadanía, porque la idea no es que no salgamos más, sino que, en su justa medida, se muestre lo bueno y los avances que se están haciendo."

(Focus mujeres, zona norte, delitos altos, 50 a 64 años)

c. La esquiva confianza

Se evidencian una desconfianza generalizada hacia los medios de comunicación, sus líneas editoriales y los actores que participan en la producción o presentación de las noticias. Esta desconfianza se manifiesta con mayor claridad entre los grupos de mayor edad y entre los hombres, quienes tienden a interpretar los contenidos informativos sobre delincuencia e inseguridad como parte de posicionamientos editoriales y con posibles efectos o intencionalidades políticas. En otros segmentos, la desconfianza se expresa de manera más difusa, como una percepción instalada respecto del funcionamiento general del sistema mediático.

Un elemento adicional que contribuye a esta falta de confianza son las fake news, reconocidas como un fenómeno que surge principalmente en redes sociales, pero que algunos participantes también mencionan como presentes en los medios tradicionales, lo que amplifica la sensación de incertidumbre sobre la veracidad de la información disponible.

La confianza en las fuentes informativas vinculadas a la seguridad sigue un patrón similar a la confianza institucional general: se deposita en Carabineros, en las propias víctimas —cuyos relatos se consideran creíbles por su experiencia directa— y, en menor medida, en los fiscales. En contraste, las autoridades locales generan menos adhesión, en parte porque no siempre se distingue con claridad cuál es su rol específico en materias de seguridad.

En este escenario de desconfianza, emergen —principalmente entre las mujeres— figuras televisivas como José Antonio Neme, Rodrigo Sepúlveda y Julio César Rodríguez, quienes son valorados por su estilo comunicacional directo y por expresar emociones como indignación o frustración frente a los hechos delictuales. Esta forma de comunicar es percibida como un gesto de empatía y cercanía. No obstante, esto contrasta con la visión de algunos grupos de hombres, que manifiestan preferencia por formatos informativos sin comentaristas o sin conductores que expresen opinión, privilegiando una presentación más neutra y contenida de las noticias.

"Hay mucha fake news, hay varios casos de Photoshop, por ejemplo, sería un caso desde hace un año del Canal 13, una persona mostró la noticia de una marcha violenta y mostró donde estaba la marcha y no se estaba realizando ninguna."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"Yo no elegiría ninguno, todos mienten, siempre hay algo más que le ponen o le quitan."

(Focus hombres, zona centro, delitos altos, 18 a 24 años)

"En realidad hay mucho manejo de moderadores, el animador de la noticia, pero la verdad uno debería descansar en los entes responsables que son carabineros, los de investigaciones que hacen la información real de lo que está pasando."

(Focus hombres, zona sur, delitos medio-bajo, 50 a 64 años)

"Tienen que ser las víctimas, los protagonistas, algunos moderadores tienen puntos de vistas muy marcados, y entregan las noticias amoldadas a la posición de ellos."

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

"Ahora hay un nuevo periodismo, porque los periodistas que están de rostros son capaces de dar su opinión, y no están tan pauteados. El Neme me encanta porque dice las cosas como son, si es gente de lucas o gente humilde, igual que el Sepu, informan la noticia y dan su punto de vista, independiente que después los critican y que no sean tan pauteados y que den a conocer su punto de vista."

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

d. Centralización de las noticias

Se manifiestan una crítica recurrente hacia la centralización de la cobertura informativa, señalando que la mayoría de las noticias —especialmente aquellas relacionadas con hechos delictuales— se concentran en Santiago. Esta focalización refuerza la percepción de que la capital es más violenta que otras zonas del país, no necesariamente porque existan más delitos, sino porque su visibilidad mediática es significativamente mayor.

Esta crítica se acentúa entre quienes viven en regiones, quienes expresan que sus propias realidades locales quedan relegadas o directamente ausentes en la agenda informativa nacional. La falta de cobertura de hechos relevantes para la vida cotidiana de las comunidades regionales genera una sensación de distancia e invisibilidad, y contribuye a una valoración negativa del sistema informativo centralizado.

En este contexto, varios participantes comentan que el consumo de medios regionales responde a la necesidad de acceder a información más pertinente y cercana, especialmente aquella que afecta su entorno inmediato. Estos medios son percibidos como más representativos de las problemáticas locales y, por lo tanto, más útiles para entender los riesgos, dinámicas y medidas de seguridad específicas de cada territorio.

Como resultado, la centralización de la información no solo configura percepciones diferenciadas sobre la violencia, sino que también influye en las decisiones de consumo mediático, potenciando la búsqueda de fuentes alternativas que entreguen una mirada más completa, equilibrada y contextualizada de la realidad nacional.

"Todo se enfoca en Santiago, yo creo que, en varios lados del sur, del norte, siempre pasan muchos delitos que generalmente no lo muestran po'."

(Focus hombres, zona norte, delitos altos, 35 a 49 años)

"Es súper centralista lo que es la televisión, y se llenan la boca de que Santiago no es Chile, pero Santiago es Chile."

(Focus mujeres, zona sur, delitos medio-bajo, 35 a 49 años)

"TVN tiene una sección de regiones y también muestran delincuencia, pero me entero de lo que sucede en la región. Que sea solo un canal que esté en las regiones, es destacable, pero abunda la noticia de Santiago."

(Focus mujeres, zona centro, delitos altos, 65 a 69 años)

"La radio toma los temas regionales, del desierto, de algo que necesita la comunidad, en cambio los canales de televisión son todos iguales, no se van a otras regiones, son pocas las buenas que aparecen."

(Focus hombres, zona norte, delitos medio-bajo, 25 a 34 años)

CLAVES A OBSERVAR

Los resultados de este estudio cualitativo permiten identificar una serie de claves que ayudan a comprender la relación entre clima social, percepción de inseguridad y consumo de televisión en el Chile actual.

Un rol de la televisión menos nítido que en el pasado

La incidencia de la televisión en la configuración del clima social —particularmente en lo relativo a la seguridad— aparece hoy menos clara para las audiencias. Esto no se explica únicamente por la caída general del medio en términos de confianza, consumo o relevancia dentro de la industria. Se observa además una desconfiguración de su rol tradicional: la televisión ya no es percibida como el referente central del que se desprende un relato claro sobre la seguridad. Incluso las críticas históricas —como su supuesta tendencia a exagerar la cobertura policial— no aparecen hoy como un elemento dominante en el discurso de los participantes.

Fragmentación del consumo y de los relatos sobre los medios

Este estudio evidencia una fragmentación tanto en los consumos informativos como en los relatos que las personas construyen sobre los medios, especialmente sobre la televisión. Este fenómeno está estrechamente vinculado a la segmentación de las audiencias y a la multiplicación de fuentes informativas disponibles a través de dispositivos móviles y plataformas digitales.

Si bien la televisión sigue siendo una fuente a la que se le atribuye responsabilidad en la generación de temor, esta influencia aparece más difusa y menos prevalente que en décadas anteriores, ya que el miedo se alimenta hoy desde múltiples entradas informativas.

Sobrecarga informativa y necesidad de sentido

Los flujos constantes de información —muchas veces marcados por la reiteración de hechos delictuales— generan cansancio emocional y distancia crítica en buena parte de las audiencias. Frente a esto, surge una demanda clara: contar con herramientas que aporten sentido, contexto y orientación para enfrentar la delincuencia y sus efectos.

Las personas esperan que la televisión contribuya no solo a informar, sino también a explicar:

- proporcionar antecedentes que permitan dimensionar los hechos,
- contextualizar la inseguridad más allá del impacto inmediato,
- y ofrecer claves para sobrellevar la incertidumbre que ella genera.

En este marco, se valora especialmente el seguimiento a los casos —como señal de que es posible avanzar hacia entornos más seguros—, un mayor equilibrio en la cobertura y la entrega de información que complementa, y no simplemente repita, lo ya disponible en otras plataformas.

BIBLIOGRAFÍA

Allende, C. (2004). El peso del temor a la delincuencia y sus factores determinantes en la población urbana chilena.

Asociación Chilena de Seguridad & Pontificia Universidad Católica de Chile, Centro UC Encuestas y Estudios Longitudinales. (2024). Termómetro de la Salud Mental en Chile ACHS-UC.

Berger, P., & Luckmann, T. (1966). La construcción social de la realidad.

Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social (COES). (2023). Radiografía de la cohesión social 2016-2023: Calidad de los vínculos sociales. <https://coes.cl/wp-content/uploads/Radiografia-Cohesion-social-2016-2023-Calidad-de-los-vinculos-sociales.pdf>

Centro de Estudios Públicos (CEP). (2024). Estudio Nacional de Opinión Pública: Encuesta CEP. https://static.cepchile.cl/uploads/cepchile/2024/10/20-204558_lez9_PPT-CEP-92_ANEXOS_20112024.pdf

Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV). (2024). Encuesta Nacional de Televisión (ENTV). <https://cntv.cl/wp-content/uploads/2024/12/XI-ENTV-completa.pdf>

Corporación Latinobarómetro. (2023). Informe 2023.

De Rivera, J. (1992). Emotional climate: Social structure and emotional dynamics.

Fundación Paz Ciudadana. (2023). Informe conferencia IFPC 2023: Prevención del delito y políticas públicas. <https://pazciudadana.cl/wp-content/uploads/2023/10/IFPC-2023-Informe-conferencia-11102023.pdf>

Ministerio de Desarrollo Social y Familia, Observatorio Social. (2023). Encuesta Bienestar Social. Tensores del Bienestar Social 2021–2023.

https://observatorio.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/storage/docs/bienestar-social/2023/Informe_Tensores_del_Bienestar_Social_2021-2023.pdf

Pontificia Universidad Católica de Chile. (2023). Encuesta Nacional Bicentenario UC. <https://encuestabicentenario.uc.cl/content/uploads/2024/05/Bicentenario-2023-final-1.pdf>

Scherman, A., & Etchegaray, N. (2012). Consumo de noticias y temor al delito en Chile.

Subsecretaría de Prevención del Delito, Gobierno de Chile; Centro para la Prevención de Homicidios y Delitos Violentos. (2024). <https://prevenciondehomicidios.cl/>

Estudio

TELEVISIÓN Y CLIMA SOCIAL

ESTUDIO CUALITATIVO

Diciembre 2025