



**UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA
ESCUELA DE POSTGRADO**

Programa de Magíster en Ciencias Sociales con Mención en Sociología de la Modernización

**EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN LA
PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD PÚBLICA**

Un estudio empírico del caso chileno en el contexto latinoamericano

Tesis para optar al grado académico de Magíster en Ciencias Sociales

**Alumno: Gerrit Fabian Klein
Profesor guía: Ph.D. Jaime Fierro Carrasco**

Santiago de Chile, 2010

Resumen

La seguridad ciudadana durante los últimos años ha llegado a ser considerada como uno de los problemas centrales en la opinión pública en Latinoamérica. Entre los países en donde se manifiesta una marcada percepción de inseguridad y temor frente a la delincuencia, destaca el caso chileno. A pesar de que Chile objetivamente pertenece al grupo de los países más seguros de la región, llegando a ser considerado incluso el más seguro de todos en América Latina, varios estudios indican que la preocupación por la delincuencia y el temor de poder llegar a ser víctima de un delito constituye uno de los temores fundamentales de la ciudadanía. Ante la particularidad de este fenómeno se ha comenzado a discutir con creciente interés acerca de sus posibles causas, en donde la sensación de inseguridad parece descansar, más allá de las tasas reales de delitos, sobre la definición metafórica de un delincuente omnipotente y omnipresente.

En el presente estudio se sostendrá que existe una importante influencia de los medios de comunicación de masas, particularmente de los distintos noticieros nacionales, en lo que constituye una sobre-representación de los actos delictivos en términos de su ocurrencia e impacto real. En la medida en que los noticieros, en los distintos medios de comunicación, constituyen uno de los principales factores de la conformación de la opinión pública, se analizará el rol que juega el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación en la percepción de la seguridad ciudadana tanto para el caso de Chile como el resto de los países de la región. El análisis empírico se llevará a cabo mediante un análisis estadístico bivariado y multivariado, y la generación de diferentes índices, a partir de la encuesta Latinobarómetro del año 2007. Veremos que para el caso chileno se confirma nuestra hipótesis acerca del impacto del consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de la seguridad ciudadana la cual, sin embargo, no se verifica del mismo modo en el resto de los países latinoamericanos. Si bien es posible constatar una incidencia estadísticamente significativa de ambas variables sobre la percepción de la seguridad pública en varios países, su impacto es mucho más débil que el que se logra apreciar en el caso de Chile.

Palabras Claves

Percepción de la seguridad pública, seguridad ciudadana, delincuencia, victimización, miedo, temor, publicidad, opinión pública, esfera pública, medios de comunicación, noticias, televisión, prensa, radio, modernización, Chile, América Latina, agenda-setting, cultivation hypothesis, resonance hypothesis, substitution hypothesis, view-point of affinity hypothesis

Agradecimientos

Mis principales agradecimientos los dirijo a mi profesor y guía de tesis, Jaime Fierro Carrasco, quien me ha apoyado desde el comienzo de mis estudios en el programa de Magíster en Ciencias Sociales y en la realización de la presente investigación. Con sus consejos, comentarios y constructivas críticas, he podido realizar este estudio hasta su forma actual, motivándome siempre a profundizar y complementar aspectos relevantes sin perder el rumbo.

Un especial agradecimiento quiero dar a mi familia, la cual siempre me ha apoyado en mi formación académica, siguiendo mis intereses, tanto en Alemania como en Chile.

Estoy muy agradecido también por apoyo recibido por parte de mis colegas de la Cooperación técnica alemana, quienes me motivaron a presentar y a discutir parte de los resultados de este estudio, en el marco de las jornadas sobre el tema “Desarrollar Seguridad – Asegurar Desarrollo” en noviembre del año 2009, en Santiago de Chile.

Asimismo, debo más que un solo agradecimiento a Gabriel Matthey Correa por todo su apoyo durante los últimos años. Gracias a él, los lectores de este trabajo no tendrán que luchar con un “*alemañol*”. Sin duda, su amistad fue una de las razones que me trajeron de vuelta a Chile – “*al comienzo del mundo*”.

***“If men define situations as
real, they are real in their
consequences.”***

«Teorema de Thomas»

Índice

Índice de tablas	3
Índice de figuras	4
1. El Impacto de los Medios de Comunicación en la Percepción de la Seguridad Pública: El caso de América Latina y Chile	
1.1 Planteamiento del problema	5
1.2 Contribución de la tesis	11
1.3 Breve descripción de la tesis	13
2. Objetivos e Hipótesis del Estudio	
2.1 Objetivos	16
2.2 Hipótesis	17
3. Modernidad y Medios de Comunicación	
3.1 Introducción	18
3.2 Los medios de comunicación como característica de la modernidad	20
3.3 La Teoría crítica y los medios de comunicación	23
3.3.1 El diagnóstico del engaño de masas	25
3.3.2 Desde la industria cultural de masas hacia la industria de conciencia	29
3.4 Publicidad, racionalidad comunicativa y colonización del mundo de la vida: Consideraciones acerca de los medios de comunicación en Habermas	32
3.5 Digresión acerca de los medios de comunicación y sus implicaciones en Bourdieu y Luhmann	45
3.6 Conclusión	51
4. Medios de Comunicación y Percepción de la Seguridad Pública	
4.1 Introducción	54
4.2 Los orígenes teóricos de las investigaciones sobre los efectos mediáticos	55
4.3 Teoría de la agenda-setting	59
4.4 <i>Cultivation Hypothesis</i> y perspectivas resultantes	66
4.5 Noticias y percepción de seguridad: Algunos estudios empíricos	70
4.6 Conclusión	82
5. Caracterización de la Seguridad Pública en América Latina y Chile	
5.1 Introducción	84
5.2 Delincuencia y victimización en América Latina y Chile	86
5.3 El paisaje mediático y la delincuencia en los noticieros chilenos	97
5.4 Evolución de la percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile	116
5.5 Conclusión	133

6. Aspectos Metodológicos del Estudio	
6.1 Carácter del estudio, diseño de investigación y técnicas de análisis de la información	136
6.2 Universo, muestra y unidad de análisis	138
6.3 Operacionalización de variables y construcción de índices	139
6.4 Validación de los índices	149
6.5 Modelo de relaciones entre variables	150
7. Análisis del Impacto de los Medios de Comunicación en la Percepción de la Seguridad Pública en América Latina y Chile	
7.1 Introducción	151
7.2 Análisis bivariado	152
7.3 Análisis multivariado	156
7.4 El caso chileno: Una mirada más profunda	167
7.5 Principales resultados	179
8. Conclusiones del Estudio	182
9. Referencias bibliográficas	186
10. Anexos	
10.1 Cuestionario Latinobarómetro	192
10.2 Ficha Técnica de Encuestas Latinobarómetro	218
10.3 Análisis factorial para la creación de los índices utilizados	228

Tablas y Figuras

Tablas

Tabla 1: Tasa de victimización y percepción de poder llegar a ser víctima en Chile	7
Tabla 2: Delincuencia en la opinión pública latinoamericana y chilena	7
Tabla 3: Resúmenes de estudios sobre noticias y percepción de la seguridad pública	74
Tabla 4: Victimización en América Latina en 2007	87
Tabla 5: Corrupción en América Latina en 2007	88
Tabla 6: Consumo de drogas en América Latina en 2007	89
Tabla 7: Compra/Venta de drogas en América Latina en 2007	90
Tabla 8: Acoso sexual en América Latina en 2007	91
Tabla 9: Tasa estimada de muertos a causa de homicidios (por 100.000 personas)	94
Tabla 10: Promedios de circulación neta por día (período: julio-diciembre 2003)	102
Tabla 11: Inversión publicitaria en la prensa escrita por medio	103
Tabla 12: Propiedad de los principales canales de la televisión abierta en Chile y las respectivas participaciones en las inversiones publicitarias en 2004	104
Tabla 13: Distribución de noticias por tema en diarios nacionales	107
Tabla 14: Niveles de importancia por tema en diarios nacionales	108
Tabla 15: Niveles de importancia por temas principales y diario	108
Tabla 16: Distribución de noticias por tema en TV abierta	114
Tabla 17: Niveles de importancia por tema en la TV abierta	114
Tabla 18: Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito con violencia	116
Tabla 19: Grado de satisfacción con la seguridad del barrio	117
Tabla 20: Percepción de la seguridad de país	118
Tabla 21: Problema más importante del país (binario)	119
Tabla 22: Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP)	120
Tabla 23: Diferencia porcentual entre victimización y pertenencia al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública	121
Tabla 24: Delincuencia como problema principal y tasa de victimización en América Latina	123
Tabla 25: Temor por la delincuencia en Chile (CEP-2007)	127
Tabla 26: Medidas de prevención de la delincuencia (CEP-2007)	128
Tabla 27: Prevención de la delincuencia (CEP-2007)	130
Tabla 28: El Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP)	142
Tabla 29: El Índice del Consumo de Noticias (ICN)	144
Tabla 30: El Índice de Confianza en los Medios (ICM)	145
Tabla 31: Ranking de los índices (ISPS, ICN, ICM)	152
Tabla 32: Correlaciones entre el ICM/ICN y el IPSP	153
Tabla 33: Índice de Percepción de la Seguridad Pública según Índice de Consumo de Noticias (valores recodificados, América Latina)	155
Tabla 34: Índice de Percepción de la Seguridad Pública según Índice de Consumo de Noticias (valores recodificados, Chile)	155
Tabla 35: El impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública en América Latina (regresión lineal múltiple)	157

Tabla 36: El impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública en América Latina (regresión logística)	158
Tabla 37: Resumen del impacto de la confianza en los medios de comunicación y el consumo de noticias sobre la percepción de la seguridad pública en América Latina	166
Tabla 38: El impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública según subgrupos (regresión lineal múltiple, Chile)	173
Tabla 39: El impacto de los medios de comunicación en las distintas dimensiones del IPSP (regresión logística, Chile)	176

Figuras

Figura 1: El modelo <i>Stimulus-Response</i> (S-R)	56
Figura 2: El modelo <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R)	57
Figura 3: El modelo <i>Two-Step-Flow</i> u <i>Opinion Leader</i> (OL)	57
Figura 4: <i>Agenda-Setting</i> - Modelo simple	60
Figura 5: <i>Agenda-Setting</i> – Modelo ampliado	66
Figura 6: Victimización: Chile vs. países desarrollados	92
Figura 7: Victimización: Chile vs. países en vías de desarrollo	93
Figura 8: Porcentaje de Hogares Victimizados 2003-2009	95
Figura 9: Porcentaje de Hogares Victimizados según delitos (2005-2009)	96
Figura 10: Estructuración del paisaje mediático en Chile	99
Figura 11: Grupo <i>El Mercurio</i>	100
Figura 12: Dedicación a seguridad pública y política en TV abierta entre 2000 y 2003 (segundos/año)	111
Figura 13: Temas en los noticiarios televisivos en 2006	111
Figura 14: Temas en los noticiarios televisivos en 2006 (sin deporte)	112
Figura 15: Comparación Deportes y Seguridad Ciudadana 2005-2006	112
Figura 16: Resumen cobertura de Seguridad Ciudadana asociada a delincuencia	113
Figura 17: Seguridad pública como problema principal y victimización en América Latina (1995-2009)	122
Figura 18: Relación entre victimización y considerar a la delincuencia como problema más importante del país (América Latina, 1995-2009)	124
Figura 19: Evolución de la preocupación por la delincuencia en América Latina y Chile (1995-2009)	125
Figura 20: Problemas más importantes en Chile según la opinión pública (1995-2009)	126
Figura 21: Relación entre victimización y considerar a la delincuencia como problema más importante del país (Chile, 2003-2009)	127
Figura 22: Reacción frente al delito según la ENUSC 2009	131
Figura 23: Conceptualización de la percepción de la seguridad pública	141
Figura 24: Modelo de relación entre Variables	150
Figura 25: Comparación de las medias del IPSP de determinados grupos de personas	170
Figura 26: Diferencias de las medias del ISPS de determinados subgrupos	170

Capítulo 1

El Impacto de los Medios de Comunicación en la Percepción de la Seguridad Pública: El caso de América Latina y Chile

1.1 Planteamiento del problema

Durante los últimos años, la delincuencia y la seguridad pública representan una de las temáticas más discutidas en el contexto latinoamericano (Dammert 2007a: 9; Dammert 2007b: 11). En muchos de dichos países domina esta temática en la opinión pública, reivindicando soluciones, a veces radicales, por parte de las políticas públicas. Los resultados de la encuesta anual Latinobarómetro del año 2008 indicaron, por primera vez, que la preocupación por la delincuencia y la seguridad pública ha llegado a ser considerada como uno de los problemas más importantes para la opinión pública de los países latinoamericanos. Según la actual encuesta del año 2009, en promedio un 19% de los latinoamericanos considera a la delincuencia como el problema más importante de su respectivo país. Este porcentaje es superado en Venezuela (55%), Panamá (45%), Costa Rica (32%), El Salvador (32%), Uruguay (29%), Chile (24%) y Guatemala (24%), en ello la delincuencia llegó a ser el tema predominante en la opinión pública. En los últimos años, en América Latina la evolución de la preocupación por la delincuencia muestra un aumento constante, desde el año 1995, cuando solamente el 5% de los latinoamericanos la consideraba como el problema más importante de su respectivo país.

En esta compleja temática, el caso chileno destaca claramente en el contexto latinoamericano. Ya con el Informe sobre el Desarrollo Humano en Chile de 1998, *Las paradojas de la modernización*, se inició una discusión sobre la tensión paradójica que se daba entre el desarrollo socioeconómico alcanzado y la sensación de inseguridad de gran parte de los chilenos. Una dimensión central de esa inseguridad se refiere a la percepción de la situación delincuencia en el país y, como resultado, la percepción de la seguridad pública. Este fenómeno de la inseguridad, característica inherente de la modernidad, se asociaría principalmente con la delincuencia y el crimen. Las demás personas serían vistas como posibles agresores (Lechner 2004: 89), lo que también se refleja en la baja tasa de confianza interpersonal. Según la encuesta del Latinobarómetro 2007, solamente el 7% de los chilenos constata que se puede confiar en la

mayoría de las personas, mientras que en América Latina, región que a su vez destaca por su bajo nivel de confianza interpersonal comparado con los países norteamericanos o europeos, el 17% confirma esta declaración. La ubicación de Chile bajo el promedio latinoamericano ha sido una constante desde mediados de los años noventa a la fecha.

En dicho informe del PNUD, en el capítulo sobre *El miedo al “otro”: la seguridad pública*, se concluye que los chilenos “[...] suelen asociar espontáneamente la inseguridad con la delincuencia. Esta representa una de las preocupaciones principales de los entrevistados en las distintas encuestas de los últimos años. La inseguridad descansa, más allá de las tasas reales de delitos, sobre la definición metafórica del delincuente. Es la imagen de un delincuente omnipotente y omnipresente la que condensa un temor generalizado y, por lo mismo, exagerado” (PNUD 1998: 128). Se supone que detrás de la expresión del miedo por la delincuencia se esconden otros miedos e inseguridades, que a su vez están vinculados con los cambios políticos durante el período de la transición hacia la democracia y las estrategias modernizadoras adoptadas bajo la brusca inserción coaccional, en un mundo cada día más globalizado – sobre todo económicamente (Lechner 2004: 95-98; PNUD 1998: 128).

De todas maneras, se puede constatar que el sesgo en la percepción pública de tal fenómeno sigue existiendo en la actualidad. Asimismo, la presidenta Michelle Bachelet destacó en abril de 2008, comentando, en ese momento, la recién publicada *Encuesta Nacional Urbana de Seguridad pública 2007* (ENUSC) del Instituto Nacional de Estadística de Chile:

“Instrumentos como éste nos permiten medir los avances, pero también nos señalan los aspectos que tenemos que mejorar, porque así como la victimización bajó importantemente, la misma encuesta evidencia, que aunque la tasa de victimización bajó, la percepción de delincuencia sube en un 8,2%. Esa sensación de temor es algo que nos debe llamar a actuar. Hay un divorcio entre lo que pasa y lo que se percibe, y más que echarle la culpa a la televisión, como la teoría del homo videns de Giovanni Sartori, lo importante es que nos hagamos cargo también de esa percepción.”¹

Este sesgo en la percepción de la seguridad también se refleja a lo largo del tiempo, cuando se compara la tasa de victimización y la preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito como se muestra en la tabla 1.

¹ El discurso fue dado durante la Primera reunión de la Comunidad de Policías de América, Ameripol. En: <http://www.prensapresidencia.cl/view/viewArticulosGeneral.asp?codigo=4480&tipo=Discurso> (12/02/2009)

Tabla 1: Tasa de victimización y percepción de poder llegar a ser víctima en Chile²

	2003	2005	2006	2007	2008	2009	2009-2003
Victimización real (%)	43,0	38,3	38,4	34,8	35,3	33,6	-9,4
Percepción de poder llegar a ser víctima (%)	47,8	48,6	52,3	42,2	44,0	38,9	-8,9
Diferencia (%)	+4,8	+10,3	+13,9	+7,4	+8,7	+5,3	+0,5

Fuente: Elaboración propia en base a la ENUSC 2005-2009.

Ahora bien, si se compara el caso chileno con los otros países de la región, y sobre todo cuando se hace con los otros países emergentes de América Latina, llama la atención que la situación delincencial en Chile muestre mayores similitudes con los países de Europa que con sus pares regionales (Dammert 2009: 5). A un resultado parecido llega Mauricio Olavarría (2006: 32), cuando compara la delincuencia en Chile con otros países emergentes. En general se podría constatar que, comparándolo con los demás países latinoamericanos, en Chile destaca la mejor calidad de seguridad, con las tasas de homicidios más bajas y los niveles delictivos menos violentos. Sin embargo, la preocupación por la delincuencia en los últimos años supera casi sin excepción al promedio latinoamericano, como se muestra en la tabla 2:

Tabla 2: Delincuencia en la opinión pública latinoamericana y chilena

Delincuencia es problema más importante	2005	2006	2007	2008	2009	2009-2005
América Latina (%)	14,0	16,0	17,0	17,0	19,0	+5,0
Chile (%)	26,0	22,0	30,0	15,0	24,0	-2,0
Diferencia (%)	+12,0	+6,0	+13,0	-2,0	+5,0	+3,0

Fuente: Elaboración propia en base a los informes Latinobarómetro 2005-2009

Salazar y Fernández (2009: 63) anotan que los índices de percepción de la inseguridad pública que presenta la población chilena son altos y sobrepasan los indicadores de criminalidad. Esto verificaría el hecho de que el miedo de la población a ser víctima de un delito, es notoriamente mayor que la probabilidad real de poder llegar a ser víctima de un delito. Este sesgo en la apreciación del peligro, podría explicar que la inseguridad ciudadana se transforme en un objeto autónomo, un fenómeno relativamente independiente del delito: no requiere necesariamente la presencia de una victimización vivida. “Por ello, la sensación de inseguridad se ha convertido en

² Las cifras se basan en la Encuesta Nacional Urbana de Seguridad (ENUSC) 2005-2009. Los indicadores usados fueron: “Durante los últimos doce meses, ¿usted o algún miembro de su hogar fue víctima de algún delito?” y “¿Cree usted que será víctima de un delito en los próximos doce meses?”. Acá solamente se considera el porcentaje de las personas que respondieron “sí”.

uno de los problemas de política pública más trascendente del país” (Salazar y Fernández 2009: 64). Chile parece representar, entonces, un caso que destaca en comparación con los demás países latinoamericanos respecto a la percepción de la seguridad pública, en donde parece existir una agudización de tal fenómeno – y esto ya desde los años noventa.

Dado que los indicadores que se suelen aplicar para cuantificar la opinión pública apuntan a una suma de percepciones individuales, no se trata necesariamente de un reflejo de hechos objetivos sino, más que nada, de un reflejo de percepciones subjetivas acumuladas. No cabe duda que procesos sociales tales como la formación de la opinión pública y la brecha entre acontecimientos objetivos y la percepción subjetiva de tales acontecimientos son sumamente complejos, dado que dependen de una serie de dimensiones y variables en donde resulta imposible identificarlas y analizarlas todas cabalmente al mismo tiempo.

Sin embargo, en la discusión en las ciencias sociales acerca de la formación de la opinión pública en las sociedades contemporáneas, se identifica un factor clave compartido por todas las sociedades, independientemente de sus contextos históricos y socioculturales específicos: los medios de comunicación de masas.³ “Lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación de masas”, así introduce Niklas Luhmann su libro *La realidad de los medios de masas* (Luhmann 2000: 1). Es cierto que, aun en las sociedades modernas, siguen existiendo las formas de informarse, comunicarse e intercambiar a nivel interpersonal, pero la influencia de los medios de comunicación en nuestra manera de pensar, actuar y comunicar, ha llegado a un nivel nunca visto anteriormente en la historia humana. Nuestros conocimientos del mundo se basan, en su mayoría, en información transmitida por los medios de comunicación – y no solamente se basan en ellos, sino que también son estructurados por ellos en gran parte.

Los medios de comunicación, y sobre todo los medios de comunicación de masas, representan un atributo inherente a la modernidad, o más bien, la modernidad no puede pensarse sin ellos. Este hecho siempre ha llamado la atención a las ciencias sociales, dado que ellos forman parte esencial

³ Esto no significa que los medios de comunicación no puedan tener un impacto específico dependiendo de tales contextos. Lo que queremos subrayar es que su mera existencia ya es un hecho compartido por todas las sociedades contemporáneas, independientemente de las condiciones marco específicas que se da en cada una de ellas.

de la organización económica, política y cultural de cualquier sociedad contemporánea. El rol que juegan en tales procesos y los impactos resultantes han sido discutidos e investigados con mayor énfasis desde el comienzo del siglo veinte. Sobre todo con la fuerte proliferación de la televisión, a partir de los años sesenta se intensificaron los análisis y los debates científicos acerca de los impactos que puedan tener los medios de comunicación y su consumo en la acción humana y la organización de la vida social.

Las perspectivas y los paradigmas con los cuales las ciencias sociales han investigado el tema de la influencia de los medios de comunicación de masas en las distintas esferas de la vida, han sido diferentes. Así, se proclamaron visiones que atribuyeron a los medios de comunicación la calidad de herramientas que llevarían a la paz y a la democratización del mundo. Pero al mismo tiempo, otras visiones más escépticas constataron que los medios de comunicación representarían meros instrumentos de control. Solamente apuntarían a conservar el status quo, siendo manejados por los intereses de los poderes fácticos, lo que justamente impedirían la constitución de sociedades verdaderamente democráticas, ya que crearían y hasta impondrían una visión sesgada o incluso simplemente falsa de los hechos. Esta distorsión en la representación del mundo vía los mensajes mediáticos influiría en los receptores hasta manipular a lo que se suele llamar la opinión pública, que a su vez forma una instancia muy importante, probablemente la más importante, en los sistemas políticos democráticos. Margarita Boladeras, recurriendo a la concepción de Jürgen Habermas acerca del espacio público, la opinión pública resultante y su rol tanto en las sociedades contemporáneas como en un sistema político democrático, llega a concluir que los medios de comunicación “[...] desempeñan un papel que, en muchos casos, sirve tan sólo a los intereses de grupos poderosos económica o socialmente, de manera que su ocupación y depredación del espacio público pueden ser altamente distorsionadoras de la realidad humana” (Boladeras 2001: 69).

En las ciencias sociales se han desarrollado metodologías y realizado investigaciones para poder medir tales efectos mediáticos distorsionadores bajo dos miradas distintas. Por un lado existe la perspectiva que se dedica a identificar manipulaciones conscientes de contenidos mediáticos, por parte de diferentes grupos de interés o poderes fácticos, y se analizan cuáles mecanismos operan, tanto a nivel del contenido como a nivel organizacional, para lograr la difusión de sus intereses

específicos. Por otro lado existe la perspectiva que se dedica a investigar la manipulación inherente a los procedimientos estructurales de la producción de los contenidos mediáticos, como por ejemplo los mecanismos de selección de contenidos o el montaje de imágenes, los cuales no necesariamente implican una manipulación consciente por parte del emisor. Esto se puede observar claramente en el ámbito de la producción de información noticiosa: las coacciones económicas, en forma de los *news values*, suelen decidir lo que llega a ser noticia y lo que no. Por supuesto, ambos efectos, una manipulación consciente y una inconsciente por parte del emisor, no se excluyen el uno al otro, sino que al contrario, pueden amplificarse mutuamente y, de esa manera, crear un sesgo grave entre la percepción del receptor de tales contenidos mediáticos y la realidad fáctica. Entre las perspectivas teóricas que se dedican al tema de la distorsión mediática, surgieron algunas sub-corrientes que investigan aspectos muy específicos de la relación entre sociedad y medios de comunicación como, por ejemplo, la influencia que tiene el consumo de noticias en nuestra percepción del mundo, dado que las grandes teorías en este ámbito científico no son capaces de lograr verificar empíricamente un impacto universal, o más bien, no son capaces de considerar todas las posibles variables y todas las posibles relaciones mutuas entre individuo, sociedad, medios de comunicación y contenido mediático. Este dilema se debería a las restricciones de herramientas disponibles que tienen las ciencias sociales para enfrentarse a un fenómeno de tal complejidad (Schenk 2007: 602-603).

Según el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), queda claro que la “[...] noción de modernidad se funda en la centralidad de la persona humana como sujeto del desarrollo, con capacidad de reflexión y de crítica de libertad” (PNUD 1998: 38). Como las capacidades de reflexión son formadas hoy en día más que nunca por los medios de comunicación, parece razonable interrogarse acerca del rol que juegan los medios de comunicación en la construcción de la realidad y, por ende, en la percepción de la seguridad pública. Los temas de la delincuencia, la sensación de temor y la percepción de la seguridad pública, representan conductas que han sido sumamente discutidas en este contexto.

Pese a la importancia del tema, todavía no se cuentan con estudios empíricos comparados que permitan caracterizar adecuadamente la percepción de seguridad pública y analizar su relación

con el consumo mediático de noticias y la confianza en los medios de comunicación. Esto es particularmente cierto en el caso latinoamericano.

“In the last decades, fear of crime has increased steadily throughout Latin America. Even in countries such as Chile, frequently regarded as the 'safest' in Latin America [...], public insecurity dominates political and social discourse. However, while citizens and politicians have become increasingly preoccupied with fear of crime, scholars of the region for the most part have not. Growing public insecurity has not coincided with theoretical and empirical academic research on the topic of Latin America. Indeed, empirical data on public fear of crime are scarce, and the data that do exist are frequently not available to the public or to scholars.”

(Dammert y Malone 2003: 80)

Frente a este vacío, la presente investigación intenta responder dos preguntas fundamentales: ¿cuáles son los actuales niveles de percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile? ¿Se encuentra la percepción de la seguridad pública asociada al nivel de consumo de noticias y confianza en los medios de comunicación? Para poder responder a estas preguntas se llevará a cabo un análisis estadístico bivariado y multivariado, conjuntamente con la creación de índices, a partir de la base de datos de la encuesta Latinobarómetro del año 2007.

1.2 contribución de la tesis

El objetivo principal de la presente investigación es caracterizar la percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile y estudiar su relación con el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación. El estudio tiene alcances en lo teórico, metodológico y práctico.

A nivel teórico, se espera verificar y generar nuevas hipótesis de trabajo que sirvan de guía para futuras investigaciones. El estudio empírico de la relación entre la percepción de la seguridad pública en América Latina y el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación permitirá, al mismo tiempo, no solo confirmar/refutar hipótesis de trabajo que han sido muy relevantes en el ámbito de la reflexión teórica en este campo, sino también el desarrollo de nuevas hipótesis explicativas que eventualmente puedan ser contrastadas empíricamente en

otras investigaciones. Ello en un esfuerzo por reflexionar sobre el verdadero alcance de los medios de comunicación sobre la manera de percibir nuestro entorno y construir nuestra realidad.

A nivel metodológico, se crearán los índices Percepción de la Seguridad Pública (IPSP), Consumo de Noticias (ICN) y Confianza en los Medios de Comunicación (ICM), los cuales permitirán alcanzar un nivel más complejo de medición de las variables aquí consideradas para luego estudiar su relación a través de un análisis estadístico bivariado y multivariado. A su vez, se llevará a cabo un análisis comparado entre 18 países latinoamericanos, a partir de la base de datos de la encuesta Latinobarómetro del año 2007, constituyendo el primer estudio en la región según las características aquí propuestas. Un estudio comparativo nos permite acercarnos más a la especificidad de tal fenómeno, dado que la inseguridad “[...] es una realidad que se estima especialmente a través de la comparación. Una tasa de delitos denunciados se torna realidad cuando puede ser mirada a través de la relación con lo que ocurre en otros contextos o en momentos históricos previos. Esta situación se expresa con mayor relevancia cuando se asume la presencia de una inseguridad objetiva (los delitos que realmente ocurren) y otra subjetiva (basada en la percepción de inseguridad que sienten los individuos) ya que comparar la segunda se torna una tarea de especial complejidad” (Dammert 2009: 2).

Finalmente, a nivel práctico, se espera que la presente investigación constituya un aporte para comprender mejor la relación entre consumo de noticias y la percepción de seguridad pública, tanto en el contexto latinoamericano como chileno. Se trata de un insumo que es considerado como relevante al momento de tener que discutir o diseñar políticas públicas orientadas hacia “la seguridad ciudadana”. La adecuada comprensión del fenómeno no solo implica la consideración de la dimensión objetiva de éste, sino también incorporar su dimensión subjetiva. Esto es particularmente relevante en el caso de Chile, en donde, como veremos, la relación entre el consumo de noticias y la percepción de seguridad ciudadana es la más destacada en el contexto del resto de los países latinoamericanos, incluso luego de haber incluido un conjunto de variables de control.

1.3 Breve descripción de la tesis

En el próximo capítulo *Objetivos e Hipótesis del Estudio* presentaremos los objetivos principales que buscamos aportar con el presente estudio y las hipótesis que lo guían. Nuestra hipótesis central es que en Chile los medios de comunicación influyen fuertemente en la percepción de la seguridad pública. En específico, el consumo de noticias empeora la percepción de la seguridad pública, independientemente si una persona ha sido víctima de un delito o no.

En el capítulo *Modernidad y Medios de Comunicación* esbozaremos unos conceptos teóricos claves acerca de los medios de comunicación y su rol para la formación de la opinión pública en las sociedades contemporáneas. Para ello, abarcaremos ideas centrales que se desarrollaron desde distintas perspectivas teóricas, lo que nos permitirá entender mejor el carácter ambivalente inherente a los medios de comunicación, en su rol de creadores de una esfera pública. Nos concentraremos con más detalle en la conceptualización de Jürgen Habermas, cuyo análisis de la evolución histórica de la esfera pública y la opinión pública en el contexto de la modernidad, nos permitirá comprender la importancia que los medios de comunicación tienen para la constitución y el funcionamiento de una democracia. Esto nos dará un sustento argumentativo sobre el por qué se justifica considerar a los medios de comunicación como actores claves en el momento de investigar particularidades de la opinión pública, es decir, como en el caso del presente estudio, sesgos en la percepción de la seguridad pública.

En el capítulo *Medios de Comunicación y Percepción de la Seguridad Pública* repasaremos algunas hipótesis centrales del ámbito de las ciencias comunicacionales, que se dedican al tema del impacto de los medios de comunicación en la percepción subjetiva de la audiencia. Partiendo con una breve presentación de los modelos teóricos más genéricos sobre el impacto mediático, profundizaremos dos corrientes de investigaciones empíricas, que se dedican de forma diferente al tema del impacto mediático en la percepción de la seguridad pública: la teoría de la agenda-setting, la cual investiga vinculaciones entre la agenda mediática y la formación de la agenda pública, y la *cultivation hypothesis*, la cual parte de la suposición de que los medios de comunicación crean una visión distorsionada del mundo, dado que enfocan y sobre-representan violencia y crímenes en relación con su ocurrencia real, creando de esta manera la visión de un

mundo peligroso y hostil, lo que a su vez llevaría a un aumento injustificado de la sensación de temor en las personas. Presentaremos en este contexto otros estudios empíricos que investigaron el impacto de los medios de comunicación, y específicamente el impacto de las noticias, en la percepción de la seguridad pública. Los aspectos teóricos centrales del tercer y cuarto capítulo - el rol de los medios de comunicación como elemento constituyente del funcionamiento de una democracia y su potencial manipulador en la formación de la opinión pública - nos permitirán ganar una visión integradora de los argumentos que justifican acercarse al *fenómeno chileno* desde un punto de vista mediático.

En el capítulo *Caracterización de la Seguridad Pública en América Latina y Chile* nos dedicaremos a la situación delincencial concreta en América Latina y, específicamente, en Chile. Presentaremos tanto la situación actual como su evolución histórica, comparándola con los demás países de la región, lo que nos permitirá contextualizar el nivel de seguridad existente en Chile en comparación con el promedio de la región. Retomando los aspectos teóricos acerca de la importancia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, destacaremos características esenciales del paisaje mediático chileno y de la cobertura del tema de la delincuencia por parte de los noticieros nacionales. Considerar tales características resulta ser sumamente importante y necesario, al momento de tratar de explicar el alto nivel de miedo e inseguridad por la delincuencia que se manifiesta en la opinión pública chilena. En un tercer paso compararemos la percepción de la seguridad pública en Chile con aquella de los otros países latinoamericanos y la contrastaremos, tanto con el nivel de seguridad existente en comparación con los otros países de la región como con su evolución durante los últimos años. El escenario resultante confirma que se justifica hablar de un sesgo llamativo entre la amenaza percibida por parte de la opinión pública y la situación delincencial real y que, además, se justifica suponer que tal sesgo tiene relación con la visión creada por los medios de comunicación.

En el capítulo *Aspectos Metodológicos del Estudio* describiremos los aspectos metodológicos de nuestro estudio cuantitativo y las técnicas estadísticas aplicadas en el análisis. Crearemos tres índices para medir y operacionalizar las variables centrales de nuestro estudio: el «Índice de Percepción de la Seguridad Pública», el «Índice de Consumo de Noticias» y el «Índice de Confianza en los Medios de Comunicación». Basándonos en las reflexiones teóricas e

investigaciones empíricas anteriormente presentadas acerca del tema en cuestión, discutiremos la validez de nuestro modelo, las variables incorporadas y su operacionalización para los análisis univariado, bivariado y multivariado, las cuales nos permitirán dar respuestas a las hipótesis planteadas.

En el capítulo *Análisis del Impacto de los Medios de Comunicación en la Percepción de la Seguridad Pública en América Latina y Chile* analizaremos los resultados obtenidos en los respectivos análisis. Veremos que para el caso chileno se confirma nuestra hipótesis acerca del impacto del consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de la seguridad pública, la cual, sin embargo, no se verifica del mismo modo en el resto de los países latinoamericanos. Si bien es posible constatar una incidencia estadísticamente significativa de ambas variables sobre la percepción de la seguridad pública en varios países, su impacto es mucho más débil que el que se logra apreciar en el caso de Chile, donde el consumo de noticias tiene el mayor impacto sobre la percepción de la seguridad pública.

Finalmente, en el capítulo *Conclusiones del Estudio* interpretaremos los hallazgos centrales de nuestro análisis a luz de la teoría presentada. Nuestra conclusión principal es que se justifica hablar de un *agenda-setting* por parte de los noticieros chilenos, los cuales contribuyen de manera decisiva a la sensación de inseguridad por la delincuencia en la opinión pública chilena actual.

Capítulo 2

Objetivos e Hipótesis del Estudio

2.1 Objetivos

Objetivo general

Caracterizar los niveles de percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile, y estudiar su relación con el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación.

Objetivos específicos

1. Conocer los actuales niveles de percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile, a partir de la creación de un «Índice de Percepción de la Seguridad Pública».
2. Determinar si la percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile se encuentra asociada al consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación.
3. Generar un «Índice de Consumo de Noticias» y un «Índice de Confianza en los Medios de Comunicación».
4. Comprobar la pertinencia de teorías sobre el impacto mediático en la percepción de la seguridad pública para el contexto latinoamericano y, específicamente, chileno.
5. Generar nuevas hipótesis susceptibles de ser incorporadas en futuras investigaciones teóricas y/o empíricas sobre el impacto mediático en la percepción de la seguridad pública.

2.2 Hipótesis

Hipótesis generales

1. Los niveles de percepción de la seguridad pública son bajos en América Latina, encontrándose Chile por debajo del promedio de los países latinoamericanos.
2. La percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile se encuentra asociada tanto al consumo de noticias como a la confianza en los medios de comunicación.

Hipótesis específicas

1. La percepción de la seguridad pública en América Latina, y específicamente en Chile, no se explica solamente por la tasa de victimización, sino también por el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación.
2. A medida que aumenta el consumo de noticias, disminuye la percepción de la seguridad pública.
3. A medida que aumenta la confianza en los medios de comunicación, disminuye la percepción de la seguridad pública.
4. El hecho de que una persona (o algún pariente de ella) haya sido víctima de un delito, conjuntamente con un alto consumo de noticias, aumenta la probabilidad de pertenecer al grupo de personas con una baja percepción de seguridad pública.

Capítulo 3

Modernidad y Medios de Comunicación

3.1 Introducción

Para poder acercarnos al objetivo del presente estudio, repasaremos algunas perspectivas teóricas sociológicas que consideramos importantes en el contexto de investigación del impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública. Trataremos de esbozar el rol que tienen los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas modernas, lo que nos va a permitir entender mejor en qué se basa la sospecha de que ellos podrían tener una influencia en una percepción sesgada de nuestro entorno. Para ello, destacaremos aspectos claves de los pensamientos de la Teoría crítica y, específicamente, de Jürgen Habermas, los cuales marcaron profundamente los debates sobre los medios de comunicación en el ámbito de las ciencias sociales. Ambas visiones teóricas parten de una perspectiva normativa respecto a la formación y la necesidad de una publicidad crítica y, por lo tanto, ofrecen una base fructífera para entender la importancia de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas y, en especial, en la formación de la opinión pública.

La Teoría crítica analiza los medios de comunicación desde la perspectiva del materialismo histórico, atribuyendo a ellos la característica de un instrumento de poder. Con sus reflexiones teóricas sobre el rol de los medios de comunicación en las sociedades modernas, Jürgen Habermas se emancipa de esa visión más radical, subrayando la ambigüedad de ellos, porque, aunque inevitablemente están expuestos a una posible instrumentalización por parte de los poderes fácticos no democráticos, son solamente los medios de comunicación los que permiten mediar y orientar en las sociedades modernas, cuya complejidad y diferenciación funcional ya no pueden ser comprendidas en su cabalidad, en base a la propia experiencia. Dado que la perspectiva habermasiana no se concentra tanto en consideraciones específicas acerca de los rasgos estructurales y discursivos propios de los medios de comunicación, sino más bien en redefinir la comunicación como un medio de coordinación social general y en cómo repensar el mundo moderno desde esa redefinición general (Méndez 2004: 92), ella nos permitirá mostrar la importancia que tienen los medios de comunicación para la formación de la opinión pública - instancia que a su vez constituye una condición esencial de la democracia. En base a esto,

podremos comprender mejor la compleja relación entre la comunicación y, como parte importante de ella, la comunicación a través de los medios de comunicación de masas y la sociedad.

La Teoría crítica de los medios de comunicación fue decisivamente caracterizada por Max Horkheimer y Theodor W. Adorno y su obra *Dialéctica de la ilustración* del año 1944. Jürgen Habermas desarrolló y modificó este debate en *Historia y crítica de la opinión pública* del año 1963 y luego en su *Teoría de la acción comunicativa* del año 1981. Haremos una breve digresión sobre las reflexiones de Hans Magnus Enzensberger, cuya publicación *Elementos para una teoría de los medios*, del año 1970, también recurre a las ideas de la Escuela de Frankfurt, y constata una crítica cultural radical similar a Horkheimer y Adorno, pero siguiendo la tradición emancipadora de Berthold Brecht.

Luego repasaremos brevemente aspectos interesantes de las perspectivas teóricas que nos ofrecen Niklas Luhmann y Pierre Bourdieu, las cuales, pese a sus enfoques diferentes, nos mostrarán que la creación de distorsiones en las representaciones mediáticas del mundo es inherente a la producción de contenidos mediáticos, debido a la existencia de coacciones estructurales. Esta creación de distorsiones puede ser observada sobre todo en la producción de noticias, ámbito donde se aboca a la sobre-representación de temas que se enfocan espectacularmente, es decir, a la desviación de normas - como es el caso de la delincuencia.

Todas estas reflexiones teóricas de los distintos autores, nos ofrecerán perspectivas en base a las cuales podremos entender mejor el fenómeno de una opinión pública distorsionada, junto a la sensación de inseguridad causada por los medios de comunicación.

3.2 Los medios de comunicación como característica de la modernidad

“Pensar que nosotros como consumidores de la radiodifusión como los de la televisión podríamos elegir: es decir, como seres que están condenados a ser contentados con fantasmas sobre el mundo; y que casi ya no desean ‘lo otro’, incluso otros tipos de libertad de elección, otros tipos que probablemente ya no son capaces de imaginarse – esto ya está decidido. Cuando planté este pensamiento en un congreso sobre cultura contemporánea, me contrapusieron que uno tiene la libertad de apagar su aparato, y hasta no comprarse uno, y dedicarse exclusivamente al mundo real. Esto lo negué. Y por la consiguiente razón que no se dispone menos sobre el huelguista que sobre el consumidor: Si nosotros participamos en el juego o no – siempre participamos, porque los demás lo hacen. Lo que hagamos o dejemos – el hecho que vivimos en un entorno, para el cual ‘el mundo’ y ‘experimentar el mundo’ ya no se aplica, sino el fantasma del mundo y el fantasma del consumo, este hecho no lo podemos cambiar con una huelga particular: Esto es el mundo fáctico compartido con el cual debemos calcular; y entrar en huelga contra esto es imposible. Pero también el así llamado mundo real, el de los acontecimientos, está cambiado por el hecho de su ‘fantasmación’: ya que éste está organizado de tal manera que funcione óptimamente según los requerimientos de emisión, es decir, que su versión fantasma caiga bien a todos. - ni hablar de lo económico. Porque la aserción que ‘uno’ tendría de la libertad de poseer tales aparatos o no, usarlos o no, es, por supuesto, una ilusión. A través de la amable mención de la ‘libertad humana’ no se zanja el ‘factum’ de un consumo obligatorio; y que justamente en tal país, en el cual se destaca la libertad del individuo, ciertas mercancías son llamadas ‘musts’, es decir son ‘mercancías obligatorias’, ciertamente no remite precisamente al concepto de libertad. El discurso de lo obligatorio está totalmente fundado: ya que la falta de sólo uno de estos aparatos obligatorios deja tambalear el entero aparato de la vida, el cual es definido y asegurado por los otros aparatos y productos; quién se toma la libertad de abstenerse de uno se abstiene de todos y, por ende, de su propia vida. ¿‘Uno’ podría hacerlo? ¿Quién es ese ‘uno’?”⁴

⁴ Epítome del libro *Die Antiquiertheit des Menschen – Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution* [La antigüedad del ser humano – Sobre el alma en la época de la segunda revolución industrial], publicado por primera vez en 1956, del filósofo social y literato Günther Anders. Traducción libre, basada en una edición del año 2002, por parte del autor de este estudio. Las acentuaciones fueron tomadas del texto original (véase Anders 2002: 1-2).

No queremos valorar o discutir si uno puede abstenerse o no de los medios de comunicación de masas ni mucho menos si deberíamos hacerlo para enfrentarnos exclusivamente al *mundo de los acontecimientos reales* o no. Más bien, hay que destacar, como mostraremos en el desarrollo de este capítulo, que sin los medios de comunicación el concepto de democracia es impensable. Nos rodean cada día y casi en cualquier lugar. Ellos representan inevitablemente un factor central en la construcción de nuestra realidad, ofreciéndonos y, de cierta manera, obligándonos a tomarlos, por lo menos en parte, como base de la información con la cual construimos nuestra realidad subjetiva (Giddens 2001: 574). Lo que intentamos subrayar con el epítome citado, es que en las sociedades contemporáneas modernas los medios de comunicación de masas penetran todos los ámbitos sociales sin dejar opción alguna de ignorarlos – punto de discusión que rápidamente surge cuando uno discute el rol de la prensa contemporánea: Si temes que podrían tener una influencia negativa injustificada en tus visiones del mundo, de tu entorno, en tus decisiones y acciones, simplemente apaga la televisión, no leas el diario, no escuches la radio...

Aunque no existe un consenso unánime entre los científicos, sobre cuándo exactamente las sociedades contemporáneas dejaron de ser tradicionales y cuáles fueron todos los eventos históricos específicos que contribuyeron a su transformación (Ritzer 2005: 506ss), no cabe dudas que tanto la ilustración, el surgimiento del discurso de la racionalidad, como la revolución industrial, el modo de producción capitalista y, en el curso de todo ello, las transformaciones institucionales y sus diferenciaciones funcionales, llevaron a la constitución de las actuales sociedades contemporáneas democráticas.

Tal como todos estos procesos y cambios no se pueden comprender el uno sin contemplar los demás, los medios de comunicación representan un eje integral de estas transformaciones. Las perspectivas teóricas de cómo acercarse a tales transformaciones sociales complejas, y cómo explicarlas, son varias. Una perspectiva teórica por parte de las ciencias sociales, identifica como un eje central de todas estas transformaciones a los medios de comunicación y, sobre todo, a los medios de comunicación de masas, los cuales se concretaron en el transcurso de un progreso tecnológico igualmente resultante de todas aquellas transformaciones. Cualquier teoría sobre los medios de comunicación de masas no es pensable sin recurrir a una teoría acerca de las sociedades contemporáneas modernas – y viceversa. Incluso, se podría decir que los

procedimientos modernos de las ciencias sociales empíricas han encontrado gran parte de su aplicación en las investigaciones sobre los medios de comunicación, de tal manera que se podría equiparar ocasionalmente a las ciencias de la comunicación con las investigaciones sociales empíricas. En última instancia, la sociología crítica y su paradigma central de la *industria cultural* tampoco sería pensable sin fundarse en una perspectiva más concreta acerca de los efectos de los medios de comunicación de masas y sus implicaciones sociológicas (Rusch et al. 2007: 113).

En el transcurso de la diferenciación funcional de los sistemas y subsistemas sociales, y como resultado de la creciente complejidad de ellos, la comunicación - y sobre todo la comunicación pública a través de los medios de comunicación – se constituye en una componente indispensable para la existencia de las sociedades contemporáneas y, en especial, democráticas. Siguiendo la argumentación habermasiana, como veremos durante el desarrollo de este capítulo, la sociedad moderna está caracterizada por el hecho de que el mundo de la vida individual pierde su importancia como orientador funcional a causa de estos procesos de diferenciación y ampliación de los subsistemas sociales. Con la imposición del modo de producción capitalista, los medios de control sistémico habrían empezado a colonizar el mundo de la vida y, en consecuencia, también la publicidad y la opinión pública.

En las sociedades contemporáneas, y sobre todo democráticas, la publicidad juega un rol sumamente importante, ya que a través de ella se constituye la formación de la opinión pública respectivamente política.⁵ El concepto de la publicidad implica una reivindicación normativa, ya que solamente a través de ella es posible establecer el intercambio orientado por la llegada a acuerdos de argumentos y razones, lo cual resulta ser necesario para abrir el camino a aquella evolución conjeturada por la filosofía históricamente. Siguiendo la argumentación de Kant, la única garantía para la veracidad de nuestros pensamientos se basaría en pensar en conjunto con otros, a los cuales les comunicamos nuestros pensamientos y ellos nos comunican los suyos. Así, el poder tendría que realizarse a través de la combinación de la virtud y el razonamiento, cuya consecuencia representa la publicidad crítica (Zimmer 2000: 41). Tanto la publicidad de todos los

⁵ Entendemos por *publicidad* o *esfera de la opinión pública* un sistema creador de conocimientos y saberes en el cual se negocian definiciones de problemas públicos, se discuten las soluciones de tales problemas y se determinan y asignan tanto las respectivas responsabilidades como competencias (Zimmermann 2000: 47).

procesos jurídicos, políticos y económicos importantes por parte del Estado, como la formación de la opinión y voluntad pública, cuentan como criterios fundamentales para el funcionamiento de una democracia y desarrollo de una sociedad civil. La falta de tal publicidad equivaldría a la “arcana política del monarca” (Habermas 1981: 227). En este proceso, es sobre todo la prensa la que forma parte importante de tal publicidad constituyente de una democracia, siendo de cierto modo el espejo y, al mismo tiempo, la principal creadora de ella.

3.3 La Teoría crítica y los medios de comunicación

“La radio, democrática, convierte a todos en oyentes para entregarlos autoritariamente a los programas, entre sí iguales, de las diversas emisoras. No se ha desarrollado ningún sistema de réplica, y las emisiones privadas están condenadas a la clandestinidad. Se limitan al ámbito no reconocido de los «aficionados», que por lo demás son organizados desde arriba.”

(Horkheimer y Adorno 1998: 166)

Una de las contribuciones principales para el surgimiento del debate crítico sobre la cultura y los medios de comunicación, presentó el ensayo *La obra de arte en la era de su reproducibilidad técnica*, publicado 1936, de Walter Benjamín. En tal ensayo, Benjamín desarrolló una teoría sobre el arte bajo las condiciones mediáticas modernas, partiendo con un análisis del modo de producción capitalista orientado por el materialismo, el cual abarcaba tanto aspectos de la posible reproducción de obras de arte como los efectos de los contenidos mediáticos creados bajo tales condiciones (Kerber 2001: 36). El aspecto de la distracción de parte del receptor, como efecto de los programas mediáticos, jugó un rol importante en sus reflexiones. Bajo la experiencia vivida durante el régimen fascista alemán y su propaganda divulgada, Benjamín planteó la pregunta si los receptores de contenidos de los medios de comunicación de masas, en esa época la prensa, la radio y las películas cineastas, seguían siendo capaces de opinar de manera crítica o si los contenidos propagandistas se los impedían.

Esa idea central fue retomada nuevamente por representantes de la Teoría crítica de los medios de comunicación, la cual aplicó la óptica del materialismo histórico a los medios de comunicación

masivos. El filósofo Max Horkheimer, focalizó el programa de investigaciones de la Teoría crítica en los años treinta, en el proyecto de crear una teoría materialista de la sociedad con un enfoque interdisciplinario que abarque, junto a un análisis económico de las relaciones de poder, también un análisis psicológico-social, incorporando una contemplación teórica-cultural acerca del modo de acción de la cultura de masas.

“Mientras la teoría marxista inicial se centró específicamente en la economía, la Escuela Crítica viró hacia el nivel cultural a la luz de lo que consideraba las realidades de la sociedad capitalista moderna. Es decir, defendía que el *locus* de la dominación en el mundo moderno se había trasladado desde la economía al reino cultural. Esto no significa que abandonara su interés por la dominación, pero a sus ojos, en el mundo moderno la dominación está asociada a elementos culturales más que económicos. Por tanto, uno de los objetivos de la Escuela Crítica es analizar la represión cultural del individuo en la sociedad moderna.”

(Ritzer 1997: 164-165)

En la Escuela de Frankfurt ha sido discutida la pregunta, sobre cuáles causas pueden identificarse para explicar la ausencia del desarrollo de una conciencia de clase según el entendimiento marxista. El término de la manipulación, caracterizó el debate como un concepto colectivo de todos los intentos de estabilizar las existentes relaciones de producción (Jäckel2008: 88). Se partió del diagnóstico de que los soberanos reprimirían y explotarían a las grandes masas. En un principio, los medios de comunicación y los efectos mediáticos jugaron un rol menor para el análisis de los déficits sociales. Pero con el progreso tecnológico y la creciente proliferación de los medios de comunicación se concretó la pregunta, sobre la importancia que tiene la cultura de masas para la problemática solidificación de las relaciones sociales. El efecto estimulante de los medios de comunicación se evaluó como negativo, ya que los seres humanos, en particular por la oferta del entretenimiento, serían distraídos de sus verdaderas necesidades: discutir de manera crítica las relaciones sociales y la situación propia. Tanto como el mundo laboral no permite la existencia de un margen de maniobra creativa, tampoco los contenidos culturales de tipo popular, producto de la industria cultural de masas, lo permitirían.

“El principio de la individualidad ha sido contradictorio desde el comienzo. Ante todo, no se ha llegado jamás a una verdadera individuación. La forma de autoconservación propia de la sociedad de clases ha mantenido a todos en el estadio de puros seres genéricos. [...] La industria cultural puede disponer de la individualidad de forma tan eficaz sólo porque en ésta se reproduce desde siempre la íntima fractura de la sociedad. En los rostros de los héroes del cine y de los particulares, confeccionados según los modelos de las cubiertas de los semanarios, se desvanece una apariencia en la cual ya de por sí nadie cree, y la pasión por tales modelos ideales vive de la

secreta satisfacción de hallarse finalmente dispensados del esfuerzo de la individuación mediante el esfuerzo - más fatigoso aún - de la imitación.”

(Horkheimer y Adorno 1998: 200)

La recepción o, siguiendo la lógica materialista, el consumo de tales productos, llevaría a la situación de que la sociedad se despolitizara, dado que no se podrían formar individuos autónomos, que constituyeran una esfera de la opinión pública crítica a causa de los mecanismos subyacentes de la industria cultural de masas (Jäckel 2008: 89).

3.3.1 El diagnóstico del *engaño de masas*

“La huida de la vida cotidiana que la industria cultural, en todas sus ramas, promete procurar es como el rapto de la hija en la historieta americana: el padre mismo sostiene la escalera en la oscuridad. La industria cultural ofrece como paraíso la misma vida cotidiana de la que se quería escapar. Huida y evasión están destinadas por principio a reconducir al punto de partida. La diversión promueve la resignación que se quisiera olvidar precisamente en ella.”

(Horkheimer y Adorno 1998: 186)

En el capítulo *La industria cultural – Ilustración como engaño de masas* de su obra *Dialéctica de la ilustración*, Adorno y Horkheimer establecen la tesis de la existencia de una regresión cultural y social como consecuencia de la producción cultural industrial, establecida por los medios de comunicación de masas. Esta industria cultural de masas borraría la conciencia de las existentes contradicciones sociales, a través de la imposición de un entretenimiento totalitario mediáticamente proliferado. Se haría olvidar al público de que está viviendo en un contexto sistémico explotador. Sus reflexiones llevan a lo que los autores llaman la *ilustración como engaño de masas*. Los conceptos centrales de la Teoría crítica de los medios de comunicación se basan en las categorías de la clásica Teoría crítica. En primer lugar, el concepto de la *alienación* presenta un eje central, del cual deducen un efecto de *ofuscación* respecto al potencial manipulador de los medios de comunicación.

Sus reflexiones parten de que el poder sobre la naturaleza, conllevado por lo que se considera la civilización, necesariamente es acompañado por una alienación. La compleja combinación entre desarrollo tecnológico e institucionalización, en la cual todo es de algún modo interdependiente y donde el individuo no puede lograr influir directa y visiblemente, representaría la característica principal de esa civilización. Por ende, la superación de la alienación resultaría como algo imposible, ya que los procesos de tal alienación no solamente se reproducirían bajo las condiciones del mundo laboral moderno, sino también en el tiempo de ocio. En la modernidad este ámbito de la vida social sería condicionado por la industria cultural de masas que suplantaría al arte, disciplina que a su vez sería la única posibilidad de sustraerse, aunque sólo parcialmente, de tal alienación.

La ofuscación resulta de la observación de que, según los autores, los medios de comunicación y la resultante industria cultural de masas re-establecerían lo que se pensaba haber superado por la ilustración: un orden basado y orientado por la metafísica, como lo establecían las religiones de las cuales justamente la supuesta ilustración se había desprendido (Leschke 2007: 178). Es decir, los medios de comunicación reemplazarían la función de la religión, contraponiéndose a la ilustración. Lo que Horkheimer y Adorno identificaron como un *sistema de semejanza* no se refiere exclusivamente a la dimensión técnica, sino a los contenidos mediales. Tal orden generado por los medios de comunicación de masas, no es generado solamente por la uniformidad estructural-tecnológica, sino también por la confección idéntica de los contenidos a estereotipos universales:

“La cultura marca hoy todo con un rasgo de semejanza. Cine, radio y revistas constituyen un sistema. Cada sector está armonizado en sí mismo y todos entre ellos. Las manifestaciones estéticas, incluso de las posiciones políticas opuestas, proclaman del mismo modo el elogio del ritmo de acero”

(Horkheimer y Adorno 1998: 165).

En comparación con el orden místico o religioso, el cual no requería relacionarse con fundamentos racionales o basarse en ellos, el orden impuesto por los medios de comunicación sí lo proclamaría por sí mismo. Esta contradicción entre una supuesta ilustración basada en lo racional por parte de los medios de comunicación y la manipulación de las necesidades y

percepciones de los receptores, impuestos en el proceso de alienación y sometidos a las relaciones de producción, pueden entenderse como un aspecto central del origen de la ofuscación:

“La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter coactivo de la sociedad alienada de sí misma. Los automóviles, las bombas y el cine mantienen unido el todo social, hasta que su elemento nivelador muestra su fuerza en la injusticia misma a la que servía. Por el momento, la técnica de la industria cultural ha llevado sólo a la estandarización y producción en serie y ha sacrificado aquello por lo cual la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social. Pero ello no se debe atribuir a una ley de desarrollo de la técnica como tal, sino a su función en la economía actual.”

(Horkheimer y Adorno 1998: 166)

Las masas serían engañadas por las ofertas estandarizadas que les distraen de sus necesidades verdaderas, manteniendo de este modo un cierto grado de satisfacción en el sistema capitalista. Se sugestionaría al público que existieran productos y ofertas de libre selección. Pero de facto, la industria cultural de masas llevaría a la situación de que el público demanda siempre los mismos esquemas conocidos – los familiarizados *rasgos de semejanza* de la cultura de masas:

“El principio del sistema impone presentarle todas las necesidades como susceptibles de ser satisfechas por la industria cultural, pero, de otra parte, organizar con antelación esas mismas necesidades de tal forma que en ellas se experimente a sí mismo sólo como eterno consumidor, como objeto de la industria cultural. Ésta no sólo le hace comprender que su engaño es el cumplimiento de lo prometido, sino que además debe contentarse, en cualquier caso, con lo que se le afrece (!sic).”

(Horkheimer y Adorno 1998: 186)

La colocación de contenidos seguiría las reglas de los intereses de poderes económicos. Por ende, los receptores convertidos en consumidores serían incapacitados de sus roles como ciudadanos (Leschke 2007: 181). Esta situación constituiría y mantendría el carácter coactivo de la alienación. La racionalidad tecnológica oficiaría como la racionalidad de dominación. Sobre todo la proliferación de la televisión y sus formatos triviales son vistas como motor central de esa *anti-ilustración*: “El Pato Donald en los dibujos animados, como los desdichados en la realidad, recibe sus golpes para que los espectadores aprendan a habituarse a los suyos” (Horkheimer y Adorno 1998: 183).

Las críticas centrales que se hacen a la concepción de la Teoría crítica, son la falta de evidencia empírica para respaldar las constataciones universales y homogeneización, tanto de los receptores como de los mismos medios de comunicación y sus distintos tipos de formato. Así, constata

Jürgen Habermas en su *Teoría de la acción comunicativa* que “[c]ontra esta teoría no solamente pueden hacerse las objeciones empíricas que cabe esgrimir siempre contra toda supersimplificación: que procede ahistóricamente y no tiene en cuenta el cambio estructural de la esfera de la opinión pública burguesa, y que no es lo bastante compleja para dar razón de las marcadas diferencias nacionales, desde las diferencias de estructura organizativa entre los centros emisores privados y los públicos y estatales, hasta las diferencias en la configuración de los programas, en las costumbres de recepción, en la cultura política, etc.” (Habermas 1998: 551-552). Habermas argumenta que la posibilidad de una publicidad crítica⁶ sigue existiendo, pero se ve enfrentada a un desarrollo de comercialización a beneficio de los conglomerados mediáticos. Merten constata que, más que nada, la Teoría crítica no debe entenderse como una teoría de la sociedad, sino como una teoría de los cambios sociales. En este sentido, sería adecuado constatar que los científicos de la Escuela de Frankfurt lograron formular un análisis adecuado, respecto a un momento concreto del desarrollo social en un contexto histórico específico (Merten 2007: 162).

Pese a eso, la Teoría crítica y sus concepciones acerca de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad moderna, apuntan a un aspecto fundamental que sigue siendo indudablemente importante en el momento de investigar efectos mediáticos: la consideración y la contextualización de las relaciones de poder en las cuales están entretejidas.

⁶ En el prefacio de *Historia y crítica de la opinión pública*, los traductores indican que el término alemán “Öffentlichkeit” el cual conceptualiza Habermas se tradujo como “publicidad” pese al riesgo de una mala interpretación, dado que en el uso lingüístico común se remitiría a actividades relacionadas con el reclamo y la propaganda comercial. Explican que “Aquí se intenta recuperar su referencia, más arcaica, al estado y la calidad de las cosas públicas, con el convencimiento de que esta palabra vierte, en el presente contexto, mejor a *Öffentlichkeit* que a «vida social pública», «opinión pública» o, simplemente, lo «público», todas ellas versiones aceptables, en diferentes contextos, del término alemán” (nota de pie en Habermas 1981: 37). En adelante usaremos este término en el sentido anteriormente señalado.

3.3.2 Desde la industria cultural de masas hacia la *industria de conciencia*

“There is no such thing as unmanipulated writing, filming, or broadcasting. The question is therefore not whether the media are manipulated, but who manipulates them.”

(Enzensberger 1970: sin página)⁷

En sus reflexiones sobre los medios de comunicación de masas de los años sesenta y setenta, Hans Magnus Enzensberger siguió las principales ideas de la Teoría crítica, reanudando las reflexiones sobre la industria cultural de masas.

“The technical distinction between receivers and transmitters reflects the social division of labour into producers and consumers, which in the consciousness industry becomes of particular political importance. It is based, in the last analysis, on the basic contradiction between the ruling class and the ruled class - that is to say between monopoly capital or monopolistic bureaucracy on the one hand and the dependent masses on the other.”

(Enzensberger 1970: sin página)⁸

Enfocándose hacia el potencial manipulador de los medios de masas, Enzensberger rechaza el término de la *industria cultural de masas*, dado que no reflejaría adecuadamente las consecuencias sociales que causan los contenidos mediáticos. Más bien se debería hablar de una *industria de la conciencia*, que estabilizaría las relaciones de poder existentes, siendo que los medios de comunicación electrónicos serían los *marcapasos del desarrollo socioeconómico* de las sociedades del capitalismo tardío:

“With the development of the electronic media, the industry that shapes consciousness has become the pacemaker for the social and economic development of societies in the late industrial

⁷ La frase original fue publicada en *Baukasten zu einer Theorie der Medien* en 1970. La traducción del alemán al inglés la encontramos en <http://www.medienkunstnetz.de/source-text/51>. La fuente indicada para la traducción es: Hanhardt John G. (1986): *Video Culture – A Critical Investigation*. La versión original dice: “Ein unmanipuliertes Schreiben, Filmen und Senden gibt es nicht. Die Frage ist daher nicht, ob die Medien manipuliert werden oder nicht, sondern wer sie manipuliert.“ (Enzensberger 1970: sin página).

⁸ La versión original dice: “Die technische Differenzierung von Sender und Empfänger spiegelt die gesellschaftliche Arbeitsteilung zwischen Produzenten und Konsumenten wider, die in der Bewußtseins-Industrie eine besondere politische Zuspitzung erfährt. Sie beruht letzten Endes auf dem Grundwiderspruch zwischen herrschenden und beherrschten Klassen“ (ibidem).

age. It infiltrates into all other sectors of production, takes over more and more directional and control functions, and determines the standard of the prevailing technology.”⁹

(Enzensberger 1970: sin página)

El capitalismo de los monopolios llevaría a la situación de que los temas políticos pasan al segundo plano. Esto a su vez causaría la despolitización, impidiendo la movilización de los ciudadanos. Esta tendencia de despolitización lo confirma también Jürgen Habermas, cuando dice: “Besides personalization, the dramatization of events, the simplification of complex matters, and the vivid polarization of conflicts promote civic privatism and a mood of antipolitics” (Habermas 2006: 422).

La suposición de que los medios de comunicación de masas manipularían la percepción de los receptores, no solamente sería un problema de dominación y de las existentes relaciones de poder, sino también se basaría en los aspectos estructurales de ellos mismos, constata Enzensberger en el párrafo llamado *manipulación democrática*. Los procedimientos elementales en la producción de los contenidos mediáticos ya necesariamente se expondrían a tal suposición:

“Manipulation - etymologically, «handling» - means technical treatment of a given material with a particular goal in mind. When the technical intervention is of immediate social relevance, then manipulation is a political act. In the case of the media industry, that is by definition the case. Thus every use of the media presupposes manipulation. The most elementary processes in media production, from the choice of the medium itself to shooting, cutting, synchronization, dubbing, right up to distribution, are all operations carried out on the raw material.”¹⁰

(Enzensberger 1970: sin página)

Por ende, no existiría ningún contenido mediático que no esté manipulado de alguna manera y la resultante pregunta debería ser más bien quién es el emisor de tal manipulación. En consecuencia, no se debería enfrentar el problema mediante la censura, sino a través del control social.

⁹ La versión original dice: „Mit der Entwicklung der elektronischen Medien ist die Bewußtseinsindustrie zum Schrittmacher der sozio-ökonomischen Entwicklung spät-industrieller Gesellschaften geworden. Sie infiltriert alle anderen Sektoren der Produktion, übernimmt immer mehr Steuerungs- und Kontrollfunktionen und bestimmt den Standard der herrschenden Technologie“ (ibid.).

¹⁰ La versión original dice: “Manipulation, zu deutsch Hand- oder Kunstgriff, heißt soviel wie zielbewusstes technisches Eingreifen in ein gegebenes Material. Wenn es sich um ein gesellschaftlich unmittelbar relevantes Eingreifen handelt, ist die Manipulation ein politischer Akt. Das ist in der Bewusstseins-Industrie prinzipiell der Fall. Jeder Gebrauch der Medien setzt also Manipulation voraus. Die elementarsten Verfahren medialen Produzierens von der Wahl des Mediums selbst über Aufnahme, Schnitt, Synchronisation, Mischung bis hin zur Distribution sind allesamt Eingriffe in das vorhandene Material“ (ibid.).

Sin nombrar explícitamente la tesis de Horkheimer y Adorno, de que el capitalismo viviría de la explotación de necesidades equivocadas, Enzensberger la contradice cuando dice que una las hipótesis más difundidas proclamaría que el capitalismo contemporáneo viviría de la explotación de las necesidades humanas. Según Enzensberger, esto no sería más que la mitad de la verdad. Lo que estas hipótesis constatan, respecto a la creación de necesidades y demandas a través de anuncios publicitarios y la obsolescencia artificial, no podría explicar suficientemente la “aspiración hipnótica” que ejerce el consumo masivo en toda la masa de empleados asalariados.

“The hypothesis of ‘consumer terror’ corresponds to the prejudices of a middle class, which considers itself politically enlightened, against the allegedly integrated proletariat, which has become petty-bourgeois and corrupt. The attractive power of mass consumption is based not on the dictates of false needs, but on the falsification and exploitation of quite real and legitimate ones without which the parasitic process of advertising would be redundant.”¹¹

(Enzensberger 1970; sin página)

Siguiendo la reivindicación brechtiana, de transformación de la radio como aparato de distribución en un aparato de comunicación (Merten 2007: 162), el autor subraya el carácter ambivalente de los medios de comunicación de masas, dado que se podría oponer al uso represivo un uso emancipador. Los medios de comunicación, por primera vez en la historia, abarcarían ambas facetas:

“For the first time in history, the media are making possible mass participation in a social and socialized productive process, the practical means of which are in the hands of the masses themselves. Such a use of them would bring the communications media, which up to now have not deserved the name, into their own. In its present form, equipment like television or film does not serve communication but prevents it. It allows no reciprocal action between transmitter and receiver; technically speaking, it reduces feedback to the lowest point compatible with the system.

¹¹ La versión original dice: “Die Hypothese vom ‘Konsumterror’ kommt den Vorurteilen der Bourgeoisie, die sich für politisch aufgeklärt hält, über das angeblich integrierte, kleinbürgerlich gewordene und korrumpierte Proletariat entgegen. Die Anziehungskraft des Massenkonsums beruht aber nicht auf dem Oktroi falscher, sondern auf der Verfälschung und Ausbeutung ganz realer und legitimer Bedürfnisse, ohne die der parasitäre Prozeß der Reklame hinfällig wäre“ (ibid.).

This state of affairs, however, cannot be justified technically. On the contrary; Electronic techniques recognize no contradiction in principle between transmitter and receiver.”¹²

(Enzensberger 1970: sin página)

3.4 Publicidad, racionalidad comunicativa y colonización del mundo de la vida: Consideraciones acerca de los medios de comunicación en Habermas

“La publicidad crítica es desplazada por una publicidad manipuladora.”

(Habermas 1981: 205)

En su descripción y análisis de los procesos culturales y políticos, Jürgen Habermas toma una posición menos radical que sus antecesores Horkheimer y Adorno, respecto al rol de los medios de comunicación como creadores de publicidad en las sociedades contemporáneas. Apunta a la situación de que “[e]stos espacios públicos creados por los medios jerarquizan el horizonte de comunicaciones posibles a la vez que le quitan sus barreras; el primer aspecto no puede separarse del segundo, y en ello radica la ambivalencia de su potencial” (Habermas 1992: 552). Sin embargo, Habermas también contempla las condiciones macro y estructurales como los procesos de selección a base de criterios noticiosos. Sobre todo en la actual publicidad de las sociedades contemporáneas modernas, centrada en los medios de comunicación, se habría constituido un lenguaje específico adoptado a las exigencias de las coacciones fácticas de ellos mismos. A causa de representaciones muy reducidas de situaciones a su vez muy complejas, sería sumamente difícil tratar adecuadamente las problemáticas sociales (Schicha 2003: 116).

Para poder entender el rol de los medios de comunicación en el concepto habermasiano, repasaremos los aspectos centrales que Habermas desarrolla en este contexto en tres de sus obras

¹² La versión original dice: “Zum ersten Mal in der Geschichte machen die Medien die massenhafte Teilnahme an einem gesellschaftlichen und vergesellschafteten produktiven Prozeß möglich, dessen praktische Mittel sich in der Hand der Massen selbst befinden. Ein solcher Gebrauch brächte die Kommunikationsmedien, die diesen Namen bisher zu Unrecht tragen, zu sich selbst. In ihrer heutigen Gestalt dienen Apparate wie das Fernsehen oder der Film nämlich nicht der Kommunikation sondern ihrer Verhinderung. Sie lassen keine Wechselwirkung zwischen Sender und Empfänger zu: technisch gesprochen, reduzieren sie den feedback auf das systemtheoretisch mögliche Minimum. Dieser Sachverhalt läßt sich aber nicht technisch begründen. Im Gegenteil: die elektronische Technik kennt keinen prinzipiellen Gegensatz von Sender und Empfänger“ (ibid.).

principales: *Historia y crítica de la opinión pública* (1962), *La Teoría de la acción comunicativa* (1981) y *Facticidad y validez* (1991). Las tres obras en sí siguen una lógica argumentativa consecutiva e integral respecto al concepto de publicidad.

En *Historia y crítica de la opinión pública* Habermas desarrolló el surgimiento de la así llamada *publicidad burguesa*, cuyo origen ubica en el Europa de siglo XVI, contemplando, entre otras variables, las contribuciones específicas de las tecnologías de la comunicación, tanto en la emergencia de la esfera pública burguesa del capitalismo liberal como en su posterior declive en el tránsito hacia el capitalismo organizado. Partiendo de un análisis histórico de las realidades vinculadas al concepto del *espacio público*¹³, Habermas destaca la distinción entre lo público y lo privado como eje central en la creación de tal espacio. A mediados del siglo XVI empieza a establecerse el término de *lo privado*, derivado del latín *privatus*, para describir la exclusión de la esfera del aparato estatal. Lo privado se contrapuso a lo común y esta oposición, entre interés común e interés privado, confirió autoridad al Estado absoluto como garante de aquel interés común. La publicidad y el público se refirieron al ámbito del poder político y de las personas públicas, las que ejercieron un cargo público, constituyendo de esta manera una *publicidad representativa* (Habermas 1981: 50). Dos factores importantes introdujeron cambios fundamentales a esta concepción autoritaria: La reforma protestante que representó una ruptura con la concepción público-autoritaria de la iglesia, cuyo interés había sido identificado anteriormente como interés público y privado al mismo tiempo. Además, tanto el progresivo aumento del intercambio de información en forma de mercancía como la opinión pública representada por personas privadas a través de la emergente burguesía, favorecieron la constitución de una nueva forma de publicidad.

“A partir de los estamentos, en fin, se desarrollan los elementos señoriales, convirtiéndose en órganos del poder público, en Parlamento (y en otra parte también legalidad); los elementos del estamento artesanal, en la medida en que cuajan en corporaciones urbanas y se producen ciertas

¹³ En un artículo enciclopédico del año 1964, Jürgen Habermas define espacio público como “[...] un ámbito de nuestra vida social, en el que se puede construir algo así como opinión pública. La entrada está fundamentalmente abierta a todos los ciudadanos. En cada conversación en la que los individuos privados se reúnen como público se constituye una porción de espacio público. [...] Los ciudadanos se comportan como público, cuando se reúnen y conciertan libremente, sin presiones y con la garantía de poder manifestar y publicar libremente su opinión, sobre las oportunidades de actuar según intereses generales. En los casos de un público amplio, esta comunicación requiere medios precisos de transferencia e influencia: periódicos y revistas, radio y televisión son hoy tales medios del espacio público” (citado por Boladeros 2001: 53).

diferenciaciones en los estamentos artesanales rurales, evolucionan hacia la esfera de la «sociedad burguesa» que, como genuino ámbito de la autonomía privada, está contrapuesta al Estado.”

(Habermas 1981: 51)

De los correos ordinarios, como agencias de noticias ya discretas y privadas, surgieron las primeras actividades periodísticas que informaron al público en general y que empezaron a oponerse a la voluntad soberana del Estado absoluto, siguiendo los intereses de la burguesía privada:

“Dentro de este orden político y social refigurado durante la fase mercantil del capitalismo (orden cuya nueva configuración llegó ya en buena parte a expresarse en esa fase, puesto que en ella los momentos de lo político y de lo social aparecen separadamente) se desarrolla también ahora vigorosamente el segundo elemento constitutivo del marco del tráfico tempranamente capitalista: la prensa.”

(Habermas 1981: 58)

Frente a la publicidad representativa, empezó a constituirse la opinión pública como una expresión de las ideas de los súbditos que se consolidaron como personas privadas (Boladeros 2001: 58). En este sentido, se podría hablar de una publicidad vinculada a la estructura de lo público-estatal y una publicidad formada por la opinión de un público constituido por personas privadas, que habían empezado a proyectar su racionalidad en aspectos sociales, afirmándose, paulatinamente, como jueces de las decisiones políticas:

“La «publicidad» propiamente dicha hay que cargarla en el haber del ámbito privado, puesto que se trata de una publicidad de personas privadas. En el seno del ámbito reservado a las personas privadas distinguimos, por consiguiente, entre esfera privada y publicidad. La esfera privada comprende a la sociedad burguesa en sentido estricto, esto es, al ámbito del tráfico mercantil y del trabajo social; la familia, con su esfera íntima, discurre también por sus cauces. La publicidad política resulta de la publicidad literaria; media, a través de la opinión pública, entre Estado y las necesidades de la sociedad.”

(Habermas 1981: 68)

Los medios de comunicación en la forma de prensa escrita, tomaron un papel sumamente importante en el antagonismo surgido entre sociedad civil y el Estado, dado que los mensajes estaban convirtiéndose en mercancía y la función social de la comunicación en un instrumento de creación de riqueza y de influencia política (Boladeros 2001: 59). En este contexto, Habermas subraya que la autonomía periodística o publicista del redactor de los contenidos mediáticos también sería, por lo demás, sensiblemente limitada en el tipo de prensa que no está

eminentemente sometida a las leyes del mercado, sino que serviría principalmente a intereses políticos (Habermas 1981: 213).

Con la ilustración y su influencia en la filosofía y la práctica política, se estableció el pensamiento que la racionalidad no derivaría de principios abstractos absolutos, sino que se desarrollaría a partir de la confrontación de opiniones sobre la verdad y la justicia. La justificación de las leyes y decisiones políticas, ahora se formaba basándose en la razón. Pero la razón a su vez se expresaría en la capacidad discursiva que surgió a través de las argumentaciones de las personas privadas – es decir, la razón se manifestaría en el debate de la opinión pública.

“La libertad de pensamiento, expresión de opiniones y difusión de ideas, junto con la no discriminación (tolerancia), igualdad ante la ley (aparejada a la presunción de inocencia) y libertades de asociación y movimiento, abren nuevos caminos para la vida ciudadana y recomponen la estructura de lo público/privado/íntimo y lo «publicitado»/interés social/negocio privado.”

(Boladeros 2001: 59)

Con esta perspectiva, Habermas descubre las contradicciones y los defectos inherentes a la opinión pública provenientes de su desarrollo histórico. Basándose en esta perspectiva, sigue los pensamientos de Horkheimer y Adorno, adscribiendo a la opinión pública burguesa no como la característica de una voluntad general formada por una razón consensuada por todos los individuos de una sociedad, sino como el rol de una defensora de intereses de grupos sociales particulares dominantes. Esta conclusión representaría uno de los hilos argumentales de los pensadores críticos del siglo XIX, desde Marx hasta Nietzsche (Boladeros 2001: 61). Destaca que ya en Marx fue denunciado *la opinión pública como falsa conciencia*: “ella se oculta a sí misma su carácter de máscara del interés de la clase burguesa” (Habermas 1981: 155). Habermas amplía esta crítica del modo de la formación de la opinión pública al ámbito parlamentario. La discusión parlamentaria no manifestaría la razón de todos los afectados por la legislación, sino la voluntad de los grupos socialmente dominantes.¹⁴ Se podría constatar una pérdida de poder político a favor

¹⁴ Con esta argumentación explicita su reivindicación normativa de una *democracia deliberativa* como única forma verdaderamente democrática. Habermas considera a la discusión pública como la única posibilidad de superar los conflictos sociales, gracias a la búsqueda de consensos que permitan el acuerdo y la cooperación a pesar de los disensos. La opinión pública, por lo tanto, es la clave de su propuesta de política deliberativa, que es una alternativa

del poder social de fuerzas fácticas, es decir un dominio de determinados sectores sociales en la vida parlamentaria y en las decisiones de los ejecutivos. A partir de la segunda mitad del siglo XIX se habrían producido los grandes y radicales enfrentamientos de clase y se habría pasado a la sociedad de masas y a la cultura tecnológica, generando nuevas formas de creación y acceso a la riqueza, produciendo de este modo cambios sociales significativos.

“[L]a publicidad burguesa desarrollada está vinculada a una complicada constelación de presupuestos sociales; ellos han ido cambiando continuamente de un modo rápido y profundo, y con su transformación aparece la contradicción de la publicidad institucionalizada por el Estado burgués de derecho: con el auxilio de su principio, que – según la idea que ella misma se hace de la cosa – está enfrentando a toda dominación, se fundó un orden político cuya base social, sin embargo, no hacía de la dominación algo superfluo.”

(Habermas 1981: 123)

Esto habría llevado a la situación de que “[l]a publicidad, el ámbito de lo público y el ámbito de lo privado se encuentran en la encrucijada de la multiplicación de los medios, la privatización de los mismos, las manipulaciones de distinto signo, etc.” (Boladeros 2001: 61). Coincidiendo con Horkheimer y Adorno, Habermas constata un efecto despolitizador por parte de los medios de comunicación, dado que la publicidad como información y manifestación de opiniones ante un público lector que discute y argumenta, habría llevado a una situación en la cual el público se habría escindido, por un lado, en minorías de especialistas no públicamente racionantes y, por el otro, en la gran masa de consumidores receptivos, lo que habría subvertido definitivamente la forma de comunicación específica del público (Habermas 1981: 203). Una razón principal de esto sería la integración de los ámbitos de periodismo y literatura, es decir del raciocinio y de la novelística, los cuales anteriormente habían sido separados, habría conducido a una verdadera remoción de la realidad a una mezcla de los distintos planos de la realidad. “En el común denominador de los llamados *human interests* surge el mixtum compositum de un cómodo y acomodaticio material de entretenimiento que sustituye la adecuación a la realidad por la consumibilidad, e incita más al consumo impersonal de estímulos apaciguadores que guía e instruye en el uso público de la razón” (Habermas 1981: 198).

para superar los déficits democráticos de las políticas contemporáneas. Esta idea es reanudada y desarrollada desde la perspectiva del ámbito jurídico en su obra *Facticidad y Validez*.

Originalmente, según Habermas, la publicidad habría garantizado la conexión del raciocinio público, tanto con la fundamentación legislativa del dominio como también con la visión crítica de su ejercicio. “Ocurre, empero, que ella ha ido posibilitando la verdadera ambivalencia que es el dominio del dominio de la opinión no pública: la publicidad es funcional tanto a la manipulación *del* público como a la legitimación *ante* él. La publicidad crítica es desplazada por una publicidad manipuladora” (Habermas 1981: 205). Por ende, resultaría que el consenso fabricado tendría poco en común con la opinión pública, como unanimidad final resultante de un largo proceso de recíproca ilustración, porque el interés general, sobre cuya base “[...] podía llegar a producirse libremente una coincidencia racional entre las opiniones públicamente concurrentes, ha ido desapareciendo exactamente en la medida en que la autopresentación publicística de intereses privados privilegiados se lo iba apropiando” (Habermas 1981: 222). Boladeros resume que la dinámica social resultante de todos estos procesos, presenta rasgos de una *refeudalización de la sociedad*, ya que el sujeto político de nuestra sociedad de masas no sería el individuo del liberalismo, sino los grupos sociales y las asociaciones que desde los intereses de determinados sectores privados influyen en funciones y decisiones políticas, o, también viceversa, desde las instancias políticas que intervienen en el tráfico mercantil y en la dinámica del *mundo de la vida* (Boladeros 2001: 62).

En *Teoría de la acción comunicativa*, Habermas desarrolla su planteamiento sobre una racionalidad comunicativa basada en un tipo ideal de comunicación, que se orienta por la llegada a acuerdos, la cual permite resolver pretensiones de validez que se han vuelto dudosas a través de discursos racionales guiados por el principio de consenso y la argumentación racional¹⁵:

“Podemos decir, en resumen, que las acciones reguladas por normas, las autopresentaciones expresivas y las manifestaciones o emisiones evaluativas vienen a completar los actos de habla constataivos para configurar una práctica comunicativa que, sobre el trasfondo de un mundo de la

¹⁵ En la parte introductoria de la Teoría de la acción comunicativa, Habermas comenta que “La categoría de acción comunicativa [...] [p]ermite acceder a tres complejos temáticos que se ensamblan entre sí: se trata en primer lugar de un concepto de racionalidad comunicativa, que he desarrollado con el suficiente escepticismo, pero que es capaz de hacer frente a las reducciones cognitivo-instrumentales que se hacen de la razón; en segundo lugar, de un concepto de sociedad articulado en dos niveles, que asocia los paradigmas del mundo de la vida y sistema, y no sólo de forma retórica. Y finalmente, de una teoría de la modernidad que explica el tipo de patologías sociales que hoy se tornan cada vez más visibles, mediante la hipótesis de que los ámbitos de acción comunicativamente estructurados quedan sometidos a los imperativos de sistemas de acción organizados formalmente que se han vuelto autónomos. Es decir, que la teoría de la acción comunicativa nos permite una categorización del plexo de la vida social, con la que se puede dar razón de las paradojas de la modernidad” (Habermas 1998: 10).

vida, tiende a la consecución, mantenimiento y renovación de un consenso que descansa sobre el reconocimiento intersubjetivo de pretensiones de validez susceptibles de crítica.”

(Habermas 1998: 36)

Todos los individuos afectados por los resultados consensuados, deberían participar en lo posible en tales procedimientos argumentativos, postura normativa que transcurre en todos sus pensamientos sobre el ámbito público:

“El espacio público político sólo puede, empero, cumplir su función de percibir problemas concernientes a la sociedad global y de tematizarlos, en la medida en que esté compuesto de los contextos de comunicación de los potencialmente afectados. Es sustentado por un público que se recluta de la totalidad de los ciudadanos. En la pluralidad de voces de ese público resuena el eco de experiencias biográficas que a lo largo y ancho de la sociedad vienen causadas por los costes externalizados (y las perturbaciones internas) de los sistemas de acción funcionalmente especificados, también por el aparato estatal mismo cuyas operaciones de regulación y control sistémicos dependen los complicados y deficientemente coordinados subsistemas funcionales de la sociedad. Las hipotecas de este tipo se acumulan en el mundo de la vida.”

(Habermas 2005: 445)¹⁶

Si es que las condiciones supuestas son cumplidas, podría constituirse un modelo deliberativo de publicidad que satisface a la pretensión de una soberanía popular crítica. Habermas continua indicando que “[l]a racionalidad inmanente a esta práctica se pone de manifiesto en que el acuerdo alcanzado comunicativamente ha de apoyarse en *última instancia* en razones. Y la racionalidad de aquellos que participan en esta práctica comunicativa se mide por su capacidad de fundamentar sus manifestaciones o emisiones en las circunstancias apropiadas” (Habermas 1998: 36). La racionalidad inmanente a la práctica comunicativa cotidiana, remetería a la práctica de la argumentación como instancia de apelación que permite proseguir la acción comunicativa con otros medios, cuando se produce un desacuerdo que ya no puede ser absorbido por las rutinas cotidianas y que, sin embargo, tampoco puede ser decidido por el empleo directo o el uso estratégico del poder.

Los dos pilares centrales de la teoría de la acción comunicativa son *el lenguaje* y *el mundo de la vida*. Comunicación y acción comunicativa siempre dependerían del lenguaje, de una expresión, o más bien, de una manifestación simbólica. Pero estas formas simbólicas no representarían

¹⁶ En *Facticidad y Validez* el término “espacio público” se refiere a lo que Habermas llama “Öffentlichkeit” y coincide con el término “publicidad” definido en *Crítica y historia de la opinión pública*.

abstracciones que por sí mismas ya tienen validez. Cada forma de comunicación siempre dependería de un contexto del cual recibe su sentido, ya que los actos comunicativos podrían referirse a tres mundos distinguibles¹⁷:

- El *mundo objetivo*, como la naturaleza exterior en la cual se hallan los miembros de una sociedad. “El mundo objetivo es supuesto en común, como totalidad de los hechos, significando aquí «hecho» que el enunciado sobre la existencia del correspondiente estado de cosas puede considerarse verdadero” (Habermas 1998: 81).
- El *mundo social*, como mundo de las normas y la interacción, el cual a su vez define el contexto normativo.
- El *mundo subjetivo*, como conjunto de experiencias a las cuales solamente el individuo puede acceder.

El mundo objetivo y el mundo social constituirían el mundo exterior opuesto al mundo interior o subjetivo. La realidad del mundo de la vida, en la cual están empotrados el acto de comunicar y entender, no representaría una realidad objetiva que se forma independientemente de la realidad del acto comunicativo, sino que sería generada por una opinión unánime en la acción comunicativa. No existiría ninguna situación que no sea simbólicamente ya pre-estructurada por el lenguaje y las acciones. Por ende, se podría acercarse a la realidad solamente a través de la búsqueda de la comprensión del sentido. No obstante, esta comprensión no sería un acto puramente intuitivo. La interpretación del sentido de una manifestación simbólica siempre puede basarse en un fondo racional, el cual necesariamente fundamentaría cualquier acción comunicativa. Esto es, al mismo tiempo, la idea principal y conductora de su teoría de la acción comunicativa. En este contexto Habermas acentúa que en la acción comunicativa, e incluso en el inicio de la interacción, se hace depender de que los participantes puedan ponerse de acuerdo en un enjuiciamiento intersubjetivamente válido de sus relaciones con el mundo. “Según este modelo de acción, la interacción solo puede tener lugar si los implicados llegan entre sí a un acuerdo que depende de tomas de postura de afirmación o negación, frente a pretensiones de validez que potencialmente se apoyan en razones” (Habermas 1998: 152). En el normativo

¹⁷ Con esta conceptualización, Habermas se basa en reflexiones de Karl R. Popper (Habermas 1998: 76-82 y 112-122).

proceso de comprensión, todos los participantes tendrían que decodificar el significado, es decir el sentido subjetivo asociado a la acción comunicativa. La realidad simbólicamente ya pre-estructurada, a la cual permanecen los respectivos participantes, es denominada *mundo de la vida*. Esto sería la esencia para todos los objetos simbólicamente pre-estructurados, es decir, también para los conocimientos pre-teóricos, la cual acompañaría y fundaría a todas las acciones comunicativas.

“El significado de esta expresión puede aclararse intuitivamente por referencia a aquellos objetos simbólicos que generamos cuando hablamos y actuamos, desde las manifestaciones inmediatas (como son los actos de habla, las actividades teleológicas, etc.) pasando por los sedimentos de tales manifestaciones (como son los textos, las tradiciones, los documentos, las obras de arte, las teorías, los objetos de la cultura material, los bienes, las técnicas, etc.) hasta los productos generados indirectamente, susceptibles de organización y capaces de estabilizarse a sí mismos (como son las instituciones, los sistemas sociales y las estructuras de la personalidad).”

(Habermas 1998: 154)

En otras palabras: El mundo de la vida representa el conjunto entero de símbolos, significados, razones y estructuras sin lo cual no sería posible realizar un acto comunicativo. Es el elemento condicionante de cualquier comunicación y acción. No se debería entender el mundo de la vida de manera social-espacial ni como un período específico. No se trataría de un asunto individual de una sola persona o de un solo grupo. Reducirlo solamente a los modos subjetivos de vivir y experimentar no sería justificable. Es decir, el mundo de la vida no debería ser interpretado como una situación específica en la vida ni como *milieu* o relación material. El mundo de la vida es más bien, por así decirlo, „[...] el lugar trascendental en que hablante y oyente se salen al encuentro; en que pueden plantearse recíprocamente la pretensión de que sus emisiones concuerdan con el mundo (con el mundo objetivo, con el mundo subjetivo y con el mundo social); y en que pueden criticar y exhibir los fundamentos de esas pretensiones de validez, resolver sus disentimientos y llegar a un acuerdo” (Habermas 1998: 179).

Para Habermas, y esto es fundamental para entender su concepto teórico, el mundo de la vida forma entonces el contexto en el cual se basa necesariamente cualquier acto comunicativo:

“Mi intención no es proseguir el análisis pragmático-formal de la acción comunicativa, sino más bien construir sobre lo ya desarrollado y explorar la cuestión de cómo el mundo de la vida en tanto que horizonte en que los agentes comunicativos se mueven «ya siempre» queda por su parte delimitado en conjunto por el cambio estructural de la sociedad y cómo se transforma a medida que se produce ese cambio. El concepto de mundo de la vida lo introduje provisionalmente, y, por

cierto, desde la perspectiva de una investigación reconstructiva. Constituye un concepto complementario del de acción comunicativa.”

(Habermas 1998: 169)

Por lo siguiente, se puede constatar que el análisis habermasiano y su marco teórico de la acción comunicativa no apuntan a un mundo de la vida particular ni histórico o regional, sino más bien al cambio estructural de sociedades modernas. En sus siguientes pasos analíticos, el autor concluye que el mundo de la vida, como trasfondo que forma el contexto de procesos comunicativos, poco a poco pierde su relevancia para la reproducción simbólica. El mundo de la vida como referencia segura sería superpuesto por interacciones medialmente dirigidas. El lenguaje en su función coordinadora de acciones sería reemplazado, poco a poco, por otros medios, como el dinero y el poder. Por eso argumenta que sólo el concepto del mundo de la vida no logra describir y analizar sociedades modernas adecuadamente, ya que no logra conceptualizar los crecientes subsistemas de la economía y la burocracia (Habermas 1992: 427ss. y 451ss.). Los fenómenos de la tecnologización y la racionalización del mundo de la vida no estarían reflejados suficientemente en este paradigma. Sin duda, la aproximación por aquel concepto podría describir los efectos de los subsistemas presentes en procesos modernizadores en la vida cotidiana, pero las patologías, es decir, sus orígenes y sus meta-estructuras, quedarían fuera de su acceso terminológico. Se requeriría un cambio de perspectiva, de una perspectiva participante, o más bien performativa, hacia una perspectiva objetivante como en la teoría sistémica. Para Habermas ambos modelos, el del mundo de la vida y el de la teoría sistémica, no presentarían contradicciones siendo que ellos pueden ser combinados tal como muestra su análisis, o más bien, crítica de la teoría sistémica de Talcott Parsons y Niklas Luhman:

„La teoría sistémica de la sociedad desarrollada por Parsons descansa en un compromiso que mantiene viva la memoria de los planteamientos de la teoría neokantiana de la cultura, pero que excluye un concepto de sociedad capaz de dejar espacio para tales problemas. El compromiso impide una separación de los aspectos bajo los que los contextos de acción pueden analizarse en cada caso como sistema o como mundo de la vida. [...] A diferencia de Luhmann, Parsons puede aún traducir el aumento de la complejidad sistémica, captado desde fuera mediante observación de las sociedades modernas, a la auto-comprensión de los miembros del sistema ligada a la perspectiva interna del mundo de la vida.”

(Habermas 1992: 402-403)

El modelo habermasiano intenta conceptualizar la sociedad como sistema y mundo de la vida al mismo tiempo, ya que los subsistemas sociales, la economía y el estado, se volverían más

complejos y penetrarían cada día más, a causa de un crecimiento económico, las representaciones simbólicas del mundo de la vida, lo que lidera a la necesidad de combinar ambas aproximaciones (Habermas 1992: 169ss.). Según Habermas, la sociedad moderna está caracterizada por el hecho de que el mundo de la vida pierde su importancia como orientador funcional, pero sin ser reemplazado, a causa de una creciente complejidad y diferenciación de la sociedad tal como una auto-mantenimiento y ampliación de los subsistemas. Con la imposición del modo de producción capitalista, los medios de control sistémico, el dinero y el poder, habrían empezado a penetrar el mundo de la vida y, como parte de ello, la publicidad o el espacio de la opinión pública.¹⁸ A la desintegración del mundo de la vida, es decir, la intrusión de procesos sistémicamente condicionados y su superposición con la reproducción simbólica y material del mundo de la vida, lo llama *colonización* (Habermas 1992: 451).

La actitud teórica detrás de su conceptualización de la acción comunicativa, se puede resumir de la siguiente manera:

“Así como con la distinción entre sistema y mundo de la vida la teoría de la acción comunicativa concede a la legalidad propia de la interacción socializadora la importancia que merece, así también con su distinción entre dos tipos contrarios de medios de comunicación [*medios de control sistémico*, en forma de poder y dinero, y *formas generalizadas de comunicación*, es decir medios que están basados en la confianza mutua y que admiten la influencia y el compromiso] nos capacita y sensibiliza para percibir al ambivalente potencial de la comunicación de masas.”

(Habermas 1992: 551)

Esta visión ambigua de los medios de comunicación de masas, encaja con su visión general de la sociedad moderna y su evolución estructural. Mientras que los medios de control desligarían la coordinación de la acción de la formación lingüística de un consenso y la neutralizarían frente a la alternativa de un acuerdo o falta de entendimiento, en el otro caso se trataría de una especialización de los procesos lingüísticos de formación de consenso que seguiría dependiendo de la posibilidad de echar mano de los recursos del trasfondo que para la acción comunicativa representa el mundo de la vida (Habermas 1992: 552). Los medios de comunicación de masas pertenecerían a estas formas generalizadas de comunicación, dado que liberarían a los procesos de comunicación de la provincialidad que suponen los contextos limitados en el espacio y en el

¹⁸ En *Facticidad y Validez* el término “Öffentlichkeit”, el cual en *Historia y crítica de la opinión pública* se tradujo con *publicidad*, fue traducido con *espacio de la opinión pública*. Para evitar confusiones usaremos exclusivamente el término *publicidad*.

tiempo. Además, ellos harían surgir espacios de opinión pública implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación, muy alejados en el tiempo, en el espacio y poniendo los mensajes a disposición de contenidos multiplicados.

“Al canalizar unilateralmente los flujos de comunicación en una red centralizada, los medios de comunicación de masas pueden reforzar la eficacia de los controles sociales. Pero la utilización de este *potencial autoritario* resulta siempre precaria, ya que las propias estructuras de la comunicación llevan inserto el contrapeso de un *potencial emancipatorio*. Los medios de comunicación de masas pueden, ciertamente, escalonar, acaparar y condensar simultáneamente los procesos de entendimiento, pero sólo en primera instancia pueden descargar a las interacciones de las tomas de postura de afirmación o negación frente a pretensiones de validez susceptibles de crítica, pues las comunicaciones, aun cuando se las abstraiga y empaquete, nunca pueden quedar fiablemente blindadas contra la posibilidad de ser contradichas por actores capaces de responder autónomamente de sus propios actos.”

(Habermas 1992: 552-553)

Es decir, los medios de comunicación de masas representarían un potencial autoritario o de control, en la medida en que instauran relaciones jerárquicas entre receptores y emisores, sobre todo cuando los últimos estén centralizados y ocupen posiciones de privilegio económico y político. Pero al mismo tiempo presentarían un potencial emancipatorio o libertador, en la medida en que desplegaran mensajes que podrían ser interpretados, reinterpretados y contradichos por sujetos autónomos y autoconscientes (Méndez 2004: 94).

En *Facticidad y Validez*, donde Habermas se dedica al rol del derecho en sociedades modernas, destaca nuevamente la importancia de una publicidad crítica. Esta se formaría mediante una cultura política, la cual se orientaría a su vez por la fuerza productiva del discurso. “El espacio de la opinión pública, como mejor puede describirse es como una red para la comunicación de contenidos y tomas de postura, es decir, de opiniones, y en él los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos” (Habermas 2005: 440). Los ciudadanos serían portadores del espacio público y en él expresarían problemas de los distintos ámbitos de su vida privada. El medio propio sería la interacción comunicativa, es decir, la práctica comunicativa cotidiana que se produciría a partir de la inteligibilidad general de los lenguajes naturales. Este intercambio comunicativo produciría argumentos, influencias y opiniones. El arraigo de la publicidad en el mundo de la vida y en los procesos de comunicación, lo distinguiría de otros fenómenos sistémicos o estratégicos de funcionalidad instrumental (Boladeros 2001: 66).

La publicidad crítica entonces podría entenderse como un polo opuesto a la usurpación de la opinión pública, basada en los medios de comunicación de masas, por parte de poderes fácticos. La comunicación estratégica, que predominaría en el sistema administrativo y económico, subvertiría los requisitos democráticos de una publicidad política. En este contexto, Habermas retoma sus planteamientos desarrollados en sus obras anteriores y subraya que, una publicidad política basada en principios democráticos, requiere una comunicación orientada por la llegada a acuerdos consensuados. Contrastando este ideal con los fenómenos de dominación en el marco de procesos de producción en los medios de comunicación de masas, Habermas destaca que se puede confirmar primordialmente la creación comunicativa de poder legítimo por un lado y por otro la utilización manipuladora del poder mediático, tanto para la obtención de una lealtad de masas como la animación de la demanda y el cumplimiento de imperativos sistémicos (Schicha 2003: 116).¹⁹ Defendiendo su perspectiva normativa, Habermas destaca que “[...] el presupuesto de un espacio público político no hipotecado, es un presupuesto carente de realismo; pero bien entendido, no se le puede calificar de utópico en sentido peyorativo. Pues podría cumplirse a medida que surgiesen asociaciones formadoras de opinión en torno a las que pudiesen cristalizar espacios públicos autónomos y, resultando éstos perceptibles como tales, introdujesen cambios en el espectro de los valores, los temas y las razones que, en los medios de comunicación de masas, en las organizaciones formales y en los partidos, sólo se canalizan a través de relaciones de poder, deslimitando innovadoramente ese espectro a la vez que filtrándolo críticamente” (Habermas 2005: 614).

¹⁹ El autor se basa en la parte introductoria de una reedición de *Historia y crítica de la opinión pública* del año 1990. No dispusimos de una versión al castellano de esta reedición.

3.5 Digresión: Acerca de los medios de comunicación y sus implicaciones en Bourdieu y Luhmann

“Nuestros presentadores de telediarios, nuestros moderadores de debates, nuestros comentaristas deportivos, se han convertido, sin tener que esforzarse demasiado, en solapados directores espirituales, portavoces de una moral típicamente pequeñoburguesa, que dicen «lo que hay que pensar» de lo que ellos llaman «los problemas de la sociedad», la delincuencia en los barrios periféricos o la violencia en la escuela.”

(Bourdieu 1997: 66).

En esta breve digresión queremos retomar algunos aspectos interesantes de las perspectivas de Niklas Luhmann, con su aproximación a los medios de comunicación de masas como *sistemas abiertos* y los pensamientos de Pierre Bourdieu con su modelo del *campo periodístico*. No se trata de una discusión teórica respecto al potencial explicativo de ambas perspectivas, sino de retomar y esquematizar algunas ideas respecto a la estructuración funcional de los procedimientos de producción de contenidos mediáticos – sobre todo en el caso de las noticias. Esto nos servirá para entender mejor los *mecanismos manipuladores* que, independientemente de una probable manipulación consciente de parte de los poderes fácticos en la opinión pública, como fue dilucidado en los capítulos anteriores, inevitablemente acompañan siempre a la producción mediática.

En el capítulo *La construcción de la realidad* de su libro *La realidad de los medios de masas*, Niklas Luhmann se dedica a explorar los procesos y las lógicas funcionales inherentes a los medios de comunicación. Los resultados de tales procesos resultarían ser sumamente importantes, ya que no podría ser que en la sociedad el sistema de la ciencia sea el único que garantice el sentido de realidad. Lo que se debería pensar más bien, es que los medios de comunicación de masas también producen y reproducen un conocimiento del mundo. El autor subraya que la manipulación activa solamente es una parte del juego y, además, no puede explicar satisfactoriamente los mecanismos y la lógica de los medios como sistema:

“Si se pregunta por aquello común que está en la base de toda selección, se llega a la convención (extendida y aceptada) de un marco de selección previo, conformado por valores y normas. En ello vio Parsons, por ejemplo, las condiciones de posibilidad de la acción y del «sistema de la acción». Esta explicación no debe ser descartada, pero en verdad aclara muy poco: este marco normativo produce efectos tan generalizados que, de inmediato, se reconocen y provocan criterios contrapuestos – hay otras formas de selección que producen efectos más velados y que no se pueden eludir.”

(Luhmann 2000: 111)

No solamente serían las selecciones conscientes de los medios de masas que tienen un *efecto manipulador*²⁰, sino tanto las *categorizaciones latentes*, la inevitable necesidad de tener que comunicar representaciones concretas con términos más generales, como la *atribución causal*, la situación de que nunca se representa solamente un acontecimiento o hecho aislado, sino al mismo tiempo siempre se le atribuyen ciertas causas y/o efectos, ya implicarían un modo de selección. Esto llevaría a la situación de que siempre habría automáticamente una disyunción en la cadena de qué causó una causa y/o qué efecto ha evocado otro (Luhmann 2000: 112-113). Las categorizaciones por porcentajes y cifras, por ejemplo, ya reducirían enormemente la complejidad de un fenómeno, ya que sin marco referencial, sea espacial o temporal, éstas no tienen ningún valor informativo por sí mismo. Lo mismo se podría deducir respecto a la atribución causal. Simplemente nunca se conocería, y ni siquiera se podría representar, todos los factores que llevaron a un acontecimiento y desde un punto de vista global tampoco serían conocibles. Serían siempre las rupturas las que aparecen en la representación, es decir la construcción mediática de la sociedad. Conformidad, experiencias constantes y la constancia de las condiciones macro no serían iluminados por los medios. Por razones de la maestría profesional de los periodistas y diseñadores mediáticos, se preferiría el disturbio en lugar del reposo (Luhmann 2000: 113-114). Para poder clasificar lo expuesto en este contexto, hay que tener en cuenta que, siguiendo la conceptualización de su teoría sistémica, no existen elementos normativos en las operaciones de cualquier sistema – y tampoco en los medios de masas. Es decir, el sistema como tal no ejecuta operaciones con fines conscientes, sino a base de la comunicación entre sus diferentes componentes. Curiosamente el propio Luhmann parece salir de su vista estrictamente funcional cuando destaca que “[e]n la representación de la sociedad (por parte de los medios de comunicación de masas) resaltan, sobre todo, las rupturas: temporales o sociales. La

²⁰ Luhmann recoge esta expresión connotada de cierto modo normativamente y la implementa y amplía en su teoría sistémica para llegar a un nivel de explicación no-normativo de tal *efecto*.

conformidad, la concordancia, la repetición de lo habitual, las constantes de las posibilidades aparecen, siempre, desafocadas. Por razón del poder profesional de los que conforman los medios, se destaca el alzamiento por encima de la tranquilidad. Que este vector se escoja como forma de descripción de la sociedad, es algo que merece la pena meditar. Sobre todo, una vez que se lo ha escogido, es ya prácticamente imposible tomar otro derrotero que el *where the action is*” (Luhmann 2000: 114).

La aproximación de Bourdieu difiere claramente de la versión luhmanniana cuando éste subraya en *Sobre la televisión*:

“[N]o se trata de condenar ni de combatir a los periodistas, los cuales a menudo también lo pasan bastante mal con las coerciones que se ven obligados a imponer. Se trata, por el contrario, de asociarlos a una reflexión orientada a la búsqueda de los medios para superar juntos las amenazas de instrumentalización.”

(Bourdieu 1997: 17)

La selección de los medios de masas, en términos de Bourdieu, es dirigida por tres grandes ejes que se influyen mutuamente: Los intereses políticos²¹, los intereses económicos y la formación misma de los periodistas. A través de su teoría de los campos, el autor expone la mutua vinculación de los tres ejes. Empezando con el último aspecto, la formación periodística, el autor concluye que los periodistas tendrían unos “lentes particulares” mediante los cuales verían unas cosas, y no otras, y, además, de una forma determinada. El autor comparte la aproximación luhmanniana de que los periodistas, a causa de su maestría profesional, tendrían a enfocarse en las rupturas: “Los periodistas, a grandes rasgos, se interesan por lo excepcional, por lo que es excepcional *para ellos*” (Bourdieu 1997: 26). Esto, en combinación con el aspecto económico – la competencia entre las editoriales y los canales –, llevaría a la situación de que los periódicos tendrían que ofrecer cada día cosas que salen de la rutina habitual. Ello motivaría el lugar que otorgan a lo extraordinario cotidiano, es decir lo que no es previsible según las expectativas cotidianas. Pero lo extraordinario sería también, y sobre todo, lo que no es cotidiano con respecto a los demás agencias de noticias, diarios y programas noticieros, es decir lo que es diferente de lo cotidiano y lo que se diferencia de lo que los demás dicen de lo cotidiano o de lo que dicen habitualmente. “Se trata de una coerción terrible: la que impone la búsqueda de la *primicia*

²¹ Bourdieu lo llama “la propensión al conformismo político”.

informativa, de la exclusividad” (Bourdieu 1997: 26). El periodista como tal formaría un ente abstracto que carecería de existencia real. Lo que existiría son periodistas diferentes según el sexo, la edad, el nivel de instrucción, el formato noticiero o el medio de comunicación como tal. Bourdieu subraya que el mundo de los periodistas es un mundo fragmentado donde hay conflictos, competencias y hostilidades. Sin embargo, supone que los productos periodísticos son mucho más homogéneos de lo que la gente cree, ya que, y esto lidera al aspecto de la influencia política, “[...] las diferencias más evidentes, relacionadas fundamentalmente con el color político de los periódicos [...], ocultan profundas similitudes, consecuencia, sobre todo, de los constreñimientos impuestos por las fuentes y por toda una serie de mecanismos, entre los cuales el de mayor importancia es la lógica de la competencia” (Bourdieu 1997: 30).

Además, a pesar del efecto de la competencia entre editoriales o canales diferentes, habría que tener presente una serie de parámetros que condicionarían al periodista. En primer lugar se tendría que pensar en la posición del medio de comunicación en el que trabaja, en el campo periodístico, y luego en su propia posición en el espacio de su periódico o de su cadena. Bourdieu define el campo como un “espacio social estructurado, un campo de fuerzas [...] que es también un campo de luchas para transformar o conservar ese campo de fuerzas” (Bourdieu 1997: 59). Es decir, habría dominantes y dominados, hay relaciones constantes, permanentes, de desigualdad que se desarrollan dentro de este espacio. Dentro de ese universo, cada campo de fuerza, comprometería, en su competencia con los demás, la fuerza (relativa) que posee y que define su posición dentro del campo y, consecuentemente, sus estrategias. La competencia económica entre cadenas o periódicos, expresadas en las cuotas de mercado, concretamente se llevaría a cabo en forma de competencia entre los periodistas, competencia que tiene retos y premios propios específicos – la primicia informativa, la exclusividad, la fama dentro de la profesión – pero que no se viviría ni se vería como una lucha meramente económica por unas ganancias financieras, la cual siempre dependería de los constreñimientos impuestos por la posición del medio de comunicación considerado dentro de las relaciones de fuerzas económicas y simbólicas (Bourdieu 1997: 59-61). Respecto a la temática de la selección, Bourdieu plantea además que, por la naturaleza de los medios, existe algo como un doble efecto: no solamente se decidiría de manera consciente e inconsciente lo que llega a ser noticia, sino al mismo tiempo también se trataría de una decisión respecto a lo que *no* vale la pena ser mencionado, es decir, existe algo así

como una *doble manipulación*. Hay temas que son impuestos a los telespectadores porque “[...] antes lo fueron a los productores, precisamente por la competencia con otros productores. Esta especie de presión simultánea que los periodistas ejercen unos sobre otros tiene una serie de consecuencias que, a su vez, se traducen en elecciones, ausencias y presencias” (Bourdieu 1997: 38).

Un segundo aspecto que parece interesante e importante en el contexto de las preguntas expuestas, es el de la auto-referencialidad de los medios de comunicación de masas. Según Luhmann, y desde su aproximación sistémica, la cual en general ya conlleva necesariamente la idea de una auto-referencialidad sistémica existente, la manera de auto-observarse lidera a la situación de que una sociedad siempre se estimula a sí misma a producir nuevas *innovaciones*: crea *problemas* que requieren *soluciones*, que, a su vez, crean *nuevos problemas*, que requieren *nuevas soluciones*. Al mismo tiempo, ella reproduce, por lo tanto, temas que son capturados por los medios de comunicación de masas y transformados en información (Luhmann 2000: 114-115). Esta parcialidad, solamente podría ser interrumpida y compensada por los mismos medios de comunicación de masas, a través de su preferencia para valorizaciones morales.

El aspecto de la auto-referencialidad, como lo describe Luhmann, también se encuentra en Bourdieu, bajo el término *circulación-circular*. Las elecciones que llevan a cabo los periodistas serían, en cierto modo, elecciones sin sujeto. Para informarse, los periodistas se dirigirían a otros informantes, lo que conduciría a una especie de nivelación, de homogeneización de las jerarquías y de su importancia.

“Nadie lee tanto los periódicos como los periodistas [...]. Para los periodistas, la lectura de los periódicos es una actividad imprescindible y la revista de prensa un instrumento de trabajo: para saber lo que uno va a decir hay que saber lo que han dicho los demás. Esto es uno de los mecanismos a través de los cuales se genera la homogeneidad de los productos propuestos.”

(Bourdieu 1997: 32)

De esa manera, y bajo la presión económica-temporal, los medios de masas crearían un círculo vicioso de *autoalimentación mediática*.

El precepto de la teoría sistémica, es decir, la idea de un sistema como reducción de complejidad y, al mismo tiempo, la improbabilidad de éste ante las varias opciones a las cuales se ha enfrentado anteriormente, también es esencial en el contexto de las noticias y los reportes:

“Estamos acostumbrados a las noticias diarias, pero es necesario poner ante los ojos la improbabilidad evolutiva del tal supuesto. Justamente cuando con las noticias se tiene la representación de lo sorprendente, lo nuevo, lo interesante, lo que vale la pena comunicar, entonces se sabe que en la cotidianidad no se debe comunicar en una forma semejante, sino que hay que esperar a que algo sobresaliente acontezca para darlo a conocer.”

(Luhmann 2000: 39)

Preguntando por los criterios de las noticias y los reportes que formaron los mecanismos que actúan en el proceso de la selección y que establecen una auto-referencialidad persistente, Pierre Bourdieu constata que “[...] la crónica de sucesos, que siempre ha constituido el pasto predilecto de la prensa sensacionalista; la sangre y el sexo, el drama y el crimen siempre se han vendido bien, y el reinado de los índices de audiencia tenía que hacer que ocuparan las portadas de los telediarios estos ingredientes que las ansias de respetabilidad impuestas por el modelo de prensa escrita serían habrían hecho descartar o relegar a segundo término hasta ahora” (Bourdieu 1997: 22).

Comparando ambos autores, que, a su vez, se basan en otros autores y estudios empíricos, destacan claramente cinco puntos claves que influyen en los criterios noticieros y reporteros:

- La discontinuidad
- El conflicto
- Las cantidades
- La referencia local
- La infracción de normas

En este contexto, la infracción de normas, es decir la delincuencia, tiene un papel sumamente importante, pues representa un acontecimiento que muchas veces cumple con los cinco criterios noticieros. Siguiendo Luhmann, no se trata simplemente de redactar una infracción de normas, sino más bien se requiere la posibilidad de poder evaluarla moralmente. Tal como lo afirma Bourdieu en la cita introductoria, los presentadores telediarios y moderadores de debates se han

convertido en portavoces moralistas, las cuales tienden a imponer a los espectadores los temas que se debería considerar como problema de la sociedad y los discursos sobre ellos.

Luhmann subraya, siguiendo su perspectiva sistémica, que no se reproduce la moral, sino más bien el código de ella. Los medios de masas solamente evocarían una persistente auto-irritación de la sociedad, una reproducción de sensibilidad moral a nivel individual tal como comunicativo (Luhmann 2000: 64). Este criterio conllevaría además la reducción de complejidad; allí se mezclarían la selección consciente e inconsciente (*categorización y atribución causal*) a través del enfoque en la acción o actores para facilitar el surgimiento de una opinión propia. Los trasfondos complejos, que habrían llevado, o quizás forzado, a una persona a actuar de cierto modo, no pueden ser revelados.²² “Si se tematiza esta complejidad no es más que para postergar el rendimiento o la culpa” (Luhmann 2000: 49). En el contexto de la discontinuidad, esto también significaría que, si se efectúan infracciones de normas a través de representaciones excepcionales, por un lado se amplía la indignación, y de esa manera también la norma misma, y por otro lado también se amplía lo que es conocido como “pluralistic ignorance”, es decir, el desconocimiento de la normalidad de desviación (Luhmann 2000: 48).

3.6 Conclusión

Según la argumentación de la Teoría crítica, la problemática de la alienación, la ofuscación causada por los medios de comunicación y el resultante potencial manipulador de ellos crean una conciencia sesgada y falsa por parte de los receptores. Los contenidos mediáticos, con su carácter mercantil incluirían, al mismo tiempo, componentes simbólicas de una dominancia económica política de la subsistente cultura de dominación y, de esta manera, distraerían a la sociedad de sus necesidades reales, impedirían la constitución de sujetos emancipados y, por ende, la formación de una publicidad crítica. Los medios de comunicación de masas, así concluye la Teoría Crítica, son *de por si* instancias de un engaño de las masas, las cuales despolitizan a los receptores y reproducen la autoconservación del status quo de la estructuración social.

²² El documental brasileño *Ônibus 174* del director José Padilla representa un ejemplo ilustrador en este contexto, tras revelar lo que las noticias no habían presentado a los espectadores acerca de un asalto con toma de rehenes en Río de Janeiro en junio del año 2000.

Enzensberger subraya el carácter manipulador de los contenidos mediáticos, que se debe primordialmente al procedimiento estructural de la producción de ellos. Independientemente de una manipulación consciente, la manipulación puede identificarse como algo inherente a los medios de comunicación de masas, los cuales llevaron a una *industria de la conciencia*.

Habermas introdujo un argumento, basado en una perspectiva histórica, en el cual contempló las contribuciones específicas de las tecnologías de la comunicación, tanto a la emergencia de la esfera pública burguesa en el capitalismo liberal como a su posterior declive en el tránsito hacia el capitalismo organizado. Pero aún administrada por los medios de masas, y potencialmente afectada por el intervencionismo estatal, la publicidad mantendría la expectativa de racionalizar el poder político mediante el debate crítico consensuado. Siguiendo la conceptualización habermasiana, podemos constatar que los contenidos mediáticos, los argumentos, las discusiones y los supuestos hechos presentados, es decir cualquier noticia emitida por los medios de comunicación de masas, necesariamente se enfrenta a la problemática de no poder considerar el mundo de la vida del receptor. Postulamos que no se trata, en lo general, de un acto comunicativo basado en argumentos racionados y, aún menos, de un acto comunicativo consensuado.

Cuando Habermas destaca que “[e]n las comunicaciones cotidianas una manifestación nunca tiene significado completo por sí misma, sino recibe parte de su contenido semántico del contexto cuya comprensión el hablante supone en el oyente” (Habermas 1998: 175) a nuestro entender se manifiesta claramente tal problemática. A la inevitable manipulación de la opinión pública, mediáticamente constituida, y a la igualmente inevitable manipulación por los procedimientos estructurales subyacentes a la producción de contenidos mediáticos, sobre todo en la producción de noticias, se suma la no-consideración del mundo de la vida de los respectivos receptores y su inevitable colonización. Este efecto de distorsión comunicacional, aumenta en la medida en que la comunicación establecida a través de los medios de comunicación de masas tiende a orientarse más por las lógicas de los medios de control sistémico y, mucho menos, por formas generalizadas de comunicación arraigadas en el mundo de la vida. Siempre cuando la situación comunicacional no cumple con las condiciones del tipo ideal-normativo de acción comunicativa, como planteado por Habermas, “[l]a opinión pública puede manipularse e instrumentalizarse, pero a costa de perder de vista la realidad propia de los individuos, el sentido de sus vidas y su interdependencia

dentro de un mundo simbólico compartido; a costa también de sustraerse de la eficacia de una legitimación racional” (Boladeros 2001: 67). Es justamente este tipo de situación comunicacional, el que establecieron los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas modernas: una situación comunicacional principalmente orientada por las lógicas de los medios de control sistémico.

Los pensamientos que destacamos en Luhmann y Bourdieu, apuntan a que la constitución de una prensa de tipo sensacionalista representa el resultado inevitable de los mecanismos actuantes e inherentes a la producción de contenidos mediáticos – sobre todo los contenidos noticieros. La necesidad de tener que toparse siempre con algo nuevo para presentar lo excepcional, hecho que garantiza la supervivencia económica, puede describirse como base de la prensa actual. La desviación, es decir la infracción de normas y leyes, representa un acontecimiento que *cumple* con las necesidades subyacentes a tales procesos y mecanismos de producción de contenidos mediáticos. En gran parte, los criterios noticiosos se concentran justamente en ella.

Hemos constatado cómo los medios de comunicación, desde un punto de vista meramente teórico sociológico, formaron parte esencial de la transformación hacia la modernidad y, además, cuáles han sido las implicaciones que se pueden derivar de ellos, respecto a las características de las sociedades contemporáneas. Estas reflexiones nos ayudaron a abarcar y entender mejor teóricamente la existencia de distorsiones en la opinión pública. Ahora bien, será importante conocer mejor qué procesos comunicacionales e impactos propiamente tales pueden ser observados al momento de investigar empíricamente la influencia de los medios de comunicación en la creación de la opinión pública. Queremos ver entonces, si se justifica también desde una perspectiva empírica, afirmar que especialmente el consumo de noticias puede causar una distorsión en la opinión pública, emitiendo mensajes e imágenes manipuladas y engañosas, tal como proclama el politólogo y filósofo Giovanni Sartori para la televisión cuando dice:

“La imagen es enemiga de la abstracción mientras que explicar es desarrollar un discurso abstracto. Los problemas no son visibles. Lo que podemos ver en la televisión es lo que «mueve» los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas, lamentos; y en otro orden de cosas: terremotos, incendios, aluviones e incidentes varios. En suma, lo visible nos aprisiona en lo visible. Para el hombre que puede ver (y ya está), lo que no ve no existe. La amputación es inmensa, y empeora a causa del por qué y del cómo la televisión elige ese detalle visible, entre otros cien o mil acontecimientos igualmente dignos de consideración.”

(Sartori 1998: 84)

Capítulo 4

Medios de Comunicación y Percepción de la Seguridad Pública

4.1 Introducción

En este capítulo presentaremos dos perspectivas claves pertinentes al campo de la ciencia de comunicación que se dedican a investigar empíricamente los efectos que puede causar el consumo de contenidos mediáticos en los receptores: la teoría de la agenda-setting y la *cultivation hypothesis*. Después de presentar brevemente los orígenes teóricos de tales perspectivas, abordaremos los aspectos centrales de ambas. Mientras la teoría de la agenda-setting se concentra en investigar la imposición de ciertos temas en la agenda pública y política, a través de la presentación y difusión masiva de ellos en los distintos medios de comunicación y, específicamente, en los formatos noticieros, la perspectiva de la cultivation hypothesis parte de la suposición que la representación mediática del mundo tiende a mostrarse mucho más violenta de lo que realmente es, creando de esta manera una visión de un mundo hostil y peligroso – argumento que ya fue tocado en las reflexiones teóricas respecto a la sobre-representación de la delincuencia, lo que presentamos en el capítulo anterior. Respecto al objetivo del presente estudio Gross y Aday (2003: 412) resumen que “[s]everal researchers have concluded that crime news is overrepresented in local print and broadcast news, is more likely than other topics to lead local newscasts, and that violent crime in particular is given more play in local news than is warranted by actual crime statistics. In addition, audiences are more likely to pay attention to stories about crime than any other subject. All of this makes crime a good test of both the agenda-setting and cultivation effects of local news.”

Las conclusiones de ambas teorías, nos ofrecerán una base fructífera para poder interpretar los resultados de otros estudios empíricos, dedicados a investigar el impacto del consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública. Presentaremos brevemente las hipótesis centrales, que se ha deducido de otras investigaciones empíricas, para poder interpretar mejor el valor informativo y el alcance de los resultados del presente estudio. Además, indicaremos las variables claves que se han deducido como claves en el contexto de investigar el efecto del consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública, lo que nos permitirá justificar tanto la validez del modelo subyacente al presente estudio como las variables consideradas en éste.

4.2 Los orígenes teóricos de las investigaciones sobre los efectos mediáticos

“The social, political, and economic integration of modern industrial society has created a system in which few communities, if any, can maintain an independent integrity. We are parts of a Leviathan and its nervous system is telecommunications. Publicity shared knowledge of the ‘wide world’ is what this nervous system transmits us.”

(Gerbner y Gross 1976: 4)

Las investigaciones sobre los efectos mediáticos, forman un campo central de la ciencia de la comunicación, que a su vez tiene varios puntos de intersección con las ciencias sociales, sobre todo en el ámbito de las investigaciones empíricas. Revisando las conclusiones de la literatura actual, sobre los efectos que los medios de comunicación de masas supuestamente originan en sus receptores, se puede constatar que existe un consenso en la no existencia de una definición universal de tales efectos. En general, se entiende por efectos mediáticos cualquier cambio que se puede atribuir completamente, parcialmente o en interacción con otros factores a la influencia de los medios de comunicación y/o sus respectivos contenidos (Brosius 2003: 128). Siguiendo esta definición, los efectos mediáticos pueden entenderse como un proceso que incluye tanto la selección del tipo de medio, la dedicación que se da en los respectivos contenidos y la recepción de la información, como los impactos que tienen tales contenidos en los receptores. En la literatura se suele dividir este proceso de manera simplificada en tres fases (Burkhart 2002: 188):

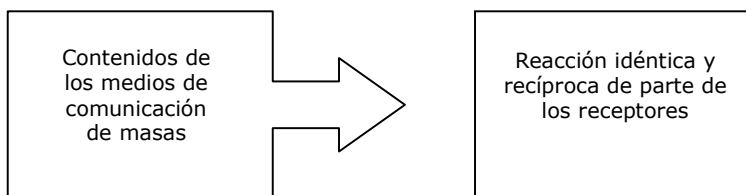
1. La fase precomunicativa, la cual engloba el período del primer contacto con el medio, es decir su selección.
2. La fase comunicativa, que describe los efectos que se dan durante el consumo del medio, incluyendo el procesamiento de la información.
3. La fase post-comunicativa, la cual se refiere a los impactos que tiene el mensaje recibido en el receptor después de haber sido emitido y percibido.

Las investigaciones sobre los efectos mediáticos, se concentran principalmente en la fase post-comunicativa, con el fin de poder averiguar cuáles impactos tienen los contenidos mediáticos en los receptores respecto a sus conocimientos, su estado emocional, su actitud hacia ciertos temas

de interés y su comportamiento después del proceso de recepción. Se podría suponer que el enfoque en los impactos de los medios en el comportamiento de los receptores, representa un tema muy solicitado en la literatura, porque hasta hoy en día no se ha logrado dar explicaciones universales respecto a tales impactos. Las cuatro dimensiones del impacto no están aisladas, sino están en interacción: p. e. nuevos conocimientos pueden causar un cambio en el comportamiento y viceversa (Stöber 2008: 142). De todas maneras hay que subrayar lo que Joseph T. Klapper ya concluyó en 1957, respecto a los efectos mediáticos que según él conforman “[...] a concept of the process of effect in which both reinforcement and change are seen as related and understandable outcomes of the same general dynamic.” El autor sigue concluyendo que se puede constatar que, en el campo de la ciencia de la comunicación, existen “[...] such diverse phenomena as audience predispositions, group membership and group norms, opinion leadership, personality patterns, and the nature of the media in this society, as serving similar functions in the process of effect as being, if you will, all of a certain order, and distinct from such other factors as the characteristics of media content” (Klapper 1957: 469).

En la literatura se encuentran principalmente tres modelos clásicos que abordan la relación entre contenidos mediáticos y receptores y que se basan en un *principio de transmisión* con un *efecto de homogeneización* (Bonfadelli 2004: 236):

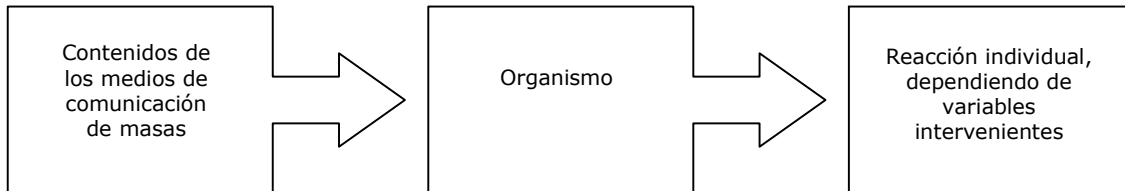
Figura 1: El modelo *Stimulus-Response* (S-R)



Aunque el modelo *S-R* en su forma más purista fue refutado ya varias veces y se considera como anticuado, es mencionado como primer modelo de las investigaciones sobre los efectos mediáticos. El origen del modelo se basa en suposiciones de la psicología del comportamiento (*Behavioral Psychology*) y ve a los efectos mediáticos como un mero estímulo que causa una cierta reacción directa, unilateral y casi igual para todos los receptores. La dirección del efecto es

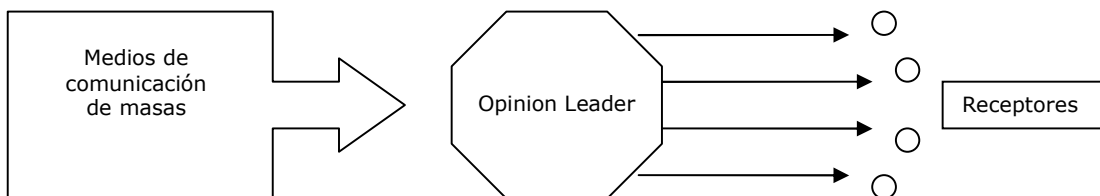
orientado por el contenido comunicado. Varios modelos, como el Hypodermic-Needle-Model, se orientan en esta suposición.²³

Figura 2: El modelo *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R)



El modelo *S-O-R* es una adaptación del modelo *S-R*. Este modelo se basa en la idea de que un estímulo mediático primero es procesado por el organismo y después lleva a una reacción. El procesamiento es influido por factores como, por ejemplo, motivaciones por parte del individuo y procesos de aprendizaje previos. En comparación con el modelo *S-R*, se consideran procesos internos de parte del organismo, es decir, de parte del receptor. Críticos de este modelo subrayan que no son considerados procesos grupales, como por ejemplo la discusión de los contenidos emitidos. Además, se adscribe solamente al emisor un rol activo mientras que el receptor mantiene un rol pasivo en todo el proceso comunicativo.

Figura 3: El modelo *Two-Step-Flow* u *Opinion Leader* (OL)



Según el modelo *OL*, originalmente elaborado por Paul Felix Lazarsfeld, los medios de comunicación de masas informan en un primer paso a líderes de opinión, los cuales comunican los contenidos a los receptores de forma directa. La transmisión de la información pasaría entonces principalmente por dos instancias. El líder de opinión asume el rol de un multiplicador de los contenidos mediáticos. Al contrario del Hypodermic-Needle-Model, los medios de comunicación de masas no tienen un efecto directo en los receptores, sino existe un nivel

²³ La denominación Hypodermic-Needle-Model se basa en la suposición de que los efectos mediáticos serían comparables con una inyección médica que causa una reacción idéntica en cada individuo – suposición que ya en la medicina no se da siempre.

intermedio representado por los líderes de opinión, cuyos énfasis llevarían a una preselección de temáticas y opiniones en cuestión. Según este modelo, los propios medios de comunicación de masas, por ende, no son capaces de cambiar opiniones e actitudes, sino amplifican más bien tendencias ya existentes en los receptores. Después de varias revisiones del modelo, se tiende a hablar de un liderazgo informativo dependiendo de la temática en cuestión, considerando que hasta el receptor más pasivo puede ser un líder de opinión en una temática muy específica. Además, parece más adecuado incluir la posibilidad de que tanto los receptores como los diferentes líderes de opinión también podrían comunicarse entre ellos.

Considerando lo anterior, esta tesis también se concentrará en los aspectos de la fase post-comunicativa, enfocando el impacto que tiende a tener el consumo de noticias en la televisión, en los diarios y en la radio, en la percepción de la seguridad pública en el contexto latinoamericano. Dos teorías y sus respectivas ampliaciones y adaptaciones interesantes ofrecen un acercamiento adecuado a la temática en cuestión: la teoría de la agenda-setting y la *Cultivation-Hypothesis*.

“By the late 1960s and early 1970s, new theories challenged the limited effects paradigm as television’s importance as a medium increased. Two of the more important and influential have been agenda-setting and cultivation theories. Both theories poked holes in the dominant paradigm, though each made very different assumptions about media influence.”

(Gross y Aday 2003: 411)

Ambas teorías, la de la agenda-setting y la hipótesis de la cultivación, pueden ser consideradas como una adaptación de los modelos S-R y S-O-R. Sobre todo la segunda teoría, con las actualizaciones y adecuaciones que ha recibido en los últimos años, ofrece una base prolífera para acercarse a la temática de la percepción de la seguridad pública y su relación con el consumo de noticias:

“Agenda-setting and cultivation can, therefore, be seen as part and parcel of the larger discussion about media’s relative power vis-à-vis audiences that has dominated mass communication research for at least 60 years. Both theories have spurred numerous studies demonstrating, refining, and in some cases challenging the original work. Both at their core argue that television does influence the way audiences think about the world in which they live.”

(Gross y Aday 2003: 412)

En continuación, ambas teorías serán presentadas brevemente para después adecuarlas con la perspectiva teórica optada en esta tesis.

4.3 Teoría de la agenda-setting

There are many social problems that never become issues even though proponents and opponents exist. Problems require exposure – coverage in the mass media – before they can be considered “public” issues.

(Dearing y Rogers 1996: 2)

La teoría de la agenda-setting fue formulada por primera vez por Maxwell McCombs y Donald Shaw en 1972. Según esta teoría, los medios de comunicación de masas tienen un impacto considerable en la opinión pública. No obstante, no necesariamente influyen en *qué piensa* la gente sobre ciertos temas, sino más bien *cuál temática* es la más presente en el pensamiento y las discusiones, imponiendo los temas enfatizados por su parte en las agendas discursivas individuales y públicas. Citando a Bernard Cohen, los autores subrayan que la prensa “[...] may not be successful much of the time in telling its readers what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about” (McCombs y Shaw 1972: 177).²⁴

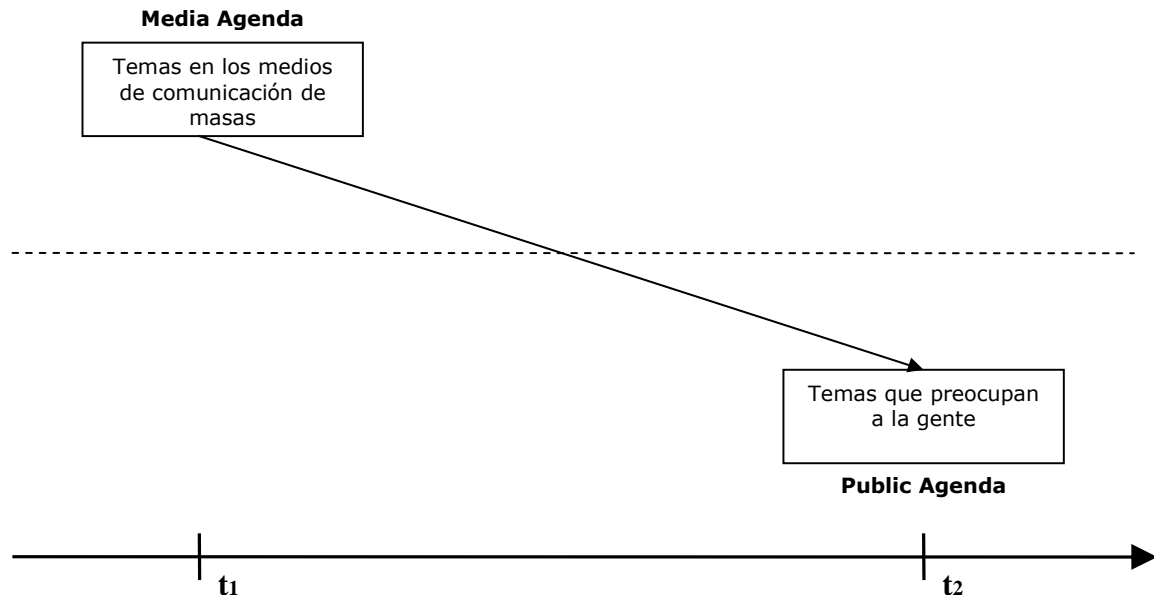
La expresión agenda puede entenderse como: “[...] a list of issues and events that are viewed at a point in time as ranked in a hierarchy of importance” (von Gross 2008: 282).²⁵ Este *ranking* de temáticas y eventos existiría entonces en los medios (*Media Agenda*) y en la esfera pública o, más bien, en la opinión pública (*Public Agenda*). Por ende, para la comparación de las agendas diferentes, la cronología del surgimiento de ciertos temas en las agendas sería crucial. Si las agendas son congruentes se podría constatar que la agenda mediática, tanto por una alta frecuencia de publicaciones acerca de ciertas temáticas como por la forma de presentar y situar tales temáticas, ha determinado la agenda pública en el sentido de haber aumentado o quitado la relevancia de ciertos temas en la percepción pública. Merten (2007: 366) destaca que los temas y proposiciones de los medios de comunicación, no deben ser entendidos como meras reflexiones

²⁴ Cita original de *The Press and Foreign Policy* (1963) de Bernard Cohen.

²⁵ La autora se basa en una definición de Rogers y Dearing (1988) del *Communication Yearbook 11*.

de la mentalidad del público, sino son más bien procesos adelantados a la reacción de los receptores y de esa manera influyen en la visión del mundo.

Figura 4: Agenda-setting - Modelo simple



Fuente: Merten 2007: 365

Las imágenes de la realidad transmitidas por los medios, inevitablemente representan sólo una parte de la realidad fáctica.²⁶ “En un diario típico, más de un 75 % de las noticias potenciales se desestiman a primera vista y nunca se transmiten a la audiencia. No existe en los periódicos espacio físico para imprimir todo aquello de lo que se dispone. Se debe elegir” (McCombs 1996: sin página). Por lo tanto, manipularían la visión que tienen los receptores del mundo e influirían en los conocimientos sobre el mismo. El otro lado de la misma medalla, representaría el hecho de que la agenda mediática, al mismo tiempo, determinaría también lo que no está en la agenda pública (von Gross 2008: 282).

El enfoque de interés de las primeras investigaciones sobre la agenda-setting, fue la pregunta por los impactos políticos que pueden tener los medios de comunicación de masas. La así llamada investigación de *Chapel Hill*, cuenta como estudio piloto de la agenda-setting. McCombs and

²⁶ Realidad fáctica debe entenderse en un sentido puramente empírico: p. e. se registró tal cantidad de denuncias en un cierto período de tiempo y no otra.

Shaw, preguntaron antes de las elecciones presidenciales en 1968 a cien personas, las cuales en ese momento todavía no habían decidido por quién iban a votar, cuál temática les preocuparía más y cuáles son los dos o tres asuntos en que el gobierno futuro debería concentrarse para encontrar soluciones (McCombs y Shaw 1972: 178)²⁷. Adicional y paralelamente a las entrevistas, los investigadores llevaron a cabo un análisis de contenido de los medios de comunicación de la región. Los resultados obtenidos en los análisis indicaron que existía una relación indudable entre ambas agendas.

La crítica central al estudio, es la pequeña muestra usada y, por ende, la falta de representatividad: La suposición que durante la fase pre-electoral existiera un interés político más amplio y el enfoque en individuos que, en el momento de la investigación, todavía no habían decidido para quién iban a votar, ya que se podría suponer que las personas no decididas tenían la necesidad de informarse más intensivamente en los medios que las personas ya decididas y, por lo tanto, estaban más susceptibles a la agenda mediática. Otra crítica central es que se trata *solamente* de un estudio transversal y no de un estudio longitudinal, lo cual no permitiría revelar la dirección de la influencia. Pese a estas críticas, los resultados revelarían una cierta tendencia respecto a la población completa, siendo que con resultados contrarios, es decir, con resultados que no habrían indicado ninguna relación entre la agenda mediática y pública, la suposición de una influencia entre ambas agendas hubiese sido indefendible. El argumento central detrás, es que aparentemente sería poco probable que, si ya las personas indecisas no hubieran sido influidas por la agenda mediática, aún menos probable habría sido que esto se diera en el caso de las personas con una decisión ya tomada (von Gross 2008: 282). Eichhorn (2005: 22), argumenta que la indecisión de las personas representaría más bien una variable interviniente en el sentido del modelo S-O-R.

Siguiendo la literatura sobre la agenda-setting, se encuentra además una tercera agenda – la agenda política (*policy agenda*). La existencia de ciertos temas en los debates parlamentarios y su presencia temporal en ellos, reflejarían la agenda política. Basándose en una aproximación de los científicos políticos Cobb y Elder, Dearing y Rogers (1996: 2), ellos definen la agenda política

²⁷ Del inglés: “What are you most concerned about these days?” y “That is, regardless of what politicians say, what are the two or three main things which you think the government should concentrate on doing something about?”

como “[...] a general set of political controversies that will be viewed at any point in the time as falling within the range of legitimate concerns meriting the attention of the polity.” Aunque se conceptualizaría las agendas como existentes en un momento específico, no cabría duda que son un resultado de una interacción dinámica entre ellas y, por supuesto, los *real-world-indicators*.²⁸ En investigaciones posteriores, McCombs y otros investigadores destacaron que para poder analizar la influencia de la agenda mediática en la agenda pública, sería necesario diferenciar entre acontecimientos entorpecedores y no entorpecedores; es decir, acontecimientos con los cuales resultados - o consecuencias - los individuos están o pueden estar en contacto directo y acontecimientos donde no es el caso. Además, habría que diferenciar entre acontecimientos que solamente son entorpecedores para grupos específicos y no afectan a todo el país de la misma manera. Según McCombs, a grandes rasgos, “[...] el rol del establecimiento de la agenda-setting de los media revela situaciones de efectos de fuerte impacto en acontecimientos no entorpecedores y ningún efecto en absoluto en acontecimientos entorpecedores [...]; se han conseguido resultados similares [...] después de ejecutar estudios más minuciosos que precisaron saber cómo se clasificaba un acontecimiento acorde con cada individuo dentro del contínuum” (McCombs 1996: sin página). Basándose en un axioma físico-psicológico que constata que la naturaleza tiene *horror vacui*, el autor argumenta que el ser humano tendría una necesidad intrínseca de deber orientarse. Según este concepto, las personas siempre se esfuerzan en orientarse cuando se hallan en una situación desconocida. El concepto de necesidad de orientación, aportaría una explicación psicológica general para el proceso de establecimiento de la agenda-setting y subtotalizaría un número de variables de interés menor y explicaciones más limitadas. Los resultados de investigaciones basadas en la diferencia entre acontecimientos entorpecedores y no entorpecedores, podrían explicarse en términos más generales de la necesidad de orientación. Siguiendo la argumentación de McCombs, en la mayoría de los casos, las personas deberían sentir menos incertidumbre acerca de acontecimientos entorpecedores y, por lo tanto, tener menor necesidad de orientación. “Por supuesto, podría discutirse que los individuos tienen a veces menos interés en acontecimientos más distantes y menos entorpecedores, lo cual rebajaría su necesidad de orientación. En la mayoría de los casos, las

²⁸ En la literatura se encuentra también una cuarta agenda que se refiere a condiciones circunstanciales fácticas o los así llamados *real-world-indicators* (Stöber 2008: 149).

personas deberían experimentar menos incertidumbre sobre los acontecimientos entorpecedores y, por ende, una menor necesidad de orientación” (McCombs 1996: sin página).

Adicionalmente a la *agenda*, dos términos son esenciales en los estudios sobre la agenda-setting: el tema (*issue*) y la relevancia (*saliency*). Según Eichholz, traducir el término *issue* como *tema* (*en discusión*) no complacería al concepto. Más bien se debería hablar del *objeto de disputa pública* (Eichholz 2005: 8). Se referiría a un acontecimiento específico o a una agrupación de acontecimientos temáticamente relacionados, de interés nacional. Siguiendo el resumen de la tipología existente de *issues* que ofrece von Gross (2008: 283), se puede hablar de cuatro *issues* diferentes:

1. *Crisis* son objetos de disputa temporalmente limitados, que afectan fundamentalmente a los intereses de un país o de un grupo de personas.
2. *Crisis simbólicas* son objetos de disputa pública, con una perduración más extensa en el tiempo.
3. *Problemas* son considerados objetos de disputa pública, que son acompañados por un alto grado de preocupación pública por el tema en cuestión.
4. *No-problemas* son *issues* que temporalmente no son limitables en la discusión pública, pero, al mismo tiempo, nunca resultan ser problemáticas que reciben una mayor atención en la discusión política.

Teniendo en cuenta esta sub-categorización, en el caso de América Latina, y específicamente de Chile, el *issue* de la delincuencia claramente coincide con la definición de *problema*, considerando la evolución de lo que los latinoamericanos consideran como problema principal de sus respectivos países.²⁹

El término *saliency* es definido por Dearing and Rogers (1996: 8) como [...] the degree to which an issue on the agenda is perceived as relatively important. The heart of the agenda-setting

²⁹ Según la encuesta del Latinobarómetro 2007, con cuya base de datos trabajamos en nuestro estudio, el desempleo (18%) representaba el problema más importante, seguido por la delincuencia y la seguridad pública (17%). Esta situación se ha invertido según la encuesta del Latinobarómetro 2008, en ella aparece que la delincuencia superó en el promedio latinoamericano al desempleo como problema principal. Los países donde en el año 2008 la mayoría de los entrevistados nombró delincuencia y seguridad pública, como problema más importante del respectivo país son: Venezuela (57%), México (33%), Guatemala (24%), Honduras (22%), Argentina (21%) y Chile (15%).

process is when the salience of an issue changes on the media agenda, the public agenda, or the policy agenda.” Von Gross (2008: 283) subraya que también el término *salience* ha pasado por una definición y subdivisión más fina, en el sentido que se debería hablar, por un lado, de la *notoriedad*³⁰, es decir, de la frecuencia con la cual un tema es nombrado como objetivo de disputa más importante; mientras, por otro lado, se debería hablar de *importancia* o *relevancia*, cuando las personas asignan el grado de importancia subjetivo a los distintos temas. Esta diferenciación sería necesaria, ya que para poder medir la relevancia, por ejemplo con una escala Likert, los investigadores necesariamente tienen que predeterminar los temas de selección – caso que no se da cuando se pregunta por el tema que se considera como problema más importante del país (von Gross 2008: 284). En este sentido, el indicador que se aplicará para medir la agenda pública “En su opinión ¿Cuál considera Ud. que es el problema más importante en el país?” se refiere a la dimensión de la *espectacularidad* del *issue*. Vale destacar que no solamente son la cantidad y la frecuencia con la cual ciertos temas aparecen en los medios de comunicación, que contribuyen al agenda-setting, sino también la forma con la cual los temas son presentados y con la cual reciben un cierto grado de importancia (Eichhorn 2005: 24). McCombs (1996: sin página) destaca en este contexto que “[l]os medios informativos no sólo determinan en gran manera nuestra concienciación sobre el mundo en general, por medio de su entrega de elementos primordiales para elaborar nuestras propias imágenes del mundo, sino que también influyen sobre la prominencia de los elementos de esa imagen.”

En la literatura se encuentran principalmente las siguientes categorizaciones respecto al *salience*:

1. La *Perceived Community Salience* abarca la percepción de la importancia de un tema de parte de la esfera pública.
2. La *Interpersonal Salience* abarca la conducta comunicacional de los individuos, es decir, cuán frecuente hablan sobre los temas.
3. La *Intrapersonal Salience* abarca la importancia que tiene un tema para un individuo y su opinión al respecto.

³⁰ Von Gross usa el término alemán “Auffälligkeit” que responde a *una característica que destaca en comparación con otras*.

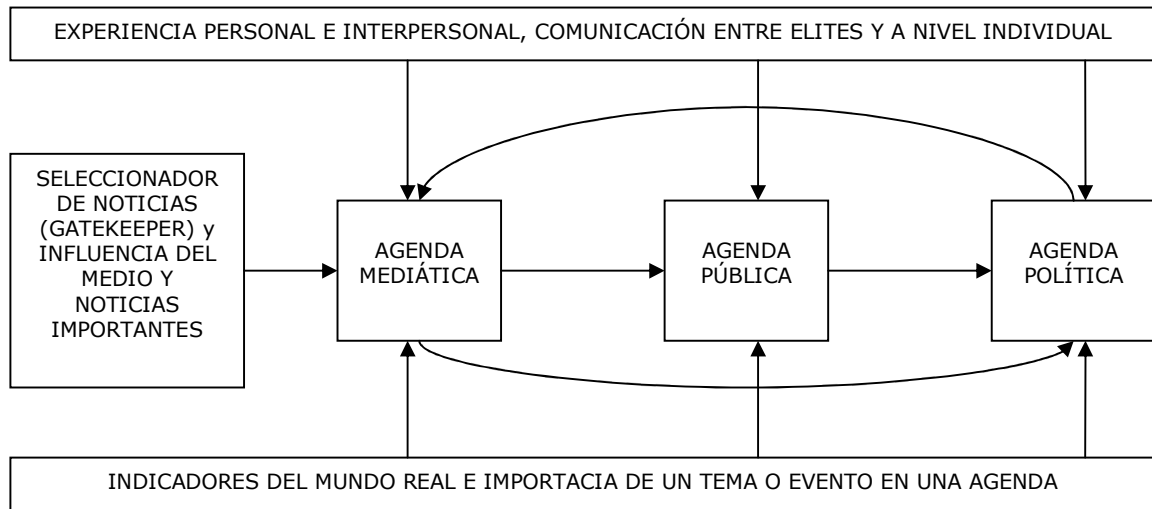
4. La *Perceived Media Saliience* abarca la percepción de la *saliience* de un tema en los medios de comunicación.

Dentro de las diferentes corrientes de las investigaciones sobre la agenda-setting y los procesos de impactos, que tiene la agenda mediática en la agenda pública, se puede distinguir tres grandes modelos:

1. El *Awareness-Modell*, que apunta a la función de los medios a (im)poner temas en la agenda pública, suponiendo que los temas tratados en los medios de comunicación llaman la atención del público.
2. El *Saliience-Modell*, que apunta a la estructuración temática por los medios de comunicación, suponiendo que la importancia de ciertos temas en la agenda pública están en directa relación con la acentuación que reciben tales temas en los medios de comunicación.
3. El *Priority-Modell*, que también se basa en la suposición de que los medios de comunicación estructuran el orden de importancia en la agenda pública. En comparación con el *Saliience-Modell*, supone que se trata de una agenda reflejada exactamente: La jerarquía mediática de los temas se reflejaría tal cual en la agenda pública.

Respecto a la actualidad de la teoría en el campo de las investigaciones sobre efectos mediáticos, Gross y Aday (2003: 412) subrayan que la teoría de la agenda-setting “[...] is still a limited view of media power, albeit one with important ramifications.” Para hacerse cargo de ampliar tal visión, probablemente limitada, las investigaciones más recientes sobre la agenda-setting han incorporado cada vez más variables intervinientes en sus análisis, para explicar la existencia o no-existencia de efectos mediáticos en la agenda pública, integrándose las posibles interdependencias entre las diferentes agendas:

Figura 5: Agenda-setting – Modelo ampliado



Fuente: Dearing y Rogers 1996: 5

4.4 Cultivation Hypothesis y perspectivas resultantes

“The substance of the consciousness cultivated by TV is not so much specific attitudes and opinions as more basic assumptions about the ‘facts’ of life and standards of judgment on which conclusions are based.”

(Gerbner y Gross 1976: 3)

Otro enfoque clásico, que en el contexto de esta investigación es sumamente interesante, representa lo que se suele llamar la *hipótesis de la cultivación*.³¹ Originalmente tal hipótesis se basó en la suposición de que, en el largo plazo, un alto consumo de televisión manipularía la percepción de los espectadores acerca de la realidad social hacia la realidad televisiva. “The fear that dependency on media makes for dependent people emerges from the large-scale researches [...] into the ways that media, television in particular, influences our visions of reality – the world out there; the way TV *cultivates* those visions in certain directions” (Shanahan y Morgan 1999: 67). Desde la primera investigación que consideró la hipótesis de la cultivación en los años sesenta, varios investigadores han realizado estudios acerca de la influencia de los medios de comunicación en la percepción de la realidad. George Gerbner y su equipo de la Annenberg

³¹ Traducción del término inglés *cultivation hypothesis*

School of Communication de la Universidad de Pennsylvania, son considerados los pioneros de tal hipótesis. Según Gerbner, la televisión representaría el *entorno de aprendizaje* más estable y usado en las sociedades modernas y, por ende, es el medio más influyente en la creación de realidades percibidas.

“We begin with the assertion that television is the central cultural arm of American society. It is an agency of the established order and as such serves primarily to extend and maintain rather than to alter, threaten, or weaken conventional conceptions, beliefs, and behaviours. Its chief cultural function is to spread and stabilize social patterns, to cultivate not change but resistance to change. Television is a medium of the socialization of most people into standardized roles and behaviours. Its’ function is, in a word, enculturation.”

(Gerbner y Gross 1976: 3)

En su origen, el interés de las investigaciones no se habría dirigido a efectos o impactos de programas específicos, sino a la influencia que tiene el consumo de televisión – proveedor principal de mensajes y símbolos culturales y sociales – en el comportamiento y la actitud de los espectadores en el largo plazo (Wulff y Lehman 2008: 274; Schenk 2007: 579). Gerbner y Gross (1976: 1-2) subrayan que, los procesos institucionales que producen estos sistemas de mensajes, se han tornado cada vez más profesionalizados, industrializados, centralizados y especializados:

“Their principal locus shifted from handicraft to mass production and from traditional religion and formal education to the mass media of communications – particularly television. New technologies on the horizon may enrich the choices of the choosy but cannot replace the simultaneous public experience of a common symbolic environment that now binds diverse communities, including large groups of young and old and isolated people who never before joined any mass public. Television is likely to remain for a long time the chief source of repetitive and ritualized symbol systems cultivating the common consciousness of the most far-flung and heterogenous mass publics in history. [...] television is the chief common ground among the different groups that make up a large and heterogeneous national community. No national achievement, celebration, or mourning seems real until it is confirmed and shared on television.”

(Gerbner y Gross 1976: 4)

Los primeros enfoques de los estudios cuantitativos, basados en la hipótesis de la cultivación, se desarrollaron principalmente bajo la suposición de que la violencia mostrada en la televisión, tanto violencia ficticia como real, llevaría a un aumento del miedo en los espectadores. Gross y Aday (2003: 412) destacan en este contexto que, en comparación con lo que proclama la teoría de la agenda-setting, la teoría de la cultivación “[...] posits far more powerful and worrisome effects of watching television than merely making certain issues seem more important than others. The basic premise of cultivation theory is that the ‘television world’ is very different than the ‘real

world', most notably in its propensity for violence and mayhem [...].” Basándose en una definición de W. J. Potter, publicada 1994 en los Journalism Monographs, los autores siguen especificando que “[c]ultivation effects can be broken down into two categories, or ‘orders’ [...]: First-order effects involve audiences adopting television’s overestimation of the occurrence of everything from the number of murders to the number of doctors in the real world; second-order effects are the ways in which television viewing shapes audiences’ ‘global reactions to the real world such as perceptions, attitudes, feelings, and values’” (ibid.). Tal como lo hicieron Gerbner y su equipo, la aplicación de una investigación con un enfoque en la hipótesis de la cultivación, requiere tanto de un análisis cualitativo respecto a los contenidos mediáticos como de un análisis cuantitativo posterior. Por ejemplo, en el estudio piloto se crearon primero un índice de violencia (*violence measures*) y una cuota de riesgo (*risk ratio*) abordado según un programa y canal de TV, para después poder comparar grupos de alto y bajo consumo televisivo.

No queremos profundizar aquí las fortalezas y debilidades de la metodología aplicada en los primeros estudios con un enfoque en la hipótesis de la cultivación. Lo importante para la presente investigación, es solamente mostrar los orígenes de los estudios cuantitativos acerca del impacto que tienen los medios de comunicación en la percepción de la realidad y, por ende, también en la percepción de la seguridad pública. Lo que sí resulta sumamente interesante y relevante en el contexto de esta investigación, es el desarrollo de modelos meramente econométricos que surgieron en base a la idea de la hipótesis de la cultivación. En estos modelos ya no se analiza la dimensión cualitativa, es decir, los contenidos mediáticos mismos, sino que se analiza más bien si el consumo de ciertos medios o ciertos formatos en distintos medios tiene una capacidad predictiva respecto al comportamiento de otras variables. En el marco de este tipo de investigaciones, la incorporación de variables intervinientes en los modelos, ha llevado a un nivel de sofisticación mucho más alto respecto a la calidad de los resultados obtenidos. Además, lo que empezó como una corriente de estudios sobre los efectos de la televisión en los espectadores masivos, se transformó en una corriente investigadora que aborda todo tipo de medios, en especial los más usados³²: la televisión, los diarios y la radio. En este contexto, vale destacar que el consumo de noticias y, últimamente de los así llamados “reality-shows”, ha recibido un interés

³² El internet como fuente de entretenimiento e información abre una nueva dimensión al debate de la *cultivación mediática*. Sin embargo, los tres medios clásicos, la televisión, los diarios y la radio siguen siendo los medios más usados – sobre todo en América Latina.

más fuerte de parte de los investigadores sociales que investigan los efectos mediáticos en la sociedad o grupos específicos. Como a ambos formatos mediáticos se les otorga la característica de reflejar solamente la realidad fáctica, su peso en la percepción de tal realidad puede ser considerada mayor que el peso que tienen contenidos mediáticos ficticios – independientemente de que uno esté consciente de que se trata de un reflejo basado en un activo y controlado proceso de selección o no.

En su meta-análisis sobre las investigaciones realizadas con un enfoque en la hipótesis de la cultivación, Shanahan y Morgan (1999: 135) llegan a la conclusión que la teoría ha sido convalidada por varios estudios en los últimos 20 años. Pese a esto, los autores estiman que aparentemente todavía no serían consideradas de manera suficiente las posibles variables intervinientes, las cuáles llevarían a diferentes efectos de cultivación, y que todavía no se ha logrado determinar una relación de causa efecto respecto de tales variables (ibíd.: 137-141). La gran dificultad de demostrar causalidad, estaría vinculada con dificultades metodológicas. Para Schenk (2007: 602-603) la hipótesis de la cultivación representa un buen ejemplo de tal dificultad, es decir, de poder transformar un concepto teórico plausible en hipótesis empíricamente comprobables. En el contexto de una relación causal tan compleja, como es el caso de la influencia de los medios de comunicación en los receptores, no sería posible evidenciar relaciones causales de manera satisfactoria, con los instrumentos metodológicos de las ciencias sociales. En su meta-análisis sobre los estudios que se basan en la hipótesis de la cultivación, Shanahan y Morgan (1999: 112) descubren que tres técnicas estadísticas dominan en la literatura. Correlaciones (R de Pearson) fueron usadas frecuentemente para medir asociación entre ver televisión y distintas variables dependientes. Además, correlaciones parciales, coeficientes de regresión y otras técnicas habrían sido aplicadas para controlar estadísticamente las otras variables relevantes. Según su base de datos para su meta-análisis, 12% midieron correlaciones, 40,2% correlaciones parciales y 29,7% la relación estadística a través del coeficiente *gamma*. En el resto de los estudios se aplicaron varias técnicas diferentes. Sin embargo, en las actuales investigaciones sobre los efectos cultivadores de los medios de comunicación, se suelen considerar cada vez más variables intervinientes o moderantes en los modelos econométricos. Sobre todo en los más recientes estudios econométricos que se dedican a determinar la influencia de los medios de comunicación en el cambio de actitud o el cambio de opinión respecto a ciertos

temas, tanto la presencia o ausencia de la propia experiencia de los receptores, como distintas variables sociodemográficas, son cada vez más consideradas para poder superar el nivel de evidenciar meras correlaciones. Schenk (2007: 600-601) subraya que la presencia de experiencia directa con objetos de la realidad, juega un rol sumamente importante respecto a la percepción de la realidad mediática. Cuando las personas tienen experiencias propias y directas con los objetos, con otros individuos o grupos de individuos que son representados en los medios de comunicación, ellas no dependerían exclusivamente de los mensajes mediáticos. Entonces, las experiencias de los individuos podrían, por un lado corregir lo que les muestra la televisión y, por otro lado, confirmar y, de esta manera, solidificar lo que se ha experimentado.

En este sentido, la hipótesis de la cultivación representa la corriente investigadora original de la cual emergieron otros enfoques de interés. Uno de ellos ve en las noticias una causa principal de la creación de miedo y, como resultado de ello, del incremento de la sensación de inseguridad en la opinión pública.

4.5 Noticias y percepción de seguridad: Algunos estudios empíricos

“If it bleeds, it leads”
(Giro cínico del mundo anglosajón sobre los criterios
de cómo elegir noticias)

Considerando los planteamientos teóricos anteriormente desarrollados, no cabe dudas que los medios de comunicación de masas y, sobre todo, las noticias muy probablemente influyen de algún modo en los receptores y, por ende, también en la opinión pública. Entonces, las preguntas que se nos abren en este contexto son: ¿Qué efecto pueden tener? Y, sobre todo, ¿tal efecto es empíricamente medible y demostrable?

Como hemos visto, una parte de las investigaciones que se dedican al tema del impacto de los medios de comunicación de masas en las sociedades contemporáneas, se concentra en investigar tanto el efecto cualitativo como cuantitativo de las noticias en los receptores. El interés central de estas investigaciones, es justamente saber si las noticias crean una visión sesgada del mundo, una visión de un mundo hostil y peligroso. Ya que, por un lado, son específicamente las noticias las

que supuestamente reflejan la realidad fáctica, aunque sea solamente una parte de dicha realidad, y, por otro lado, noticias tienden a enfocar con mayor énfasis motivos y temas que representan desviaciones de normas. Esta sobre-representación de acontecimientos que representan una desviación del estado normal, se manifiesta, por ejemplo, en una alta cobertura de temas asociados a la delincuencia (Eschholz et al. 2003: 397-398).

Gran parte de los estudios empíricos que investigaron el impacto del consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública, fueron realizados en los Estados Unidos y Europa. Parte de ellos disponían incluso de una base de datos específicamente elaborada para tal propósito, lo que permitió incluir en las encuestas indicadores de alta especificidad, respecto a los objetivos específicos de tales estudios. Así resulta que, sobre todo en los estudios realizados en los Estados Unidos, la diferenciación entre distintos formatos de noticias, tal como entre noticieros locales y nacionales es destacada como un factor esencial en el análisis del impacto de las noticias. Se tendería a cubrir más temas asociados a la delincuencia en las noticias locales, las cuales al mismo tiempo representarían el mundo más cercano del receptor (Romer et al. 2003: 89). Basándose en los resultados de su estudio empírico, Eschholz et al. (2003: 398) concluyen sobre el impacto de noticias en la percepción de la seguridad pública, que “[...] there is also a rationale to expect local news (realism and proximity) and reality programming (realism) to influence fear in a positive direction.”

En nuestro estudio no será posible diferenciar entre los distintos tipos noticieros, dado que trabajamos con una base de datos que no fue elaborada con ese objetivo específico. Sin embargo, podemos confirmar que es posible incorporar a nuestro modelo todas las variables dependientes e independientes que se suelen considerar importantes en este contexto – incluso, nos será posible incorporar otras variables adicionales que consideramos interesantes. Sin aludir a los resultados concretos de nuestro análisis empírico en esta instancia, igual nos atrevemos a constatar, que para el propósito de nuestro estudio no será tan importante contar con una base de datos que permite diferenciar entre consumo de noticias locales y nacionales. En efecto, en el caso de una comparación entre países no tiene mucho sentido tal diferenciación, sin un exhaustivo análisis cualitativo de los respectivos formatos y contenidos.

Además, se puede argumentar que en los casos donde los resultados de nuestro análisis revelan una influencia en la percepción de la seguridad pública a nivel nacional, causada por el consumo de noticias en general, la influencia existe “sí o sí” y podría ser investigada más en detalle en futuras investigaciones, las cuales podrían considerar las especificidades de los respectivos países. Pero también vale destacar que, en el caso de no obtener resultados que afirman la existencia de una relación entre consumo de noticia en general y percepción de la seguridad pública a nivel nacional, esto no necesariamente significa que tal relación no pueda existir. Posiblemente se da el fenómeno sospechado, sólo en el momento de analizar ciertos grupos de personas que comparten ciertas variables específicas, como el sexo, la edad o el nivel socioeconómico. En el caso de no encontrar ninguna relación entre consumo de noticias y percepción de la seguridad pública, un análisis que considere una diferenciación más específica de las variables socio-demográficas, o la diferenciación entre el consumo de noticias locales, regionales y nacionales, sí podría revelar tal relación en el respectivo país.

A partir de resultados obtenidos en anteriores estudios empíricos, que se dedicaron a investigar el tema de las noticias como creadores de miedo y manipuladores de la percepción de la seguridad pública, se formaron principalmente cuatro hipótesis (Smolej y Kivivuori 2006: 213-214 y Escholz et al. 2003: 396-397)³³:

1. La *substitution hypothesis*, constata que las personas que carecen de experiencia propia, substituyen tal carencia a través del consumo de contenidos mediáticos. Siguiendo esta hipótesis, deberían ser justamente las personas que no han sido víctima de un delito donde el consumo de noticias tiene un mayor impacto en la percepción de la seguridad pública.

2. La *resonance hypothesis*, puede entenderse como la visión inversa a la hipótesis de substitución: Quién ya ha experimentado una vez un cierto acontecimiento, se siente confirmado en su experiencia cuando lo ve, lee o escucha en los medios de comunicación. Es decir, el

³³ Queremos recordar que la gran mayoría de los estudios empíricos de este tipo se basa en resultados obtenidos en los Estados Unidos y Europa, es decir en un contexto sociocultural diferente al latinoamericano. Esto implica que las conclusiones presentadas a base de tales resultados muy probablemente no son transferibles tal cual al contexto investigado en nuestro estudio.

impacto del consumo de noticias debería mostrarse con mayor magnitud en el caso de las personas que han sido víctima de un delito.

3. La *individual vulnerability hypothesis*, supone que específicamente las personas que, desde su propio punto de vista subjetivo, se ven a sí mismas como probables víctimas son influidas por el consumo de noticias. Esta autodefinición de pertenecer a un grupo vulnerable no necesariamente tiene que basarse en un argumento estadístico o, más bien, en una probabilidad estadística real. Por ejemplo, resulta que según la base de datos de nuestro estudio, el 40,1% de las mujeres latinoamericanas indica preocuparse todo - o casi todo el tiempo - de poder llegar a ser víctima de un delito, mientras en el caso de los hombres, solamente el 36,5% lo hacen, aunque estadísticamente son los hombres (39,1%) que representan una tasa de victimización más alta en comparación con las mujeres (36,1%). Si se controlara esta hipótesis a nivel regional debería resultar que el consumo de noticias tendría un impacto negativo mayor en las mujeres que en los hombres.

4. La *view-point of affinity hypothesis*, constata que son principalmente las personas que comparten características con las víctimas presentadas en los medios, como por ejemplo la edad o la existencia de una cercanía geográfica, cuya percepción de la seguridad pública es afectada por el consumo de noticias. La *social-comparison hypothesis* puede ser interpretada como una variación de la *view-point affinity hypothesis*, dado que ella supone que si lo mostrado en las noticias se refiere a un lugar lejano al receptor, se mejora su percepción de la seguridad, ya que el peligro es presentado como algo inherente a otros lugares y no al entorno directo. Esto también implicaría lo inverso, es decir si el entorno directo del receptor es presentado como un mundo peligroso y hostil, lugares lejanos tienden a ser vistos como lugares seguros.

A continuación presentaremos, en forma resumida, resultados de algunos estudios actuales que investigaron el impacto del consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública y que afirman la existencia de tal relación.³⁴

³⁴ Indicaremos solamente las dimensiones y variables para las cuales fueron encontradas relaciones estadísticamente significativas y las cuales están disponibles, por lo menos de manera parecida, en nuestra base de datos. Como los resultados no son comparables y, por supuesto, siempre discutibles desde un punto de vista metodológico, no consideramos detalles acerca de la metodología aplicada. El resumen solamente nos dará una idea de si nuestros resultados obtenidos coinciden en tendencia con otros estudios previos o no.

Tabla 3: Resúmenes de estudios sobre noticias y percepción de la seguridad pública

Autores	Año / país	Método aplicado	Variables dependientes	Variables independientes predictivas
Browne y Tomicic	2007 / Chile (Santiago, Valparaíso- Viña del Mar, Concepción- Talcahuano)	Regresión logística (pseudo R ² entre 0,02 y 0,07)	<ul style="list-style-type: none"> - Percepción de aumento de delitos con mayor connotación social en el país en los últimos 3 años - Alto temor a ser robado o asaltado cuando sale de su casa al trabajo - Alto temor a ser robado o asaltado cuando vuelve al anochecer a su casa - Alto temor a ser robado o asaltado en el centro de día 	<ul style="list-style-type: none"> - Sexo - Edad - NSE - Víctima de un asalto - Robo al vecino - Mala percepción de la seguridad del barrio - Sexo - Edad - Víctima de hurto - Víctima de un asalto - Robo al vecino - Mala percepción de la seguridad del barrio - Atención a noticias de delincuencia en TV - Sexo - Edad - NSE - Educación - Víctima de hurto - Víctima de un asalto - Asalto a alguien conocido - Robo al vecino - Mala percepción de la seguridad del barrio - Atención a noticias de delincuencia en TV - Sexo - Edad - Víctima de hurto - Víctima de un asalto - Mala percepción de la seguridad del barrio - Atención a noticias de delincuencia en TV

			-Índice de alto temor (compuesto por los tres indicadores anteriores)	- Sexo - Edad - NSE - Víctima de hurto - Víctima de un asalto - Robo al vecino - Mala percepción de la seguridad del barrio
Smolej, M. y Kivivuori, J. (2006)	2006 / Finlandia (nivel nacional)	Regresión logística	- Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito - Existencia de un área dentro de un kilómetro de la casa de los entrevistados donde uno no quiere caminar solo en la noche	- Lectura de prensa sensacionalista - Consumo de formatos mediáticos que los entrevistados consideran como importantes fuentes de noticias relacionadas con delincuencia - Sexo - Edad - Zona urbana - Victimización previa - Lectura de prensa sensacionalista - Sexo - Zona urbana - Edad - Victimización previa
Romer, D., et al. (2003)	2003 / EE.UU (nivel nacional, local y regional)	Regresión lineal Regresión logística	- Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito - Delincuencia es considerada como problema principal de la ciudad	- Noticias locales en la TV - Edad - Educación - noticias en la tv
Weitzer, R. y Kubrin, C. E. (2004)	2001 / EE.UU (nivel local)	Regresión logística ordinal (pseudo R ² = 0,203)	- Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito	- Diarios son medio más importante para informarse - TV local es medio más importante para informarse - Edad - Sexo - Victimización previa
Gross, K. y Aday, S. (2003)	2001 / EE.UU (nivel local)	OLS (R ² corr.=0,16) OLS (R ² corr.=0,08)	- Delincuencia es considerada como problema principal de la ciudad y de la región - Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito	- Ve noticias en TV local - Edad - Sexo - Educación - Edad - NSE - Victimización

Chiricos, Ted, et al. (2000)	1997 / EE.UU (nivel regional)	OLS (R ² corr.=0,241)	- Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito	- Promedio de noticias vistas en TV local por semana - Edad - Sexo - Victimización
Eschholz, Sarah, et al. (2003)	1995 / EE.UU (nivel local)	WLS (R ² corr.=0,437)	- Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito - Percepción de cómo se han desarrollado las tasas de diferentes tipos de delitos	- Consumo de noticias en TV local - Consumo de noticias en TV nacional - Leer prensa sensacionalista
Peiffer, Christian, et al. (2005)	1993-2003 / Alemania (nivel nacional)	Regresión logística ordinal	- Percepción de cómo se han desarrollado las tasas de diferentes tipos de delitos entre 1993 y 2003 y reivindicación de sentencias más duras.	- Consumo de televisión privada (en un análisis cualitativo resultó que en los canales privados se dedica más tiempo a temas relacionadas a la delincuencia)

Para poder dimensionar mejor el alcance de los resultados del presente estudio, resumimos los resultados más relevantes respecto al consumo de noticias y la percepción de la seguridad pública, indicados en las investigaciones empíricas revisadas. Vale destacar los siguientes hallazgos³⁵:

- Browne y Tomicic (2007) enuncian que la variable «atención frente a noticias sobre delincuencia», es estadísticamente significativa cuando se investiga su efecto sobre el temor que indican tener las personas respecto a poder llegar a ser víctima de un asalto o un robo en distintas situaciones (al salir de la casa al trabajo, al llegar a la casa en la noche y al caminar por el centro durante el día). Pero sus resultados descartan la hipótesis de que la atención prestada a noticias sobre la delincuencia en la televisión tiene un impacto estadísticamente significativo, o en pensar que los delitos de mayor connotación social han aumentado y tampoco en considerar al temor como “problema social”³⁶ (Browne y Tomicic 2007: p 32). Según nuestro conocimiento este estudio es el único que ha investigado recientemente de manera empírica el impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública en Chile, por ello es la

³⁵ Vale subrayar que los resultados resumidos no deben interpretarse como universales, sino están restringidos a la muestra analizada, es decir solamente tienen un valor explicativo en el contexto sociocultural y temporal analizado. Los países donde se generó la muestra y el nivel de aplicación son indicados en la tabla 3.

³⁶ Lo que los autores llaman “temor como problema social” fue medido a través de un índice, el cual fue construido en base a los tres indicadores que midieron el temor expresado respecto a poder llegar a ser víctima de un asalto o robo, en una de las situaciones anteriormente mencionadas.

investigación más interesante para la interpretación de los resultados de nuestro estudio. Asimismo, creemos que es necesario destacar algunas especificidades teóricas y metodológicas de tal estudio, para poder interpretar mejor sus resultados.

Mientras su base de datos les permitió diferenciar entre el temor que expresan tener las personas frente al poder ser asaltado o robado en distintas situaciones como variables dependientes, no les permitió diferenciar según el tipo de medio consultado, es decir sus resultados solamente se refieren a la atención prestada en noticias sobre la delincuencia en la televisión.

Respecto a la adecuación de su indicador con el cual pretenden medir el impacto mediático, los autores critican que los estudios que analizan el efecto de los medios de comunicación sobre el temor al crimen suelen evitar el efecto de selección, dado que se suele construir indicadores de consumo de medios a partir de preguntas menos directas, como por ejemplo la frecuencia de exposición a noticias o el medio más importante de información. Los autores justifican la adecuación del indicador, con el argumento que bajo la perspectiva del *uses and gratifications approach* deberían ser las personas que por sí tienen un cierto interés en el tema de la delincuencia, las más afectadas por los contenidos mediáticos que muestran delincuencia. Es decir, mientras una persona le da más importancia al temor al crimen, más se expondría a los programas que muestren delincuencia. Basándose en otros estudios empíricos del ámbito de la psicología, los autores argumentan que, cuando ya existe temor, por ejemplo a causa de haber sido víctima de un delito, se instalarían en este contexto mecanismos cognitivos de percepción selectiva y de recuerdo selectivo que tenderían a verificar el temor y la desconfianza hacia los demás (Browne y Tomicic 2007: 28). En otras palabras, según su interpretación, no se justificaría argumentar que la atención prestada a noticias de delincuencia es la causa del miedo, sino que se debería suponer más bien que el hecho de haber sido víctima de un delito lleva a la situación de interesarse más por el tema y, por ende, prestar más atención a este tipo específico de noticia:

“A pesar de que el resultado es significativo - es decir, existe una asociación entre las variables - no queda clara la dirección del efecto. En buenas cuentas, no hay certeza de si los más temerosos frente al crimen son los que más prestan atención a este tipo de noticias (dada su alta preocupación por el tema), o si el poner mucha o bastante atención a las noticias de delincuencia en la televisión aumenta la ansiedad o el temor de las personas. Para el caso específico de este análisis (y dado que en esta encuesta este indicador es el más propicio para medir el efecto «medios») nos inclinamos

más por lo primero. En este sentido, el paradigma de Usos y Gratificaciones es una perspectiva que permite sustentar - al menos teóricamente - este resultado.”

(Browne y Tomicic 2007: 32)

Ahora bien, no queremos discutir el *uses and gratifications approach* en sí, ya que por cierto tiene su justificación teórica para acercarse al fenómeno en cuestión, sino más que nada reflexionar sobre sus limitaciones para explicar el fenómeno del impacto mediático en la percepción de la seguridad (pública) y las interpretaciones, a nuestro entender limitadas, que permiten los resultados obtenidos en ese estudio:

- a) Primero que nada, hay que tener en cuenta que la varianza explicada en sus modelos en general es muy baja (pseudor $R^2 \leq 0,07$) y justamente los dos modelos donde no se registró un impacto por la variable que representa los medios de comunicación, llegan solamente a un pseudor $R^2 \leq 0,02$ y $\leq 0,05$ respectivamente.
- b) Aunque una persona no preste mucha atención a noticias sobre delincuencia, no significa que no pueda ser afectada a causa de una exposición intensiva y frecuente a tales noticias. El argumento central es que no se puede descartar que personas que consumen muchas noticias en varios tipos de medios, y de esta forma son frecuentemente confirmadas por fuentes (supuestamente) distintas en una visión de un entorno peligroso y hostil, sí pueden ser influidas por el consumo de noticias aunque esta influencia no necesariamente tiene que manifestarse en una reflexión consciente por parte de los consumidores. Es decir, nos parece sumamente justificable suponer que pueden existir efectos amplificadores, incluso de forma exponencial, que se generan por el mero hecho de tener un alto nivel de consumo de noticias y, por ende, nos parece necesario considerar asimismo indicadores que miden el nivel de consumo propiamente tal, independiente del grado de atención que prestan las personas.
- c) En el contexto de interpretar los resultados según el *uses and gratifications approach* habría sido importante, sino necesario, verificar cuáles valores promedio asumen las variables dependientes, cuando se compara el grupo de personas no victimizadas con una baja atención con el grupo de personas no victimizadas pero con una alta atención en noticias sobre la delincuencia y, lo mismo, para las personas victimizadas. Comparando

estos valores, se podría clarificar más si sus hallazgos pueden explicarse en el sentido del *uses y gratifications approach*. Como se presentan sus resultados en esta instancia, se trata más que nada de una mera suposición que la prestación de atención a noticias sobre delincuencia es un resultado de estar más interesado en el tema, dado que una persona en sí ya tiene un alto nivel de temor, porque no se puede evaluar para nada si es verdaderamente el caso. Siguiendo la misma argumentación, se podría suponer que prestar más atención a noticias sobre delincuencia representa un elemento amplificador, es decir, cuando las personas en sí ya tienen más miedo y además prestan más atención a tales noticias se empeora su visión del mundo aún más. Los resultados simplemente no permiten distinguir entre estas dos interpretaciones. Los mismo autores lo mencionan:

“Al respecto, la teoría de Usos y Gratificaciones emerge como una perspectiva teórica plausible para explicar la asociación significativa entre la atención a las noticias de delincuencia en la televisión y el temor a ser asaltado o robado en distintas circunstancias. Esto implica, si no asumir, al menos considerar que las personas hacen un uso selectivo de los contenidos mediáticos en virtud de las experiencias o contextos a los cuales pertenecen, lo que a su vez podría reforzar ciertas conductas o preferencias, más que determinarlas.”

(Browne y Tomicic 2007: 33)

- d) En su modelo, los autores incorporaron como variable independiente la percepción de la seguridad del barrio, indicador que a su vez apunta a una sensación subjetiva respecto a la seguridad del entorno directo del individuo. A nuestro entender no se justifica incorporar esta variable como variable independiente, sino debería ser más bien considerada como variable dependiente. Ya que ella seguramente está directamente relacionada con el nivel de temor que indican tener las personas, dado que indicadores que contienen elementos como “al salir de la casa” o “al llegar del trabajo”, de alguna manera apuntan a la seguridad del barrio. ¿Quién describiría a su barrio como un lugar seguro si tiene miedo al salir de la casa o al llegar a ella?
- Pfeiffer et al. (2005) mostraron que el consumo de televisión en general representa una variable predictora si una persona afirma que la situación delincencial del país se ha empeorado, aunque de hecho no fue el caso en el período investigado. Además, los resultados indican que el consumo de canales televisivos que tienden a tener una mayor cobertura de temas relacionados con

delincuencia y motivos violentos, amplifica este efecto. El mismo fenómeno lo observaron para la postura de las personas respecto a sentencias más duras. La relación entre consumo de televisión y la reivindicación de sanciones más duras, resultó ser proporcional y estadísticamente significativa.

- Eschholz et al. (2003) observaron que la relación entre el consumo de noticias locales y la sensación de sentirse inseguro, depende principalmente de las características socio-demográficas de las personas. Su análisis confirma que la relación entre tales variables es inversamente proporcional para mujeres, personas que no han sido víctima de un delito, personas de un nivel socioeconómico bajo y personas jóvenes.
- Los resultados de Chiricos et al. (2000) confirman que, tanto el consumo de noticias nacionales como locales, tiene un impacto en la preocupación de poder llegar a ser una víctima de un delito, independientemente de otras variables predictoras como, por ejemplo, la victimización o el nivel de delincuencia existente en el barrio de la persona. Además, se evidencia que el impacto del consumo de las noticias locales es mayor que la influencia que tiene el consumo de noticias nacionales en tal preocupación.
- Gross y Aday (2003) observaron que el consumo de noticias locales, tiene una capacidad predictora de considerar a la delincuencia como problema más importante del país, pero ellos no encontraron ninguna relación con la preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito. Los autores argumentan que sus resultados apuntan a la existencia de un efecto de agenda-setting, pero a la no existencia de un efecto de cultivación generalizado. Para tal efecto, la victimización directa e indirecta representaría una variable clave.
- Weitzer y Kubrin (2004) descubrieron que, sobre todo, las personas que han indicado recurrir a las noticias locales como fuente principal para informarse, tienden a mostrar efectos de cultivación. Los autores subrayan que es necesario crear sub-muestras para poder descubrir tales efectos. En el caso concreto de su estudio, el efecto de cultivación y el impacto que tuvieron otras variables, como la edad y el sexo de las personas, se amplificó en el momento de investigar el impacto del consumo de noticias según etnias diferentes.

- Los resultados de Romer et al. (2003), indican que el consumo de noticias locales en la televisión tiene tanto un efecto de agenda-setting como de cultivación. Se pudo observar tales efectos a nivel regional y local.
- Smolej y Kivivuori (2006) observaron que el consumo de contenidos mediáticos clasificados como prensa sensacionalista y los formatos noticieros que los entrevistados clasificaron como importantes fuentes relacionadas con la delincuencia, representan variables predictoras en relación con la percepción de la seguridad pública.

En base de los resultados obtenidos en las investigaciones revisadas, podemos concluir que es justificable asumir que el consumo de noticias representa una variable predictiva respecto a la percepción de la seguridad pública. Los resultados también indican el impacto de esta variable, que muy probablemente puede ser más destacado en ciertos grupos de personas y no necesariamente es observable para todo el universo representado por la muestra seleccionada. Esto afirma otra vez lo que ya hemos constatado anteriormente: Si ya a nivel nacional es observable un impacto destacado del consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública, es cierto que se puede investigarlo más en detalle para verificar si existen grupos de personas que son más o menos afectados, pero también implica que tal impacto en general es innegable.

Para la interpretación de nuestros resultados también vale destacar lo siguiente: La gran mayoría de las investigaciones dedicadas a medir el impacto que tiene el consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública, se concentran con mayor interés en la televisión. Esto parece bien comprensible si uno considera que, en general, la televisión representa el medio más consultado para informarse. Pero considerando lo que dicen Smolej y Kivivuori (2006 p: 222), cuando argumenta que “[t]he tabloids differ considerably from other media products, such as television crime programmes. One can switch the television off whenever one pleases, whereas it is difficult - if not impossible - to avoid the tabloid front pages in the street and commercial spaces [...]”, parece justificable constatar que para el grupo de personas con un alto nivel de consumo de noticias en todos los medios de comunicación, debería verificarse un impacto

negativo en la percepción de la seguridad pública aún más alto, ya que es justamente este grupo de personas donde la probabilidad de ser confrontado con temas asociados a la delincuencia y a la violencia es más alta. En otras palabras: no basta ver frecuentemente tales temas en la televisión, sino el efecto de tener una peor percepción de la seguridad pública se amplifica inversamente proporcional y probablemente de manera exponencial, en la medida que aumenta el consumo de noticias en todos los medios; es decir, cuando las personas son realmente *bombardeadas por asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas, lamentos y, en otro orden de cosas, por terremotos, incendios, aluviones e incidentes varios*. En este sentido, trabajar con la base de datos seleccionada representa otra ventaja, además de poder hacer un estudio comparativo, ya que nos permite crear un índice de consumo de noticias que contempla el consumo de noticias en la televisión, los diarios y la radio.

4.6 Conclusión

En este capítulo, hemos visto que el rol de los medios de comunicación de masas es ambiguo. Sin ellos, la constitución de una sociedad democrática es impensable, ya que son los medios de comunicación los cuales posibilitan la creación de una publicidad y la opinión pública resultante. Ambas representan elementos esenciales para el funcionamiento de una democracia. Es decir, la formación de una publicidad crítica, la cual necesariamente depende de mecanismos que hacen posibles informar e informarse, solamente es posible con los medios de comunicación. Al mismo tiempo, tales medios de comunicación siempre están en peligro de ser influenciados por intereses políticos y económicos y se suma la problemática de que, en estricto rigor, ellos nunca pueden no-manipular sus mensajes a causa de los procedimientos estructurales subyacentes a la producción.

Esta ambigüedad puede interpretarse como causa del fuerte interés científico que existe dentro del campo de las ciencias sociales, para el tema de las comunicaciones y los impactos mediáticos por una razón muy obvia: Como hemos vistos, la opinión pública representa un agente principal para la toma de decisiones en las sociedades democráticas contemporáneas. De ella se deduce parte importante de los argumentos centrales para la justificación de las políticas públicas. Entonces, si tales justificaciones no se basan en argumentos razonables, verdaderamente

consensuados, ¿cómo puede realizarse una democracia verdadera? Ni hablar de las implicaciones que tendría una manipulación consciente de la opinión pública por parte de grupos de intereses específicos.

De este interés nacieron las investigaciones que se concentran en el análisis del impacto del consumo de noticias, dado que en ellas se reflejan y concentran claramente estas características de manipulación - sobre todo cuando se considera que suelen proclamarse a sí mismas como *objetivas e independientes* (Giddens 2001: 579):

“More than any other message form, the news provides us with documentation that illustrates and illuminates key connections – between public communication and the exercise of power, between freedom and control, between reality and representation. It is, by its content and its shaping, a discourse of which purports both to present reality and to explain it.”

(Watson 1998: 105)

Además, hemos visto que existen estudios empíricos que señalan claramente una relación entre el consumo de noticias, sobre todo en la televisión, y la existencia de una mala percepción de la seguridad pública. Las diferentes investigaciones empíricas aportan argumentos que justifican la suposición de que las cuatro hipótesis centrales del campo de las investigaciones, sobre el impacto del consumo de noticias y la percepción de la seguridad pública (*substitution hypothesis, resonance hypothesis, individual vulnerability hypothesis y social-comparison hypothesis*), son válidas, pero dependen del contexto como, por ejemplo, de las características sociodemográficas. Esto demuestra, de cierta manera, la no existencia de un impacto universal causado por el consumo de noticias. Sin embargo, todos los estudios revisados revelaron un potencial impacto negativo, que el consumo de noticias puede tener en la percepción de la seguridad pública, lo que justifica, de cierta manera, suponer nuestra hipótesis central: En Chile, el consumo de noticias tiene un impacto negativo en la percepción de la seguridad ciudadana y, por ende, crea un sesgo en la opinión pública respecto al tema. Las investigaciones confirmaron que, a pesar de la variable consumo de noticias, tanto si una persona o un familiar de ella ha sido víctima de un delito, además de la edad y el sexo, representan variables predictoras para la existencia de una mala percepción de la seguridad pública.

Capítulo 5

Caracterización de la Seguridad Pública en América Latina y Chile

5.1 Introducción

“In democratic countries, at least in the western hemisphere, there has been a political trend toward appealing to the fear of crime as a popular issue in electoral campaigns, as well as more generally as a way of attracting public notice.”

(Chevigny 2003: 77).

En este capítulo, queremos abarcar más en detalle el por qué se justifica la suposición de que los medios de comunicación juegan un rol importante en la percepción de la seguridad pública en el caso de Chile. Desde la publicación del Informe sobre el Desarrollo Humano en Chile, del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) del año 1998, el tema de la delincuencia y la existencia de una brecha entre la percepción de ella y su desarrollo real, han llamado la atención de las ciencias sociales. Tanto más desde entonces, que la seguridad ciudadana llegó a ser un tema dominante en el debate público chileno. Este debate público y, por ende, sumamente político, se abre desde muy distintas perspectivas, que no pocas veces se basan en suposiciones ideológicas que en argumentos científicos.

Dado que “[i]f, over a prolonged period, the media report strong upward trends in the number of crimes committed and if the public debate on crime focuses on spectacular, serious crimes, policy makers come under heavy pressure to increase statutory punishments and tighten the rules of procedure for criminal prosecutions” (Pfeiffer et al. 2005: 260), nos parece sumamente interesante y necesario profundizar sobre el desarrollo real de la victimización y la delincuencia en América Latina, contrastándola con la percepción subjetiva que se manifiesta en la opinión pública, ya que, como hemos visto en el capítulo tres, en las democracias las respuestas por parte de las políticas públicas frente a un problema, están basadas - o por lo menos orientadas - en gran parte en ella.

En este contexto, los medios de comunicación tienen un doble rol en el ámbito de la seguridad pública. Retomando la síntesis de Dammert (2009: 86), por un lado su rol se refiere a la cobertura de los hechos ocurridos, en donde la función es informar a la ciudadanía acerca de las características de los acontecimientos. En ella se reforzarían “[...] visceralmente los sentimientos públicos que contribuyen a dar soporte al campo del control del delito”. Por otro lado, correspondería a la “[...] configuración de la agenda pública, al confluir la cobertura de estos hechos con el discurso y la visibilidad de la tendencia de mano dura, tanto de las autoridades políticas como de la ciudadanía.” De este modo se construiría una interacción dinámica entre los medios de comunicación, los políticos, el público e importantes grupos de interés, en torno al desarrollo de la construcción de las noticias sobre delincuencia y su impacto en las políticas públicas.

Entonces, analizaremos en un primer paso el desarrollo de la delincuencia y la victimización en Chile, contrastándolo con los otros países latinoamericanos, lo que nos permitirá evaluar mejor la situación delincencial en Chile en el contexto regional. En un segundo paso, presentaremos ciertos aspectos claves del paisaje mediático chileno y la representación de la delincuencia en los medios, lo que resaltará el argumento de que los medios de comunicación en Chile, juegan un rol sumamente importante en el momento de analizar y explicar la percepción sesgada de la seguridad pública. Ésta última la enfocaremos en un tercer paso, contrastándola otra vez con los demás países latinoamericanos. La contrastación entre el desarrollo estadístico de la delincuencia y la percepción de ella en la opinión pública, en combinación con una mirada comparativa a nivel regional, nos permitirá entender mejor por qué se justifica hablar de una brecha existente entre la delincuencia real y la percepción de ella y, por ende, por qué se justifica confirmar la aún existente imagen de un delincuente omnipotente y omnipresente. Esta imagen ha sido reforzada por el nuevo presidente chileno, Sebastián Piñera, en su primer discurso del 21 de mayo del año 2010. Mientras ya para el gobierno anterior, la problemática de la delincuencia constituía una seria preocupación, cuya solución se anunciaba buscar en base a una aproximación integral, que enfocara también las causas de la delincuencia³⁷, el actual presidente proclamó que “la batalla a

³⁷ “Pero así como se trabaja en el delito, se trabaja en sus causas. Y se trabaja seriamente, como lo he señalado en empleo, educación, capacitación, deportes” (Presidenta Michelle Bachelet en mayo 2007). El discurso completo encontramos en: <http://www.emol.com/noticias/documentos/pdfs/21mayo2007.pdf> (30/05/2010).

la delincuencia” constituirá un eje principal de las políticas públicas que se busca realizar durante su gobierno:

“Nuestro tercer gran desafío es empezar, de una vez por todas, a ganarle la batalla a la delincuencia y el narcotráfico. Porque la delincuencia y la droga destruyen las familias y son el veneno de la sociedad. Y pareciera que en Chile hemos bajado los brazos en esta lucha. [...] Estamos en el mundo al revés. La gente honesta vive atemorizada en sus hogares, detrás de rejas y candados, mientras los delincuentes se pasean como Pedro por su casa y muchas veces con total impunidad. Para ganar estas batallas formaremos una alianza estratégica con nuestras policías y la ciudadanía. Porque queremos que sean los delincuentes y no la gente honesta los que sientan temor. Porque queremos quitarles las calles, plazas y parques a los delincuentes y narcotraficantes y recuperarlas para la familias. Porque queremos salvar a miles de niños y jóvenes de caer en las garras de la droga. Y porque queremos terminar con la impunidad, que permite a un pequeño grupo de delincuentes peligrosos y reincidentes, mantener de rodillas a todo un país.”

(Presidente Sebastián Piñera en mayo 2010)³⁸

Reanudando la cita introductoria de Chevigny, vale preguntarse si se justifica hablar de un “país en rodillas”, cuando hace apenas dos años atrás “[s]e dio a conocer el Índice Global de Paz por la Unidad de Inteligencia Económica de Londres. Qué nos dice: Chile, el país más seguro de América Latina, segundo de las Américas, después de Canadá” (Presidenta Michelle Bachelet en mayo de 2008)³⁹. ¿El mundo se ha vuelto al revés durante estos dos últimos años?

5.2 Delincuencia y victimización en América Latina y Chile

Para poder evaluar si se puede verdaderamente hablar de una percepción sesgada respecto a la seguridad pública, será necesario analizar la situación delincencial y su desarrollo en los últimos años, para después poder relacionar tales resultados con la percepción subjetiva que se manifiesta en la opinión pública. Considerando los resultados de la encuesta Latinobarómetro 2007 resulta que en el promedio latinoamericano el 38% de las personas indicaron haber sido personalmente víctima de un delito en los últimos doce meses, o que algún pariente de ellas lo había sido.

³⁸ El documento entero se encuentra disponible en la página web del Ministerio Secretaría General de la Presidencia en: http://www.minsegpres.gob.cl/portal/documentos/discurso_presidencial_21_de_mayo_2010/documentoLista/0/documento/21%20DE%20MAYO%202010.pdf (30/05/2010)

³⁹ El documento entero se encuentra disponible en la página web del Ministerio Secretaría General de la Presidencia en: http://www.emol.com/noticias/documentos/pdfs/discursopresidencial_21demayo2008.pdf (30/05/2010)

Tabla 4: Victimización en América Latina en 2007 (%)

	¿HA SIDO UD. O ALGÚN PARIENTE ASALTADO, AGREDIDO, O VÍCTIMA DE UN DELITO EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	
	(0) No	(1) Si
Venezuela	49,9	50,1
Argentina	53,0	47,0
Honduras	55,1	44,9
Perú	56,5	43,5
Bolivia	57,4	42,6
Brasil	57,9	42,1
El Salvador	58,5	41,5
Paraguay	59,4	40,6
Chile	59,8	40,2
México	60,8	39,2
Ecuador	61,8	38,2
Uruguay	65,2	34,8
Guatemala	65,4	34,6
Colombia	65,6	34,4
Costa Rica	68,0	32,0
Nicaragua	71,7	28,3
República Dominicana	72,3	27,7
Panamá	85,2	14,8
América Latina	62,0	38,0

Como lo muestra la tabla 4, Venezuela es el único país donde más de la mitad de las personas indican que ellas, o algún pariente, han sido víctima de un delito durante los últimos doce meses, en Panamá apenas un 15% lo indica. Chile, Con un 40,15%, se sitúa en el valor promedio. Es decir, en el contexto latinoamericano, Chile no revela una tasa de victimización baja, pero tampoco alta, lo que coincide con resultados de investigaciones anteriores (Olavarría 2006: 29-33). Resulta justificable constatar que tanto en Chile como en los casos de Ecuador, México, Paraguay y El Salvador, la tasa de victimización se acerca al promedio latinoamericano.

Tabla 5: Corrupción en América Latina en 2007 (%)

¿HA SABIDO UD. O ALGÚN PARIENTE DE ALGÚN ACTO DE CORRUPCIÓN EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?		
	(0) No	(1) Si
Brasil	33,0	67,0
México	66,8	33,2
Argentina	76,6	23,4
Costa Rica	76,7	23,3
Perú	77,1	22,9
Venezuela	77,1	22,9
Paraguay	78,5	21,5
Uruguay	83,0	17,0
Bolivia	83,7	16,3
Colombia	86,5	13,5
El Salvador	87,6	12,4
República Dominicana	87,7	12,3
Ecuador	87,8	12,2
Guatemala	88,9	11,1
Nicaragua	89,4	10,6
Honduras	90,4	9,6
Chile	91,4	8,6
Panamá	93,5	6,5
América Latina	80,3	19,7

Los países donde con mayor frecuencia se indica haber experimentado o sabido de un acto de corrupción (véase tabla 5) son Brasil, México y Argentina. Panamá, Chile y Honduras presentan los valores más bajos. Mientras que en el promedio latinoamericano, el 19,7% confirman tener conocimiento de un acto de corrupción, en Chile solo el 8,6% lo hace.

Tabla 6: Consumo de drogas en América Latina en 2007 (%)

	¿HA SABIDO UD. DE ALGÚN AMIGO O PARIENTE QUE HAYA CONSUMIDO DROGAS EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	
	(0) No	(1) Si
Brasil	53,7	46,3
Costa Rica	59,6	40,4
Argentina	69,6	30,4
México	71,3	28,7
Colombia	74,1	25,9
Venezuela	75,0	25,0
Uruguay	76,3	23,7
Chile	81,7	18,3
Nicaragua	82,4	17,6
Perú	83,5	16,5
Paraguay	83,6	16,4
República Dominicana	84,2	15,8
Panamá	85,3	14,7
El Salvador	86,6	13,4
Honduras	88,0	12,0
Guatemala	90,7	9,3
Ecuador	90,9	9,1
Bolivia	92,1	7,93
América Latina	79,1	20,9

Respecto a la tasa de personas que indican haber sabido de una persona que ha consumido drogas durante los últimos doce meses (véase tabla 6), con un 18,3% Chile se encuentra otra vez en el valor promedio de los países latinoamericanos. Brasil y Costa Rica destacan por un alto nivel de consumo de drogas mientras que Guatemala, Ecuador y Bolivia ocupan los últimos puestos en este ranking.

Tabla 7: Compra/Venta de drogas en América Latina en 2007 (%)

	¿HA SABIDO UD. DE ALGUIEN QUE HAYA PARTICIPADO EN UNA COMPRA O VENTA DE DROGAS EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES?	
	(0) No	(1) Si
Brasil	66,1	33,9
Costa Rica	72,1	27,9
Argentina	82,6	17,4
Uruguay	82,9	17,1
Venezuela	83,6	16,4
México	83,7	16,3
República Dominicana	87,9	12,1
Panamá	89,2	10,8
Colombia	89,2	10,8
Chile	89,6	10,4
El Salvador	89,7	10,3
Paraguay	91,4	8,6
Perú	91,6	8,4
Nicaragua	92,9	7,1
Honduras	92,9	7,1
Guatemala	93,9	6,1
Ecuador	94,2	5,8
Bolivia	95,9	4,1
América Latina	87,1	12,9

La misma tendencia que se mostró para el consumo de drogas, se refleja en la participación en una compra o venta de drogas. Mientras, en promedio en América Latina, el 12,9% de las personas confirman haber sabido de una compra o venta de drogas, con un 10,4% Chile se encuentra por debajo del promedio de la región.

Tabla 8: Acoso sexual en América Latina en 2007 (%)

	¿HA SUFRIDO UD. O CONOCE UD. A ALGUIEN QUE HAYA SUFRIDO ACOSO SEXUAL EN SU LUGAR DE TRABAJO?	
	(0) No	(1) Sí
Brasil	88,0	12,0
Costa Rica	85,1	14,9
Venezuela	87,6	12,4
El Salvador	89,2	10,8
Perú	89,5	10,5
México	90,3	9,7
Argentina	91,1	8,9
Honduras	91,8	8,2
Guatemala	92,2	7,8
Bolivia	92,2	7,8
Chile	93,1	6,9
Colombia	93,3	6,7
Paraguay	94,0	6,0
República Dominicana	94,2	5,8
Panamá	94,2	5,8
Nicaragua	94,3	5,7
Uruguay	94,8	5,2
Ecuador	95,9	4,1
América Latina	91,7	8,3

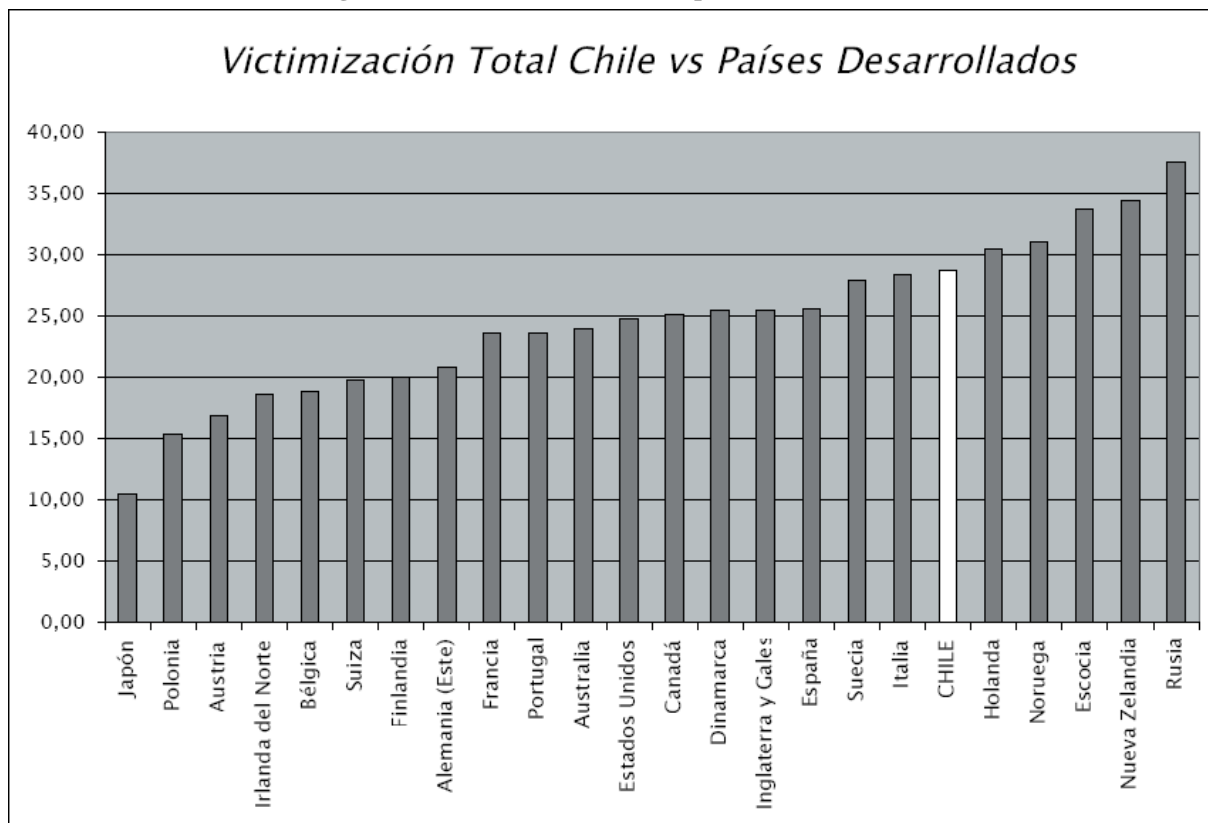
Mientras Brasil es el país con la mayor tasa de personas que indican haber sufrido un acoso sexual, o conocer a una persona que lo ha sufrido (12%), el promedio latinoamericano llega a 8,3%. Y sólo con un 6,9%, Chile muestra cifras debajo del promedio latinoamericano.

Por lo anteriormente descrito, podemos constatar que Chile ocupa un lugar promedio en el contexto latinoamericano respecto a la presencia de actos delictivos, con excepción de actos de corrupción, donde pertenece al grupo de los países menos afectados.

Desde otra perspectiva comparativa, resulta ser sumamente interesante el estudio de Mauricio Olavarría Gambi quien, basándose en el International Crime Victimization Survey (ICVS) del

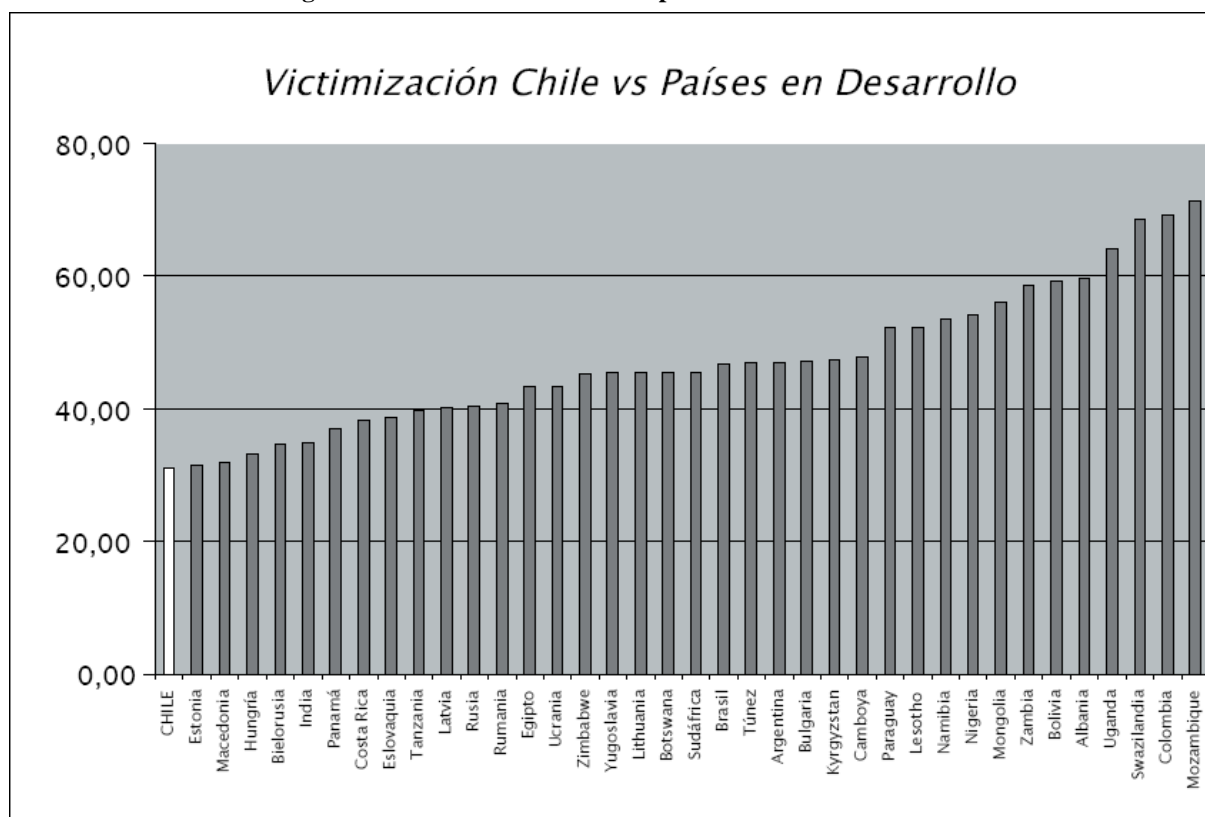
año 2000 y la Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (ENUSC) del año 2003, contrasta la situación de victimización en Chile con los otros países incluidos en la base de datos del ICVS. Sus resultados indican que para los delitos de robo de vehículo, robo desde el vehículo, robo con fuerza, robo por sorpresa/violencia, hurto, lesiones y corrupción, Chile obtiene el lugar 28 de un total de 70 países incluidos en este ranking, siendo el país menos delictivo de los países latinoamericanos y mejor que países como Holanda, Noruega, Escocia y Nueva Zelanda (Olavarría 2006: 80-83). Además, el autor muestra la ubicación de Chile en este ranking, a través de dos perspectivas diferentes: La victimización en Chile en relación con países desarrollados y en relación con países en vías de desarrollo.

Figura 6: Victimización: Chile vs. países desarrollados



Fuente: Olavarría 2006: 32

Figura 7: Victimización: Chile vs. países en vías de desarrollo



Fuente: Olavarría 2006: 32

Analizando el costo económico de la delincuencia, el autor subraya que “[...] los delitos que presentan mayor incidencia en Chile son delitos en que el valor de lo robado en cada evento tiende, en general, a ser bajo, pero dado el nivel de reiteración de estos delitos el costo final de ellos representa una proporción significativa de las pérdidas totales que representa la delincuencia en el país” (Olavarría 2006: 64), es decir, aunque la tasa de victimización en Chile en términos generales no es baja, sino corresponde más bien al promedio de la región, los delitos que se registran tienden a ser de menor gravedad. Esta tendencia se constata también cuando uno compara las tasas de homicidio en la región, donde Chile presenta una de las más bajas siendo solamente superado por Argentina.⁴⁰

⁴⁰ Los datos más actuales para la mayoría de los países de la región, en la base de datos accesible de la Organización Mundial de la Salud, son de 2005. Para una parte de los países latinoamericanos, no existen datos confiables al respecto.

Tabla 9: Tasa estimada de muertos a causa de homicidios (por 100.000 personas)

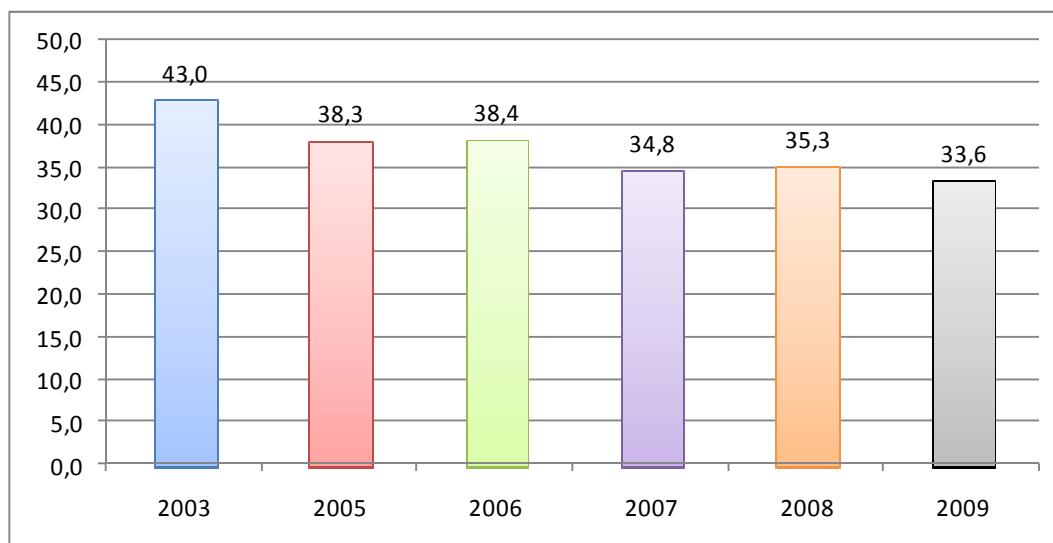
	Tasa estimada de muertos a causa de homicidios (por 100.000 habitantes)	Año
Argentina	5,2	2005
Bolivia
Brasil	29,2	2005
Chile	5,8	2005
Colombia	52,5	2005
Costa Rica	7,7	2005
Cuba	6,2	2005
Ecuador	18,4	2005
El Salvador	61,3	2005
Guatemala
Honduras
México	10,5	2005
Panamá
Paraguay	17,6	2005
Perú
Uruguay
Venezuela	31,9	2005
EE.UU	6,0	2005

Fuente: Pan American Health Organization, en: <http://www.paho.org/Spanish/SHA/coredata/tabulator/newTabulator.htm> (30/05/2010)

Realizada la comparación entre Chile y América Latina, corresponde ahora concentrarnos en el desarrollo de la delincuencia en Chile durante los últimos años. Según las cifras del Ministerio del Interior, el porcentaje de hogares victimizados ha bajado de manera significativa desde el año 2003 – año en el cual la delincuencia llegó a ser percibida como el problema más importante del país (véase el capítulo 5.4).

Figura 8: Porcentaje de Hogares Victimizados 2003-2008 (%)

Durante los últimos doce meses, ¿usted o algún miembro de su hogar fue víctima de algún delito?



Fuente: Ministerio del Interior/INE - Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (ENUSC) del año 2009

Vale destacar que la elección de los indicadores para medir la evolución de la delincuencia, conlleva una problemática científica y, muy probablemente, una cierta postura política-ideológica, dado que se pueden encontrar publicaciones actuales que describen tendencias casi contradictorias. Esto es, por ejemplo, el caso del estudio *Caracterización socioeconómica y espacial de la criminalidad en Chile*, cuyos autores se basaron en el *Anuario de Estadísticas criminales 2008* de la Fundación Paz Ciudadana, institución que se considera como uno de los think-tanks más importantes respecto a la temática de la delincuencia en el país. En el mencionado anuario, los autores usaron como indicador para medir la evolución delincencial, el número de denuncias realizadas anualmente – indicador que la propia institución cuestionó en su *Balance de la delincuencia 2008*:

“Si bien la publicación de datos sobre denuncias de delitos por parte del Ministerio del Interior sigue siendo un hito para la opinión pública, el estado del arte en materia de medición de la delincuencia indica que los sesgos de los datos de denuncia los hacen un pésimo indicador de la real actividad delictiva. Lo anterior debido a que la propensión de las víctimas a denunciar dependen de una serie de factores que van desde la gravedad del delito – delitos más graves probablemente son denunciados en una mayor proporción – hasta las facilidades otorgadas por las policías y los tribunales para realizar las denuncias o perseguir penalmente los delitos. En el caso de Chile, la reforma procesal penal emprendida a fines de la década pasada y que recién lleva cuatro años funcionando en la Región Metropolitana implicó, además, cambios en los sistemas de registro que hacen discutible la validez de las series estadísticas sobre denuncias. En este contexto,

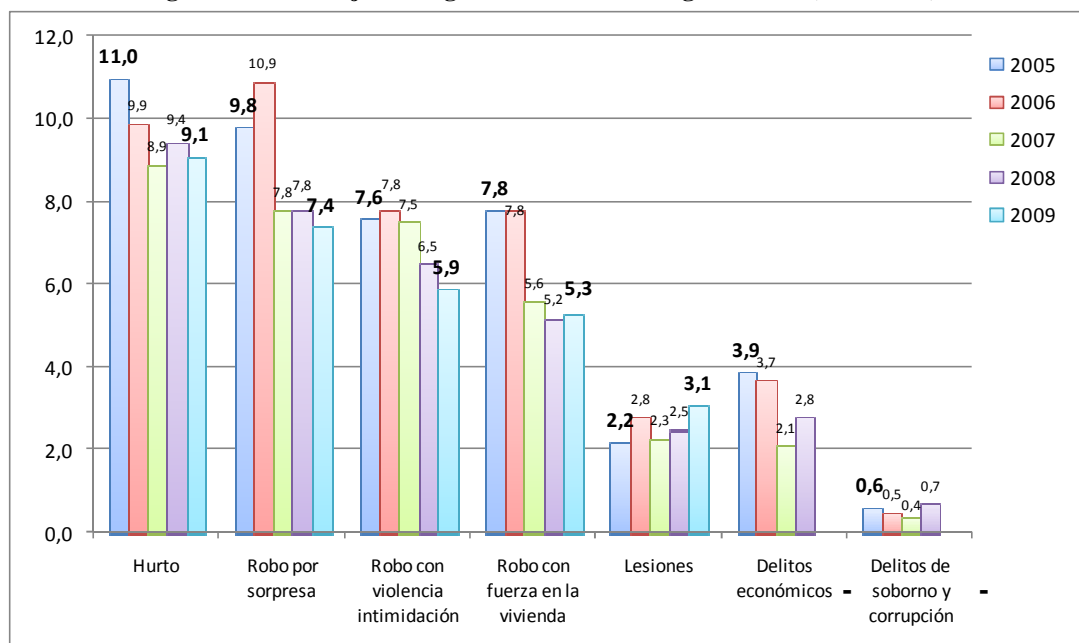
la discusión sobre la cantidad de delitos que son cometidos en nuestro país se centra en las tasas de victimización, indicador utilizado internacionalmente para medir su frecuencia.”

(Fundación Paz Ciudadana 2009: 3)

Además, cuando se trata de contrastar la percepción de la seguridad pública y tasas reales, se debe tener en cuenta que los diferentes tipos de delitos registrados juegan un rol importante. Es posible pensar que un aumento de delitos con el uso de violencia, como por ejemplo robo con violencia, homicidios o violación, es decir, un aumento de delitos con niveles de afectividad emocional más altos, supuestamente debería tener otro peso en el sesgo de la percepción de la seguridad pública que un aumento de la tasa de defraudación tributaria o delitos de soborno y corrupción.

Resulta ser interesante que, justamente los delitos de la categoría robo con violencia o intimidación y robo con fuerza en la vivienda disminuyeron, mientras los delitos de menor impacto emocional, como es el caso de los delitos económicos y de corrupción, aumentaron de manera estadísticamente significativa entre 2007 y 2008.

Figura 9: Porcentaje de Hogares Victimizados según delitos (2005-2009) ⁴¹



Fuente: Ministerio del Interior / Instituto Nacional de Estadística (INE) - Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (ENUSC) 2007-2009

⁴¹ Para delitos económicos y delitos de soborno y corrupción no se especificó los datos para el año 2009. La pregunta fue: “Durante los últimos doce meses, ¿usted o algún miembro de su hogar fue víctima de alguno de estos delitos?”

Podemos resumir entonces que la tasa de hogares victimizados en Chile, ha experimentado una baja estadísticamente significativa desde el año 2003 y que, en el mismo año, Chile mostró la tasa de victimización más baja en comparación con los demás países en vías de desarrollo. Además, en el contexto latinoamericano, Chile destaca claramente como país donde los delitos tienden a ser de menor gravedad. Según esta tendencia, los resultados consolidan la existencia de una brecha entre la percepción de la seguridad pública y la realidad delincuencia. ⁴²

5.3 El paisaje mediático y la delincuencia en los noticieros chilenos

Hemos visto en el capítulo dos, que los medios de comunicación de masas son esenciales para la formación de una publicidad crítica y, por ende, para la constitución de un sistema democrático deliberativo. Bajo esta mirada, el paisaje mediático, es decir la pregunta sobre quiénes son los emisores y cuáles intereses persiguen, resulta sumamente importante. Estamos plenamente conscientes de que no será posible dar un análisis acabado del paisaje mediático chileno y que no se dejan adscribir efectos mediáticos a la mera existencia de intereses políticos identificables operando en ello. Más bien, se debería decir que estos intereses incluso son necesarios para la formación de una opinión pública - siempre y cuando se trata de un paisaje mediático pluralista y diversificado. El por qué es evidente: sin ello, la búsqueda de soluciones políticas orientadas por el razonamiento y basadas en los consensos y un debate público crítico, no es posible. Siguiendo la argumentación habermasiana, sin tal paisaje mediático democrático, inevitablemente se corre el riesgo de establecer una *política arcana*. La pregunta central, y no solamente para el contexto chileno, debe apuntar a lo siguiente: En un paisaje mediático casi exclusivamente privado, el cual además queda en manos de un grupo de interés relativamente pequeño, ¿es posible que los medios de comunicación cumplan con su función de crear una publicidad pluralista y crítica o esto es imposible dada su estructuración?

A continuación queremos destacar algunas especificidades del paisaje mediático chileno actual, lo que nos permitirá contextualizar e interpretar mejor los resultados de nuestro estudio, dado que

⁴² Estamos conscientes de que los datos presentados son primero que nada de años diferentes y, además, obtenidos por metodologías diferentes, lo que hace imposible una comparación o integración directa. Sin embargo, estas cifras describen una tendencia que esquematiza a Chile como un país seguro en comparación con la región.

“[...] dentro del mercado de los medios de comunicación en Chile existen (!sic) una serie de elementos que limitan el pluralismo y amenazan gravemente la libertad de expresión, afectando de forma negativa la calidad de la política al poner trabas para que se manifieste la diversidad de perspectivas existentes sobre cuáles son y cómo deben ser tratados los temas de interés nacional, empobreciendo con ello tanto el debate como el espacio público” (Corrales y Sandoval 2005: 19).

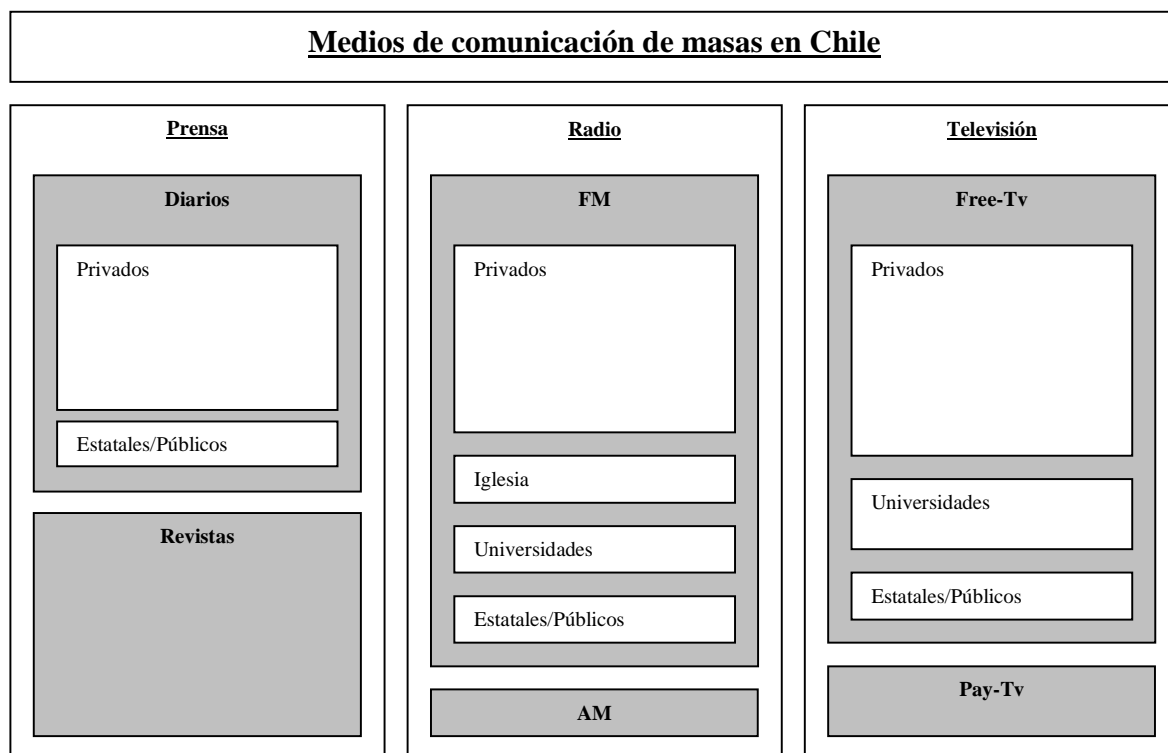
Markus Moke (2004: 78-79) resume para el sistema mediático chileno post-dictatorial las siguientes características:

- Existe un estructura conservadora
- Existe poco periodismo investigativo
- Poco interés en temas políticos por parte de los medios de comunicación
- Predomina una fuerte orientación por factores económicos (comercialización)
- Existen evidentes tendencias monopolistas (prensa y radiodifusión)
- Existen tendencias claras de una internacionalización como consecuencia de la globalización
- Predomina un paisaje periodístico profesional

Estas características se formaron en un contexto donde “[l]a introducción de dinámicas liberalizadoras en los medios responde a razones económicas de mercado - es decir, a la necesidad de sintonía con las aspiraciones de las audiencias - más que a un compromiso político con la libertad o la democracia” (Tironi y Sunkel 1993: 243). Fue el mismo Eugenio Tironi, entonces primer secretario de Comunicación y Cultura en la administración del presidente Aylwin, quien, siguiendo a Gustavo González (2008: 67), proclamó que “[...] ‘the best communication policy is not having a communication policy at all’.” El autor sigue concluyendo que “[a]s a result of this neo-liberal approach, the state withdrew from ownership of radio stations and news agencies. It also meant that the government ceased advertising in emerging independent media, such as Analysis and Apsi magazines, which contributed to the consolidation of El Mercurio and Copesa, which already controlled the media market.”

Siguiendo a Markus Moke (2004: 81), se podría esquematizar la estructuración del paisaje mediático en Chile considerando tres componentes, en los cuales destaca la importancia del sector privado (véase figura 10):

Figura 10: Estructuración del paisaje mediático en Chile



Fuente: Moke 2004: 81

González (2008: 65) resume que “[a] lack of pluralism crosses the entire media spectrum in Chile and is a result of a system which was articulated during the dictatorship and has been consolidated under the democratic governments that have applied in this field a *laissez faire* approach that Pinochet did not have.”

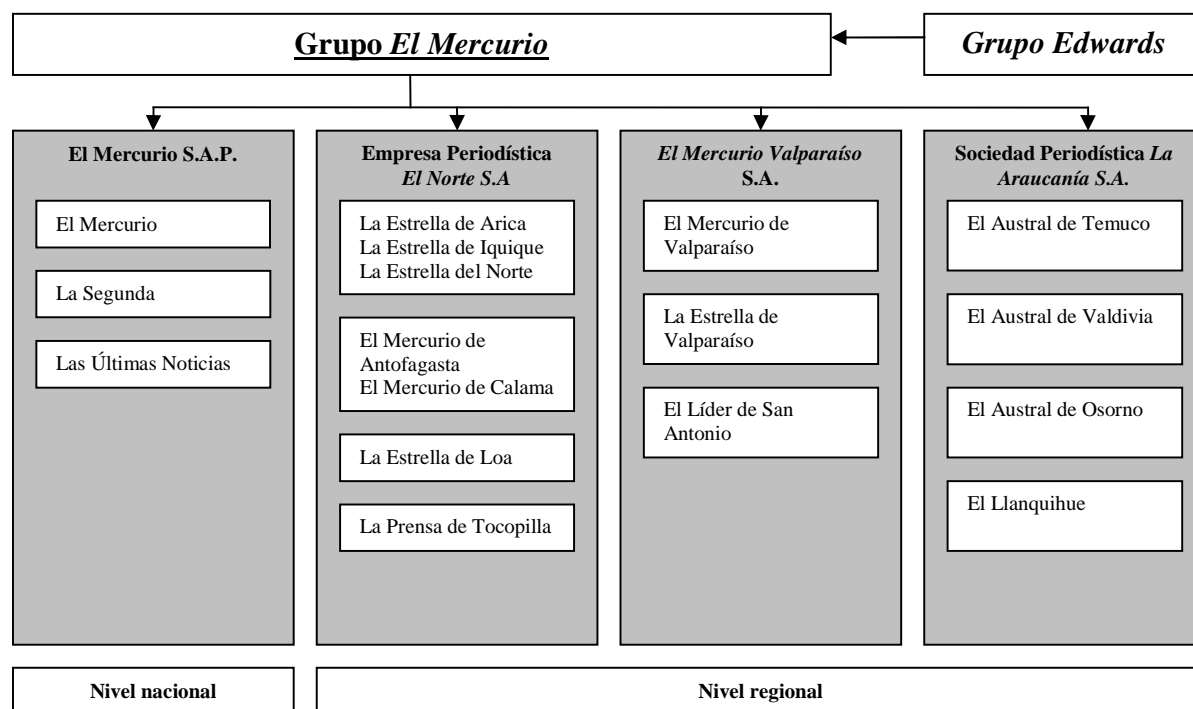
Pero, específicamente, el sector de la prensa escrita se caracterizaría por una clara falta de pluralismo. La situación en ese sector mediático podría describirse como un *sistema duopolista*, donde principalmente dos grupos grandes controlan todo sector: El grupo de *El Mercurio* con todos sus subempresas y el *Consortio Periodístico de Chile S.A. (Copesa)*:

“Together with the El Mercurio group, Copesa has installed a media duopoly in Chile, whereby two dominant companies control the print run, the greatest share of readers and almost the entire advertising portfolio. This state of affairs is best described as a duopoly, since, while Copesa and El Mercurio operate a two-headed monopoly, it is also fair to say that the papers owned by these groups manifest a uniformity of political-ideological projects, editorial lines, styles and news coverage.”

(González 2008: 61-62)

Mientras el competidor del grupo de *El Mercurio*, *Copesa*, maneja principalmente tres diarios *La Tercera*, *La Cuarta* y *La Hora*, el grupo de *El Mercurio* forma una red mayor con prensa tanto a nivel nacional como regional, como se indica en la figura 11:

Figura 11: Grupo *El Mercurio*



Fuente: Moke, 2004: 103

Destacamos este escenario, ya que existe una estrecha vinculación entre la Fundación Paz Ciudadana, la institución más importante en la difusión de información sobre la delincuencia y que “[...] más ha influido en cómo entendemos la delincuencia y en lo que debemos hacer para combatirla [...]” (Ramos A., M. y Guzmán de Luigi, J. A., 2000: 70), y una de las dos “empresas duopolistas” en el paisaje mediático de la prensa escrita chilena. Ramos A. y Guzmán de Luigi concluyen que la fundación cuenta con el compromiso de la mayor parte de los medios

nacionales de difundir sus campañas, dado que “[l]os hombres más ricos de Chile, las cabezas mejor entrenadas para diseñar mensajes efectivos y los medios más importantes del país, se unen bajo una sola bandera: luchar contra la delincuencia” (Ramos y Guzmán de Luigi, 2000: 69). Además, los autores subrayan que durante la mayor parte de su existencia, “[...] Paz Ciudadana nos ha devuelto, como investigación científica, los sentimientos más primarios frente al delito: miedo y la necesidad de una reacción dura; desconfianza en los jóvenes pobres y en la capacidad de las autoridades de sanjar (sic!) el tema” (Ramos y Guzmán de Luigi, 2000: 73). La importancia que juega la empresa en el escenario político y en la configuración de la política, se manifiesta también en lo que Hugh O’Shaughnessy destaca acerca del grupo de *El Mercurio*:

“In Chile, the Edwards family [...] still controls the empire grouped round El Mercurio, the country’s biggest newspaper. Supported in bad times by subsidies from the United States, the paper never gave much space to the arguments for a better distribution of wealth. It prospered mightily during the dictatorship of Augusto Pinochet and carried on supporting his ideas after he was forced from office. Indeed, in September 2005, during the last weeks of the presidency of Ricardo Lagos, this cautious social democratic president wrote a letter to Augustín Edwards, the head of the clan, in which he accused El Mercurio of ending up as ‘a newspaper at the service of a tribe, the tribe which wants to sow hatred through those who write its leader pages and the tribe who wants to attack us by any means at all’.”

(O’Shaughnessy 2007: 69)

Corrales y Sandoval (2005: 19) constatan que “[...] la tradicional noción de oligopolio no resulta suficiente para comprender la forma en que se ha estructurado el mercado de la prensa en Chile, para esto resulta necesario introducir otra noción que es la de ‘monopolio ideológico’.” Una característica del empresariado chileno en general, sería su alto nivel de uniformidad ideológica, expresada en un alto nivel de compromiso con el modelo neoliberal y, en lo cultural, en un fuerte conservadurismo valórico. Los autores argumentan que, cuando los empresarios actúan como avisadores, utilizarían la inversión publicitaria como una herramienta para fortalecer a aquellos medios que les son más afines, introduciendo una distorsión en el mercado dificultando la aparición de otras expresiones. Los autores sigue concluyendo que “[d]e hecho, la concentración de los medios de comunicación y la conformación de oligopolios no explica por sí misma una anulación de la diversidad político cultura [...], pero ésta es más bien una peculiaridad distintiva del caso chileno que, aunque se muestra de una forma más exacerbada en el mercado de la prensa escrita, en la televisión empieza a ser una tendencia cada vez más significativa” (Corrales y Sandoval 2005: 19).

Siguiendo los datos que recolectaron los autores en el año 2003, el 99% de los diarios matutinos de circulación nacional se reparten a los dos conglomerados de *El Mercurio* y *Copesa* (véase tabla 10).

Tabla 10: Promedios de circulación neta por día (período: julio-diciembre 2003)

	Lunes a Viernes	Sábado y Domingo	Promedio por semana
Diarios Generales			
Matutinos			
Las Últimas Noticias	145.205	196.579	159.883
La Cuarta	122.966	165.053	134.991
El Mercurio	105.113	208.238	134.577
La Tercera	91.927	200.483	122.943
La Nación	5.157	-	6.053
Vespertinos			
La Segunda	34.563	-	34.563
Diarios Financieros			
El Diario	Sin información		
Estrategia	Sin información		
Diarios Gratuitos			
Matutinos			
La Hora	100.000		100.000
Publimetro	87.667		87.667
Vespertinos			
La Hora de la Tarde	31.000		31.000

Fuente: Corrales y Sandoval 2005: 8

La cifras subrayan claramente lo que González (2008: 71) lamenta cuando constata “[t]hus, the confrontation of ideas is diluted in the domain of ‘ideological monopoly’ [...].”

En este contexto, vale mencionar que también surgieron debates en el congreso respecto al gasto para publicidades estatales, dado que representarían, en cierta manera, una práctica discriminatoria que excluiría a medios independientes y alternativos. Esto, en el sentido que el gobierno y las empresas estatales habrían encargado publicidad para la cual aplicaron los mismos criterios que las empresas privadas, con el fin de llegar a un público más amplio posible,

favoreciendo de ese modo la hegemonía del sistema duopolista o, más bien, del monopolio ideológico:

“Ricardo Lagos Weber, son of the former president, Ricardo Lagos, and chief of staff during Michelle Bachelet’s government, was also responsible for communication and media affairs. He believed that the state should make its advertising investment according to the circulation and ratings of the media, therefore following traditional market-driven criteria. This approach prevented the left-wing government from directly allocating advertising, and this contributed to the emergence and expansion of alternative media outlets, which could express different political and ideological views. A system of subsidies, alternative to that of advertising, is not acceptable either in this mercantilist atmosphere. Thus, pluralism and democracy lose.”

(González 2008: 72)

La tabla 11 nos da una visión de la distribución de las inversiones publicitarias en la prensa escrita chilena. El hecho que *El Mercurio* asume más de la mitad de las inversiones publicitarias subraya, las tendencias anteriormente descritas.

Tabla 11: Inversión publicitaria en la prensa escrita por medio

	Enero-Noviembre 2002		Enero-Noviembre 2003		Variación %
	U.F.	% Particular	U.F.	% Particular	
El Mercurio	7.708.728	51,4%	8.142.455	51,5%	6%
La Tercera	2.209.123	14,7%	2.400.125	15,2%	9%
Estrategia	840.819	5,6%	1.077.337	6,8%	28%
Publmetro	975.834	6,5%	1.024.431	6,5%	5%
Las Últimas Noticias	872.743	5,8	1.005.609	6,4%	15%
Diario Financiero	707.549	4,7%	768.713	4,9%	9%
La Segunda	470.812	3,1%	494.261	3,1%	5%
La Cuarta	296.690	2,0%	341.133	2,2%	15%
La Hora	338.698	2,3%	187.989	1,2%	-44%
La Nación	223.178	1,5%	186.492	1,2%	-16%
La Hora de la Tarde	92.828	0,6%	184.953	1,2%	99%
La Voz de la Tarde	62.957	0,4%	--	--	--
El Metropolitano	14.996.209	100%	15.813.498	100%	5%
Total Prensa					

Fuente: Corrales y Sandoval 2005: 8

Ahora bien, a continuación destacamos algunas características del sector de la televisión. A este respecto, Corrales y Sandoval (2008: 12) resumen que tanto la creación de nuevas estaciones privadas y la modificación de la institucionalidad regulatoria del sistema de televisión como la complejización del mercado de la inversión publicitaria, establecieron en la actualidad una televisión abierta significativamente diferente a la que heredó la transición a la democracia a comienzos de los ‘90. Los autores constatan que, en términos generales, el mercado televisivo chileno se ha mantenido estable a partir de 1992, en torno a un cierto número de canales nacionales y zonales. Ellos subrayan que “[...] la tendencia del mercado de la televisión chilena, a diferencia de otros medios como la radio, es a una clara hegemonía de un sistema de grandes empresas de carácter nacional, presentando un escaso desarrollo y visibilidad los canales zonales y locales. Esta tendencia se ve ampliamente ratificada con los datos de la participación de los canales en el mercado de audiencias e ingresos por publicidad, donde los cinco canales nacionales, con sede en Santiago, controlan prácticamente la totalidad del mercado televisivo” (Corrales y Sandoval 2008: 13).⁴³

Los autores indican que la televisión abierta en Chile se conforma principalmente de cinco canales, los cuales en el año 2003 concentran el 57% de la inversión publicitaria frente a un 29% de la prensa escrita.

Tabla 12: Propiedad de los principales canales de la televisión abierta en Chile y las respectivas participaciones en las inversiones publicitarias (2004)

Operador	Propiedad Nacional	Propiedad Extranjera	Participación en la inversión publicitaria (2004)
TVN	Estado (100%)		22,6%
UC TV	Pontificia Universidad Católica (100%)		32,1%
Chilevisión		Grupo Claxson: • El Holding Venezolano de Gustavo Cisneros (37 %). • El Fondo de Inversiones Hicks, Muse, Tate & Furst (29%) • Los dueños de El Sitio (34%)	8,4%
Megavisión	Ciecsa S.A. (62,6%) (Grupo Claro)	Televisa (37,4 %)	28,3%
La Red		Ángel González (100%)	7,7%

Fuente: Corrales y Sandoval 2005: 14

⁴³ Dado esta situación en el sector de la televisión y la prensa escrita, se refuerza el argumento de que por lo menos en el caso chileno no será necesario diferenciar entre el consumo de noticias locales y nacionales, en el momento de analizar empíricamente su impacto en la percepción de la seguridad pública.

Como ya se ha señalado anteriormente, no queremos ni podemos profundizar cabalmente lo que podría implicar un paisaje mediático no pluralista respecto a la formación de la opinión pública y, por ende, la calidad de una democracia. Sin embargo, hemos visto que el paisaje mediático chileno en sí ya muestra ciertas especificidades que se deben tener en cuenta, en el contexto de investigar la influencia de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública, dado que en sus sectores centrales, la prensa escrita y la televisión están caracterizadas por una estructura oligopolística y, sobre todo, por un “monopolio ideológico”:

“Thus, the press and terrestrial television enter a game of categorization, with censorship and self-censorship, but also of practicing certain factious powers. These powers allow them to impose on the public agenda themes that do not necessarily correspond to the real concerns of society, but to the interests of the dominant elites. In this way, the media produces exclusions in accordance with the inequalities present in a country that has one of the worst income distributions in Latin America.”

(González 2008: 71)

En este contexto, resulta de interés mirar brevemente a cómo los medios de comunicación en Chile, y específicamente las noticias, tratan el tema de la delincuencia y la seguridad pública. En 1992, la temática de la delincuencia es por primera vez llevada a los medios de comunicación, más allá de reportajes sobre delitos. En ese año, la Fundación Paz Ciudadana, institución que a su vez, como anteriormente fue señalado, está estrechamente ligado al grupo de El Mercurio, empezó a transmitir una campaña contra la delincuencia en las horas de mayor audiencia, con miles de espectadores, enfatizando la imagen de que todos serían potenciales víctimas de un delincuente popular intrínsecamente malo. Todos estos spots ocurrían en lugares públicos, acentuando un temor que caracterizará la sensación de la opinión pública en los años siguientes, creando y consolidando así la visión de un delincuente omnipotente y omnipresente (Ramos y Guzmán de Luigi 2000: 34).

En su estudio cualitativo sobre la construcción de noticias y los discursos contenidos en ellas, Cecilia Dastres resume que en Chile “[...] los periodistas tienden a enfocar su trabajo en una multiplicidad de acontecimientos de violencia y delincuencia, y rara vez los ven en un contexto más amplio, indicando o abriendo debate respecto de las políticas que podrían utilizarse para mejorar la convivencia social” (Dastres 2002: 110). Los periodistas chilenos reconocerían una visión amplia en torno a las causas de la violencia y la criminalidad, así como nociones acertadas

en torno a que el fenómeno de la delincuencia es un fenómeno presente en todas las sociedades y, por tanto, imposible de eliminar totalmente. Según la autora, ellos comparten incluso visiones críticas sobre la real presencia del fenómeno en Chile y la utilización de estadísticas para analizarlo. Sin embargo, resultaría que estas visiones no tienen mayor influencia al momento de la construcción de las noticias relativas al delito, las cuales, por lo siguiente, carecerían del debido contexto. Los periodistas, así como Cecilia Dastres, normalmente no compararían la situación chilena con la de otros países, ni tampoco prevendrían respecto de las precauciones que habría que tomar al momento de interpretar las estadísticas nacionales – perspectiva que hemos esbozado en el capítulo anterior. Además, la autora indica que “[f]alta en la presentación de la información respecto de la delincuencia un mayor énfasis en las políticas implementadas para proporcionar mayor seguridad a la población, y ello juega en contra de la imagen de una sociedad que tiene niveles aceptables de seguridad, pues sólo se cubren hechos policiales desprovistos muchas veces del contexto que los explican. Son escasas las noticias relativas a programas exitosos, o a situaciones de paz social” (Dastres 2002: 111). La autora sigue resumiendo que la actuación de los organismos públicos es presentada sin relación alguna con los planes y medidas que se adoptan en diversos niveles para mejorarla. Ello naturalmente repercutiría profundizando la imagen de indefensión que terminaría proyectando la cobertura de noticias. Cecilia Dastres concluye, finalmente, que “[...] [e]sto ha significado que – por un lado – se ha ido dando espacio en los medios de comunicación más a aquellos que tienen demandas y críticas en relación con el aumento de la criminalidad que a los otros ciudadanos y – por otro lado – que la percepción de los periodistas sobre la seguridad ciudadana se puede haber ido permeando con las visiones de esta ciudadanía, perdiendo algo de objetividad (Dastres 2002: 112). A base del análisis de sus entrevistas se podría constatar que, por razones de mercado, los medios han optado por una cobertura que privilegia el sensacionalismo en la materia de la delincuencia, dado que los periodistas asumirían que eso es justamente lo que desea la audiencia. La autora subraya que, al mismo tiempo, “[...] no se debe descartar un posible interés ideológico de los medios por cubrir en forma sensacionalista este tipo de acontecimientos” (Dastres 2002: 112).

Ahora bien, en seguida queremos profundizar cómo se manifiesta empíricamente la representación de la delincuencia y el tema de la seguridad pública en los principales medios de comunicación chilenos.

Siguiendo el análisis de Dastres et al. (2005)⁴⁴, sobre la cobertura respecto al tema de la delincuencia y la seguridad pública en el sector de la prensa escrita del año 2002, se constata que este tema representa un eje central de la cobertura noticiera con un total de 17,5%.

Tabla 13: Distribución de noticias por tema en diarios nacionales (%)⁴⁵

	El Mercurio	La Cuarta	La Nación	La Tercera	Las Últimas Noticias	Total general
DD.HH	1,0	4,8	2,2	0,7	4,3	2,2
Economía	28,6	3,4	31,6	27,3	14,5	23,3
Educación	2,1	5,5	4,1	2,1	2,9	3,0
Internacional	22,5	21,4	19,9	22,9	17,4	20,1
Medio Ambiente	5,1	8,8	6,0	5,4	12,1	7,1
Otros no relevantes	0,4	0,0	0,0	0,0	0,5	0,2
Agenda Social	6,4	14,8	6,5	5,2	10,4	7,9
Política	19,4	9,6	18,5	21,9	13,4	17,4
Religión, ética y moral	1,1	1,6	1,8	1,0	1,3	1,3
Seguridad Ciudadana	13,3	30,1	9,4	13,5	23,2	17,5
Total general	100	100	100	100	100	100

Fuente: Dastres et al. (2005): 30

⁴⁴ A nuestro entender, ese trabajo es el más extenso y exhaustivo, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, respecto a la cobertura mediática del tema de la delincuencia y la seguridad pública en Chile.

⁴⁵ Tanto para el análisis de la prensa escrita como en el caso de la televisión abierta, no se consideraron las noticias de la sección deporte ni de la sección cultura y espectáculos. Los autores indican que este corte se hizo tomando en cuenta que “[...] en estas secciones no suelen aparecer noticias relacionadas con el tema en estudio y porque el Marco Interpretativo y Metodológico son absolutamente separables del resto del diario o canal dada su definición temática, juzgándose que su ausencia no distorsiona las proporciones finales de noticias por cada tema” (Dastres et al. 2005: 21).

Tabla 14: Niveles de importancia por tema en diarios nacionales (%)

	Alta	Media	Baja
DD.HH	2,9	2,0	2,4
Economía	10,8	25,0	23,2
Educación	2,3	3,7	2,4
Internacional	13,7	19,0	24,2
Medio Ambiente	7,0	8,0	6,2
Otros no relevantes	0,2	0,1	0,3
Agenda Social	9,2	8,5	7,2
Política	23,6	17,0	17,1
Religión, ética y moral	2,7	1,4	1,0
Seguridad Ciudadana	27,5	15,4	16,1
Total general	100	100	100

Fuente: Dastres et al. (2005): 31

Tabla 15: Niveles de importancia por temas principales y diario (%)

	El Mercurio				La Cuarta				La Nación				La Tercera				Las Últimas Noticias			
	A	M	B	T	A	M	B	T	A	M	B	T	A	M	B	T	A	M	B	T
Economía	2,6	54,9	42,4	100	0,0	37,0	63,0	100	1,8	45,5	53,6	100	4,5	54,8	40,7	100	3,0	45,0	52,0	100
Agenda Social	14,4	52,7	32,9		0,8	45,8	53,4		5,1	78,5	16,5		14,7	49,3	36,0		2,8	39,3	57,9	
Internacional	7,8	48,1	44,0		0,0	34,1	65,9		2,1	42,5	55,4		4,2	42,5	53,3		0,8	39,9	59,3	
Política	7,0	47,4	45,4		0,0	42,1	57,9		10,3	72,6	17,0		13,6	31,2	55,2		4,3	40,3	55,4	
Seguridad Ciudadana	11,9	38,1	50,0		13,0	52,3	34,7		8,8	58,4	32,7		11,8	50,3	37,9		6,8	37,2	56,0	

Fuente: Dastres et al. (2005): 33

Los autores concluyen que, a pesar de que el tema delincuencia no presenta el mayor nivel de cobertura, el 27,5% de las noticias de seguridad ciudadana es publicado con un alto nivel de importancia, lo que representa el porcentaje más alto dentro del grupo de noticias clasificadas con un nivel de importancia alto (véase tabla 14). “Si a esto se le suma el porcentaje de las noticias de Seguridad Ciudadana que es puesta en primera plana (14,7%), se puede concluir que la ciudadanía está siendo influida por los medios en ámbitos asociados a la Seguridad Ciudadana, tanto por su nivel de cobertura (no tan alto, pero dentro de los más importantes) como por su nivel de impacto (niveles de importancia dada y posicionamiento en primera plana)” (Dastres et al. 2005: 114-115). Dado este escenario, se podría hablar de una presencia constante del tema en la prensa escrita que, en consecuencia, también está presente en el imaginario colectivo de la ciudadanía. Basándose en los resultados de su estudio, los autores siguen concluyendo que los

niveles de cobertura que entregan los diarios a determinadas noticias, no siempre tendrían relación con los niveles de importancia otorgados a ellos. Adicionalmente, se podría identificar ciertas prácticas de los medios que apuntarían claramente al intento de introducir una agenda temática, dado que se daría, por un lado, gran cobertura a estos temas pero sin presentarlos con niveles de importancia que inviten al lector a leer la nota y, por otro lado, habría niveles de cobertura muy bajos, pero con altos niveles de importancia, con lo cual se invitaría al lector a hacerse cargo de un tema que en cantidad no es relevante, pero que el diario quiere que la ciudadanía observe con detención. Lo mismo ocurre con la presentación de ciertos temas en primera plana. “De esta forma, los medios posicionan ciertos temas y cubren otros, sin atentar contra el deber periodístico de informar lo que está ocurriendo” (Dastres et al. 2005: 115).

Como hemos visto en el párrafo anterior, El Mercurio es el principal diario de una de las empresas periodísticas más importantes e influyentes del país, el Grupo Edwards, el cual se asocia a la elite económica, política y cultural. Siguiendo las conclusiones de Dammert (2009), el abordaje que realiza este periódico sobre seguridad ciudadana tiene como objetivo final definir la agenda. Es por ello que la cobertura tendría a ser más extensiva y sistemática, recurriendo también a un tono alarmista, y con un marcado carácter técnico, para poner en conocimiento a sus lectores la importancia del problema de la delincuencia y, también, la formulación e implementación de políticas públicas sobre la que regularmente existen críticas (Dammert 2009: 88).

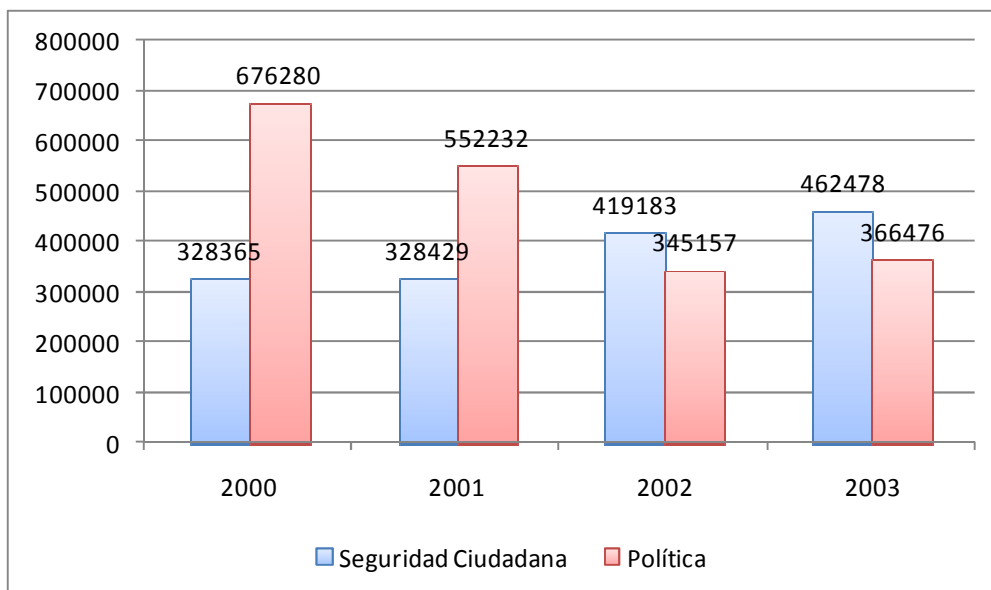
A un resultado semejante llega Xavier Altamirano (2007), en su estudio cualitativo sobre la figuración concreta de las noticias de delincuencia en los diarios chilenos. El autor indica que en los casos de El Mercurio y La Tercera, tanto la omnipresencia y multiplicidad del delito como la continuidad en el relato, conformarían un cuadro alarmista. La manera de presentar el tema de delincuencia facilitaría que “[...] la discusión se dé en términos de rigor en la aplicación de medidas disuasivas y represivas. En la puesta en escena de un 'combate a la delincuencia', la ciudadanía victimizada y pasiva entrega la responsabilidad de la acción a los agentes del Estado, frente a la figura abstracta del 'delincuente', individuo sin historia ni entorno, cuya identidad social radica en el delito” (Altamirano 2007: 142). Sobre todo en El Mercurio, existiría una preferencia por las políticas de control, por lo que la discusión en torno al fenómeno se daría en

términos de rigor en la aplicación de la ley. El autor añade que “[e]l ángulo identificado no se detiene en causas y prevención, sino en la gravedad de la situación y cómo responder a la amenaza desplegada: detenciones y juicios” (Altamirano 2007: 121).

En cuanto al sector televisivo se observa un panorama muy parecido al de la prensa escrita. Siguiendo los resultados de estudios actuales del Consejo Nacional de Televisión (CNTV), se podría decir que aproximadamente 80% de los chilenos tiende a informarse en la televisión abierta sobre lo que está pasando en su ciudad y que, aproximadamente 84%, lo hace para informarse sobre temas de la agenda nacional, lo que hace de la televisión abierta la fuente mediática de información más importante del país (González 2008 72-73).

Comparando el tiempo dedicado al tema de la seguridad pública en los noticieros de la televisión abierta en Chile entre los años 2000 y 2003, Javier Hernández y Raul Valdivia (2004) revelan que la importancia relativa otorgada aumentó significativamente. Mientras en el año 2000 el tema más presente en los noticieros de la televisión abierta fue la política, seguido por la seguridad ciudadana, esta relación fue invirtiendo paulatinamente en el período observado (véase figura 12). Vale destacar otra vez que, justamente en el año 2003, la preocupación por la delincuencia llegó a ser el tema más importante en la opinión pública (véase cap. 5.4).

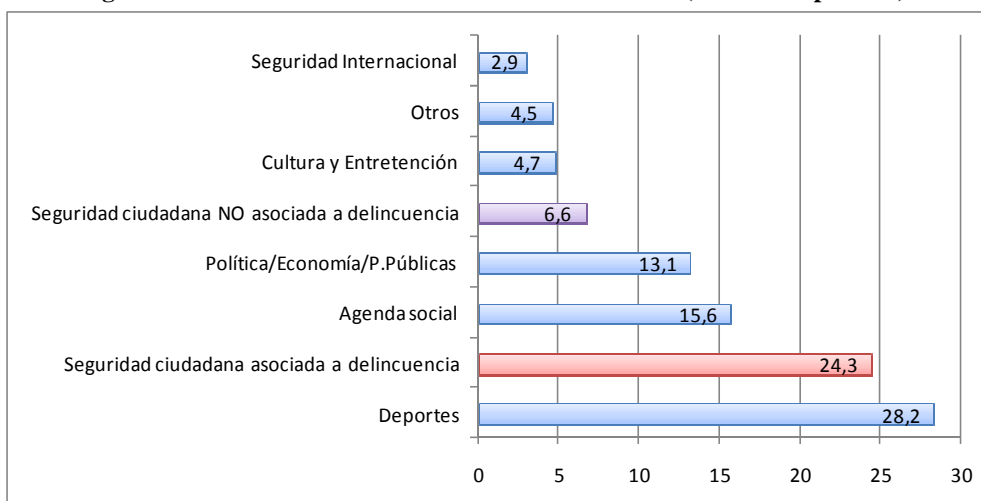
Figura 12: Dedicación a seguridad pública y política en TV abierta entre 2000 y 2003 (segundos/año)⁴⁶



Elaboración propia a base de los resultados de Hernández y Valdivia (2004: 22-25)

Los resultados de un análisis del CNTV, sobre la cobertura del tema de la delincuencia en los noticieros de la televisión abierta del año 2006, confirman la continuación de esta tendencia:

Figura 13: Temas en los noticieros televisivos en 2006 (% del tiempo total)⁴⁷



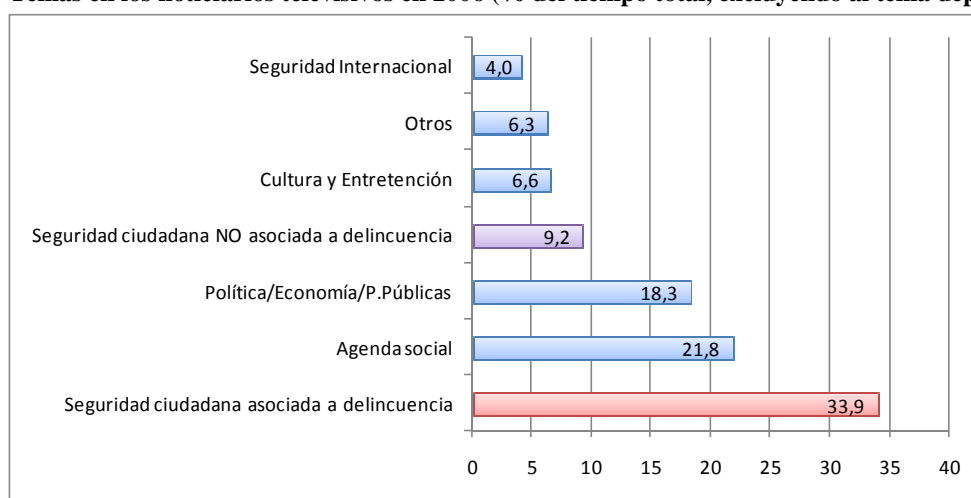
Fuente: CNTV (2006: 5)

⁴⁶ Se incorporó a la base de datos los noticieros de Teletrece, 24 Horas, Meganoticias y Chilevisión Noticias. Las cifras indicadas representan el tiempo dedicado a la cobertura de los temas seguridad ciudadana y política en la agenda nacional, excluyendo todas las noticias referidas a deportes, cultura y espectáculos e internacional (Hernández y Valdivia 2004: 21-22).

⁴⁷ Se analizaron 7 emisiones de los noticieros centrales de Red TV, TVN, Mega, Chilevisión y Canal 13, además de 5 emisiones del noticiero central de UCV TV (dado que este no transmite sábados ni domingos). En total se estudiaron 754 notas informativas (27,8 horas) (CNTV 2006: 2).

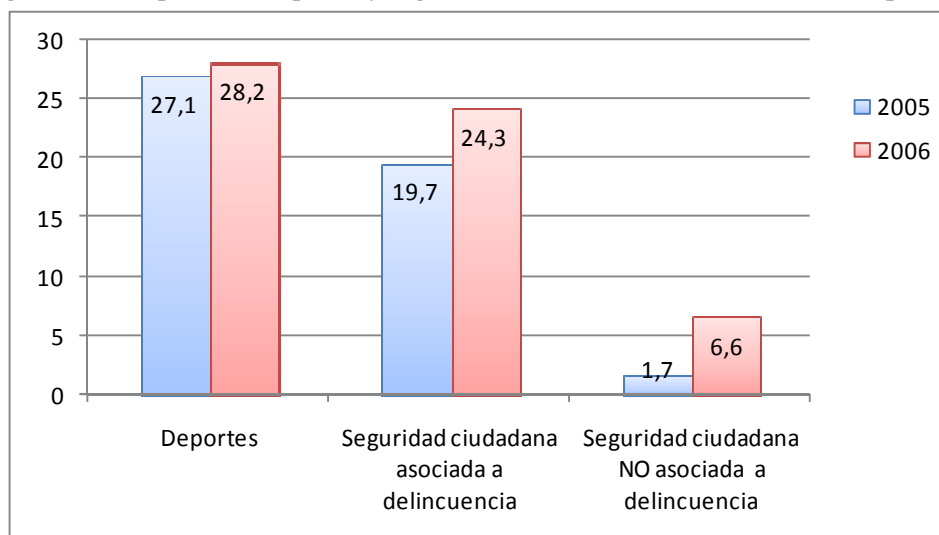
Los resultados indican que con un 24,3% el tema de la seguridad ciudadana asociada a la delincuencia ocupa casi el cuarto del tiempo asignado para noticias. Si se suma los porcentajes de tiempo dedicado a los temas seguridad ciudadana, tanto no asociada a delincuencia (bajo esta categoría los autores subsumieron temas relacionadas a catástrofes y accidentes) como asociada a ella resulta que casi un tercio (30,9%) del tiempo total de las noticias se dedica a este tema.

Figura 14: Temas en los noticiarios televisivos en 2006 (% del tiempo total, excluyendo al tema deporte)⁴⁸



Elaboración propia en base a los resultados del CNTV (2006: 5)

Figura 15: Comparación Deportes y Seguridad Ciudadana 2005-2006 (% del tiempo total)

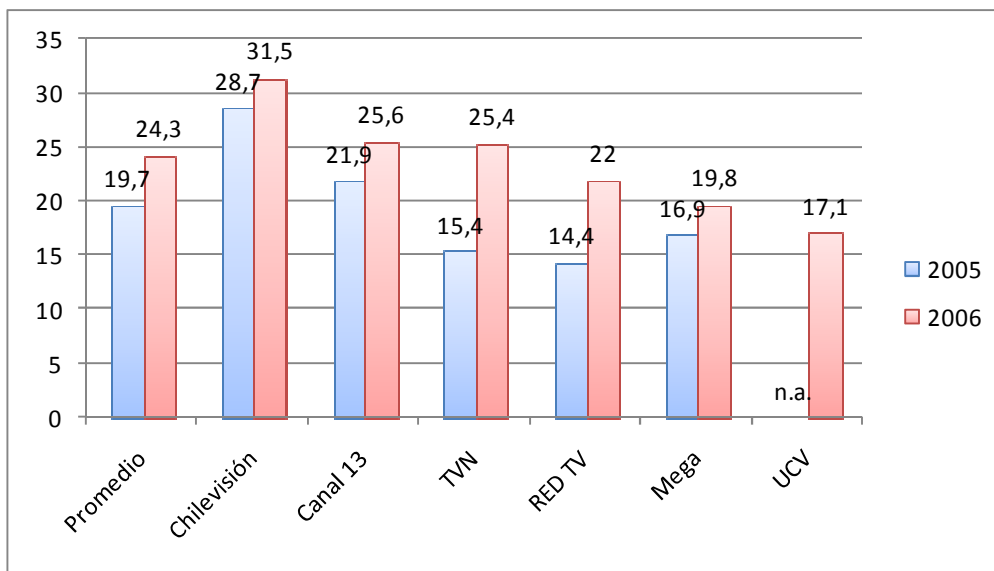


Fuente: CNTV (2006: 6)

⁴⁸ Se calculó el porcentaje que correspondería a cada tema, excluyendo el tema deporte de la muestra. Esto se hizo para que las cifras sean más comparables con los resultados del estudio de Hernández y Valdivia (2004) y Dastres et al. (2005), quienes también excluyeron ese tema de su análisis.

Frente a este panorama, vale mencionar que entre 2002 y 2005 la televisión abierta registró un aumento importante de su audiencia. Para el mismo período, encuestas del CNTV han indicado que la satisfacción con este medio por parte de la audiencia televisiva bajó significativamente. En el caso particular de los noticieros, las razones de la insatisfacción por parte de la audiencia se deberían tanto a un exceso de noticias sobre la capital y el deporte, como a una sobre-enfatización de la delincuencia y una fuerte parcialidad política (González 2008: 74). Dado que aproximadamente 40% de las personas lamentó un exceso respecto a la representación del tema de la delincuencia en las noticias televisivas, no nos parece muy razonable acercarse a la problemática en cuestión desde una perspectiva del *uses and gratifications approach*, tal como lo hicieron Browne y Tomicic 2007, ya que una gran parte de la población indica no interesarse, por lo menos no tanto, por el tema.

Figura 16: Resumen cobertura de Seguridad Ciudadana asociada a delincuencia



Fuente: CNTV (2006: 7)

El análisis de Dastres et al. (2005) sobre la cobertura de noticias respecto a la delincuencia en los noticieros de los canales de la TV abierta en Chile en el año 2002, confirman los hallazgos de Hernández y Valdivia (2004). Ellos descubrieron que, a pesar de que la seguridad ciudadana

representó uno de los temas más presentes en los noticieros investigados, igualmente se le prestó el mayor nivel de importancia (véase tabla 17).⁴⁹

Tabla 16: Distribución de noticias por tema en TV abierta

	Chilevisión	La Red	Mega	TVN	U. Católica	Total General
DD.HH	25,6	8,1	8,1	28,8	29,5	100
Economía	8,3	21,4	14,4	25,8	30,1	
Educación	10,6	10,4	14,9	37,2	26,8	
Internacional	13,1	21,6	17,2	23,9	24,1	
Medio Ambiente	11,7	18,8	16,9	25,2	27,4	
Otros no clasificados	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	
Pobreza (Agenda Social)	16,0	15,6	17,3	29,5	21,6	
Política	11,2	16,2	15,5	32,5	24,6	
Religión, ética y moral	11,4	10,7	26,3	17,0	34,6	
Seguridad Ciudadana	23,0	15,7	22,5	17,4	21,4	
Total general	15,3	17,3	18,0	24,3	25,1	

Fuente: Dastres et al. (2005: 133)

Tabla 17: Niveles de importancia por tema en la TV abierta

	Alta	Media	Baja
DD.HH	2,0	4,0	3,0
Economía	11,6	13,0	11,8
Educación	1,5	4,1	1,8
Internacional	15,9	20,4	25,2
Medio Ambiente	12,4	11,5	6,1
Otros no clasificados	0,0	0,1	0,6
Pobreza (Agenda Social)	5,4	9,3	8,5
Política	8,2	15,1	14,5
Religión, ética y moral	2,5	5,0	1,5
Seguridad Ciudadana	40,5	17,7	27,0
Total general	100	100	100

Fuente: Dastres et al. (2005: 133)

Los autores concluyen que “[...] la televisión ha sido el principal medio encargado de posicionar las temáticas de seguridad en el imaginario social de los chilenos, exponiendo sistemáticamente

⁴⁹ Las cifras obtenidas en los estudio de Hernández y Valdivia (2004), del CNTV (2006) y de Dastres et al. (2005) no son 100% comparables entre sí, dado que las definiciones de las categorías abordadas varían en cada estudio. Sin embargo, todos apuntan claramente a una tendencia similar, lo que a nuestro entender confirma la validez de los resultados obtenidos.

los temas de violencia y criminalidad y preparándonos, de esa forma, para la recepción de nuevas noticias de seguridad. Esto quiere decir que los canales de televisión comprenden las noticias de seguridad como una pieza movable y posicionable de la agenda medial, como una herramienta comunicacional con la cual se puede perfilar un tema, sin perjuicio alguno de querer informar lo más completa y correctamente posible el evento ocurrido” (Dastres et al. 2005: 171). A esto se sumaría, que los medios de comunicación no solamente informan la realidad de la seguridad por el simple hecho de que ésta impacte a la opinión pública, sino también por estrategias informativas. Los autores argumentan que con todos los datos obtenidos en su investigación. Se confirmaría lo que señalan gran parte de las investigaciones desde hace unos años, la seguridad se ha ido convirtiendo en uno de los tres temas prioritarios de la agenda nacional. “Esto legitima empíricamente los objetivos de este estudio, pone en el tapete la necesidad de continuar investigando la estrecha relación que existe entre medios de comunicación y seguridad ciudadana, y vuelve a plantear, repitamos, la hipótesis de si es la televisión la que refuerza el espiral de miedo que existe entre los ciudadanos o son otros factores los que inciden en este fenómeno” (Dastres et al. 2005: 171).

Considerando las cifras presentadas, nos atrevemos a constatar que, dado el paisaje mediático con los diferentes intereses políticos identificables, la intensa cobertura del tema de la delincuencia en los noticieros no representa una respuesta a la demanda del mercado; es decir, una demanda por parte de la audiencia y los lectores, sino un *agenda-setting* consciente e intencional, ya que parece más que improbable que las cifras presentadas puedan explicarse por los procesos subyacentes a la producción de noticias, como meros aspectos estructurales. No podemos valorar cuál de los dos aspectos tiene más peso, en el momento de analizar empíricamente el impacto del consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública, pero, y esto lo subrayamos, parece justificable suponer que ambos *efectos* se complementan en el caso chileno.

5.4 Evolución de la percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile

Como fue anunciado al inicio de este capítulo, a continuación presentaremos cómo se percibe la seguridad pública en Chile. Primero presentaremos una visión comparativa, lo que nos permitirá ubicar mejor a Chile en el contexto latinoamericano, respecto a la percepción de la seguridad pública. Los datos de la encuesta Latinobarómetro 2007 nos dan el siguiente panorama⁵⁰:

Tabla 18: Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito con violencia (%)

	¿CUÁN FRECUENTEMENTE SE PREOCUPA UD. DE QUE PUEDA LLEGAR A SER VÍCTIMA DE UN DELITO CON VIOLENCIA?			
	(0) Todo o casi todo el tiempo	(1) Algunas veces	(2) Ocasionalmente	(3) Nunca
Paraguay	69,7	19,4	7,5	3,4
Costa Rica	49,8	27,2	13,7	9,3
República Dominicana	47,8	27,2	15,0	10,0
Honduras	45,0	32,2	16,3	6,6
Ecuador	42,6	35,2	19,2	3,1
Brasil	41,6	29,2	25,8	3,4
El Salvador	41,3	34,6	20,0	4,2
Venezuela	37,6	38,5	18,1	5,8
Chile	37,5	36,4	21,0	5,2
Argentina	37,0	42,7	14,2	6,1
Bolivia	35,3	40,7	17,5	6,5
México	33,9	36,1	19,3	10,7
Nicaragua	33,5	40,3	14,2	11,9
Perú	31,0	43,3	19,2	6,5
Colombia	29,0	36,9	21,2	12,9
Guatemala	27,4	37,5	22,5	12,7
Panamá	25,0	37,0	22,0	16,0
Uruguay	24,8	41,1	20,9	13,2
América Latina	38,3	35,4	18,2	8,0

Resulta que Paraguay, Costa Rica, República Dominicana, Honduras, Ecuador, Brasil y El Salvador, son los países donde el porcentaje de personas que indican tener todo o casi todo el

⁵⁰ Los detalles metodológicos, como por ejemplo recodificaciones y la creación de índices, son detallados en el capítulo seis.

tiempo miedo es más alto que el promedio latinoamericano. En este ranking, Chile ocupa el centro del campo con una tasa de 37,5%, lo que casi equivale al promedio latinoamericano (38,3%). Al mismo tiempo, con 5,2%, Chile muestra una de las tasas más bajas de la región en el grupo de personas que indica nunca preocuparse de poder llegar a ser víctima de un delito.

Tabla 19: Grado de satisfacción con la seguridad del barrio (%)

	¿CUÁN SATISFECHO ESTÁ CON LA SEGURIDAD PÚBLICA DEL BARRIO QUE VIVE?		
	(0) Primer tercil - insatisfecho	(1) Segundo tercil - medio	(2) Tercer tercil - satisfecho
Perú	48,5	32,8	18,8
Bolivia	46,7	35,2	18,0
Venezuela	45,6	29,1	25,3
República Dominicana	45,3	25,9	28,7
Brasil	40,7	29,4	29,9
Argentina	39,2	32,4	28,4
Panamá	38,1	34,4	27,5
Guatemala	37,3	37,6	25,1
Chile	37,2	32,3	30,5
Honduras	36,4	26,8	36,7
El Salvador	36,2	36,2	27,6
Uruguay	34,9	29,0	36,1
Colombia	32,4	23,8	43,8
Ecuador	32,4	40,1	27,5
México	31,7	25,0	43,2
Paraguay	29,6	38,5	32,0
Nicaragua	28,4	24,4	47,3
Costa Rica	27,8	24,8	47,4
América Latina	37,2	31,0	31,7

Más de un tercio (37,3%) de los chilenos pertenece al grupo de personas que indica no estar satisfecho con la seguridad del barrio en el cual vive. Esto equivale al promedio latinoamericano, que es de 37,2%.

Tabla 20: Percepción de la seguridad de país (%)

	EN GENERAL, ¿PUEDE UD. DECIR QUE VIVIR EN (PAÍS) ES CADA DÍA MÁS SEGURO, IGUAL DE SEGURO O MÁS INSEGURO? DIRÍA UD. QUE ES...		
	(0) Más inseguro	(1) Igual de seguro	(2) Más seguro
Paraguay	89,3	7,2	3,6
Argentina	83,9	13,7	2,4
Costa Rica	80,5	14,0	5,5
Brasil	73,2	20,8	6,0
Panamá	67,9	25,7	6,4
Chile	67,7	27,1	5,2
Guatemala	67,5	21,4	11,1
Perú	66,5	26,3	7,2
Honduras	66,4	26,3	7,4
El Salvador	62,5	29,2	8,4
México	61,7	28,4	9,9
Uruguay	54,4	36,8	8,8
Ecuador	53,7	39,0	7,3
Colombia	51,2	30,5	18,3
Bolivia	50,5	38,3	11,2
Venezuela	49,6	35,2	15,2
República Dominicana	48,4	31,7	19,8
Nicaragua	47,4	31,4	21,2
América Latina	63,5	26,9	9,6

Es cierto que este indicador no se refiere exclusivamente a la delincuencia como causa de la sensación de inseguridad. Sin embargo, se puede suponer que en ello se refleja gran parte de este fenómeno (Lechner 2004: 95-98; PNUD 1998: 128). Con más de dos tercios que manifiesta tener la sensación de que vivir en su respectivo país es cada día más inseguro, los chilenos tienden a tener claramente una peor perspectiva sobre la futura evolución de seguridad que el promedio latinoamericano.

Tabla 21: Problema más importante del país (binario) (%)

	EN SU OPINIÓN ¿CUÁL CONSIDERA UD. QUE ES EL PROBLEMA MÁS IMPORTANTE EN EL PAÍS? RECODE	
	(0) Delincuencia y seguridad pública	(1) Otros temas
Venezuela	47,9	52,1
Guatemala	41,3	58,7
El Salvador	33,9	66,1
Chile	30,2	69,8
Argentina	25,6	74,4
Honduras	24,0	76,0
Panamá	19,7	80,3
Costa Rica	19,6	80,4
Brasil	17,2	82,8
México	13,4	86,6
Paraguay	12,3	87,7
República Dominicana	10,1	89,9
Ecuador	7,6	92,4
Uruguay	6,9	93,1
Colombia	5,9	94,1
Perú	5,5	94,5
Bolivia	2,2	97,8
Nicaragua	1,7	98,3
América Latina	17,9	82,1

Con una alta diferencia en relación al promedio latinoamericano, en Venezuela, Guatemala, El Salvador, Chile Argentina y Honduras se considera a la delincuencia y la seguridad pública como el problema más importante de su respectivo país. Con 30,2% Chile supera por casi un 13% el promedio latinoamericano, pese a la clara tendencia decreciente de la tasa de victimización y la mejor ubicación en el ranking comparativo de países en desarrollo, como lo hemos visto en el capítulo 4.2.

Tabla 22: Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP) (%)⁵¹

INDICE DE LA PERCEPCIÓN DE LA SEGURIDAD PÚBLICA - TERCILES (primer tercil = mala percepción, segundo tercil = percepción neutral, tercer tercil = buena percepción)			
	(0) Primer tercil	(1) Segundo tercil	(2) Tercer tercil
Paraguay	55,2	30,9	13,9
Venezuela	51,6	25,3	23,1
El Salvador	48,5	26,4	25,1
Argentina	47,4	34,1	18,5
Guatemala	47,3	24,5	28,3
Chile	43,8	29,5	26,7
Honduras	42,7	30,3	27,0
Brasil	40,3	32,8	26,9
Costa Rica	39,6	33,7	26,7
Ecuador	33,8	27,8	38,3
República Dominicana	31,7	27,2	41,1
Panamá	30,7	34,4	35,0
Perú	29,8	49,9	30,3
México	27,7	34,0	38,3
Bolivia	23,3	35,5	41,2
Uruguay	23,0	26,6	50,4
Colombia	18,4	32,6	49,0
Nicaragua	15,0	31,6	53,5
América Latina	36,0	31,0	32,9

Considerando el Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP), resulta que en Chile casi el 44% de la población puede ser identificado como perteneciente al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública. Con esta cifra, Chile obtiene el sexto lugar en este ranking, con una diferencia de un 7,8% en relación al promedio latinoamericano (36,0%).

⁵¹ El índice está compuesto por las cuatro variables anteriormente presentadas. La agrupación en terciles se basa en el promedio latinoamericano. Para mayor detalle del índice véase capítulo 6.

Tabla 23: Diferencia porcentual entre victimización y pertenencia al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública (%)

	Victimización	Porcentaje de personas que pertenecen al tercil con un bajo IPSP	Diferencia
Panamá	14,8	30,6	-15,8
Paraguay	40,6	55,3	-14,7
Guatemala	34,6	47,3	-12,7
Costa Rica	32	39,7	-7,7
El Salvador	41,5	48,6	-7,1
República Dominicana	27,7	31,4	-3,7
Chile	40,2	43,9	-3,7
Venezuela	50,1	51,6	-1,5
Argentina	47	47,4	-0,4
Brasil	42,1	40,3	1,8
Honduras	44,9	42,7	2,2
Ecuador	38,2	33,7	4,5
México	39,2	27,6	11,6
Uruguay	34,8	22,7	12,1
Nicaragua	28,3	15	13,3
Perú	43,5	29,5	14,0
Colombia	34,4	18,2	16,2
Bolivia	42,6	23,2	19,4
América Latina	38,0	36,0	2,0

Contrastando el porcentaje de personas que pertenecen al tercil con una mala percepción de la seguridad pública, a través de la tasa de victimización del respectivo país, resulta que en Chile se muestra un sesgo, mientras el promedio latinoamericano tiende a mostrar un equilibrio entre pertenencia al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública en comparación con el nivel de victimización indicado. Además, llama la atención que Colombia, país con el cual se suele asociar una imagen de un país peligroso y delictivo y que incluso en la discusión política chilena se suele tomar como referencia para un país altamente delictivo⁵², ocupa uno de los mejores lugares, tanto en el ranking del IPSP como en el ranking de la

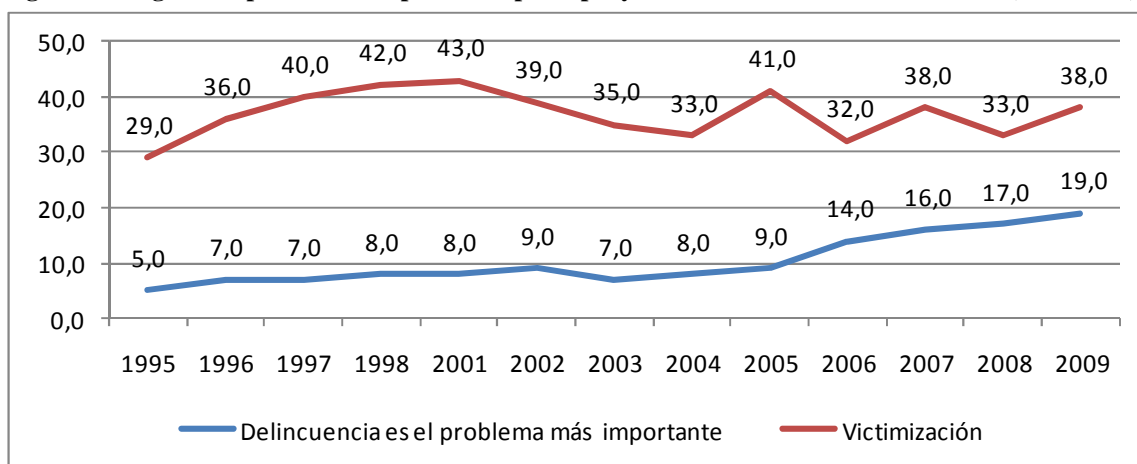
⁵² El tema de la delincuencia asumió un papel muy importante en los debates públicos, durante el período pre-electoral en el año 2009. Por parte de la oposición de entonces, se podía escuchar y leer con frecuencia la expresión de una “colombianización” de Chile para caracterizar la situación chilena respecto a la situación delictiva del país.

diferencia porcentual entre victimización y cantidad de personas que pertenecen al grupo con una mala percepción de la seguridad pública. La visión comparativa nos indica que, en Chile la percepción de la seguridad pública es claramente peor que el promedio latinoamericano y muestra un sesgo hacia una subestimación del nivel de seguridad en comparación con el promedio de la región.

A continuación presentaremos cómo se desarrolló la percepción de la seguridad pública en América Latina, para después poder ubicar mejor al *fenómeno chileno* desde una mirada comparativa con la región. Para este análisis descriptivo nos basaremos en datos de los informes anuales del Latinobarómetro (1995-2009).

Desde la primera encuesta, en 1995, hasta la más actual, la importancia del tema de la delincuencia y la seguridad pública en la opinión pública ha aumentado constantemente, de un 5% a un 17% en la región.

Figura 17: Seguridad pública como problema principal y victimización en América Latina (1995-2009)⁵³



Fuente: Informe Latinobarómetro 2008: 24 y 2009:73.

Si se contrasta la tasa de personas que han sido víctimas de un delito, con el porcentaje de personas que nombran la delincuencia como problema principal del respectivo país, se da el panorama de un fenómeno complejo, ya que las evoluciones de ambas tasas no aumentan o disminuyen de manera correlacional. “Hoy por contraste, cuando ha aumentado la delincuencia

⁵³ Para los años 1999 y 2000 no se indicaron los respectivos datos en los informes.

como problema principal, aparecen menos personas que el año pasado, que dicen haber sido víctimas de un delito. Este índice de victimización, en otras palabras, no tiene correlación con la percepción de delincuencia en el promedio. Ambos han evolucionado de manera muy distinta” (Informe Latinobarómetro 2008: 25).

Tabla 24: Delincuencia como problema principal y tasa de victimización en América Latina

	1995	1996	1997	1998	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	1995-2009
Victimización (%)	29	36	40	42	43	39	35	33	41	32	38	33	38	+9
Delincuencia es problema más importante (%)	5	7	7	8	8	9	7	8	9	14	16	17	19	+14
Diferencia total (%)	24	29	33	34	35	30	28	25	32	18	22	16	19	+5

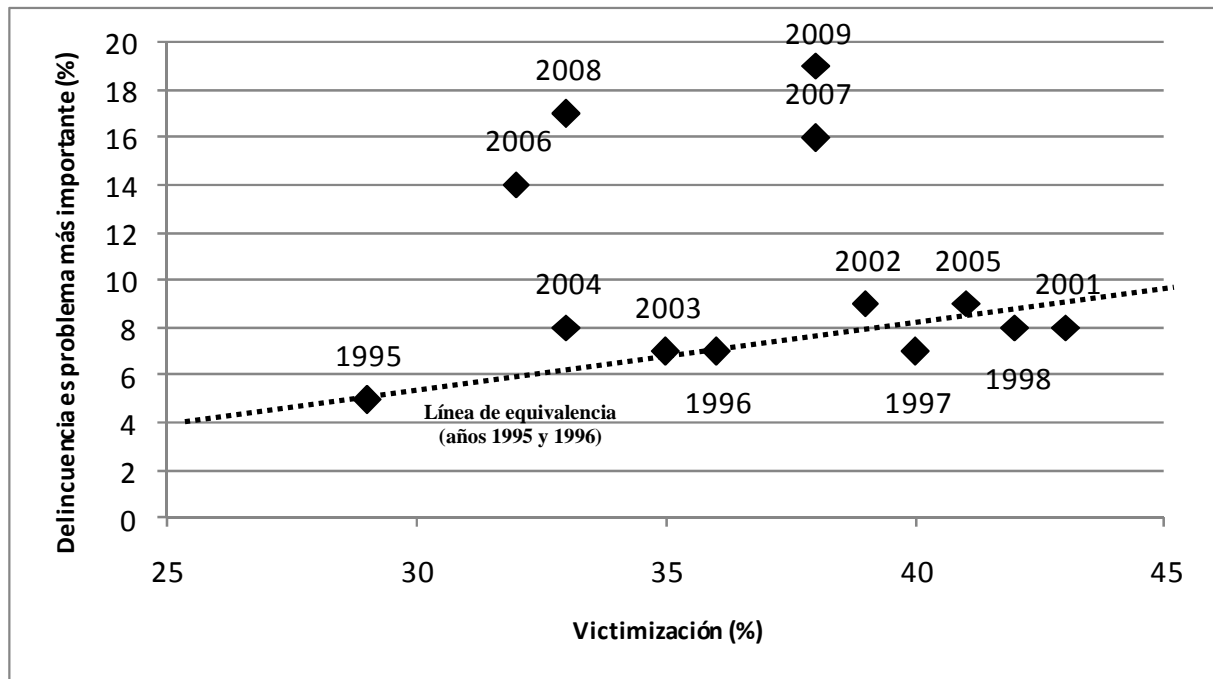
Fuente: Elaboración propia en base al Informe Latinobarómetro 2009: 76

Siguiendo el análisis del Latinobarómetro, destaca que el año 2001, año en el cual se encuentra la mayor distancia entre la tasa de victimización y haber indicado que la delincuencia representa el problema más importante del país (véase tabla 24), fue un año económicamente malo donde las preocupaciones de la población muy probablemente estaban en los problemas económicos y no en la delincuencia, aunque ésta habría ocurrido igualmente, mientras que en el año 2008 se produjo la menor distancia entre ambos indicadores, lo que demostraría cómo en años de prosperidad la delincuencia se volvió un problema mucho más importante.

Los autores del informe Latinobarómetro 2009 argumentan que las democracias han traído consigo más información y transparencia sobre los delitos y actos de violencia que suceden en las sociedades, lo que es cierto, pero al analizar este tema se tendría que considerar al menos dos dimensiones. Por una parte sería necesario considerar el comportamiento, es decir, la ocurrencia de delitos y, por otra, el creciente grado de información sobre los delitos que ocurren, considerando que en el año 1995 sucedía casi la misma cantidad de delitos que en el año 2008 y, sin embargo, este hecho no se había constituido como problema principal de los países. Por ello, se podría constatar la existencia de una sinceración de la importancia real de este problema, a la vez que una agudización en algunos países. Los autores concluyen que “[e]l problema principal indica la importancia del tema desde una perspectiva relativa, porque pueden haber otros problemas que no han salido a la luz aún, y por eso no son mencionados. El indicador de

percepción de problema principal es entonces un reflejo de la agenda del país y de lo que está instalado en la opinión pública, mucho más que un reflejo de la tasa real de delincuencia en el país” (Informe Latinobarómetro 2008: 26).

Figura 18: Relación entre victimización y considerar a la delincuencia como problema más importante del país (América Latina, 1995-2009)⁵⁴

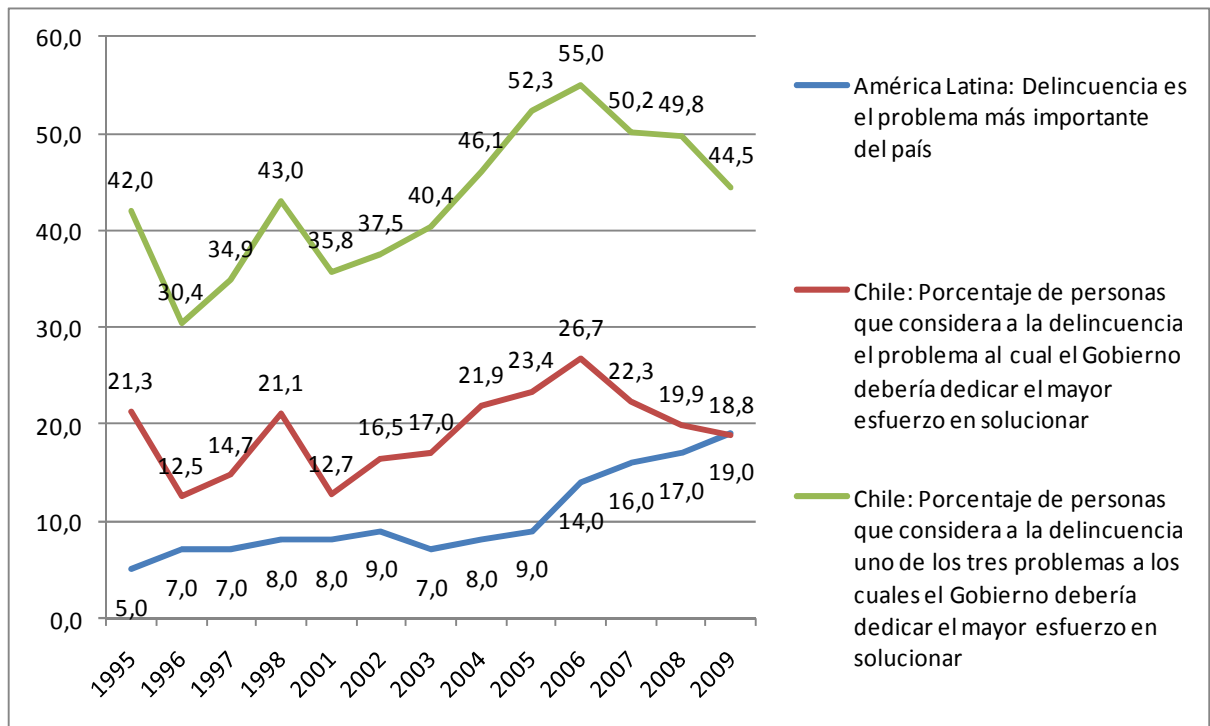


Fuente: Elaboración propia en base del Informe Latinobarómetro 2009

Poniendo en relación la tasa de victimización y la tasa de personas que consideran a la delincuencia como problema más importante de su respectivo país (véase figura 18), destaca que, a partir del año 2006, la importancia que tiene el tema de la delincuencia en la opinión pública en América Latina se separa claramente de la tasa de victimización. Esta separación apunta a una agudización de la problemática.

⁵⁴ La línea de equivalencia se basa en la relación entre el aumento de la tasa de victimización y el aumento de la tasa de personas que consideran a la delincuencia como problema más importante del país (diferencia entre los años 1995 y 1996). Solamente tiene una función orientadora. En base a ella, se muestra cómo debería desarrollarse dicha relación al momento de suponer una relación proporcional entre la tasa de victimización y la tasa de personas que consideran a la delincuencia como problema más importante. Destaca que hasta el año 2005, dicha relación incluso tiende a ser proporcional.

Figura 19: Evolución de la preocupación por la delincuencia en América Latina y Chile (1995-2009)⁵⁵

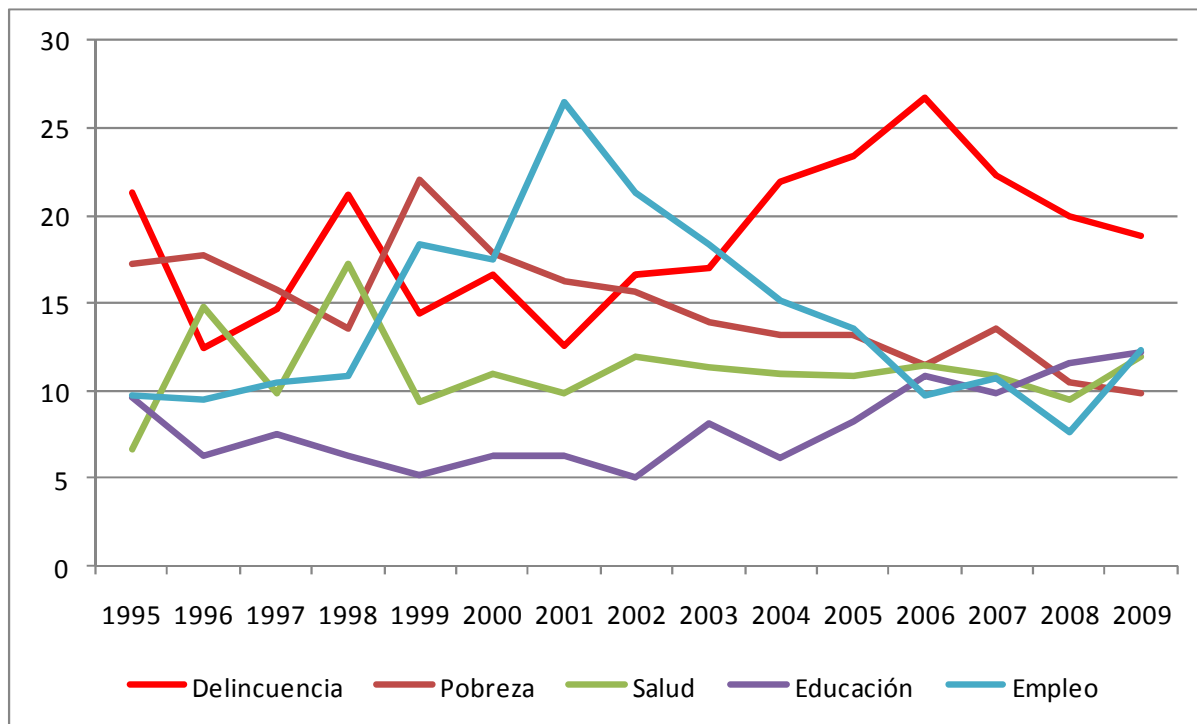


Elaboración propia, en base a los datos del Informe Latinobarómetro 2009 y las encuestas CEP de los años 1995-2009

Si comparamos la evolución de considerar a la delincuencia como problema más importante del país en Chile y América Latina, resulta que, hasta el año 2009, Chile superó claramente al promedio de la región. A partir del año 2006 se registra una disminución constante en el caso chileno, mientras el promedio de la región aumenta constantemente.

⁵⁵ La pregunta de la encuesta del Latinobarómetro 2009 fue: *En su opinión ¿Cuál considera Ud. que es el problema más importante en el país?*. Las encuestas del CEP dice: *¿Cuáles son los tres problemas a los que debería dedicar el mayor esfuerzo en solucionar el Gobierno?*

Figura 20: Problemas más importantes en Chile según la opinión pública (1995-2009)⁵⁶

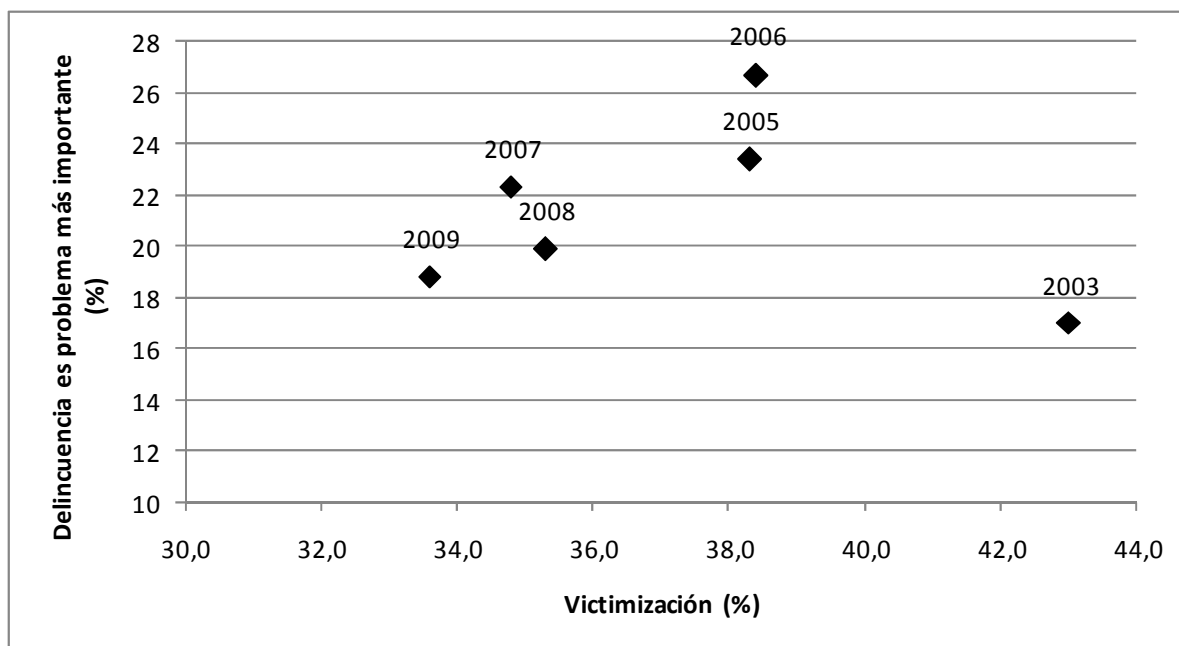


Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas CEP 1995-2009

Contrastando la evolución de los cuatro problemas, que con mayor frecuencia son nombrados como los más importantes del país, se hace evidente que, a partir del año 2003, la preocupación por la delincuencia empieza a ser el problema predominante en la opinión pública, mientras los demás problemas asumen valores relativamente similares. Esto sustenta claramente lo que Dammert y Lunecke (2002: 17) postularon ya en el año 2002, cuando indicaron que “[l]a sensación de inseguridad se ha convertido en uno de los problemas de política pública más trascendentes en la última década.” Vale destacar que, considerando las cifras presentadas en el capítulo anterior, la presencia del tema de la delincuencia en los noticieros chilenos, justamente había mostrado aumentos significativos en este período. Sin embargo, también destaca que, a partir del año 2006, baja constantemente la tasa de considerar a la delincuencia como problema más importante del país, lo que coincide con la disminución de la tasa de victimización.

⁵⁶ Acá solamente se considera el porcentaje de personas que indicó que el respectivo problema es el más importante de un total de tres.

Figura 21: Relación entre victimización y considerar a la delincuencia como problema más importante del país (Chile, 2003-2009)



Elaboración propia en base a los datos de la ENUSC (2009) y el CEP (2003-2009)

Relacionando la tasa de victimización y la tasa de personas que consideran a la delincuencia como el problema más importante del país en el caso de Chile, destaca que, a partir del año 2003, la importancia del tema en la opinión pública chilena aumenta, aunque la tasa victimización disminuye significativamente (véase figura 21).

Según la encuesta del CEP 2007, año en el cual se dedicó con mayor énfasis al tema de la seguridad pública, resulta que la mayoría de las personas indican tener un alto grado de miedo por distintos tipos de delitos y en determinadas circunstancias de la vida cotidiana.

Tabla 25: Temor por la delincuencia en Chile (CEP-2007)

En las siguientes circunstancias, ¿siente Ud. temor de ser asaltado o robado? CUANDO SALE DE LA CASA AL TRABAJO, ESTUDIO U OTRA ACTIVIDAD

Indice	Respuesta	Porcentaje
1	Sí	68.3%
2	No	31.5%
3	No sabe	0.1%
4	No contesta	0.2%

En las siguientes circunstancias, ¿siente Ud. temor de ser asaltado o robado? CUANDO VUELVE AL ANOCHECER A SU CASA

Indice	Respuesta	Porcentaje
1	Sí	72.5%
2	No	26.6%
3	No sabe	0.3%
4	No contesta	0.6%

En las siguientes circunstancias, ¿siente Ud. temor de ser asaltado o robado? AL CAMINAR SOLO POR SU BARRIO

Indice	Respuesta	Porcentaje
1	Sí	52.4%
2	No	47.2%
3	No sabe	0.2%
4	No contesta	0.2%

En las siguientes circunstancias, ¿siente Ud. temor de ser asaltado o robado? DENTRO DE SU CASA EN LAS NOCHES

Indice	Respuesta	Porcentaje
1	Sí	39.8%
2	No	59.6%
3	No sabe	0.3%
4	No contesta	0.4%

En las siguientes circunstancias, ¿siente Ud. temor de ser asaltado o robado? EN EL CENTRO DE LA CIUDAD

Indice	Respuesta	Porcentaje
1	Sí	73.6%
2	No	25.5%
3	No sabe	0.5%
4	No contesta	0.4%

Fuente: Encuesta CEP 2007 – http://www.cepchile.cl/enc_main.html

Por ende, no resulta sorprendente que la mayoría de las personas también indican haber tomado distintas medidas en prevención de la delincuencia.





Tabla 26: Medidas de prevención de la delincuencia (CEP-2007)

Algunas personas han tomado ciertas medidas en el último año, en prevención de la delincuencia. Dígame ¿si Ud. ha realizado alguna de las siguientes cosas? HAY LUGARES QUE HA DEJADO DE IR

Indice	Respuesta	Porcentaje
1	SÍ	53.7%
2	No	45.8%
3	No sabe	0.3%
4	No contesta	0.2%





Algunas personas han tomado ciertas medidas en el último año, en prevención de la delincuencia. Dígame ¿si Ud. ha realizado alguna de las siguientes cosas? HA DEJADO DE SALIR A CIERTAS HORAS

Indice Respuesta Porcentaje

1	SÍ	60.2%	
2	No	39.4%	
3	No sabe	0.2%	
4	No contesta	0.1%	





Algunas personas han tomado ciertas medidas en el último año, en prevención de la delincuencia. Dígame ¿si Ud. ha realizado alguna de las siguientes cosas? HA REFORZADO LA SEGURIDAD DE SU CASA MEDIANTE SEGUROS, CHAPAS O ALARMAS

Indice Respuesta Porcentaje

1	SÍ	51.7%	
2	No	48%	
3	No sabe	0.1%	
4	No contesta	0.1%	





Algunas personas han tomado ciertas medidas en el último año, en prevención de la delincuencia. Dígame ¿si Ud. ha realizado alguna de las siguientes cosas? HA COMPRADO ARMAS DE FUEGO

Indice Respuesta Porcentaje

1	SÍ	3.5%	
2	No	96.2%	
3	No sabe	0.1%	
4	No contesta	0.1%	

Algunas personas han tomado ciertas medidas en el último año, en prevención de la delincuencia. Dígame ¿si Ud. ha realizado alguna de las siguientes cosas? SE HA PUESTO DE ACUERDO CON SUS VECINOS PARA AYUDARSE EN CASO DE PELIGRO

Indice Respuesta Porcentaje

1	SÍ	38.7%	
2	No	60.9%	
3	No sabe	0.3%	
4	No contesta	0.1%	

Fuente: Encuesta CEP 2007 – http://www.cepchile.cl/enc_main.html

Respecto a cómo resolver el problema de la delincuencia, más de la mitad de las personas indica que es necesario que los jueces sean más duros con los detenidos y, un 13,2%, confirma que es necesario aumentar la dotación de carabineros e investigaciones, mientras que solamente un 15% indica que se requiere de mejores oportunidades de trabajo para jóvenes y, un 6,8%, de mejores programas de rehabilitación para los que han delinquido por primera vez. Estas cifras también se reflejan en la actual Encuesta Nacional de Seguridad Ciudadana (ENUSC) del año 2009. Mientras la mayoría de las personas indica que falta el control por parte de los padres (24,3%) y la vigilancia policial (17,5), solamente el 3,8% cree que la situación se debe a situaciones de pobreza, un 3% a la mala calidad de la educación en las escuelas y un 11,5% a la falta de

oportunidades de trabajo (ENUSC 2009: 28). Todas estas cifras apuntan a la situación que, según la opinión pública, se requiere de una *mano dura* para enfrentarse al problema de la delincuencia – enfoque que según varios estudios cuantitativos y cualitativos se suele transmitir típicamente en los noticieros chilenos (capítulo 4.3).

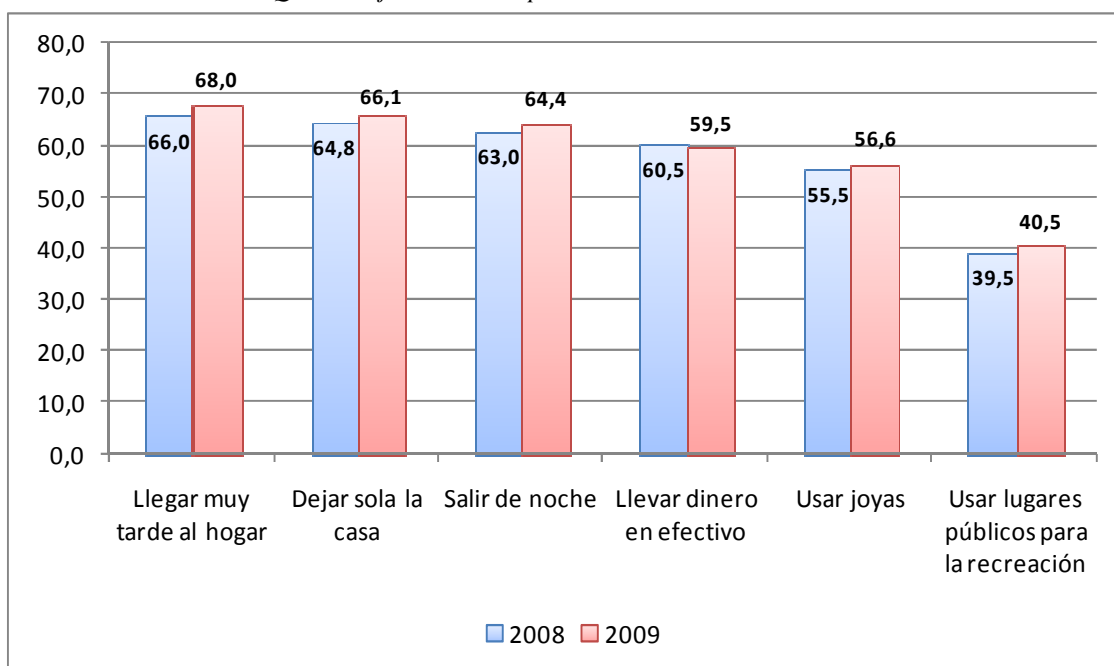
Tabla 27: Prevención de la delincuencia (CEP-2007)

En relación a la lucha contra la delincuencia, ¿Qué cree UD. que es más importante?		
Indice	Respuesta	Porcentaje
1	Aumentar la dotación de carabineros e investigaciones	13,2%
2	Que los jueces sean más duros con los detenidos	51,7%
3	Que mejore la calidad de las cárceles	4,1%
4	Que los jóvenes tengan más oportunidades de trabajo	15,0%
5	Que se hagan mejores programas de rehabilitación para los que delinquen por primera vez	6,8%
6	Que se combata con más dureza en narcotráfico	5,5%
7	Que se mande más delincuentes a la cárcel (o que se den menos penas alternativas)	2,1%
8	Que se construyan más cárceles	0,7%
9	No sabe	0,7%
10	No contesta	

Fuente: Encuesta CEP 2007 – http://www.cepchile.cl/enc_main.html

Según la ENUSC 2009, el 38,9% de los chilenos cree que será víctima de un delito durante el próximo año, un 53% indica que se siente muy o un poco inseguro al caminar por su barrio cuando está oscuro y un 44% cree que la delincuencia en el país ha aumentado. Como resultado, la gran mayoría de las personas indica haber dejado de hacer determinadas cosas, para evitar ser víctima de un delito (véase figura 20).

Figura 22: Reacción frente al delito según la ENUSC 2009
Qué ha dejado de hacer para no ser víctima de un delito



Fuente: ENUSC 2009: 35

Frente a este panorama, nos parece sumamente justificable confirmar que en Chile sigue existiendo un sesgo entre la percepción subjetiva de la delincuencia y los hechos estadísticos; es decir, sigue manifestándose la imagen de un delincuente omnipresente y omnipotente en la opinión pública.

Existen perspectivas teóricas que plantean que la sensación de inseguridad, en términos generales, que indica tener la gran mayoría de los chilenos, se expresaría a través de un fuerte temor por la delincuencia. Una explicación de las razones principales de esa inseguridad generalizada, podría encontrarse en los rápidos procesos de modernización que ha vivido Chile en los últimos años. Dammert y Malone (2003) muestran en un estudio empírico, que inseguridades económicas, sociales y políticas, representan buenos predictores para explicar la sensación de inseguridad. Las autoras destacan que el caso chileno ofrece una buena base para investigar la relación entre el temor por la delincuencia y otras inseguridades sociales, económicas y políticas, dado que Chile representa un caso de desarrollo, sobre todo económico, destacable en el contexto latinoamericano, que a su vez no ha sido acompañado por un incremento del desempleo o de la pobreza. Además, Chile tiene una de las tasas de victimización

más bajas de la región, acompañado por una alta confianza en la policía (Dammert y Malone 2003: 84-85). En este contexto, resulta de interés que los resultados de su estudio apuntan a que la confianza en la prensa, también es un predictor de tener miedo de llegar a ser víctima de un delito (Dammert y Malone 2003: 90-91).

Vale subrayar que, para las políticas públicas, el tema de la seguridad ciudadana representa un reto sumamente importante, lo que lleva a menudo a un fuerte populismo en el momento de discutir mejoras y soluciones. Gran parte del interés en el tema, suele concentrarse más en los síntomas que en los orígenes del fenómeno, lo que lleva frecuentemente a la reivindicación de la *mano dura*, política que fácilmente puede llegar a un punto donde desquicia las bases legales de una democracia:

“De parte de los políticos, hay llamados a desarrollar acciones para el enfrentamiento del fenómeno con medidas más o menos radicales en función de sus posiciones respecto del gobierno de turno. Los especialistas - con menor presencia en los medios - hacen llamados para precisar conceptos y mejorar la medición del fenómeno; en tanto entre los ciudadanos aumenta la inseguridad y se generan formas innovadoras para suplir una ausencia institucional.”

(Arriagada y Godoy 1999: 5)

Una de estas formas, aunque nada innovadora, representa el aumento en inversiones para la seguridad en el sector privado – tendencia que se puede observar en el caso de Chile y que muestra claramente cómo un tema tan complejo tiene impactos, tanto en los distintos ámbitos sociales como en el ámbito económico público y privado (Ramos y Guzmán de Luigi 2000: 98-100).

5.5 Conclusión

“The problem of keeping the peace has been brought to prominence in the Americas through the contemporary limitations on the service functions of the state, in the face of an increase in economic inequality accompanied by increased social conflict. The importance of the appeal to personal safety is writ large by the competition for the support of the voters and by the competition among the media for readers, listeners and viewers.”

(Chevigny 2003: 91).

En este capítulo hemos vistos tres aspectos centrales que justifican sostener la hipótesis, de que en Chile los medios de comunicación tienen un impacto en la percepción de la seguridad pública. En un primer paso, hemos mostrado cómo es la situación delincencial en Chile, la cual resulta ser, comparándola con el promedio de Latinoamérica, ni alta ni baja. Una mirada más profunda reveló que, en términos generales, la gravedad de los delitos tiende a ser menor que en los otros países de la región y que se puede considerar a Chile como el país más seguro de la región. Sin embargo, Chile pertenece al grupo de países con una relativamente mala percepción de la seguridad pública, en comparación con la mayoría de los otros países y el promedio latinoamericano. Varios estudios han indicado que la preocupación por la delincuencia, como de un alto nivel de temor de llegar a ser víctima de un delito en determinadas circunstancias, y la consideración de que la delincuencia es el problema más importante al cual tiene que enfrentarse el gobierno, no pueden ser explicados por la mera existencia del nivel de delincuencia realmente existente. No cabe dudas que la sensación de inseguridad representa un fenómeno multifacético, cuyas dimensiones no son abarcables con toda cabalidad en un sólo estudio. Sin embargo, para el caso de Chile se puede constatar que los procesos de modernización y la relativamente brusca inserción en un mundo globalizado, han causado cambios sociales que a su vez han traído consigo nuevas matrices socioculturales, introduciendo formas de inseguridad anteriormente no experimentadas. La expresión de esta inseguridad generalizada parece manifestarse en un miedo por un omnipotente y omnipresente delincuente. A nuestro entender, y frente a este panorama, se justifica hablar, siempre en comparación con los otros países de la región, de una agudización de la temática en el caso de Chile.

Analizando el paisaje mediático en este contexto, resulta que se puede identificar fácilmente factores que impiden la formación de una opinión pública crítica y pluralista. La constelación dada puede describirse como un oligopolio, que tiende a favorecer la generación de información según los intereses de determinados poderes fácticos, a los cuales pueden adscribirse una ideología uniforme, que forman además una red de instituciones público-privadas ligadas a empresas y determinados partidos políticos. Estas instituciones fueron posicionadas como *think-tanks* a nivel nacional, que se dedican al tema de la seguridad pública y a los cuales los medios de comunicación tienden a recurrirse con frecuencia, mientras a opiniones alternativas claramente no les da la publicidad correspondiente. Lo que puede significar este escenario, donde gran parte de los medios de comunicación están en manos de ciertos grupos de interés para los cuales la manipulación activa de la opinión pública representa una oportunidad para alcanzar los propios intereses políticos y/o privados, nos lleva otra vez a lo que Jürgen Habermas llama la *arcana política del monarca*. Dado que es cuestionable sí el funcionamiento de una democracia verdadera, donde la llegada a acuerdos se basa en lo más posible en el razonamiento consensuado entre todos los miembros de la sociedad en base a una opinión pública crítica, puede realizarse bajo estas circunstancias.

Además, resulta que, en el momento de analizar con más detalles la cobertura del tema de la delincuencia y la evolución de ella, se puede identificar un *agenda-setting* en concordancia con los intereses políticos y privados por parte de tales poderes fácticos. A nuestro entender, se justifica entonces sostener que el sesgo de la opinión pública respecto al tema de la seguridad ciudadana, responde en gran parte a una manipulación consciente por parte de los poderes fácticos, que manejan casi todas las empresas activas en el paisaje mediático chileno contemporáneo. A esta tendencia general, se suma el hecho de que se amplificó la sensación de miedo e inseguridad en la opinión pública, justamente en el periodo de intensificación de la cobertura del tema de la seguridad pública en los medios de comunicación y, específicamente, los noticieros nacionales. Esta intensificación de la cobertura del tema tiende, además, a ser acompañado por una simplificación de los hechos y un uso inapropiado de estadísticas que pueden confundir o alarmar a la audiencia de manera innecesaria (Dastres et al. 2005: 226-227). Los medios de comunicación, aunque no sean los orígenes de la agudización de la temática, juegan entonces un rol sumamente importante en la percepción de la seguridad pública: Ellos

probablemente no son el origen del miedo y la inseguridad en sí, pero de todas maneras representan amplificadores de la imagen de una delincuencia amenazadora.

Frente a la nueva constelación política que se dio en marzo 2010 debido al cambio del gobierno, será interesante investigar en el futuro si se pueden observar cambios significativos, sean estos cualitativos o cuantitativos, en la cobertura del tema de la delincuencia en la prensa chilena.

Cerrando el capítulo, vale subrayar que la temática de la seguridad pública representa claramente un ámbito de las políticas públicas donde el uso, o más bien *abuso*, mediático de esta temática, fácilmente puede llevar a la toma de decisiones no concertadas, aunque, al mismo tiempo, aparentemente parecen estar justificadas debido a una alta presión ejercida por parte de una opinión pública *guiada*. En el caso de América Latina y, específicamente, de Chile, se suma lo que subraya Chevigny (2003):

“The trend is likely to be particularly strong in countries in which major offices are openly contested for election, but economic inequality is pronounced and the willingness or ability of the government to deliver social services is limited. Under those conditions, there is a strong temptation to find an issue that will appeal to all classes; the issue of crime and the consequent fear of insecurity is an obvious issue that is frequently used and is sometimes even exaggerated in the hope of enlisting popular support.”

(Chevigny 2003: 77)

Capítulo 6

Aspectos Metodológicos del Estudio

6.1 Carácter del estudio, diseño de investigación y técnicas de análisis de la información

El presente estudio cuantitativo es de carácter *expost-fact*, dado que trabajaremos con información secundaria de la base de datos de la encuesta *Latinobarómetro 2007*⁵⁷. El análisis de los datos será tanto a nivel descriptivo y correlacional como a nivel explicativo. Además, se trata de un estudio comparativo, ya que los análisis se realizarán tanto para los 18 países latinoamericanos disponibles en la base datos como para la región propiamente tal.

Nuestro estudio se realizará principalmente en cuatro pasos, de los cuales los primeros tres abarcarán todos los países latinoamericanos. En un primer paso efectuaremos un análisis descriptivo de las variables centrales para toda América Latina. Esto nos permitirá ubicar mejor a los diferentes países en el contexto de las variables de interés. Luego verificaremos, a través de un análisis bivariado, si existe una relación entre las variables de interés, para después poder investigar, en un tercer paso y mediante un análisis multivariado, si las posibles asociaciones son espurias o, al contrario, si existen relaciones explicativas-causales entre las variables de interés.

Las diferentes técnicas de análisis de la información que aplicaremos nos permitirán:

1. Análisis univariado:

- Verificar la distribución de frecuencias según la categoría de una variable. Esto no posibilitará visualizar la distribución de las categorías de nuestras variables de central interés, según el país y de modo comparativo; es decir, nos posibilitará identificar, por ejemplo, en cuál país se manifiesta la peor y en cuál la mejor percepción de la seguridad pública.

2. Análisis bivariado:

- Verificar la existencia o no de asociación entre dos variables; es decir, analizar la forma en que se distribuye la variable dependiente para las diferentes categorías de la variable independiente.

⁵⁷ La base de datos puede ser solicitada en www.latinobarometro.org.

- Verificar la fuerza de dicha asociación.
- Verificar la dirección de la asociación.

3. Análisis multivariado (regresión lineal múltiple):

- Verificar la capacidad de nuestro modelo en predecir, a partir del conjunto de nuestras variables independientes, el resultado de la variable dependiente.
- Determinar cuáles de las variables independientes son los mejores predictores de la variable dependiente.
- Determinar la capacidad de una variable independiente de predecir el resultado de la variable dependiente, controlando por el efecto del resto de las variables independientes.

4. Análisis multivariado (regresión logística):

- Predecir, a partir de nuestro conjunto de covariables, si una persona pertenece al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública.
- Medir la incidencia de cada covariable en los valores que asume la variable dependiente, manteniendo constantes el resto de las covariables. En comparación con los resultados de la regresión lineal múltiple, no será posible determinar cuál covariable tiene un mayor impacto, dado que la regresión logística binaria no produce coeficientes estandarizados.
- Verificar la existencia o no de asociación entre las covariables y la variable dependiente.
- Verificar la capacidad del ICN de predecir el resultado de la variable dependiente, controlando por el efecto del resto de las covariables.

El análisis multivariado representa claramente el núcleo del presente estudio, dado que nos posibilitará llegar a un nivel explicativo respecto al valor de la variable dependiente, controlado por todas las variables independientes de nuestro modelo. Cabe señalar, que en todos los pasos analíticos controlaremos las relaciones con las variables independientes que, basándose en resultados de otros estudios empíricos, se suele considerar importantes para estos tipos de investigaciones.

En la primera parte del análisis multivariado (regresión lineal múltiple) verificaremos entonces, qué variables de nuestro modelo tienen un impacto significativo respecto al cambio del valor de la variable dependiente. Esto nos permitirá comparar en cuál país latinoamericano las variables independientes de mayor interés, el consumo de noticias y la confianza en los medios, tienen un impacto estadísticamente significativo en la percepción de la seguridad pública y en cuales países no lo tienen. Incluso nos será posible analizar su impacto para toda la región en su conjunto. En un segundo paso del análisis multivariado, aplicaremos una regresión logística, en la cual la pertenencia o no pertenencia al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública formará nuestra variable dependiente. Las variables independientes, en el caso de la regresión logística - las así llamadas covariables -, serán las mismas como en el modelo de la regresión lineal múltiple. Esto nos permitirá analizar, otra vez de modo comparativo, en qué países el consumo de noticias y la confianza en los medios, representan variables con una capacidad predictora respecto a la pertenencia al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública. En el último paso analizaremos con más detalle el caso chileno, país de mayor interés del presente estudio, aplicando las mismas técnicas anteriormente mencionadas, pero con cada variable que compone nuestro «Índice de Percepción de la Seguridad Pública» por separado. Esto nos permitirá evaluar si los impactos de las variables independientes cambian dependiendo de las distintas dimensiones subyacentes al índice.

Todos los pasos del análisis los realizaremos con el apoyo del programa estadístico SPSS (v.15.0.1).

6.2 Universo, muestra y unidad de análisis

Nuestro estudio se basa en los resultados de la encuesta del *Latinobarómetro 2007*. El universo del análisis se compone de todos los individuos mayores de 18 años (excepto en los casos de Brasil y Nicaragua donde se incorporaron en la muestra también individuos mayores de 16 años) en América Latina. De esta manera, la unidad de análisis son tanto los individuos como los distintos países latinoamericanos. Los casos de las muestras a nivel de país varían entre N=1000 y N=1200 (N total = 20.212 para toda América Latina), llegando así a un nivel de representatividad entre el 98,4% y el 100%, dependiendo del respectivo país. Para más detalles,

véase la ficha técnica de la encuesta Latinobarómetro 2007, la cual se encuentra en el Anexo I.

6.3 Operacionalización de variables, construcción de índices y recodificaciones

Para poder realizar los análisis previamente presentados, nos enfrentamos al desafío de hacer operativo nuestro concepto de la *percepción de la seguridad pública*; es decir, de concretizar de manera mensurable las distintas dimensiones de este fenómeno social y justificar sus indicadores constituyentes. Este paso, inevitablemente, conlleva la reducción de la complejidad de tal fenómeno, obstáculo con el cual se enfrenta cualquier investigación cuantitativa que busca explicar un fenómeno social, dado que en el momento de hacer medible una característica específica, necesariamente significa codificarla en una medida estadística; es decir, en definir un indicador que la represente numéricamente. Tal indicador numérico nunca puede representar un concepto en su cabalidad. Por ende, se busca la mejor combinación posible de indicadores, derivados y sustentados por un análisis teórico previo, para integrarlos a un sistema coherente de medidas semejantes, llamado *índice*, lo que permite concretizar las observaciones y hacer estadísticamente medibles las distintas dimensiones del concepto considerado.

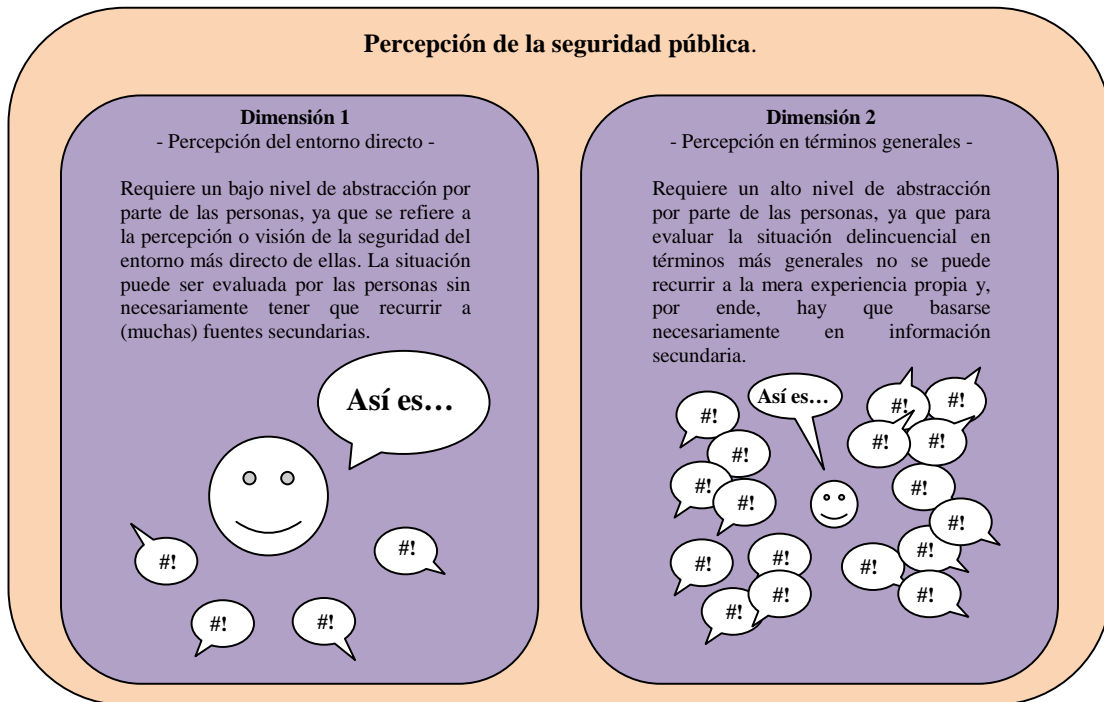
Entonces, necesitamos en primer lugar una definición de lo que entendemos por *percepción de la seguridad pública*, dado que se trata de un fenómeno social multifacético, que por sí mismo, no necesariamente posibilita una interpretación unívoca. En este sentido, es importante señalar que en el contexto del presente estudio entendemos la *seguridad pública* exclusivamente en términos de delincuencia, descartando de esta manera aspectos, o más bien dimensiones, de ella que se refieren, por ejemplo, a una catástrofe natural, a una guerra o un acto terrorista. El término *percepción de la seguridad pública* se refiere entonces a la sensación subjetiva que manifiestan las personas respecto específicamente a la delincuencia. Entonces podríamos haber llamado al concepto de interés *percepción de la seguridad pública en términos de delincuencia*, pero dado que en la literatura y los debates actuales, como hemos visto en los capítulos anteriores, se suele usar el término *seguridad pública* para referirse específicamente al tema de la delincuencia, también optamos por esta expresión más corta.

Ahora bien, no cabe duda que el concepto de percepción de la seguridad pública sigue reflejándose en varias dimensiones, ya que la delincuencia como fenómeno en sí también es multifacética. Sin embargo, en base a los debates teóricos sobre el impacto del consumo de noticias en la percepción de la seguridad pública, nos será posible determinar un concepto mínimo de ella, el cual se compone principalmente de dos dimensiones: la percepción de la seguridad tanto a un nivel personal y, por ende, más directo, como la percepción de la seguridad a un nivel de escala mayor; es decir, en términos generales y, por lo tanto, menos directo respecto al entorno de los individuos. Las dimensiones que conforman el concepto de la percepción de la seguridad pública, pueden entenderse entonces como niveles de una escala geográfica o de un alcance físico, partiendo del entorno directo del individuo y llegando al nivel menos directo:

Percepción de la seguridad personal → percepción del entorno directo → percepción del entorno no directo → percepción de la situación en general del país

La diferenciación entre estas dimensiones, en el contexto de investigar los efectos mediáticos en la percepción de la seguridad pública, se basa en el argumento de que las personas no dependen tanto de información secundaria para evaluar su situación concreta, mientras para poder evaluar la situación a un nivel menos directo, como por ejemplo la situación delincencial en el país, nadie dispone de toda la información necesaria y, por ende, depende más de fuentes secundarias, cuyo principal proveedor – como lo hemos mostrado en los capítulos anteriores – constituyen los medios de comunicación y, en específico, las noticias. Las distintas dimensiones que se suele considerar para la conceptualización de la percepción de la seguridad pública dependen, entonces, principalmente del interés específico del investigador.

Figura 23: Conceptualización de la percepción de la seguridad pública



Fuente: Elaboración propia

Dado que el presente estudio es de carácter *expost-facto*, no nos será posible elaborar indicadores propios que abarquen todos los aspectos posiblemente influyentes en la percepción de la seguridad pública y sus diferentes dimensiones. Sin embargo, la base de datos con la cual trabajaremos, dispone de indicadores que nos permiten caracterizar lo que se suele considerar los aspectos centrales de la percepción de la seguridad pública, en el contexto de investigar el impacto de los medios de comunicación en ella (véase capítulo 3.5).

Basándonos en la aproximación visualizada en la figura 23, la composición concreta de nuestro «Índice de Percepción de la Seguridad Pública» (IPSP), puede resumirse de la siguiente manera:

Tabla 28: El Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP)

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Valores recodificados
Percepción de la seguridad pública	D1: Percepción de la situación propia/del entorno directo	Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito ⁵⁸	0 = Todo o casi todo el tiempo 1 = Algunas veces 2 = Ocasionalmente 3 = Nunca
		Satisfacción con la seguridad del barrio ⁵⁹	0 = Completamente insatisfecho [...] 10 = Completamente satisfecho
	D2: Percepción en términos generales/ a nivel del país	Vivir en el país es cada día menos seguro ⁶⁰	0 = Más inseguro 1 = Igual de seguro 2 = Más seguro
		El problema más importante del país es la delincuencia/seguridad pública ⁶¹	0 = Delincuencia/Seguridad pública 1 = Otro

Para poder operacionalizar nuestro índice, estandarizamos primero las variables correspondientes según el siguiente cálculo, dado que en su forma original tuvieron diferentes niveles de medición. La fórmula de la estandarización que aplicamos fue la siguiente:

$$\frac{\text{valor observado} - \text{límite inferior normativo}}{\text{límite superior normativo} - \text{límite inferior normativo}}$$

De esta manera, las variables toman valores entre 0 y 1, donde el correspondiente aspecto medido de la seguridad pública toma un valor 0, si la persona lo ha calificado como lo más inseguro posible y, el valor 1, indica que se calificó este aspecto de la mejor manera posible. En un segundo paso, calculamos los valores concretos del índice propiamente tal. El IPSP le da una misma ponderación a cada de las dos dimensiones y, por ende, a cada uno de los cuatro indicadores, estructurándose de la siguiente manera⁶²:

$$\frac{VD1_rec_est+VD2_rec_est+VD3_rec_est+VD4_rec_est}{4}$$

⁵⁸ ¿Cuán frecuentemente se preocupa Ud. de que pueda llegar a ser víctima de un delito con violencia? Todo o casi todo el tiempo (1); Algunas veces (2); Ocasionalmente (3); Nunca (4); NS/NR (0)

⁵⁹ A continuación le haré una serie de preguntas, le pediré que utilice para responder la siguiente escala, donde “0” es “Completamente insatisfecho” y “10” es “Completamente satisfecho”: ¿Cuán satisfecho está con la seguridad pública del barrio en que vive?

⁶⁰ En general, ¿puede Ud. decir que vivir en (país) es cada día más seguro, igual de seguro o más inseguro? Diría Ud. que es... Más seguro (1); Igual de seguro (2); Más inseguro (3); No sabe (8); No responde (0)

⁶¹ En su opinión ¿Cuál considera Ud. que es el problema más importante en el país?

⁶² Tanto el listado completo de todas las variables incorporadas en nuestro modelo como su recodificación se encuentran en las tablas 31 y 32.

El IPSP toma entonces también valores entre 0 y 1, donde el valor 0 indica que una persona tiene la peor percepción de la seguridad pública posible y, el valor 1, que tiene la mejor percepción posible.

En un último paso, se agruparon los valores según terciles. Es decir, se ordenaron las personas de menor a mayor respecto de su valor del IPSP y luego se formaron tres grupos con igual número de personas cada uno (terciles).⁶³ Se identificó los tres grupos resultantes con los conceptos “mala percepción de la seguridad pública”, “neutral percepción de la seguridad pública” y “buena percepción de la seguridad pública”. Vale subrayar que las denominaciones utilizadas para nombrar a cada grupo tienen un carácter instrumental cuyo objetivo es distinguir y jerarquizar situaciones. La característica principal de esta clasificación es su ordenamiento relativo que hace posible una comparación de determinados grupos de personas entre los distintos países latinoamericanos. Además, posibilitará definir la pertenencia al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública como variable dependiente binaria, al momento de aplicar la regresión logística.

Ahora bien, creamos el «Índice de Consumo de Noticias» (ICN) y el «Índice de Confianza en los Medios» (ICM), los cuales representan nuestras variables independientes de mayor interés. Para la creación del ICN, la base de datos nos ofrece indicadores que midieron la cantidad de días que una persona mira, lee o escucha noticias en los distintos medios de comunicación (televisión, diarios y la radio). Para la creación del ICM, los indicadores que incorporamos midieron el nivel de confianza que indica una persona tener en el respectivo medio de comunicación. Para la operacionalización, seguimos la misma lógica argumentativa como en el caso del IPSP.

⁶³ Este procedimiento de operacionalizar variables se suele aplicar para facilitar su interpretación y comparabilidad. Así, por ejemplo, se aplicó el mismo procedimiento en el caso del estudio “Desarrollo Humano en las Comunas de Chile (1994-2003)” (PNUD 2005: 36).

Tabla 29: El Índice de Consumo de Noticias (ICN)

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Valores recodificados
Consumo de noticias	D1: Consumo de noticias en la televisión	Cantidad de días que la persona miró noticias en la televisión en la semana pasada ⁶⁴	0 = Ninguno [...] 7 = Cada día
	D2: Consumo de noticias en los diarios	Cantidad de días que la persona leyó noticias en los diarios en la semana pasada ⁶⁵	0 = Ninguno [...] 7 = Cada día
	D3: Consumo de noticias en la radio	Cantidad de días que la persona escuchó noticias en la televisión en la semana pasada ⁶⁶	0 = Ninguno [...] 7 = Cada día

Dado que las variables de este índice tuvieron el mismo nivel de medición, no fue necesaria una estandarización. Tal como en el caso del IPSP, se calculó el ICN de la siguiente manera, dando a cada una de las dimensiones subyacentes la misma ponderación:

$$\frac{VI_{ConsNot_Tv} + VI_{ConsNot_Diarios} + VI_{ConsNot_R}}{3}$$

El ICN toma entonces valores entre 0 y 7, donde un 0 significa que una persona simplemente no consume noticias y, el valor 7, que tiene el consumo más alto posible. Para la aplicación de los análisis multivariado, se agruparon los valores según terciles, siguiendo la misma lógica como en el caso del IPSP. Esto nos permitirá obtener los grupos de personas con un bajo, medio y alto nivel de consumo de noticias.

⁶⁴ ¿Cuántos días en la semana pasada miró Ud. las noticias en televisión?
Televisión - 97 98 00 (DÍAS NINGUNO NS NR)

⁶⁵ ¿Cuántos días en la semana pasa leyó Ud. noticias en un periódico/diario?
Diario - 97 98 00 (DÍAS NINGUNO NS NR)

⁶⁶ ¿Cuántos días en la semana pasa oyó Ud. noticias en la radio?
Diario - 97 98 00 (DÍAS NINGUNO NS NR)

Tabla 30: El Índice de Confianza en los Medios (ICM)

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Valores recodificados
Confianza en los medios	D1: Confianza en televisión	Cuánta confianza tiene en la televisión ⁶⁷	0 = Ninguna 1 = Poca 2 = Alguna 3 = Mucha
	D2: Confianza en los diarios	Cuánta confianza tiene en los diarios ⁶⁸	0 = Ninguna 1 = Poca 2 = Alguna 3 = Mucha
	D3: Confianza en la radio	Cuánta confianza tiene en la radio ⁶⁹	0 = Ninguna 1 = Poca 2 = Alguna 3 = Mucha

Tal como en los casos anteriores se calculó el ICM, dando a cada una de las dimensiones subyacentes la misma ponderación:

$$\frac{VI_ConsNot_Tv + VI_ConsNot_Diarios + VI_ConsNot_Tv}{3}$$

El ICM toma entonces valores entre 0 y 3, donde un 0 significa que una persona no tiene ninguna confianza en los medios y, el valor 3, que tiene un nivel de confianza más alto posible. Tal como en el caso del ICN, se agruparon los valores según terciles para obtener los grupos de personas con un bajo, medio y alto nivel de confianza en los medios.

La gran ventaja de un análisis multivariado, es que nos permite verificar el impacto de una variable independiente en el valor de la dependiente, contralado por la influencia de muchas otras variables. Es decir, en el momento de analizar estadísticamente el impacto de los medios de comunicación (acá el consumo de noticias y la confianza en los medios de comunicación) en la

⁶⁷ Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en ellas: mucha(1), algo(2), poca(3) o ninguna(4)confianza en...?

La televisión.....

⁶⁸ Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en ellas: mucha(1), algo(2), poca(3) o ninguna(4)confianza en...?

Los diarios.....

⁶⁹ Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en ellas: mucha(1), algo(2), poca(3) o ninguna(4)confianza en...?

La radio.....

percepción de la seguridad pública, podemos incorporar en nuestro modelo más variables, que se consideran importantes en el momento de investigar tal impacto:

- Variables que contemplan la percepción respecto a la situación económica del país:

Pregunta	Codificación original	Recodificación	Nombre
¿Cómo calificaría en general la situación económica actual del país? Diría Ud. que es....	1 = Muy buena	4	VI_Sit_económica_país
	2 = Buena	3	
	3 = Regular	2	
	4 = Mala	1	
	5 = Muy mala	0	
	8 = NS	100	
	0 = NR	100	
¿Cuán justa cree Ud. que es la distribución del ingreso en (país)?	1 = Muy justa	3	VI_Distribución_ingresos
	2 = Justa	2	
	3 = Injusta	1	
	4 = Muy injusta	0	
	8 = NS	100	
	0 = NR	100	

- Variables que contemplan la satisfacción con la democracia:

Pregunta	Codificación original	Recodificación	Nombre
En general, diría Ud. que está muy satisfecho, más bien satisfecho, no muy satisfecho o nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en (país)?	1 = Muy satisfecho	3	VI_Satis_democracia
	2 = Más bien satisfecho	2	
	3 = No muy satisfecho	1	
	4 = Nada satisfecho	0	
	8 = NS	100	
	0 = NR	100	

- Variables que contemplan la seguridad social:

Pregunta	Codificación original	Recodificación	Nombre
¿Hasta qué punto las siguientes libertades, derechos, oportunidades y seguridades están garantizadas en (país)? - Protección social	1 = Completamente garantizada	3	VI_Garantización_ProtSoc
	2 = Algo garantizada	2	
	3 = Poco garantizada	1	
	4 = Para nada garantizada	0	
	0 = NS/NR	100	
	0 = NS/NR	100	
¿Hasta qué punto las siguientes libertades, derechos, oportunidades y seguridades están garantizadas en (país)? - Oportunidades de conseguir trabajo	1 = Completamente garantizada	3	VI_Garantización_Trabajo
	2 = Algo garantizada	2	
	3 = Poco garantizada	1	
	4 = Para nada garantizada	0	
	0 = NS/NR	100	
	0 = NS/NR	100	

- Variables que contemplan la confianza en las instituciones (estatales) más importantes en el contexto de la seguridad pública y la percepción de su funcionamiento:

Pregunta	Codificación original	Recodificación	Nombre
Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en el gobierno?	0 = NR 1 = Mucha 2 = Algo 3 = Poca 4 = Ninguna 8 = NS	100 3 2 1 0 100	VI_Conf_gobierno
Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en la policía/los carabineros?	0 = NR 1 = Mucha 2 = Algo 3 = Poca 4 = Ninguna 8 = NS	100 3 2 1 0 100	VI_Conf_policia
Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en el Poder judicial?	0 = NR 1 = Mucha 2 = Algo 3 = Poca 4 = Ninguna 8 = NS	100 3 2 1 0 100	VI_Conf_podjud
¿Cuánto cree Ud. que se ha progresado en reducir la corrupción en las instituciones del Estado en estos últimos 2 años?	0 = NR 1 = Mucho 2 = Algo 3 = Poco 4 = Nada 8 = NS	100 3 2 1 0 100	VI_Prog_reduc_corrup_rec
¿Diría Ud. que es muy posible, algo, poco o nada posible que se descubra en nuestro país a una persona que cometió algún acto ilegal?	0 = NS/NR 1 = Muy posible 2 = Algo posible 3 = Poco posible 4 = Nada posible	100 3 2 1 0	VI_Pos_descubrir_acto_ilegal

- La posición política de una persona:

Pregunta	Codificación original	Recodificación	Nombre
En política se habla normalmente de "izquierda" y "derecha". En una escala dónde "0" es la "izquierda" y "10" la "derecha", ¿dónde se ubicaría Ud.?	0 = izquierda 1 = 01 2 = 02 3 = 03 4 = 04 5 = 05 6 = 06 7 = 07 8 = 08 9 = 09 10 = derecha 97 = Ninguna 98 = NS 99 = NR	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 97 98 99	VI_Pospol

Pregunta	Codificación original	Recodificación	Nombre
En política se habla normalmente de "izquierda" y "derecha". En una escala dónde "0" es la "izquierda" y "10" la "derecha", ¿dónde se ubicaría Ud.? Ubicación política (izquierda)	0 = izquierda 1 = 01 2 = 02 3 = 03 4 = 04 5 = 05 6 = 06 7 = 07 8 = 08 9 = 09 10 = derecha 97 = Ninguna 98 = NS 99 = NR	1 1 1 1 0 0 0 0 0 0 0 97 98 99	VI_Pospol_izq
En política se habla normalmente de "izquierda" y "derecha". En una escala dónde "0" es la "izquierda" y "10" la "derecha", ¿dónde se ubicaría Ud.? Ubicación política (centro)	0 = izquierda 1 = 01 2 = 02 3 = 03 4 = 04 5 = 05 6 = 06 7 = 07 8 = 08 9 = 09 10 = derecha 97 = Ninguna 98 = NS 99 = NR	0 0 0 0 1 1 1 0 0 0 0 97 98 99	VI_Pospol_cen
En política se habla normalmente de "izquierda" y "derecha". En una escala dónde "0" es la "izquierda" y "10" la "derecha", ¿dónde se ubicaría Ud.? Ubicación política (derecha)	0 = izquierda 1 = 01 2 = 02 3 = 03 4 = 04 5 = 05 6 = 06 7 = 07 8 = 08 9 = 09 10 = derecha 97 = Ninguna 98 = NS 99 = NR	0 0 0 0 0 0 0 1 1 1 1 97 98 99	VI_Pospol_der

- Variables que contemplan si una persona ha experimentado un delito o si una persona muy cercana de ella lo ha experimentado:

Pregunta	Codificación original	Recodificación	Nombre
¿Ha sido Ud. o algún pariente asaltado, agredido, o víctima de un delito en los últimos doce meses? Asaltado/ agredido/ víctima de delito	0 = NR 1 = Si 2 = No 8 = NS	100 1 0 100	VI_Victimización
¿Ha sabido Ud., o algún pariente de algún acto de corrupción en los últimos doce meses? Acto de corrupción	0 = NR 1 = Si 2 = No 8 = NS	100 1 0 100	VI_Corrupción
¿Ha sabido Ud. de algún amigo o pariente que haya consumido drogas en los últimos doce meses? Consumo de drogas	0 = NR 1 = Si 2 = No 8 = NS	9 1 0 8	VI_Drogas1
¿Ha sabido Ud., de alguien que haya participado en una compra o venta de drogas en los últimos doce meses? Narcotráfico/ venta de drogas	0 = NR 1 = Si 2 = No 8 = NS	9 1 0 8	VI_Drogas2
¿Ha sufrido Ud. o conoce Ud. a alguien que haya sufrido acoso sexual en su lugar de trabajo? Acoso sexual	0 = NR 1 = Si 2 = No 8 = NS	100 1 0 100	VI_Acoso_sexual

La base de datos empleada nos permite incorporar gran parte de las variables consideradas, causantes o intervinientes en la percepción de la seguridad pública según el actual debate teórico.⁷⁰

6.4 Validación de los índices

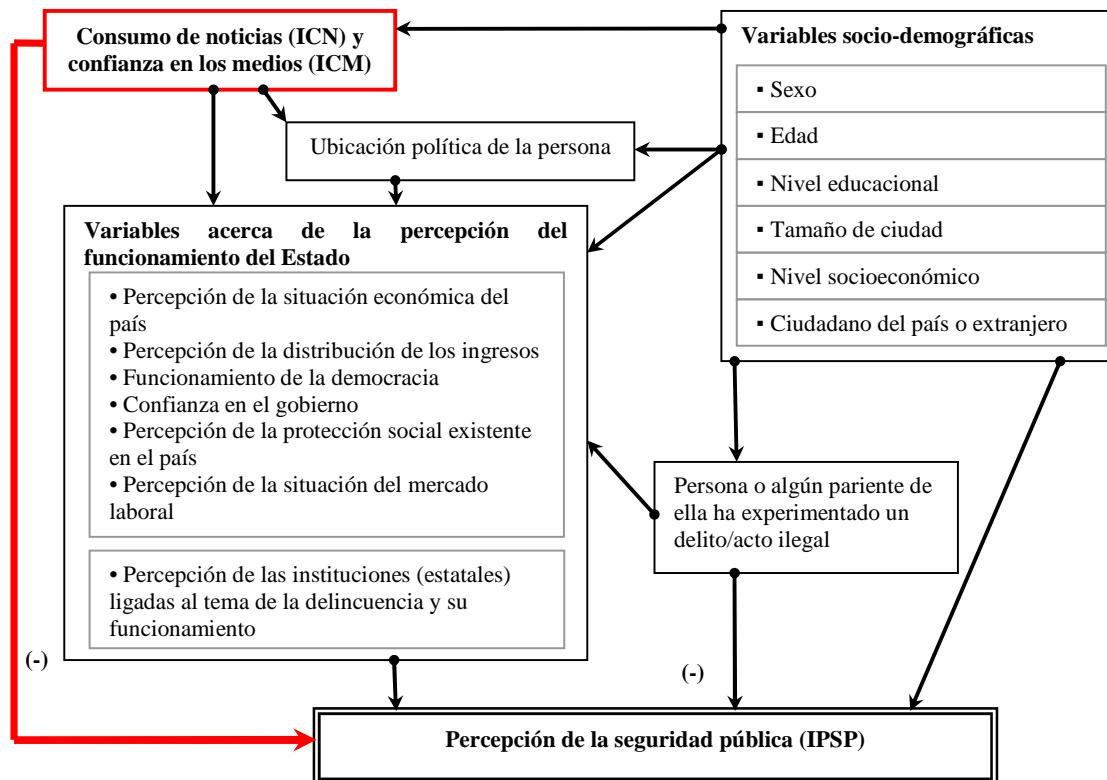
La adecuación de los índices creados se justifica tanto en base a una validación por jueces y una validación teórica (véase capítulo 4 y 5) como en un análisis factorial.⁷¹

⁷⁰ Para todos los indicadores disponibles véase Cuestionario Latinobarómetro 2007 en 10.2 Anexo II: Cuestionario Latinobarómetro 2007.

⁷¹ Los resultados del análisis factorial se encuentran en el *Anexo III: Resultados de los análisis factorial para la creación de los índices utilizados*.

6.5 Modelo de relaciones entre variables

Figura 24: Modelo de relación entre variables⁷²



Fuente: Elaboración propia

⁷² Se indica solamente el sentido de la relación entre las variables independientes y la variable dependiente del modelo econométrico que forman parte de las hipótesis planteadas. Los valores de cada variable están explicados en el capítulo 6.4 *Recodificación de las variables*.

Capítulo 7

Análisis del Impacto de los Medios de Comunicación en la Percepción de la Seguridad pública en América Latina y Chile

7.1 Introducción

En este capítulo, presentaremos primero los rankings de los índices creados según país, para luego revisar si existe asociación entre ellos, es decir, tanto entre la «confianza en los medios de comunicación» como entre el «consumo de noticias» y la «percepción de la seguridad pública».

En un siguiente paso revisaremos, a través de la aplicación de nuestro modelo multivariado, si también se confirman las asociaciones al momento de controlar el impacto de los medios de comunicación en la «percepción de la seguridad pública» por todas las variables de nuestro modelo o si aquellas son más bien espurias debido a interrelaciones entre determinadas variables. Para ello, verificamos a través de una regresión lineal múltiple para cada país y la región en su conjunto, cuáles variables tienen un impacto estadísticamente significativo sobre la «percepción de la seguridad pública» y cuál es el peso relativo que cada una de ellas tiene.

En un tercer paso verificamos, a través de una regresión logística binaria, cuáles variables del modelo tienen una capacidad predictiva respecto a la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», es decir, cuáles variables aumentan o disminuyen la probabilidad de pertenecer a dicho grupo de personas.

Luego profundizaremos el caso chileno, aplicando los mismos modelos, pero verificando tanto el impacto de las variables mediáticas en determinados subgrupos como en las dimensiones e indicadores que componen nuestro «Índice de Percepción de la Seguridad Pública». Esto nos permitirá evaluar, por un lado, si se pueden observar impactos diferentes entre determinados subgrupos y, por otro, entre las dos dimensiones que componen nuestro índice; es decir, nos permitirá verificar si el impacto del consumo de noticias muestra diferencias en el sentido de la *resonance hypothesis* o, más bien, en el sentido de la *substitution hypothesis* (impacto diferente entre personas victimizadas y no victimizadas) y en el sentido de la *view-point of affinity hypothesis* (impacto diferente entre habitantes de la Región Metropolitana y el resto del país).

Además, nos permitirá verificar si se confirma una influencia mediática más en el sentido de la *cultivation hypothesis* (percepción del entorno directo y la cultivación de miedo propiamente tal), de la agenda-setting (percepción de la seguridad pública en términos generales) o si incluso tiene un impacto parecido en ambas dimensiones.

En el último paso, resumiremos los resultados más importantes respecto a nuestras preguntas e hipótesis planteadas.

7.2 Análisis bivariado

Antes del análisis bivariado propiamente tal, comparamos una vez los valores que asumen nuestros índices. El ranking nos indica que (véase tabla 31):

Tabla 31: Ranking de los índices (IPSP, ICN, ICM)⁷³

	IPSP		ICM		ICN
Venezuela	0,405	República Dominicana	1,686	Venezuela	4,176
Argentina	0,406	Venezuela	1,657	Argentina	3,676
Paraguay	0,411	Panamá	1,612	Panamá	3,591
El Salvador	0,421	Brasil	1,572	Honduras	3,536
Guatemala	0,426	Nicaragua	1,557	Uruguay	3,500
<u>Chile</u>	<u>0,430</u>	Uruguay	1,551	<u>Chile</u>	<u>3,482</u>
Honduras	0,442	Bolivia	1,527	República Dominicana	3,473
Brasil	0,445	<u>Chile</u>	<u>1,527</u>	Perú	3,377
Costa Rica	0,449	México	1,494	Costa Rica	3,192
Perú	0,482	Argentina	1,485	Ecuador	3,060
Panamá	0,483	Paraguay	1,476	Guatemala	3,031
Ecuador	0,497	Honduras	1,466	Bolivia	2,954
México	0,503	Colombia	1,447	Paraguay	2,844
República Dominicana	0,506	Guatemala	1,406	Brasil	2,835
Bolivia	0,516	Costa Rica	1,395	México	2,648
Uruguay	0,539	Perú	1,340	El Salvador	2,622
Colombia	0,562	El Salvador	1,247	Nicaragua	2,576
Nicaragua	0,577	Ecuador	1,110	Colombia	2,503
América Latina	0,472	América Latina	1,474	América Latina	3,164

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007, 18 países, n=20.212

⁷³ Recordamos que el «Índice de Percepción de la Seguridad Pública» (IPSP) asume valores entre 0 y 1, donde 1 representa la mejor percepción y 0 la peor. El «Índice de Consumo de Noticias» (ICN) asume valores entre 0 y 7, donde 0 representa ningún consumo y 7 el máximo nivel de consumo posible. El «Índice de Confianza en los Medios de Comunicación» (ICM) asume valores entre 0 y 3, donde 0 representa ninguna confianza y 3 el máximo nivel de confianza posible. Para mayor detalle véase el capítulo 6.

- Países que muestran un IPSP menor que el promedio de la región, pero un consumo de noticias más alto del promedio de la región, son Venezuela, Argentina, Chile y Costa Rica.
- Como países con un IPSP menor que el promedio de la región y, a su vez, con un mayor «consumo de noticias» y un mayor nivel de «confianza en los medios» destacan Venezuela y Chile. Sobre todo en el caso de estos dos países, se podría suponer una asociación entre las dos variables mediáticas y la «percepción de la seguridad pública»,

El análisis bivariado revela que:

Tabla 32: Correlaciones entre el ICM/ICN y el IPSP

	ICM IPSP	ICN IPSP
Argentina	0,127**	-
Bolivia	0,084**	-
Brasil	0,113**	-
Colombia	0,09**	-0,056*
Costa Rica	-	-
Chile	-	-0,119**
Ecuador	0,123**	0,071*
El Salvador	0,094**	0,097**
Guatemala	-0,077*	-
Honduras	0,168**	-0,097**
México	0,133**	-
Nicaragua	-	-
Panamá	-	-
Paraguay	-	-
Perú	-	-
Uruguay	0,098**	-
Venezuela	-	0,114**
República Dominicana	0,070*	-
América Latina	0,065**	-0,036**

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$ | Los valores corresponden al coeficiente de correlación de Pearson

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007, 18 países, n=20.212

- Tanto en once de los 18 países como en la región propiamente tal, existe una asociación estadísticamente relativa entre la «confianza en los medios de comunicación» y la «percepción de seguridad pública». Con excepción de Guatemala, dicha relación siempre es proporcional; es

decir, cuando «aumenta la confianza en los medios de comunicación» se mejora la «percepción de la seguridad pública». Vale subrayar que la intensidad de la asociación tiende a ser baja.

- En Colombia, Chile, Ecuador, El Salvador, Honduras y Venezuela, existe una asociación estadísticamente significativa entre el «consumo de noticias» y la «percepción de la seguridad pública». Esto también aplica para toda la región. Mientras en Ecuador, El Salvador y Venezuela dicha relación es proporcional, en el caso de Colombia, Chile, Honduras y la región en su conjunto es inversamente proporcional; vale decir, en la medida en que aumenta el «consumo de noticias» se empeora la «percepción de la seguridad pública» en el caso de estos dos países. Tal como en el caso de la «confianza en los medios de comunicación», la intensidad de la asociación es baja.

Este resultado confirma de cierta manera lo que habíamos supuesto en base a la mera comparación de los rankings anteriormente presentados. Chile y Venezuela destacaron como países con una «percepción de la seguridad pública» peor que el promedio de la región y, al mismo tiempo, con un «consumo de noticias» y un nivel de «confianza en los medios de comunicación» más alto que el promedio, pero según el análisis bivariado resulta que en el caso del «consumo de noticias» y la «percepción de la seguridad pública» la asociación que encontramos para ambos países es opuesta, siendo positiva en el caso de Venezuela y negativa en el caso de Chile.

Al momento de comparar las tablas de contingencia respecto al «consumo de noticias» y la «percepción de la seguridad pública» en América Latina y Chile en específico resulta que, en el caso chileno destaca claramente como aumentan o disminuyen respectivamente los porcentajes dentro de los grupos de personas con una determinada percepción de la seguridad pública según el nivel de consumo de noticias (véase tablas 33 y 34).

Tabla 33: Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP) según Índice de Consumo de Noticias (ICN) (valores recodificados, América Latina)⁷⁴

		ICN			Total
		Bajo nivel de consumo	Medio nivel de consumo	Alto nivel de consumo	
IPSP	Mala percepción de la seguridad pública	<u>33,9%</u>	<u>36,7%</u>	<u>35,7%</u>	35,3%
	Neutral percepción de la seguridad pública	31,4%	30,4%	31,2%	31,0%
	Buena percepción de la seguridad pública	<u>34,6%</u>	<u>32,9%</u>	<u>33,1%</u>	33,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

		Valor	Error típ. asint.(a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-,018	,008	-2,335	,020(c)

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007

Tabla 34: Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP) según Índice de Consumo de Noticias (ICN) (valores recodificados, Chile)

		ICN			Total
		Bajo nivel de consumo	Medio nivel de consumo	Alto nivel de consumo	
IPSP	Mala percepción de la seguridad pública	<u>37,0%</u>	<u>44,1%</u>	<u>49,7%</u>	43,9%
	Neutral percepción de la seguridad pública	28,9%	26,7%	26,0%	27,1%
	Buena percepción de la seguridad pública	<u>34,1%</u>	<u>29,2%</u>	<u>24,4%</u>	29,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

		Valor	Error típ. asint.(a)	T aproximada(b)	Sig. aproximada
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	-,107	,033	-3,229	,001(c)

Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007

⁷⁴ Como señalado en el capítulo 6.4, se agruparon los valores de los índices según terciles para obtener los grupos de personas con una mala, neutral y buena percepción de la seguridad pública y con un bajo, medio y alto nivel de consumo de noticias respectivamente.

7.3 Análisis multivariado

Para el análisis multivariado aplicaremos en un primer paso una regresión lineal múltiple para determinar, cuáles de las variables independientes de nuestro modelo son mejores predictores de la «percepción de la seguridad pública». Luego aplicaremos una regresión logística con la cual verificaremos, cuáles covariables de nuestro modelo tienen una capacidad predictiva respecto a la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública».⁷⁵ Mientras en el caso de la regresión lineal múltiple se explican los valores que asume nuestro «Índice de Percepción de la Seguridad Pública» en base a las variables independientes de nuestro modelo, la aplicación de la regresión logística nos permitirá hacer proposiciones sobre la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública». Respecto a nuestras hipótesis planteadas significa en concreto, que la aplicación de ambas técnicas nos permitirá verificar si un aumento del consumo de noticias tiene un impacto proporcional o inversamente proporcional sobre los valores de nuestro «Índice de Percepción de la Seguridad Pública», es decir, si un aumento del consumo de noticias empeora la «percepción de la seguridad pública» y, en el segundo paso, si la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» aumenta cuando aumenta el «consumo de noticias» y la «confianza en los medios de comunicación».

En las tablas 35 y 36 resumimos todos los resultados de los cálculos realizados con SPSS. Los asteriscos indican el nivel de significancia estadística en cada caso. Mientras dos asteriscos indican un nivel $p \leq 0,01$, un solo asterisco indica un nivel de significancia estadística de $p \leq 0,05$. En el caso de la regresión lineal múltiple, indicamos siempre el valor del *coeficiente estandarizado beta*, mientras para los resúmenes de la regresión logística indicamos el valor del *coeficiente $Exp(B)$* .⁷⁶

⁷⁵ Para mayor detalle acerca las técnicas estadísticas aplicadas véase el capítulo 6.1.

⁷⁶ En todos los casos habíamos verificado anteriormente las condiciones de aplicación para asegurar una interpretación adecuada de los resultados. Esto incluye el tamaño de la muestra, la existencia de un nivel de medición adecuado, la no existencia de multicolinealidad entre las variables independientes, la existencia de *outliers* y la adecuada normalidad, linealidad y homocedasticidad de los residuales.

Tabla 35: El impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública en América Latina (regresión lineal múltiple)

Variable	América Latina	Argentina	Bolivia	Brasil	Colombia	Costa Rica	Chile	Ecuador	El Salvador	Guatemala	Honduras	México	Nicaragua	Panamá	Paraguay	Perú	Uruguay	Venezuela	Rep. Dominicana
Bloque 1: Variable socio-demográficas																			
Sexo: mujer	-0,046**	-0,067*	-	-0,114**	-	-	-0,092**	-	-	-	-	-0,097**	-	-	-0,079*	-0,106**	-	-	-
Edad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,075*	-	-	-	-	-
Tamaño de la ciudad en que vive la persona	-0,064**	-	-0,173**	-0,146**	-0,177**	-0,103*	-0,111**	-	-0,101**	-	-	-0,109**	-0,194**	-	-0,200**	-0,211**	-0,131**	-	-0,132**
Nivel educacional	0,035**	-	-	-	0,078*	-	-	-	-	0,096*	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nivel socioeconómico	-0,034**	-	-	-	-	-	0,092*	0,129**	-0,123**	-0,09*	-	-	0,079*	-	-	-	-	-	-
Persona es ciudadano del país: sí	-	0,061*	-	0,076*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,091**	-
Bloque 2: Percepción de la situación económica del país																			
Evaluación de la situación económica del país	0,074**	0,096**	0,106**	0,105**	0,138**	0,142**	-0,085*	0,113**	**0,106	0,141**	-	0,126**	-	-	-	-	0,116**	0,112**	0,143**
Cuán justa evalúe la distribución del ingreso en el país	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bloque 3: Satisfacción con la democracia																			
Satisfacción con el funcionamiento de la democracia	0,058**	-	0,115**	-	0,135**	-	0,127**	-	-	-	-	-	0,085*	-	0,073*	-	0,147**	-	-
Bloque 4: Percepción de la seguridad social en el país																			
¿Está garantizada la protección social en el país?	0,109**	0,104**	0,103**	-	-	-	-	-	0,099*	-	0,114**	-	0,089*	-	0,134**	-	0,110**	0,117**	-
¿Está garantizada la oportunidad de conseguir trabajo?	-0,028**	-0,109**	0,078*	-	-	-	-	0,071*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,077*
Bloque 5: Confianza en instituciones y percepción de su funcionamiento																			
Confianza en el gobierno	0,026**	-	-	-	-	-	-	0,172**	-	-	-	-	-	0,112**	-	-	-	-	-
Confianza en la policía/los carabineros	0,064**	0,073*	-	-	-	0,114*	-	0,084*	-	-	-	0,083*	-	-	-	0,065*	-	-	0,113**
Confianza en el poder judicial	0,056**	0,102**	-	-	0,082*	-	-	-	-	-	0,115**	-	0,101*	-	-	-	-	-	0,154**
¿Cree que se ha avanzado en reducir la corrupción?	0,094**	0,137**	-	0,073*	-	-	-	0,120**	0,092*	-	0,105**	-	0,071*	0,127**	-	0,103**	0,093**	-	-
¿Cree que es posible descubrir un acto ilegal en el país?	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bloque 6: Posición política																			
Posición política: Izquierda	0,046**	0,090*	0,113*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,130*	0,128**	-	-	-0,162*
Posición política: centro	-	-	0,124*	-	-0,199**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,123*	-	-	-
Posición política: derecha	0,058**	-	0,199**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,148*	0,185**	-	-	-
Bloque 7: Actos ilegales experimentados																			
Victimización: sí	-0,123**	-0,096**	-0,098**	-0,068*	-0,140**	-0,169**	-0,140**	0,068*	-	-0,154**	-0,105**	-0,155**	-0,108**	-0,116**	-	-0,071*	-0,209**	-0,136**	-0,126**
Conocimiento de un acto de corrupción: sí	-	-	-	-	-	-	-0,071*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conocimiento de consumo de drogas: sí	-	-	-	-	-	-	-	0,079*	-	-	-	-	-	-0,119*	-	-	-	-	-
Conocimiento de compra o venta de drogas: sí	-0,034**	-	-	-	-	-	-0,123**	-0,102**	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,085*	-	-
Conocimiento de un acoso sexual: sí	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bloque 8: Medios de comunicación																			
Índice de Confianza en los Medios de Comunicación	-0,037**	-	-	-	-	-	-0,077*	-0,069*	-0,153**	-	0,105*	-	-0,093*	-	-	-	-	-	-
Índice de Consumo de Noticias	-0,037**	-	-	-	-0,069*	-	-0,147**	-	0,077*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,089**
R2 corregido	0,119**	0,105**	0,128**	0,136**	0,197**	0,095**	0,131**	0,14**	0,077**	0,07**	0,109**	0,143**	0,167**	0,110**	0,133**	0,122**	0,187**	0,155**	0,150**

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$ | Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007, 18 países, n=20.212

Tabla 36: El impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública en América Latina (regresión logística)

Variable	América Latina	Argentina	Bolivia	Brasil	Colombia	Costa Rica	Chile	Ecuador	El Salvador	Guatemala	Honduras	México	Nicaragua	Panamá	Paraguay	Perú	Uruguay	Venezuela	Rep. Dominicana
Bloque 1: Variable socio-demográficas																			
Sexo: mujer	1,162**	-	-	1,572**	-	-	1,603**	-	-	-	-	-	-	-	-	1,508*	-	-	-
Edad	-	-	-	-	-	-	-	-	0,768**	-	0,738**	-	-	-	-	-	-	1,238*	-
Tamaño de la ciudad en que vive la persona	1,064**	-	1,167**	1,295**	1,255**	1,212*	1,084*	-	1,152**	-	-	1,139*	1,27**	1,142*	1,235**	1,252**	1,081*	-	1,147**
Nivel educacional	0,952**	-	1,121**	-	0,847*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nivel socioeconómico	-	-	-	-	-	-	0,693**	-	1,235*	-	0,775*	-	-	-	-	-	-	-	-
Persona es ciudadano del país: sí	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,827**	-
Bloque 2: Percepción de la situación económica del país																			
Evaluación de la situación económica del país	0,868**	-	-	-	0,595**	0,613**	1,420**	0,736*	-	-	-	0,599**	-	-	-	-	-	0,696**	0,791*
Cuán justa evalúe la distribución del ingreso en el país	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bloque 3: Satisfacción con la democracia																			
Satisfacción con el funcionamiento de la democracia	0,911**	-	-	-	-	1,397*	0,606**	-	-	-	-	-	-	-	0,663**	-	0,750*	-	-
Bloque 4: Percepción de la seguridad social en el país																			
¿Está garantizada la protección social en el país?	0,803**	0,676**	-	-	-	-	0,761*	-	-	-	-	-	-	-	0,658*	-	0,628**	0,746**	-
¿Está garantizada la oportunidad de conseguir trabajo?	1,067**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,22*	-	-	-	-	-	-	-
Bloque 5: Confianza en instituciones y percepción de su funcionamiento																			
Confianza en el gobierno	-	-	0,792*	-	-	-	-	0,754**	-	-	1,386**	-	-	-	-	-	-	-	-
Confianza en la policía/los carabineros	0,908**	0,778*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,726*	-	-	-	-	0,780*
Confianza en el poder judicial	0,864**	-	-	0,748**	-	-	-	0,703**	-	-	0,587**	-	-	-	-	0,754*	-	-	-
¿Cree que se ha avanzado en reducir la corrupción?	0,811**	0,641**	-	-	-	-	-	0,768**	0,752*	-	-	-	-	0,698**	-	-	0,679**	-	0,784*
¿Cree que es posible descubrir un acto ilegal en el país?	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,342*	-	-	-	-	1,293*
Bloque 6: Posición política																			
Posición política: Izquierda	0,744**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,292**	-	-	-
Posición política: centro	0,833*	-	0,551*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,408**	0,365*	-	-
Posición política: derecha	0,767**	-	0,410**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,342*	-	0,356**	-	-	-
Bloque 7: Actos ilegales experimentados																			
Victimización: sí	1,504**	1,423*	-	1,525*	1,929**	2,696**	1,917**	-	-	-	-	1,798**	-	-	1,680**	1,447*	2,003**	1,556*	1,885**
Conocimiento de un acto de corrupción: sí	-	-	-	-	-	-	1,973*	-	-	-	-	-	2,302*	-	-	-	-	2,121**	0,384**
Conocimiento de consumo de drogas: sí	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conocimiento de compra o venta de drogas: sí	-	-	-	-	-	-	2,031*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Conocimiento de un acoso sexual: sí	-	-	-	-	-	-	-	3,565**	-	-	-	-	-	-	-	-	2,226**	-	-
Bloque 8: Medios de comunicación																			
Índice de Confianza en los Medios de Comunicación	-	-	0,776*	-	-	-	1,309*	-	1,379*	-	0,752*	-	-	-	-	-	-	-	-
Índice de Consumo de Noticias	-	-	-	-	1,294*	-	1,384**	-	-	-	-	-	-	-	0,709**	-	-	0,789*	-
R2 de Cox y Snell	0,070**	0,102**	0,090**	0,127**	0,114**	0,154**	0,143**	0,115**	0,106**	n.s.	0,136**	0,106**	0,089**	0,137**	0,149**	0,103**	0,142**	0,170**	0,177**
R2 de Nagelkerke	0,097**	0,136**	0,135**	0,172**	0,189**	0,207**	0,191**	0,161**	0,142**	n.s.	0,182**	0,152**	0,150**	0,193**	0,199**	0,146**	0,213**	0,227**	0,248**

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$ | Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007, 18 países, n=20.212

Considerando los resultados resumidos en la tabla 35, resulta que el nivel explicativo del modelo varía entre 7% y 19,7%, dependiendo del país. El modelo es estadísticamente significativo en todos los casos, con un nivel de significancia $p \leq 0,01$. Nuestros resultados indican que:⁷⁷

- De las variables socio-demográficas, las de «sexo» (seis países y la región en su conjunto), «tamaño de la ciudad» (12 países y la región) y «nivel socioeconómico» (cinco países y la región) son las que con mayor frecuencia tienen un impacto estadísticamente significativo. Destaca que, tanto en el caso de la variable «tamaño de la ciudad» como en el caso de la variable «sexo», en todos los países donde tienen un impacto estadísticamente significativo tal impacto es inversamente proporcional; es decir, en ciudades grandes las personas tienden a tener una peor «percepción de la seguridad pública» en comparación con ciudades pequeñas y las mujeres tienden a tener una peor «percepción de la seguridad pública» que los hombres. Mientras la variable «tamaño de la ciudad» casi siempre tiene un impacto relativo alto (en Brasil, Nicaragua, Paraguay y Perú es la variable con el mayor impacto relativo), la variable «sexo» casi siempre tiene un impacto relativo bajo. La única excepción la representa Brasil, donde son justamente estas dos variables que mayor impacto relativo tienen.⁷⁸

- De las variables acerca la percepción de la situación económica del país, solamente la «evaluación de la situación económica» representa una variable importante (13 países y la región en su conjunto), mientras la «percepción de la distribución del ingreso» no tiene un impacto estadísticamente significativo en ninguno de los países. Con excepción de Chile, la relación entre la «evaluación de la situación económica del país» siempre es proporcional a la «percepción de la seguridad pública». Esto es, a medida que las personas evalúan mejor la «situación económica del país» también tienden a tener una mejor «percepción de la seguridad pública». Aquí, Chile destaca como único caso donde tal relación es inversa.

⁷⁷ Indicamos acá solamente tales resultados, que a nuestro entender resultan ser relevantes en el contexto del objetivo del presente estudio.

⁷⁸ Estamos conscientes de que justamente Brasil representa el único país donde la capital no es al mismo tiempo la ciudad más grande, es decir, es el único país donde la codificación de la variable no permite una interpretación cien por ciento correcta. Sin embargo, se justifica interpretar los resultados independientemente de este leve sesgo, dado que los valores observados en el análisis multivariado muestran una tendencia que a nuestro entender parece muy razonable. Además, en todos los demás países la escala elegida para la codificación de la variable concuerda con el hecho de que la capital representa al mismo tiempo la ciudad más grande.

- La variable «satisfacción con la democracia» tiene un impacto estadísticamente significativo en seis países y en la región en su conjunto. El impacto relativo varía entre los países, pero tiende a ser de mayor importancia, dado que los valores del *coeficiente beta* tienden a ser unos de los más altos en los respectivos países. Además, destaca que la relación entre esta variable siempre es proporcional, es decir, cuando aumenta la «satisfacción con la democracia» se mejora la «percepción de la seguridad pública».

- De las variables que miden la percepción de la seguridad social en el país, la variable «garantía de la protección social» tiene un impacto estadísticamente significativo en ocho países y la región en su conjunto, mientras la «garantía de oportunidades de trabajo» solamente tiene un impacto estadísticamente significativo en tres países y la región en su conjunto. Destaca que, en los países donde tiene un impacto, la «garantía de la protección social» siempre es proporcionalmente relacionada con la «percepción de la seguridad pública», es decir, cuando las personas tienen una mejor «percepción de la protección social» en su respectivo país, se mejora su «percepción de la seguridad pública».

- De las variables acerca de la confianza en las instituciones más ligadas a prevenir la delincuencia y la percepción de su funcionamiento, la «confianza en la policía» (cinco países y la región), la «confianza en el poder judicial» (cinco países y la región) y la «percepción acerca del avance en la reducción de la corrupción» (nueve países y la región) representan variables que con mayor frecuencia tienen un impacto estadísticamente significativo. En Argentina y Panamá, la «percepción acerca del avance en la reducción de la corrupción» es la variable que más impacto relativo tiene, mientras que en el caso de Honduras y Venezuela es la variable «confianza en el poder judicial». Aunque, en términos generales, la «confianza en el gobierno» no representa una variable de alta importancia, en el caso de Ecuador es la variable que mayor impacto relativo tiene.

En los países donde las variables acerca de la confianza en las instituciones más ligadas a prevenir la delincuencia y la percepción de su funcionamiento tienen un impacto relativo estadísticamente significativo, éste siempre es proporcional, es decir, en la medida en que las

personas tienden a tener una imagen positiva de las instituciones se mejora la percepción de la seguridad pública.

- Aunque la «posición política» representa una variable que solamente tiene un impacto relativo estadísticamente significativo en una minoría de los países, en los casos donde lo tiene, éste tiende a ser de alta importancia. Así, en Bolivia, Colombia y la República Dominicana representa la variable que mayor impacto relativo tiene.

- De las variables acerca de la experiencia con un acto ilegal, la variable «victimización» representa una de las más importantes, teniendo un impacto relativo estadísticamente significativo en 16 países y la región en su conjunto, mientras los otros tipos de experiencia con un acto ilegal son de menor importancia. Tanto en el caso de América Latina en su conjunto como para Costa Rica, Guatemala, México y Uruguay, la «victimización» representa la variable que mayor impacto relativo tiene. Vale subrayar que, a su vez, esto implica que en todos los demás países no es la variable más decisiva en predecir la «percepción de la seguridad pública». Sin embargo, la relación es inversamente proporcional, es decir cuando las personas indican haber sido víctima de un delito o que algún pariente lo ha sido durante los últimos doce meses, se empeora la percepción de la seguridad pública. Única excepción es Ecuador, donde dicha relación es proporcional, aunque solamente con un nivel de significancia menor a $p \leq 0,05$.

- De las variables acerca del impacto de los medios de comunicación, la variable «consumo de noticias», nuestra variable de mayor interés, tiene un impacto relativo estadísticamente significativo en sólo cuatro países y América Latina en su conjunto y la «confianza en los medios» en el caso de cinco países y la región propiamente tal. Destaca que tanto en el caso de la «confianza en los medios» como del «consumo de noticias» la dirección del impacto relativo varía entre los países. La «confianza en los medios de comunicación» tiene un impacto estadísticamente significativo en Chile, Ecuador, El Salvador, Honduras, Nicaragua y la región en su conjunto. Mientras en Honduras tal impacto es proporcional, en el caso de los demás países y América Latina en general éste es inversamente proporcional. Esto significa que las meras correlaciones anteriormente detectadas no solamente fueron espurias en algunos casos, sino resulta que incluso fueron engañosas, dado que se invirtieron en el momento de controlar su

relación por todas las demás variables (recordamos que las meras correlaciones fueron todas proporcionales en el caso de la «confianza en los medios»). Además, destaca que en el caso de El Salvador, la «confianza en los medios» representa la variable que mayor impacto relativo tiene. Un escenario parecido encontramos en el caso del «consumo de noticias», dado que en los países donde la variable tiene un impacto estadísticamente significativo, la dirección de tal impacto varía. Mientras en El Salvador y Venezuela la relación es directamente proporcional, en el caso de Colombia, Chile, Honduras y la región en su conjunto tal impacto es inversamente proporcional. En comparación con la variable «confianza en los medios», en el caso del «consumo de noticias» se confirman las direcciones de las correlaciones anteriormente observadas. Sin embargo, también se confirmaron relaciones entre «consumo de noticias» y «percepción de la seguridad pública» que las meras correlaciones no habían revelado.

Este resultado nos permite constatar, ya en esta instancia, que no es justificable proclamar un impacto mediático universal en la percepción de la seguridad pública debido al consumo de noticias, sino que tal impacto depende también de otras variables. Pero significa al mismo tiempo, y esto queremos subrayar, que el consumo de noticias en general sí puede influir de manera significativa y, enfatizamos, negativa en la percepción de la seguridad. El hallazgo más llamativo es que justamente en el caso de Chile el «consumo de noticias» representa la variable que mayor impacto relativo tiene en la «percepción de la seguridad pública», siendo, además, un impacto inversamente proporcional, es decir, un aumento del «consumo de noticias» tiende a causar una peor «percepción de la seguridad pública».

Ahora bien, aplicando la regresión logística, verificaremos cuáles variables tienen una capacidad predictiva respecto a la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» (véase tabla 36). Destacamos que en el caso de la regresión logística no nos será posible indicar la variable que mayor impacto relativo tiene y predecir el valor que toma la variable dependiente debido a la influencia de una determinada variable independiente, sino cuáles variables aumentan o disminuyen la probabilidad de que la variable dependiente tome el valor “1”, es decir, que una persona pertenece al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública».

Con excepción de Guatemala, el modelo para predecir la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», es estadísticamente significativo para todos los casos, variando entre 7,0% y 17,7% (R^2 de Cox y Snell) y 9,7% y 24,8% (R^2 de Nagelkerke) respectivamente. Con $p \leq 0,01$, el nivel de significancia del modelo otra vez es alta para todos los casos. Los resultados indican que:

- Tal como en el caso de la regresión lineal múltiple, de las variables socio-demográficas el «tamaño de la ciudad» representa una variable que en la gran mayoría de los países y la región en su conjunto tiene una capacidad predictiva. Así, en el caso de México, por ejemplo, las personas que viven en la capital tienen una probabilidad de un 97,3% $((1,139-1)*7)$ más alta de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» que personas que habitan en ciudades menores a 5.000 habitantes. La variable «sexo» solamente representa una variable predictiva respecto a la pertenencia a tal grupo de personas en Brasil, Chile y Perú, donde las mujeres siempre tienen un probabilidad mayor al 50% de pertenecer al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública que los hombres. Resulta que para América Latina en su conjunto, tal probabilidad es de un 16,2% más alta que para los hombres.
- De las variables acerca la percepción de la situación económica del país, tal como en el caso de la regresión lineal múltiple, solamente la «evaluación de la situación económica del país» representa una variable predictiva (en el caso de 7 países y la región en su conjunto). En casi todos los casos, la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» disminuye cuando se evalúa mejor a la situación económica. La única excepción es Chile, donde aumenta dicha probabilidad.
- La variable «satisfacción con la democracia» tiene una capacidad predictiva en cuatro países y la región en su conjunto, siendo Costa Rica el único país donde un alto nivel de satisfacción aumenta la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública». En los demás casos disminuye dicha probabilidad.
- De las variables acerca de seguridad social destaca que la «garantía de la protección social» representa una variable predictiva de la pertenencia al «grupo de personas con una mala

percepción de la seguridad pública» en el caso de cinco países y la región en su conjunto, disminuyendo siempre la probabilidad, es decir, una mejor percepción de la protección social prestada en el país, disminuye la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública».

- De las variables acerca la confianza en las instituciones más ligadas a prevenir la delincuencia y la percepción de su funcionamiento destaca que la «percepción de los avances en reducir la corrupción» representa una variable predictiva en seis países y la región en su conjunto, disminuyendo siempre la probabilidad de la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», es decir, las personas que creen que se ha avanzado mucho en reducir la corrupción en su respectivo país tienen una mayor probabilidad de no pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» que las personas que creen que no se ha avanzado nada. Así, por ejemplo, en el caso de Argentina tal probabilidad disminuye en un 106,8% $((1-0,641)*3)$.

- La «posición política» no representa una variable de alta capacidad predictiva respecto a la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública».

- De las variables acerca de la experiencia con un acto ilegal se confirma, una vez más, que la «victimización» representa una variable de alta capacidad predictiva, siendo estadísticamente significativa en 11 países y la región en su conjunto. En todos los casos donde se puede observar tal impacto, es proporcional; es decir, cuando una persona ha sido víctima de un delito o tiene un pariente que lo ha sido, la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» aumenta. El aumento de la probabilidad varía entre los países, siendo Uruguay el país donde la «experiencia de haber sido víctima de un delito» duplica la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» (100,3%). Destaca también, que en los países donde la «experiencia de un acto de corrupción» tiene una capacidad predictiva (Chile, Nicaragua y Venezuela), ésta siempre duplica la probabilidad de tener una «mala percepción de la seguridad pública». La única excepción es la República Dominicana, donde dicha experiencia disminuye tal probabilidad. Llama la atención que en los únicos dos países donde la «experiencia de un acoso sexual» tiene una capacidad

predictiva, la presencia de una experiencia de este tipo aumenta fuertemente la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública». En el caso de Nicaragua dicho aumento es de un 356,5% y en el caso de Uruguay de un 222,6%.

- Los países donde la «confianza en los medios de comunicación» tiene una capacidad predictiva respecto a la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», son Bolivia, Chile, El Salvador y Honduras. Mientras que en Bolivia y Honduras el aumento del nivel de confianza en los medios disminuye la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», en el caso de Chile y El Salvador, es inversa. En estos casos aumenta la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», cuando aumenta el nivel de «confianza en los medios de comunicación». Los países donde el «consumo de noticias» tiene una capacidad predictiva respecto a la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», son Colombia, Chile, Paraguay y Venezuela. Mientras en Paraguay y Venezuela un aumento en el «consumo de noticias» disminuye la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», en el caso de Colombia y Chile un aumento en el consumo aumenta dicha probabilidad.

Frente a los resultados obtenidos en los análisis multivariados, un hallazgo central es que no se manifiesta la existencia de un efecto homogéneo de la «confianza en los medios de comunicación» y del «consumo de noticias» en la «percepción de la seguridad pública» en los distintos países latinoamericanos. Mientras en la mayoría de los países no se puede observar un impacto estadísticamente significativo al momento de controlarlo por varias variables que se consideran importantes, según los resultados de actuales investigaciones empíricas, en unos países el impacto es proporcional y en otros casos inversamente proporcional. En la tabla 37 se resumen los principales resultados de los análisis multivariados.

Tabla 37: Resumen del impacto de la confianza en los medios de comunicación y el consumo de noticias sobre la percepción de la seguridad pública en América Latina

	<u>Regresión lineal múltiple</u>		<u>Regresión logística binaria</u>	
	Confianza en los medios de comunicación	Consumo de noticias	Confianza en los medios de comunicación	Consumo de noticias
Argentina				
Bolivia			+	
Brasil				
Colombia		-		-
Costa Rica				
Chile	-	-	-	-
Ecuador	-			
El Salvador	-	+	-	
Guatemala				
Honduras	+		+	
México				
Nicaragua	-			
Panamá				
Paraguay				+
Perú				
Uruguay				
Venezuela		+		+
República Dominicana				
América Latina	-	-		

En términos generales, destaca claramente que Chile resulta ser el único país donde tanto la «confianza en los medios de comunicación» como el «consumo de noticias» tienen un impacto estadísticamente significativo, que a su vez es inversamente proporcional. La misma tendencia observamos para la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», dado que ambas variables aumentan dicha probabilidad. Esto representa una particularidad única del caso chileno, dado que este panorama no se da en ninguno de los otros países latinoamericanos. Además, nuestros resultados indican que el impacto relativo del «consumo de noticias» sobre la «percepción de la seguridad pública» resulta ser el mayor entre todas las otras variables en el caso de Chile. Subrayamos que este hallazgo significa que en base a los datos analizados resulta que el impacto del «consumo de noticias» es incluso mayor al impacto de «haber sido victimizado»; es decir, las noticias en Chile tienden a tener una mayor influencia en la «percepción de la seguridad pública» que la experiencia propia.

7.4 El caso chileno: Una mirada más profunda

Ahora bien, nos dedicaremos con más detalle al caso chileno. Según los resultados obtenidos en la regresión lineal múltiple resulta que las variables que tienen un impacto estadísticamente significativo sobre la percepción de la seguridad pública, ordenado según su impacto relativo, son: (véase tablas 35):

- Consumo de noticias (**-0,147)
- Victimización experimentada (**-0,140)
- Satisfacción con la democracia (**0,127)
- Conocimiento de una compra/venta de drogas (**-0,123)
- Tamaño de la ciudad (**-0,111)
- Sexo (**-0,092)
- Nivel socioeconómico (*0,092)
- Evaluación de la situación económica del país (*-0,085)
- Confianza en los medios de comunicación (*-0,077)
- Corrupción experimentada (*-0,071)

Mientras el impacto relativo de la variable «consumo de noticias» es casi igual al de la variable «victimización experimentada» (de hecho es 1,05 veces más alto), es decir, el «consumo de noticias» importa tanto, y incluso un poco más, como el hecho de haber sido víctima de un delito, o tener un pariente que lo ha sido, para explicar la percepción de la seguridad pública. A su vez, su impacto es, por ejemplo, 1,32 veces más alto que la variable «tamaño de la ciudad» y 2,07 veces más alto que la variable «corrupción experimentada».

Según la regresión logística (véase tabla 36) resulta que las siguientes variables tienen una capacidad predictiva respecto a la pertenencia al grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública⁷⁹:

⁷⁹ Subrayamos otra vez que la regresión logística no permite determinar un orden según impacto relativo.

- Sexo (**1,603)
- Tamaño de la ciudad (**1,084)
- Nivel socioeconómico (**0,693)
- Evaluación de la situación económica del país (**1,420)
- Satisfacción con el funcionamiento de la democracia (**0,606)
- Garantía de la protección social (*0,761)
- Victimización experimentada (**1,917)
- Corrupción experimentada (*1,973)
- Conocimiento de una compra/venta de drogas (*2,031)
- Confianza en los medios de comunicación (*1,309)
- Consumo de noticias (**1,384)

Resulta entonces, que, con excepción de la variable «garantía de la protección social», son las mismas variables que tienen tanto un impacto estadísticamente significativo en la percepción de la seguridad pública como una capacidad predictiva respecto a la pertenencia al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública».

Mientras las mujeres tienen una probabilidad de un 60,3% más alta que los hombres y habitantes de la Región Metropolitana una probabilidad de un 58,8% más alta que personas de ciudades menores a 5.000 habitantes de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», personas de un nivel socioeconómico muy bueno tienen una probabilidad de un 122,8% más alta que personas de un nivel socioeconómico muy malo de no pertenecer a dicho grupo de personas.

Los chilenos que evalúan la situación económica del país como muy buena tienen una probabilidad de un 168% más alta de tener «una mala percepción de la seguridad pública» en comparación con las personas que piensan que la situación económica es muy mala. A su vez, un aumento de la «satisfacción con el funcionamiento de la democracia» aumenta la probabilidad de no tener «una mala percepción de la seguridad pública». Así, las personas que indican estar completamente satisfechas tienen un probabilidad de un 118,2% más alta de no tener una «mala percepción de la seguridad pública». La misma tendencia se muestra para las personas que

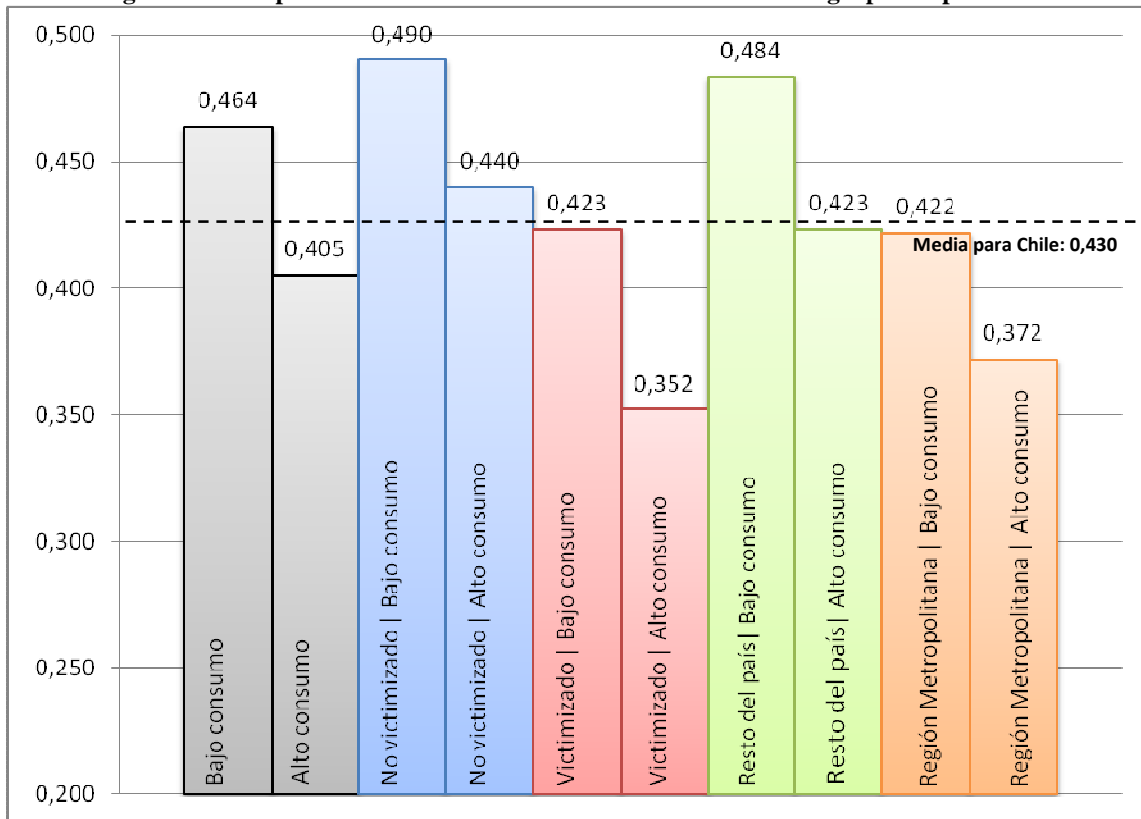
indican que está «completamente garantizada la protección social en comparación que aquellas que opinan que no está «para nada garantizada». En este caso, la probabilidad de no pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» aumenta en un 71,7%.

Tanto la «experiencia de victimización» (91,7%) y «corrupción» (97,3%) como el «conocimiento de una compra o venta de drogas» (103,1%) tienden a duplicar la probabilidad de tener una «mala percepción de la seguridad pública».

En el caso de los medios de comunicación resulta que las personas con un «alto nivel de consumo de noticias» tienen una probabilidad de un 61,8% más alta de tener una «mala percepción de la seguridad pública» en comparación con las personas con un bajo nivel de «consumo de noticias», mientras las personas con un alto nivel de «confianza en los medios de comunicación» tienen una probabilidad de un 76,8% más alta de tener una «mala percepción de la seguridad pública» en comparación con las personas con un bajo nivel de «confianza en los medios de comunicación».

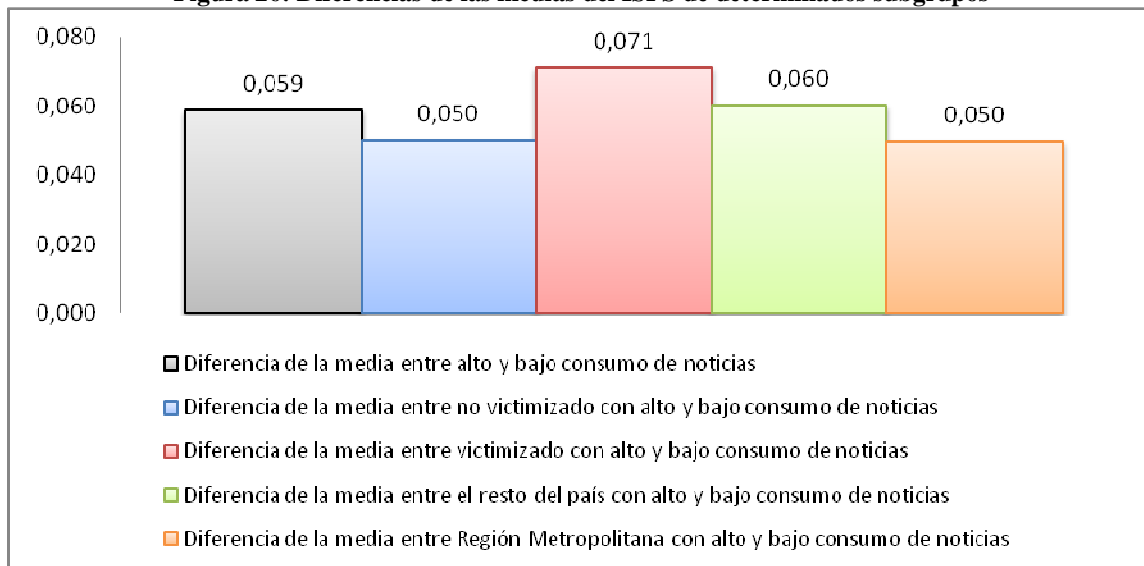
Ahora bien, revisaremos como se muestra el impacto del «consumo de noticias» y la «confianza en los medios de comunicación» en determinados subgrupos. En concreto revisaremos si se muestra una diferencia en el impacto del «consumo de noticias» entre personas con y sin victimización experimentada y entre habitantes de la Región Metropolitana y el resto del país. Estas diferenciaciones nos permitirán sacar conclusiones respecto a la *resonance hypothesis* y la *substitution hypothesis* y, de cierta manera, respecto a la *view-point of affinity hypothesis*. Lo último en el sentido que, como ya mencionado en el capítulo 4, los contenidos noticieros chilenos, además de estar caracterizados por una sobre-representación de la delincuencia, están caracterizados por un fuerte centralismo; es decir, se podría suponer que el impacto del «consumo de noticias» es más fuerte en el caso de los habitantes de la Región Metropolitana, dado que lo mostrado tiende a referirse a su entorno directo.

Figura 25: Comparación de las medias del IPSP de determinados grupos de personas⁸⁰



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007

Figura 26: Diferencias de las medias del ISPS de determinados subgrupos



Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007

⁸⁰ Recordamos que los valores del IPSP varían entre 0 y 1, donde el valor 1 es asumido por las personas con la mejor percepción de la seguridad pública y el valor 0 por las personas con la peor percepción. La gráfica muestra cómo varían las medias del IPSP según los subgrupos anteriormente mencionados.

Para verificar si existe una diferencia del impacto del «consumo de noticias» en la «percepción de la seguridad pública» en dichos subgrupos, comparamos, en un primer paso, las medias que asume el IPSP en los respectivos grupos, diferenciando entre personas con un alto y un bajo nivel de «consumo de noticias» en el respectivo subgrupo; es decir, verificaremos cómo varían las medias del IPSP tanto de personas «victimizadas» y «no victimizadas» como en el caso de los habitantes de la «Región Metropolitana» y el «resto del país», contrastando siempre entre un bajo y alto nivel de «consumo de noticias» respectivamente. La comparación de las medias nos indica que (véase figura 23 y 24):

- En términos generales, los grupos con un alto «consumo de noticias» siempre tienen en su promedio un ISPS menor a su grupo par con un bajo nivel de «consumo de noticias», es decir, en cada uno de los subgrupos, las personas con un alto nivel de «consumo de noticias» tienen en su promedio una peor «percepción de la seguridad pública» que las personas de su grupo par con un bajo nivel de «consumo de noticias».
- Mientras las personas que no han «experimentado un delito» muestran un valor mayor al promedio chileno, independientemente de su nivel de «consumo de noticias», las personas que sí han «experimentado un delito, o tienen algún pariente que lo ha experimentado», muestran valores menores al promedio. El grupo de personas con un alto «nivel de consumo de noticias» y que, a su vez, «ha experimentado un delito» representa el grupo cuya media del IPSP toma el valor menor de todos los subgrupos y también del promedio del país; es decir, es el grupo de personas que en su promedio tiene la peor «percepción de la seguridad pública». Esta observación apunta a la existencia de un efecto mediático en el sentido de la *resonance hypothesis*, es decir, el impacto del «consumo de noticias» tiende a ser mayor sobre las «personas que han experimentado un delito» en comparación con las «personas que no lo han experimentado». Esto también se refleja en el hecho de que la diferencia de las medias es más alta en el caso de este grupo de personas; es decir, en el caso de aquellas «personas que han experimentado un delito», la influencia de la variable «consumo de noticias» parece ser más decisiva en comparación con los demás grupos (véase figura 24).

- Como en el caso del subgrupo que «ha sido víctima de un delito», se muestra que la diferencia entre las medias del IPSP de los «habitantes de la Región Metropolitana» con un bajo y alto nivel de «consumo de noticias» y el «resto del país» es llamativa. Mientras para las personas con un alto nivel de «consumo de noticias» y que «no habitan en la Región Metropolitana» el valor de la media del IPSP se acerca a la media del país en su conjunto, el valor de la media del IPSP de dicho subgrupo, pero con un bajo nivel de consumo de noticias, es casi igual al valor del grupo de personas «no victimizadas» con un bajo nivel de «consumo de noticias». En el caso de los «habitantes de la Región Metropolitana», los valores de la media del IPSP están debajo del valor promedio del IPSP del país, independientemente del nivel de «consumo de noticias». Resulta que las personas que residen en la «Región Metropolitana» y que al mismo tiempo tienen un alto «nivel de consumo de noticias», muestran una diferencia clara tanto en comparación con su grupo par con un bajo nivel de «consumo de noticias» como en comparación con el resto de país.

Ahora bien, aplicaremos el mismo modelo anteriormente presentado, pero según los subgrupos de interés. Considerando los resultados resumidos en la tabla 37, resulta que el nivel explicativo del modelo para los distintos subgrupos varía entre 7,4% y 15,9%. El modelo es estadísticamente significativo en todos los casos, con un nivel de significancia $p \leq 0,01$. Los resultados indican que (véase tabla 38):

Tabla 38: El impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública según subgrupos (regresión lineal múltiple, Chile)

Variable	País	Victimizado	No victimizado	Región Metropolitana	Resto del país
Bloque 1: Variable socio-demográficas					
Sexo: mujer	-0,092**	-	-0,094*	-	-
Edad	-	-	-	-	-
Tamaño de la ciudad en que vive la persona	-0,111**	-	-	-	-
Nivel educacional	-	-	-	0,155*	0,09*
Nivel socioeconómico	0,092*	0,138*	-	-	-
Persona es ciudadano del país: sí	-	-	-	-	-
Bloque 2: Percepción de la situación económica del país					
Evaluación de la situación económica del país	-0,085*	-	-	-	-
Cuán justa evalúe la distribución del ingreso en el país	-	-	-	-	-
Bloque 3: Satisfacción con la democracia					
Satisfacción con el funcionamiento de la democracia	0,127**	0,138*	0,114*	0,199**	0,094*
Bloque 4: Percepción de la seguridad social en el país					
¿Está garantizada la protección social en el país?	-	-	-	-	-
¿Está garantizada la oportunidad de conseguir trabajo?	-	-	-	-	-
Bloque 5: Confianza en instituciones y percepción de su funcionamiento					
Confianza en el gobierno	-	-	-	-	-
Confianza en la policía/los carabineros	-	-	-	-	-
Confianza en el poder judicial	-	-	-	-	-
¿Cree que se ha avanzado en reducir la corrupción?	-	-	-	-	0,088*
¿Cree que es posible descubrir un acto ilegal en el país?	-	-	-	-	-
Bloque 6: Posición política					
Posición política: izquierda	-	-	-	-	-
Posición política: centro	-	-	-	-	-
Posición política: derecha	-	-	-	-	-
Bloque 7: Actos ilegales experimentados					
Victimización: sí	-0,140**	-	-	-	-0,187**
Conocimiento de un acto de corrupción: sí	-0,071*	-	-	-	-
Conocimiento de consumo de drogas: sí	-	-	0,104*	-	-
Conocimiento de compra o venta de drogas: sí	-0,123**	-	-0,131*	-	-
Conocimiento de un acoso sexual: sí	-	-	-	-	-
Bloque 8: Medios de comunicación					
Índice de Confianza en los Medios de Comunicación	-0,077*	-	-	-	-
Índice de Consumo de Noticias	-0,147**	-0,198**	-0,131**	-0,183**	-0,131**
R2 corregido	0,131**	0,113**	0,074**	0,159**	0,100**

* $p \leq 0,05$ ** $p \leq 0,01$ | Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007

• Mientras que en el caso de la personas «victimizadas» las variables «nivel socioeconómico», «satisfacción con la democracia» y «consumo de noticias» tienen un impacto estadísticamente significativo sobre la percepción de la seguridad pública, en el caso de las personas «no victimizadas» son «sexo», «satisfacción con la democracia», «conocimiento de alguien que ha consumido drogas», «conocimiento de una compra o venta de drogas» y «consumo de noticias». En ambos grupos, el «consumo de noticias» representa la variable que mayor impacto relativo tiene sobre la «percepción de la seguridad», pero su peso relativo varía entre ambos subgrupos, siendo el más alto en el caso del grupo de personas «victimizadas». Mientras en dicho grupo el «consumo de noticias» tiene un impacto 1,43 veces más alto que el «nivel socioeconómico» y la

«satisfacción con la democracia» respectivamente, en el caso de las personas «no victimizadas» su impacto es igual al del «conocimiento de una compra o venta de drogas», 1,26 veces más alto que el «conocimiento de consumo de drogas», 1,15 veces más alto que la «satisfacción con la democracia» y 1,39 veces más alto que el «sexo».

Estos resultados comprueban lo que hemos observado al momento de comparar las medias del IPSP de los distintos subgrupos. El hecho de que en ambos subgrupos el «consumo de noticias» tiene el mayor impacto relativo sobre la «percepción de la seguridad pública» descarta de cierta manera que las personas que por sí ya tienen un alto nivel de miedo, debido al hecho de haber sido víctima de un delito, se interesen más por el tema de la delincuencia y, por ende, consuman más noticias, como lo sugiere el *uses and gratifications approach*.

- Para los habitantes de la «Región Metropolitana», las variables que tienen un impacto estadísticamente significativo sobre la percepción de la seguridad pública son el «nivel educacional», «satisfacción con la democracia» y el «consumo de noticias», mientras en el caso del resto del país son el «nivel educacional», «satisfacción con la democracia», «percepción del avance en reducir la corrupción», «victimización» y «consumo de noticias». La variable que mayor impacto relativo tiene en el caso de la «Región Metropolitana» es la «satisfacción con la democracia». Aquella variable tiene un impacto 1,28 veces más alto que la variable «nivel educacional» y 1,09 veces más alto que el «consumo de noticias», la cual, a su vez, tiene un impacto 1,18 veces más alto que la el «nivel educacional». Destaca que para los habitantes de la «Región Metropolitana», la variable «victimización» no tiene ningún impacto estadísticamente significativo sobre la «percepción de la seguridad pública», mientras el «consumo de noticias» sí lo tiene. En el caso del «resto del país» es la variable «victimización» que mayor impacto relativo tiene. Su impacto es 1,43 veces más alto que el «consumo de noticias», 2,125 veces más alto que la «percepción del avance en reducir la corrupción», 1,99 veces más alto que la «satisfacción con la democracia» y 2,07 veces más alto que el «nivel educacional».

- Si se considera que en el caso de las personas que residen en la «Región Metropolitana», la «satisfacción con el funcionamiento de la democracia» representa la variable que mayor impacto relativo tiene en la «percepción de la seguridad pública», mientras el hecho de haber sido

«víctima de un delito» no muestra un impacto estadísticamente significativo, se podría suponer que, cuando la delincuencia ocurre con mayor frecuencia y, por ende, representa un elemento más visible y menos abstracto, como en el caso de ciudades grandes, donde el fenómeno de la delincuencia incluso podría ser considerado, de cierta manera, como parte de la vida urbana, es sumamente importante que se disponga de mecanismos e instrumentos estatales democráticamente legitimados para enfrentar este fenómeno.⁸¹

Cuando se controla el impacto de las variables de nuestro modelo en cada indicador que compone el IPSP por separado, resulta que (véase tabla 39):⁸²

- No observamos una capacidad predictiva estadísticamente significativa por parte de las variables «confianza en los medios» y «consumo de noticias» sobre la pertenencia al «grupo de personas que indican que todo o casi todo el tiempo se preocupan de poder llegar a ser víctima de un delito». Nuestros resultados indican que las variables «sexo de la persona», «el tamaño de la ciudad», «la evaluación de la situación económica del país», «la percepción del funcionamiento de la democracia», «la victimización experimentada» y «el conocimiento de un acto de corrupción», tienen una capacidad predictiva respecto a la pertenencia a dicho grupo de personas. Llama la atención que las «mujeres» tienen una probabilidad de un 110,8% más alta de «preocuparse todo, o casi todo, el tiempo por poder llegar a ser víctima» que los «hombres». La «victimización experimentada» (81,8%) y el «conocimiento de un acto de corrupción» (102,8%) también aumentan dicha probabilidad. La varianza explicada llega al 18,9% (R^2 de Cox y Snell) y 25,9% (R^2 de Nagelkerke) respectivamente y el modelo tiene un alto nivel de significancia.

⁸¹ Una hipótesis podría ser que, mientras esté garantizada esta constelación de mecanismos e instrumentos estatales democráticamente legitimados para enfrentar la problemática, se genera una sensación de seguridad base – siempre y cuando la delincuencia en sí no sobrepasa un determinado límite.

⁸² Debido a las escalas que tienen las variables, no es posible aplicar una regresión lineal múltiple.

Tabla 39: El impacto de los medios de comunicación en las distintas dimensiones del IPSP (regresión logística, Chile)

Variables	IPSP	Dimensión 1		Dimensión 2	
	Pertenencia al 1er tercil	Indicador 1 Preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito todo o casi todo el tiempo	Indicador 2 Bajo nivel de satisfacción con la seguridad del barrio (pertenencia al 1er tercil)	Indicador 1 Vivir en Chile es cada día más inseguro	Indicador 2 Problema más importante del país es la delincuencia y la seguridad pública
Bloque 1: Variable socio-demográficas					
Sexo: mujer	1,603**	2,108**	-	-	-
Edad	-	-	0,794*	-	-
Tamaño de la ciudad en que vive la persona	1,084*	1,106*	1,273**	-	-
Nivel educacional	-	-	0,870*	1,156*	-
Nivel socioeconómico	0,693**	-	0,579**	-	-
Persona es ciudadano del país: sí	-	-	-	-	-
Bloque 2: Percepción de la situación económica del país					
Evaluación de la situación económica del país	1,420**	1,404*	-	-	-
Cuán justa evalúe la distribución del ingreso en el país	-	-	-	-	-
Bloque 3: Satisfacción con la democracia					
Satisfacción con el funcionamiento de la democracia	0,606**	0,525**	-	0,646**	-
Bloque 4: Percepción de la seguridad social en el país					
¿Está garantizada la protección social en el país?	0,761*	-	0,775*	-	-
¿Está garantizada la oportunidad de conseguir trabajo?	-	-	-	-	1,481**
Bloque 5: Confianza en instituciones y percepción de su funcionamiento					
Confianza en el gobierno	-	-	-	-	-
Confianza en la policía/los carabineros	-	-	-	1,330*	-
Confianza en el poder judicial	-	-	-	-	-
¿Cree que se ha avanzado en reducir la corrupción?	-	-	-	0,691**	-
¿Cree que es posible descubrir un acto ilegal en el país?	-	-	-	-	-
Bloque 6: Posición política					
Posición política: Izquierda	-	-	-	-	-
Posición política: centro	-	-	-	-	-
Posición política: derecha	-	-	-	-	-
Bloque 7: Actos ilegales experimentados					
Victimización: sí	1,917**	1,818**	1,770**	1,727**	-
Conocimiento de un acto de corrupción: sí	1,973*	2,028*	-	-	-
Conocimiento de consumo de drogas: sí	-	-	-	-	-
Conocimiento de compra o venta de drogas: sí	2,031*	-	-	2,839*	-
Conocimiento de un acoso sexual: sí	-	-	-	-	-
Bloque 8: Medios de comunicación					
Índice de Confianza en los Medios de Comunicación	1,309*	-	-	-	1,438**
Índice de Consumo de Noticias	1,384**	-	1,268*	1,273*	1,284*
R ² de Cox y Snell	0,143**	0,189**	0,167**	0,167**	0,081**
R ² de Nagelkerke	0,191**	0,259**	0,229**	0,230**	0,113**

* p ≤ 0,05 ** p ≤ 0,01 | Fuente: Elaboración propia a partir de la encuesta Latinobarómetro 2007

- Cuando se analiza la capacidad predictiva de las variables respecto a la «pertenencia al grupo de personas que no está satisfecho con el nivel de seguridad de su barrio», resulta que las variables «edad», «nivel educacional», «nivel socioeconómico» y «percepción de la garantía de la protección social dada en el país», aumentan la probabilidad de no pertenecer a dicho grupo de personas, mientras las variables «tamaño de la ciudad», «victimización experimentada» y «nivel de consumo de noticias», aumentan la probabilidad de pertenecer a dicho grupo. Es decir, las personas con un alto «nivel de consumo de noticias» tienen un probabilidad de un 53,6% más alta de pertenecer al «grupo de personas que indica no estar satisfecho con el nivel de seguridad de su barrio» que las personas con un bajo nivel de «consumo de noticias». La varianza explicada llega a 16,7% (R^2 de Cox y Snell) respectivamente 22,9% (R^2 de Nagelkerke) y el modelo tiene un alto nivel de significancia.

- Si controlamos la pertenencia al «grupo de personas que indica que vivir en Chile es cada día más inseguro», resulta que las variables «nivel educacional», «confianza en la policía», «victimización experimentada», «conocimiento de una compra o venta de drogas» y «el nivel de consumo de noticias», aumentan la probabilidad de pertenecer a dicho grupo de personas, mientras la «satisfacción con la democracia» y «la percepción de que existe un avance en reducir la corrupción», aumentan la probabilidad de no pertenecer a tal grupo de personas. En comparación con las personas con un bajo nivel de «consumo de noticias», un alto nivel aumenta la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas que considera que vivir en Chile es cada día más inseguro» por un 54,6%. La varianza explicada llega a 16,7% (R^2 de Cox y Snell) y 23,0% (R^2 de Nagelkerke) respectivamente y el modelo tiene un alto nivel de de significancia.

- Si verificamos la pertenencia al grupo de personas que considera a la «delincuencia como el problema más importante del país», resulta que tanto la «percepción de la garantía de la oportunidad de conseguir trabajo», la «confianza en los medios de comunicación» y el «consumo de noticias» tienen una capacidad predictiva. Resulta, en concreto, que las personas que creen que está «completamente garantizada la oportunidad de conseguir trabajo» tienen una probabilidad de un 144,3% más alta de considerar a la «delincuencia como problema más importante del país», en comparación con las personas que indican que tal garantía prácticamente no existe. A su vez, las personas con un alto nivel de «confianza en los medios de comunicación», tienen una

probabilidad de un 87,6% más alta de pertenecer a dicho grupo de personas que aquellas con un bajo nivel de «confianza en los medios de comunicación». Además, un alto «consumo de noticias» aumenta la probabilidad en un 56,8% de pertenecer al «grupo de personas que considera a la delincuencia como problema más importante» que aquellas con un bajo nivel de consumo. La varianza explicada de este modelo llega a un 8,1% (R^2 de Cox y Snell) y 11,3% (R^2 de Nagelkerke) respectivamente con un alto nivel de significancia.

A nuestro entender, resulta ser un hallazgo interesante adicional que:

- Las «mujeres» tienen una probabilidad de un 110,8% más alta que los hombres de «preocuparse todo o casi todo el tiempo por poder llegar a ser víctima de un delito». Sin embargo, el género no parece representar una variable decisiva respecto a la percepción de la dimensión más abstracta de la seguridad pública, al momento de analizar su impacto en la dimensión más cercana del individuo, sí, resulta ser de alta importancia. Además, nuestros resultados indican que en Chile, las «mujeres» tienen una probabilidad de un 60,3% más alta que los «hombres» de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública», mientras en América Latina dicha probabilidad es sólo por un 12,6% más alta.⁸³

- En Chile, el hecho de «haber experimentado un acto de corrupción», o haber sabido de ello, resulta ser una variable importante al momento de investigar el miedo por la delincuencia. Nuestros resultados indican que haber experimentado un «acto de corrupción» aumenta tanto la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con una mala percepción de la seguridad pública» por un 103,1% como la probabilidad de pertenecer al «grupo de personas con mayor preocupación de poder llegar a ser víctima de un delito» por un 102,8%. Dado que la variable corrupción, experimentada directa o indirectamente, sólo tiende a tener un impacto estadísticamente significativo en la preocupación más directa, es decir, en la dimensión más afectiva y menos abstracta de la seguridad pública, y no en las otras dimensiones, nos parece un fenómeno interesante para futuras investigaciones. Específicamente, cuando se considera qué

⁸³ Este resultado puede ser interesante para futuras investigaciones que se acercan al fenómeno de la percepción de la seguridad pública en Chile bajo la perspectiva de género.

implicaciones podría tener esta relación, por ejemplo, al momento de estimar los costos sociales que causa la corrupción.⁸⁴

7.5 Principales resultados

El presente estudio tenía como objetivo responder a dos preguntas fundamentales: ¿cuáles son los actuales niveles de percepción de la seguridad pública en América Latina y Chile? y ¿se encuentra la percepción de la seguridad pública asociada al nivel de consumo de noticias y confianza en los medios de comunicación? A partir del análisis estadístico de los datos podemos señalar que:

1. Análisis univariado

- La mejor «percepción de la seguridad pública» observamos en Nicaragua (IPSP=0,577), mientras que Venezuela está caracterizado por la peor percepción (IPSP=0,405). Chile (IPSP=0,430) pertenece al grupo de países con una «percepción de la seguridad pública» menor al promedio de América Latina (IPSP=0,472).
- En cuanto a la «confianza en los medios de comunicación» resulta que la República Dominicana (ICM=1,686) es el país de la región donde observamos el mayor nivel de confianza, mientras que en el caso de Ecuador (ICM=1,110) el nivel menor. A su vez, el nivel de «confianza en los medios de comunicación» en Chile (ICM=1,527) es mayor al nivel de la región en su conjunto (ICM=1,474).
- Y, finalmente, el nivel de «consumo de noticias» más alto observamos en Venezuela (ICN=4,176), mientras que Colombia (ICN=3,482) destaca por el nivel de «consumo de noticias» más bajo de toda la región. Chile (ICN=3,482) pertenece al grupo de países que están

⁸⁴ Dado que Chile pertenece al grupo de países de la región con un bajo nivel de corrupción, una hipótesis para futuras investigaciones podría ser que el conocimiento de un acto de corrupción causa una sensación de miedo e inseguridad cuando esa no juega un rol mayor en la vida cotidiana de las personas; es decir, a medida que la corrupción representa un elemento inusual en la vida cotidiana de las personas, tiene un impacto mayor en la sensación de inseguridad y miedo.

caracterizados por un nivel de «consumo de noticias» por sobre el promedio de América Latina (ICN=3,164).

2. Análisis bivariado

- Para América Latina, en general, se constata que la «percepción de la seguridad pública» se encuentra asociada tanto a la «confianza en los medios de comunicación» como al «consumo de noticias». A medida que aumenta la «confianza en los medios de comunicación», aumenta también la «percepción de seguridad pública». Por otra parte, a medida que aumenta el «consumo de noticias», disminuye la «percepción de la seguridad pública». Sin embargo, el coeficiente de correlación de Pearson es bajo en ambos casos.

- Al analizar dicha relación por países, pudimos constatar que ésta se comprueba para el caso de «confianza en los medios de comunicación» en 11 de los 18 países considerados. Siendo Chile uno de los países en donde no se verifica. En el caso del «consumo de noticias», dicha relación se verifica en 6 de los 18 países, incluido Chile. La correlación más alta entre el «consumo de noticias» y la «percepción de la seguridad pública» se da en Chile, pero todavía sigue siendo baja (Pearson = -0,119).

3. Análisis multivariado

- La «confianza en los medios de comunicación» y el «consumo de noticias» tiene un impacto estadísticamente significativo sobre la «percepción de la seguridad pública» en América Latina, controlando por el efecto de las otras variables consideradas en el modelo. Dicho modelo logra explicar en su conjunto el 11,9% de la varianza en la «percepción de la seguridad pública». Destacándose Uruguay, en donde el modelo logra explicar el 18,7%. El caso de Chile se sitúa también por sobre el promedio de América Latina, con un 13,1%.

- Las variables que mayor impacto relativo tienen sobre la «percepción de la seguridad pública» en América Latina, en su conjunto, son: «garantías de la protección social» y «victimización». Siendo en el primer caso directamente proporcional y, en el segundo, inversamente proporcional. En el caso de Chile, sin embargo, se observa que «garantías de la protección social» no tiene un impacto estadísticamente significativo sobre la percepción de la seguridad pública. Y, a su vez,

que «el consumo de noticias» es la variable que mayor impacto relativo tiene sobre la «percepción de la seguridad pública». A medida que aumenta el «consumo de noticias», disminuye la «percepción de la seguridad pública».

- Para el caso específico de Chile, los resultados antes presentados, a partir del análisis de regresión lineal múltiple, son en lo fundamental ratificados posteriormente mediante el análisis de regresión logística binaria.

- Finalmente, los resultados obtenidos del análisis por subgrupos, «victimizado/no-victimizado» y «Región Metropolitana/resto» del país, muestran diferencias significativas de las medias del IPSP, dependiendo del nivel de «consumo de noticias». El análisis multivariado para ambos subgrupos reveló que el «consumo de noticias» tiene un impacto estadísticamente significativo sobre la «percepción de la seguridad pública», independientemente si una persona haya sido «víctima de un delito» o no.

Capítulo 8

Conclusiones del Estudio

El presente estudio ha tenido por finalidad conocer y estudiar el impacto de los medios de comunicación sobre la percepción de la seguridad pública a partir de dos variables centrales: «confianza en los medios de comunicación» y «consumo de noticias». Para ello hemos llevado a cabo un análisis estadístico univariado, bivariado y multivariado, el cual incluye la creación de índices, a partir de la base de datos de la encuesta del Latinobarómetro del año 2007. Se trata de un estudio comparado, uno de los pocos que se han realizado hasta ahora, que enfatiza, a su vez, el caso particular de Chile.

Frente a la pregunta acerca del nivel de la percepción de la seguridad pública en América Latina, hemos visto que Chile se encuentra bajo del promedio latinoamericano, aunque pertenece al grupo de países más seguros de América Latina. Esto pone en evidencia la paradoja entre la tasa de victimización real y la percepción de seguridad pública. Dicha brecha puede ser explicada, en parte, por el efecto de los medios de comunicación, a partir de las variables «confianza en los medios de comunicación» y «consumo de noticias». Las teorías de *agenda-setting* y la *cultivation hypothesis*, aquí examinadas, nos entregan elementos teóricos-analíticos relevantes para comprender dicha relación.

De este modo, nuestra segunda pregunta se orientó a determinar la incidencia de la confianza en los medios de comunicación y el consumo de noticias sobre la percepción de la seguridad pública, verificándose nuestra hipótesis central del estudio para el caso de América Latina, en su conjunto, y de Chile en particular. Esto es, que la percepción de la seguridad pública depende tanto de la confianza en los medios de comunicación como del consumo de noticias. En particular, en el caso de Chile, ambas variables tienen un impacto estadísticamente significativo superior al promedio de la región (controlando por el efecto de las variables socio-demográficas, de percepción de la situación económica del país, satisfacción con la democracia, percepción de la seguridad social, confianza en las instituciones y percepción de su funcionamiento, posición política, y actos ilegales). Resultando muy significativo, para el caso chileno, que el impacto relativo del «consumo de noticias» sobre la percepción de la seguridad pública, sea el más alto de

todos los países considerados en el estudio. Siendo incluso mayor que el hecho de que haber sido «victimizado».

Esto nos lleva a replantearnos la importancia del impacto de los medios de comunicación sobre la percepción de la seguridad pública, a diferencia de lo que nos proponen autores como Browne y Tomicic (2007), quienes le atribuyen una mayor importancia a las características psicológicas individuales de los consumidores de noticias, a partir de su enfoque centrado en *uses and gratifications*. En su lugar, las teorías de la *agenda-setting* y la *cultivation hypothesis* resultan más pertinentes, particularmente en el caso chileno. La percepción de la seguridad pública depende en mayor medida del efecto de los medios de comunicación, en términos de consumo de noticias y confianza en los medios de comunicación, antes que las características psicológicas individuales.

Del mismo modo, al trabajar por subgrupos, en términos de «victimizado/no-victimizado» y «Región Metropolitana/resto del país», dicho análisis nuevamente confirma el impacto de los medios de comunicación sobre la «percepción de la seguridad pública» por sobre las características psicológicas individuales del *uses and gratifications approach*. El análisis del impacto mediático según subgrupos revela, además, que es justificable suponer que el «consumo de noticias» tiene un efecto en el sentido de la *resonance hypothesis*, dado que, comparando las diferencias de las medias del grupo de personas «victimizadas» con aquella de las personas «no victimizadas», resulta que, en el caso de las personas «victimizadas», la diferencia de las medias del IPSP es significativamente más alta; es decir, el «consumo de noticias» parece tener un efecto aún más negativo sobre la «percepción de la seguridad pública» en el caso de las personas que ya tienen una experiencia previa con la delincuencia. Esta tendencia se confirmó también en el análisis multivariado para tales subgrupos, donde resultó que el impacto relativo del «consumo de noticias» es el mayor en el caso de las personas «victimizadas», mientras para personas «no-victimizadas» no es así. Además, en el caso de las personas «victimizadas», el impacto relativo que tiene el «consumo de noticias» sobre la «percepción de la seguridad pública» es más alto en comparación con las demás variables estadísticamente significativas en cada sub-grupo que en el caso de las personas «no-victimizadas». Y, en lo que respecta al posible impacto diferente en los subgrupos «Región Metropolitana/resto del país», como lo supone la *view-point of affinity*

hypothesis, nuestros resultados no permiten una interpretación unánime, es decir, para Chile no podemos confirmar ni descartar la proposición de que el impacto del «consumo de noticias» en la «percepción de la seguridad pública» depende de que los lugares presentados como peligrosos y hostiles en los noticieros formen parte del entorno directo de las personas.

Por otra parte, cabría precisar lo siguiente. Al analizar las distintas dimensiones de la «percepción de la seguridad pública», incluidas en el «Índice de Percepción de la Seguridad Pública» (ISPS), destaca que para el caso de Chile el impacto de los medios de comunicación tiende a ser mayor en la dimensión referida a la «Percepción en términos generales/a nivel del país». Considerando el paisaje mediático y sobre todo las características de los contenidos noticieros, los cuales tienden a sobre-representar el tema de la delincuencia, nuestros resultados indican que para el caso chileno se justifica confirmar un efecto mediático en el sentido de la agenda-setting.

Finalmente, los resultados encontrados ponen de manifiesto la complejidad del fenómeno de la percepción de la seguridad pública, en donde la dimensión objetiva debe ser complementada con la dimensión subjetiva. Chile constituye un ejemplo de ello. Un país que presenta los más altos niveles de seguridad pública en América Latina y, al mismo tiempo, presenta bajos niveles de percepción de seguridad pública. Esto sugiere la importancia de otros factores explicativos del fenómeno. Aquí hemos analizado el impacto que juegan los medios de comunicación. Tal como nos sugiere el *Teorema de Thomas*, lo que las personas tienden a percibir como una situación real, tiene consecuencias reales. La realidad, así nos ha indicado una parte de la tradición sociológica, es socialmente construida. Y los medios de comunicación juegan un rol central en dicho proceso. Los medios, se ha dicho, no sólo intentan representar la realidad, sino que también construyen realidad. Esto parece ser especialmente relevante en un mundo cada vez más mediatizado, lo cual no ha estado ajeno al interés y cálculo político. Bien lo sabe la escuela de la Teoría crítica y los expertos del marketing político.

Lo anterior nos sugiere, para futuras investigaciones sobre el tema, la importancia de considerar en el análisis el desarrollo del impacto de los medios de comunicación en la percepción de la seguridad pública a lo largo del tiempo. El actual cambio del escenario político en el caso chileno, por ejemplo, podría implicar muy probablemente también cambios en los énfasis y

tratamiento de la cobertura de la seguridad pública, particularmente de delincuencia, en los medios de comunicación. Esto podría, eventualmente, también, tener alcances en otros países de la región, generándose cambios en la agenda mediática en función de la alternancia de los gobiernos de turno. Nuestra hipótesis al respecto es que, en el mediano plazo, se va a reducir el énfasis que ponen los noticieros chilenos en el tema de la delincuencia, tanto en términos cualitativos como cuantitativos. Esto debido a que los actores más importantes del paisaje político y mediático, que capitalizaron el tema de la delincuencia como parte de su discurso y oferta política, pasaron hoy a ejercer el control del Gobierno. Nos referimos a los partidos de la Alianza, con Sebastián Piñera como Presidente de la República. En este nuevo escenario será interesante ver sí en el futuro los medios de comunicación tendrán un impacto en la reducción de la percepción de inseguridad en la ciudadanía. De ser así, esto tendrá efectos, muy probablemente, sobre la imagen del *delincuente omnipresente y omnipotente*. Y si el cálculo político es correcto, aumentará con ello también sus posibilidades electorales para la próxima elección presidencial. En lo inmediato, sin embargo, la tarea está centrada en el diseño de políticas públicas que permitan enfrentar seriamente el problema. Y los medios de comunicación habrán de jugar un papel relevante como parte de la estrategia. Este ha sido, por lo demás, uno de los principales hallazgos del presente estudio.

9. Referencias bibliográficas⁸⁵

- Altamirano, Xavier (2007): *Discursos y encuadres de la prensa escrita chilena sobre la inseguridad urbana*, en: Rey, Germán (Ed.): *Los relatos periodísticos del crimen*, Documento N°2 FES-C3, Friederich Ebert Stiftung, Centro de Competencia en Comunicación en América Latina.
- Anders, Günther (2002): *Die Antiquiertheit des Menschen – Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution* [La antigüedad del ser humano – Sobre el alma en la época de la segunda revolución industrial], Beck: Munich.
- Arriagada, Irma y Godoy, Lorena (1999): *Seguridad ciudadana y violencia en América Latina: diagnóstico y políticas en los años noventa*, en: CEPAL - Serie Políticas sociales N° 32, Publicación de las Naciones Unidas: División de Desarrollo Social, Santiago de Chile.
- Boladeras Cucurella, Margarita (2001): *La opinión pública en Habermas*, en *Ànalisi* 26 (2001), pp. 51-70.
- Bonfadelli, Heinz (2004): *Medienwirkungsforschung I: Grundlagen* [Investigaciones sobre el impacto mediático I: Bases fundamentales], UVK Verlags-gesellschaft, Konstanz.
- Bourdieu, Pierre (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona: Anagrama.
- Brosius, Hans-Bernd (2003): *Medienwirkung* [Efectos mediáticos], en: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Eds.): *Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft* [Comunicación pública. Manual de la ciencia de comunicación y de los medios de comunicación], Wiesbaden.
- Browne, Magdalena y Tomicic, Visnja (2007): *Crimen y temor: el rol de los medios*, en: Cuadernos de Información N° 20, Facultad de de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Burkhart, Roland (2002): *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umrisse einer interdisziplinären Sozialwissenschaft* [La Ciencia de la comunicación. Bases científicas y campos problemáticos. Un esbozo de una ciencia social interdisciplinaria], Viena.
- Centro de Estudios Públicos (CEP): Catálogo online de encuestas y bases de dato, en: http://www.cepchile.cl/enc_main.html.
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) (2006): *Seguridad Ciudadana en Noticiarios de Tv Abierta*, en: www.cntv.cl

⁸⁵ Todas las fuentes provenientes del internet fueron revisadas la última vez el 21.06.2010. Por ello, no indicaremos una fecha específica de revisión para cada fuente online consultada.

- Chevigny, Paul (2003): *The populism of fear: Politics of crime in the Americas*, en: Punishment Society 2003, 5 (1) pp. 77-96.
- Chiricos, Ted, et al. (2000): *Fear, TV news, and the reality of crime*, en: Criminology; Aug 2000; 38, 3; Research Library Core, pp. 755-785.
- Dammert, Lucía y Lunecke, Alejandro (2002): *Victimización y temor en Chile: Revisión teórica – empírica en doce comunas del país*, CESC: Santiago de Chile.
- Dammert, Lucía y Malone, Mary Fran (2003): *Fear of Crime or Fear of Life? Public Insecurities in Chile*, en: Bulletin of Latin American Research, Vol. 22, No. 1, 79-101.
- Dammert, Lucía y Zuñiga, Liza (Eds.) (2007a): *Seguridad y violencia: desafíos para la ciudadanía*, FLACSO-Chile.
- Dammert, Lucía (Coordinadora) et al. (2007b): *Reporte del Sector Seguridad de América Latina y el Caribe*, FLACSO-Chile.
- Dammert, Lucía (2009): *Chile: ¿el país más seguro de América Latina?*, en: Serie Documentos Electrónicos: Programa Seguridad y Ciudadanía - FLACSO, en: www.flacso.cl/getFile.php?file=file_4a23f1aa88b48.pdf.
- Dammert, Lucía y Salazar, Felipe (2009): *¿Duros con el delito? Populismo e Inseguridad en América Latina*, FLACSO-Chile.
- Dastres Abarca, Cecilia (2002): *¿Visiones Personales, Ideología o Mercado al momento de Informar? Un análisis de las noticias sobre inseguridad pública desde el emisor*, CESC: Santiago de Chile.
- Dastres Abarca, Cecilia et al. (2005): *La construcción de noticias sobre Seguridad Ciudadana en prensa escrita y televisión. ¿Posicionamiento, Distorsión o Comprensión?*, CESC: Santiago de Chile.
- Dearing, James W. y Rogers, Everett M. (1996): *Communication Concepts 6: agenda-setting*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dowler, Kenneth (2003): *Media consumption and public attitudes towards crime and justice: The relationship between fear of crime, punitive attitudes and perceived police effectiveness*, en: Journal of Criminal Justice and Popular Culture, Vol.10 No.2, 109-126.
- Eichhorn, Wolfgang (2005): *agenda-setting-Prozesse - Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung* [Procesos de la agenda-setting – Un análisis teórico de la estructuración individual y societal], Edición digital de la Ludwig-Maximilians-Universität, Munich, en: http://epub.ub.uni-muenchen.de/734/1/AgendaSetting_Prozesse.pdf.
- Encuesta Nacional Urbana de Seguridad pública (ENUSC) 2008 y 2009, en: <http://www.seguridadpublica.gov.cl> (Ministerio del Interior)

- Enzensberger, Hans Magnus (1970): *Baukasten zu einer Theorie der Medien* [Elementos para una teoría de los medios de comunicación], en: <http://www.medienkunstnetz.de/source-text/51> (25.12.2009).
- Eschholz, Sarah, et al. (2003): *Television and fear of crime: Program types, audience traits, and the mediating effect of perceived neighborhood racial composition*, en: *Social Problems*; Aug 2003; 50, 3; Research Library Core, pp. 395-415.
- Corrales J., Osvaldo y Sandoval M., Juan (2005): *Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión*, en: Colección Ideas N° 53 (5), Fundación Chile21.
- Fundación Paz Ciudadana (2009): *Balance de la delincuencia 2008*, http://www.pazciudadana.cl/docs/pub_20090518153603.pdf.
- Gerbner, George y Gross, Larry (1976): *Living with Television: The Violence Profile*, en: *Journal of Communication*, abril 1976, 26-2, pp. 172.
- Giddens, Anthony (2001): *Sociología*, Alianza: Madrid.
- González-Rodríguez, Gustavo (2008): *The Media in Chile: The restoration of democracy and subsequent concentration of media ownership*, en: Lugo-Ocando, Jairo (ed.): *The Media in Latin America*, McGraw Hill: Berkshire, pp. 61-78.
- Gross, Kimberly y Aday, Sean (2003): *The Scary World in Your Living Room and Neighborhood: Using Local Broadcast News, Neighborhood Crime Rates, and Personal Experience to Test Agenda-setting and Cultivation*, en: *The Journal of Communication*, Volume 53, Issue 3, September 2003, pp. 411-426.
- Habermas, Jürgen (1981): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Editorial Gustavo Gili: Barcelona.
- Habermas, Jürgen (1992): *La acción comunicativa (Toma II) – Crítica de la razón funcionalista*, Taurus: Madrid.
- Habermas, Jürgen (1998): *La acción comunicativa (Toma I) – Racionalidad de la acción y racionalización social*, Taurus: Madrid.
- Habermas, Jürgen (2005): *Facticidad y Validez - Sobre el derecho y el Estado democrático*, Trotta: Madrid.
- Habermas, Jürgen (2006): *Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The impact of Normative Theory on Empirical Research*, en: *Communication Theory*, 16 (2006), pp. 411-426.
- Heath, Linda y Petraitis, John (1987): *Television Viewing and Fear of Crime: Where is the Mean World?*, en: *Basic and Applied Social Psychology*, 1987, 8(1&2), pp. 97-123.

- Hernández, Javier y Valdivia, Raul (2004): (In)Seguridad Ciudadana en Noticieros de Tv, Razón y Palabra (Revista electrónica), en: <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- Hernández Sampieri, Roberto et al. (2006): Metodología de la Investigación, México: McGraw-Hill.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor, W. (1998): *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*, Editorial Trotta: Madrid.
- Jäckel, Michael (2008): Medienwirkung – Ein Studienbuch zur Einführung [Efectos mediáticos – Un libro introductorio para los estudios científicos], VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden.
- Kerber, Harald (2001): *Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* [Benjamín: La obra de arte en la era de su reproducibilidad técnica], en: Papcke, Sven y Oesterdiekhoff, Georg W, (Eds.): *Schlüsselwerke der Soziologie* [Obras clave de la sociología], Westdeutscher Verlag: Wiesbaden.
- Klapper, Joseph T. (1957): *What We Know About the Effects of Mass Communication: The Brink of Hope*, en: Public Opinion Quarterly, Winter 57/58, Vol. 21 Issue 4, pp. 453-474.
- Latinobarómetro (1995-2008): Informes anuales, de: www.latinobarometro.org.
- Lechner, Norbert (2004): *Modernisierung, Missbehagen und Regierbarkeit* [Modernización, molestia y gobernabilidad], en: Imbusch, Peter, et al. (Eds.): *Chile Heute* [Chile Hoy], Vervuert: Frankfurt am Main, pp. 85-104.
- Leschke, Rainer (2007): *Einführung in die Medientheorie* [Introducción a la teoría de los medios de comunicación], Fink: München.
- Luhmann, Niklas (2000): *La realidad de los medios de comunicación de masas*, Anthropos: Barcelona.
- Mauro Gutiérrez, Javier y Núñez Rivera, Jorge (2009): *Caracterización socioeconómica y espacial de la criminalidad en Chile*, revista CEPAL N° 98 / Agosto 2009.
- McCombs, Maxwell y Shaw, Donald (1972): *The agenda-setting Function of Mass Media*, en: Public Opinion Quarterly, Vol. 36 Issue 2, p. 176-187.
- McCombs, Maxwell (1996): *Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo*, de: <http://www.nombrefalso.com.ar/hacepdf.php?pag=75&pdf=si>.
- Méndez Rubio, Antonio (2004): *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*, PUV: Valencia.
- Ministerio del Interior (2009): *Estadísticas Nacionales Denuncias y Detenciones 2008*, http://www.productoprotectado.cl/estadisticas/Estadisticas_Ano_2008_de_Criminalidad.pdf.

- Merten, Klaus (2007): *Einführung in die Kommunikationswissenschaft* [Introducción a la ciencia de la comunicación], Berlin.
- Moke, Markus (2004): *En campaña: Wahlkampf in Chile zwischen Modernität und Tradition* [En campaña: Campaña electoral en Chile entre modernidad y tradición, LIT: Münster.
- Olavarría Gambi, Mauricio (2006): *El crimen en Chile: una mirada desde las víctimas*, CESC: Santiago de Chile.
- O'Shaughnessy, Hugh (2007): *Media wars in Latin America*, en: *British Journalism Review* 2007; 18; pp. 66-72.
- Peiffer, Christian, et al. (2005): *Media Use and its Impacts on Crime Perception, Sentencing Attitudes and Crime Policy*, en: *European Journal of Criminology* 2005; 2; pp. 259-285.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (1998): *Informe sobre el Desarrollo Humano en Chile – La paradoja de la Modernización*, PNUD: Santiago de Chile.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2005): *Las trayectorias del desarrollo humano en las comunas de Chile, 1994-2003*, PNUD: Santiago de Chile.
- Ramos A., Marcela y Guzmán de Luigi, Juan A., (2000): *La Guerra y la Paz Ciudadana*, LOM Ediciones: Santiago de Chile.
- Ritzer, George (1997): *Teoría sociológica contemporánea*, McGraw-Hill: Madrid.
- Ritzer, George (2005): *Encyclopedia of Social Theory – Volume 1*, Sage Publications, Inc.
- Rodríguez Díaz, Raquel (2004): *Teoría de la agenda-setting - aplicación a la enseñanza universitaria*, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, Alicante, de: <http://www.obets.ua.es> (16.10.2009).
- Reese, Bobbi (2009): *Determinants of the Fear of Crime – The Combined Effects of Country-Level Crime Intensity and Individual-Level Victimization Experience*, en: *International Journal of Sociology*, vol. 39, No. 1, 2009, 62-75.
- Romer, Daniel; Hall Jamieson, Kathleen; Aday, Sean (2003): *Television News and the Cultivation of Fear of Crime*, en: *The Journal of Communication*, Volume 53, Issue 1, Date: March 2003, 88-104.
- Rusch, Gebhard et al. (2007): *Theorien der neuen Medien: Kino- Radio- Fernsehen- Computer* [Teorías de los nuevos medios: Cine, radio, televisión, computador], Fink: Paderborn.
- Salazar T., Felipe y Fernández, G. (2009): *El gasto público y la seguridad ciudadana en Chile*, en: Carrión M., Fernando et al. (Eds.): *Economía política de la seguridad ciudadana*, FLACSO – sede Ecuador.

- Sartori, Giovanni (1998): *Homo videns*, S.A. Taurus: Madrid.
- Schenk, Michael (2007): *Medienwirkungsforschung* [Las investigaciones sobre los efectos mediáticos], Tübingen.
- Schicha, Cristian (2003): *Kritische Medientheorie* [Teoría crítica de los medios de comunicación], en: Weber, Stefan (Ed.): *Theorien der Medien* [Teorías sobre los medios de comunicación], UVK: Konstanz, pp. 108-131.
- Shanahan, James y Morgan, Michael (1999): *Television and its viewers. Cultivation theory and research*, Cambridge.
- Smolej, Mirka y Kivivuori, Janne (2006): *The Relation between Crime News and Fear of Violence*, en: *Journal of Scandinavian Studies in Criminology and Crime Prevention*, 2006 - Vol 7, 211–227.
- Stöber, Rudolf (2008): *Kommunikations- und Medienwissenschaften: Eine Einführung* [Ciencias de la comunicación y de los medios de comunicación: Una Introducción], Munich.
- Tironi, Eugenio y Sunkel, Guillermo (1993): *Modernización de las comunicaciones y democratización de la política. Los medios en la transición a la democracia en Chile*, Estudios Públicos, 52, pp. 215-246.
- von Gross, Friederike (2008): *Agenda-setting*, en: Sander, Uwe et al. (Eds.): *Handbuch Medienpädagogik* [Manual de la pedagogía mediática], Wiesbaden, pp. 182-186.
- Watson, James (1998): *Media communication: an introduction to theory and process*, Nueva York.
- Weitzer, Ronald y Kubrin, Charis E. (2004): *Breaking the news: How local tv news and real-world conditions affect fear of crime*, en: *Justice Quarterly*: JQ; Sep 2004; 21, 3; ProQuest Social Science Journals, pp. 497-520.
- Wulff, Hans Jürgen y Lehmann, Ingo (2008): *cultivation hypothesis*, en: Sander, Uwe et al. (Eds.): *Handbuch Medienpädagogik* [Manual de la pedagogía mediática], Wiesbaden, pp. 274-281.
- Zimmermann, Harro (2000): *Kommunikationsmedien und Öffentlichkeit: Strukturen und Wandel* [Medios de comunicación y publicidad: Estructuras y cambio], en: Neumann-Braun, Klaus y Müller-Doohm, Stefan (Eds.): *Medien- und Kommunikationssoziologie* [Sociología de los medios y de la comunicación], Juventa: Weinheim y Munich, pp. 41-55.

10. Anexos

10.1 Anexo I: Latinobarómetro 2007 - Informe Metodológico 2007



INFORME METODOLÓGICO LATINOBARÓMETRO 2007

Junio 2008

**INDICE INFORME METODOLÓGICO
LATINOBARÓMETRO 2007**

1.	INTRODUCCIÓN.....	03
2.	METODOLOGÍA APLICADA.....	04
	2.1 FICHA TÉCNICA POR PAÍSES.....	04
3.	INFORME METODOLÓGICO POR PAÍS	05
	3.1. ARGENTINA	05
	3.2. BOLIVIA.....	06
	3.3. BRASIL	07
	3.4. CHILE.....	08
	3.5. COLOMBIA	09
	3.6. COSTA RICA.....	10
	3.7. ECUADOR.....	12
	3.8. EL SALVADOR.....	13
	3.9. GUATEMALA	15
	3.10. HONDURAS	16
	3.11. MÉXICO.....	17
	3.12. NICARAGUA	18
	3.13. PANAMÁ	19
	3.14. PARAGUAY	21
	3.15. PERÚ	22
	3.16. REPÚBLICA DOMINICANA.....	23
	3.17. URUGUAY	25
	3.18. VENEZUELA.....	26

I. INTRODUCCIÓN

El trabajo de campo del Latinobarómetro 2007, se llevó a cabo entre el 7 de Septiembre y el 9 de Octubre de 2007 en 18 países de América Latina, con muestras representativas de la población mayor de edad de cada uno de ellos. Para 16 de los 18 países la mayoría de edad es a los 18 años, mientras que para dos países, Brasil y Nicaragua es a los 16 años.

Los países que se aplica el estudio Latinobarómetro 2007 son:

- | | |
|---------------|------------------------|
| - Argentina | - Honduras |
| - Bolivia | - México |
| - Brasil | - Nicaragua |
| - Colombia | - Panamá |
| - Costa Rica | - Paraguay |
| - Chile | - Perú |
| - Ecuador | - República Dominicana |
| - El Salvador | - Uruguay |
| - Guatemala | - Venezuela |

2. METODOLOGÍA APLICADA

A continuación se presenta las principales características del diseño muestral de los diferentes países en que fue aplicada la encuesta Latinobarómetro 2007, con la especificación del método de selección de los entrevistados y el tamaño muestral para cada país. La recopilación de esta información se realiza a través de la información que cada uno de los países envía.

A continuación se presenta la Ficha Técnica donde se resumen los principales datos metodológicos de cada país.

2.1 FICHA TÉCNICA POR PAÍSES

País	Empresa	Metodología	Muestra (N Casos)	Error Muestral (Intervalos de Confianza del 95%)	Representatividad (% Total del País):
Argentina	Equipos MORI	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 2.8%	100%
Bolivia	Apoyo, Opinión y Mercado	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 2.8%	100%
Brasil	IBOPE	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1204	+/- 2.8%	100%
Chile	MORI Chile	Muestra probabilística tritápica.	1200	+/- 2.8%	100%
Colombia	Centro Nacional de Consultoría	Muestra probabilística modificada, probabilística en 4 etapas en zonas urbanas y 3 etapas en zonas rurales, por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 3.5%	100%
Costa Rica	CID-GALLUP	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1000	+/- 3.1%	100%
Ecuador	Apoyo, Opinión y Mercado	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 2.8%	100%
El Salvador	CID-GALLUP	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1000	+/- 3.1%	100%
Guatemala	CID-GALLUP	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1000	+/- 3.1%	96.7%
Honduras	CID-GALLUP	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1000	+/- 3.1%	98.4%
México	Olivares Plata Opinión y Mercado	Muestra probabilística modificada, probabilística en 2 etapas y por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 2.8%	100%
Nicaragua	CID-GALLUP	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1000	+/- 3.1%	99.8%
Panamá	CID-GALLUP	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1008	+/- 3.1%	99.2%
Paraguay	Equipos MORI	Muestra probabilística modificada, probabilística en 4 etapas en zonas urbanas y 3 etapas en zonas rurales, por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 2.8%	97.4%
Perú	Apoyo, Opinión y Mercado	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 2.8%	100 %
República Dominicana	CID-GALLUP	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1000	+/- 3.1%	100%
Uruguay	Equipos MORI	Muestra probabilística modificada, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 2.8%	100%
Venezuela	DOXA	Muestra probabilística modificada, probabilística en 6 etapas y por cuotas en la etapa final.	1200	+/- 3%	100%

3. INFORME METODOLÓGICO POR PAÍS

3.1. ARGENTINA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye igual al censo, 89.5% población urbana y 10.5% población rural.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación según tamaño de localidad.
Número de Etapas Área Urbana y Rural	4
Tipo de Sorteo en Área Urbana y Rural	-1° etapa: Selección de localidades a través de autoselección de todas las ciudades con más de 500 mil habitantes y con probabilidad proporcional al tamaño para las otras ciudades, con una distribución representativa de casos para cada estrato, y con una asignación proporcional de los casos al interior de los estratos. -2° etapa: Selección de zonas con probabilidad proporcional al tamaño de ellas. -3° etapa: Selección de hogares con muestreo aleatorio sistemático e inicio aleatorio. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo y edad.
Ponderación	La muestra está autoponderada en la etapa final de selección de entrevistado, en términos de sexo y edad.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	07 de septiembre al 07 de octubre de 2007
Número de encuestadores	59
Número de supervisores	9
Promedio de duración entrevista	53 minutos
Supervisión	24% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	La codificación fue controlada de acuerdo a las normas de campo del IQSC (Interviewer Quality Control Scheme) de la Market Research Society del Reino Unido. Para la evaluación de calidad y de definición de las normas éticas del trabajo se aplicaron las normas: Código de Ética de la WAPOR (World Association of Public Opinion Research) y el Código de Ética de ESOMAR (European Society for Marketing Research). El control de codificación consistió en dividir las tareas de edición y codificación: el editor controla la codificación realizada por el codificador.
D. Digitación	
Control de digitación	Posteriormente al ingreso de los datos, se realizó un sorteo de 240 casos (20% de la muestra) y se verificó con los cuestionarios en papel que estuvieran correctamente digitados.

3.2. BOLIVIA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye 64% urbana y 36% rural, la muestra se distribuye 64% población urbana y 36% población rural.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función de departamento y ámbito (urbano o rural).
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Selección de localidades dentro de cada estrato. Los estratos se definen por el cruce del ámbito (urbano/rural) y el departamento. -2° etapa: Selección de zonas (conjunto de aprox. 40 manzanas) con muestreo sistemático de inicio aleatorio y con probabilidad de selección proporcional al número de viviendas que contiene. -3° etapa: Selección de hogares con muestreo sistemático (cada tres viviendas) de inicio aleatorio. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo, edad y educación.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Selección de localidades dentro de cada estrato. Los estratos se definen por el cruce del ámbito (urbano/rural) y departamento. -2° etapa: Selección de zonas. El encuestador debe dirigirse a la Plaza de Armas e identificar las zonas (norte, sur, este u oeste) del centro poblado. En la hoja de ruta está asignada (de manera aleatoria) la zona de inicio. -3° etapa: Selección de hogares con muestreo sistemático (una encuesta por manzana) de inicio aleatorio. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo, edad y educación.
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	09 al 24 de septiembre de 2007
Número de encuestadores	93
Número de supervisores	28
Promedio duración entrevista	59 minutos
Supervisión	20% de supervisión de entrevistas
C. Codificación	
Control de codificación	El control de la codificación consistió en la revisión de al menos el 10% del trabajo realizado por cada editor y cada codificador.
D. Digitación	
Control de digitación	Se redigó el 25% del trabajo de cada digitador y se compararon ambas digitaciones a fin de detectar y corregir inconsistencias sistemáticas de digitación.

3.3. BRASIL

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.204 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 16 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye al igual que la población del país, según el censo: 81% urbana y 19% rural.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificada con asignación proporcional a la población de cada estrato (26 estados más Distrito Federal).
Número de Etapas Área Urbana y Rural	4
Tipo de sorteo en Área Urbana y Rural	-1° etapa: Selección de ciudades con muestreo aleatorio a través de la probabilidad proporcional al tamaño. La encuesta se realiza en 90 ciudades de Brasil (de las cuales 19 son capitales). -2° etapa: Selección de radios censales con muestreo probabilística con probabilidad proporcional al tamaño. Se seleccionan 172 radios censales: 145 urbanos y 27 rurales. Se realizan 7 entrevistas en cada radio censal seleccionado. -3° etapa: Selección de viviendas. El encuestador recorre la ruta en el sentido del reloj buscando alguien que cumpla la cuota, cuando esta persona se encuentre y se realice la entrevista se salta 4 viviendas y continúa nuevamente buscando a quien cumpla la cuota. Si no se encuentra la cuota requerida debe abordar sucesivamente todas las casas hasta encontrar la cuota; una vez que lo encuentra repite el salto de 4 viviendas. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo, edad, educación y condición de actividad (ocupado, desocupado).
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad, educación y condición de actividad.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	07 al 16 de septiembre de 2007
Número de encuestadores	89
Número de supervisores	14
Promedio de duración entrevista	74 minutos
Supervisión	42% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	La codificación fue controlada por un equipo de codificadores con experiencia quienes analizaron todas las respuestas abiertas del cuestionario, codificándolas de manera ordenada, siguiendo las orientaciones del coordinador de las encuestas.
D. Digitación	
Control de digitación	El control de digitación consistió en que todos los cuestionarios fueron digitados y re-digitados, con el fin de evitar que la base final tuviese errores. En el proceso de re-digitación, todos los cuestionarios fueron digitados nuevamente por otros digitadores, en un sistema que alerta en caso de discrepancias entre lo que el primer digitador

	señaló y lo que el segundo digitó, posibilitando un chequeo y corrección de un eventual error del primero o segundo digitador. El programa de digitación posee controles automáticos que impiden digitaciones erróneas en preguntas con filtro.
--	---

3.4. CHILE

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye en 87% urbana y 13% rural; la muestra se distribuye en 86% población urbana y 14% población rural.
Tipo de Muestra	Probabilística trietápica.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función del área geográfica: Gran Santiago y Regiones.
Número de Etapas	3
Área Urbana y Rural	
Tipo de sorteo en Área Urbana y Rural	-1° etapa: Selección de subdistritos (unidades muestrales con un promedio de 2.000 habitantes) con muestreo aleatorio simple. -2° etapa: Selección de hogares a través de muestreo sistemático. En cada subdistrito se traza una ruta a seguir por el encuestador, cada ruta es empadronada y se enumeran los hogares del 1 al nn; la selección del hogar se comienza en el punto de inicio de la ruta y prosigue con salto sistemático cada tres viviendas. -3° etapa: Selección del entrevistado a través del sistema "último cumpleaños" (Universidad de Minesota).
Ponderación	La muestra está ponderada por las variables de sexo, edad, educación y área geográfica.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	09 de Septiembre al 02 de Octubre de 2007
Número de encuestadores	91
Número de supervisores	25
Promedio de duración entrevista	49 minutos
Supervisión	64% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	La codificación fue controlada por el staff de codificadores estable de la empresa, quienes tienen amplia experiencia en el proceso, bajo la coordinación y supervisión de la Jefa de Terreno.
D. Digitación	
Control de digitación	Se revisa un 10% de las encuestas digitadas.

3.5. COLOMBIA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 3.5% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye igual al censo, 70% población urbana y 30% población rural.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 4 etapas en área urbana y 3 etapas en área rural, y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función de regiones (Atlántica, Pacífica, Oriental, Central, Antiguos Territorios Nacionales y Bogotá) y áreas (urbana, rural).
Número de Etapas Área Urbana	5
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Selección de unidades primarias de muestreo (UPM): de manera aleatoria se seleccionan entre 7 y 8 municipios (ciudades) en cada uno de los estratos incluidos, los cuales abarcan las 5 regiones del país. Las ciudades clasificadas como capital de la región tienen probabilidad de selección 1; en el resto de estratos la selección de la UPM se realizó con probabilidad proporcional al tamaño. -2° etapa: Selección de unidades secundarias de muestreo en cada UPM (sector censal), de manera aleatoria. -3° etapa: Selección de manzanas en forma aleatoria del sector-sección seleccionado en la segunda etapa. -4° etapa: Selección del hogar con muestreo sistemático a partir del recuento de un segmento de la manzana seleccionada. -5° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo y edad.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Selección de unidades primarias de muestreo (UPM), a través de un muestreo aleatorio estratificado. Las UPM se estratifican según rangos de tamaño (Capital y 7 estratos). Las ciudades clasificadas como capital de la región tienen probabilidad de selección 1; en el resto de estratos la selección de la UPM se realizó con probabilidad proporcional al tamaño. -2° etapa: Centros poblados rurales de manera aleatoria simple -3° etapa: Selección del hogar con muestreo aleatorio sistemático a partir del recuento de un segmento de la manzana seleccionada -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo y edad
Ponderación	La muestra fue ponderada de acuerdo a las variables tamaño de hábitat, sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	04 de Septiembre al 04 de Octubre de 2007
Número de encuestadores	54
Número de supervisores	28
Promedio de duración entrevista	60 minutos
Supervisión	42% de entrevistas supervisadas.

C. Codificación	
Control de codificación	El proceso de codificación es controlado por la coordinadora de Codificación quien hace un acompañamiento de su equipo, y hace seguimiento del 100% de las encuestas criticadas y codificadas, adicionalmente realiza una revisión de preguntas claves de la encuesta como educación y ocupación.
D. Digitación	
Control de digitación	El control de digitación contempló tres tipos de controles: a) delimitación de campos en el programa de captura, que impidió la digitación de códigos por fuera del rango establecido; b) doble digitación para un 20% de las encuestas; c) procesamiento de los datos generando cuadros de salida y tabulados con el objetivo de revisar posibles inconsistencias en los datos.

3.6. COSTA RICA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.000 casos
Error Muestral	+/- 3.1% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye en 59% urbana y 41% rural, de igual forma que el censo.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función a la distribución política del país (Área metropolitana y Resto del país).
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (Aglomeración Metropolitana). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. Además el número de segmentos escogidos en cada estrato guarda proporción con el porcentaje de la población total del país que representa. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes, con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 10 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censos de Costa Rica (Resto del país). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. Además el número de segmentos escogidos en cada estrato

	<p>guarda proporción con el porcentaje de la población total del país que representa.</p> <p>-2° etapa: Conglomerado de viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato.</p> <p>-3° etapa: Vivienda: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 12 personas, una por hogar.</p> <p>-4° etapa: Informante: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.</p>
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	10 de septiembre al 06 de octubre de 2007
Número de encuestadores	38
Número de supervisores	9
Promedio de duración entrevista	47 minutos
Supervisión	100% de entrevistas supervisadas.
C. Codificación	
Control de codificación	Con el fin de controlar el proceso de codificación el personal es dividido en tres grupos. Un primer grupo se encargó de codificar y revisar la carátula, un segundo se dedicó a la crítica y codificación de preguntas abiertas, y un tercero realizó la crítica y la codificación de las preguntas cerradas. Este sistema se utiliza con el fin de garantizar que cada equipo lograra mayor efectividad y eficacia en el proceso y minimizar la aparición de error durante la codificación.
D. Digitación	
Control de digitación	En el proceso de limpieza se compararon los datos ingresados en la base de datos contra las respuestas del cuestionario físico. Cuando se detectó un dato fuera de rango –mal digitado-, se localizó el cuestionario que presentó la alteración, se buscó físicamente y se corrigió en la base de datos.

3.7. ECUADOR

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye en un 61% urbana y 39% rural de la misma forma que el censo.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función de regiones (Amazónica, Costa y Sierra) y áreas (urbana y rural).

Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Selección de localidades dentro de cada estrato con muestreo estratificado. Los estratos se definen por el cruce del ámbito (urbano/rural) y la región natural. En las zonas urbanas se hace una subestratificación según el tipo de localidad (grande, mediana o chica ¹). -2° etapa: Selección de zonas: Dentro de cada ciudad se seleccionan las zonas (conjunto de aprox. 40 manzanas) con muestreo sistemático de inicio aleatorio y con probabilidad de selección proporcional al número de viviendas que contiene. Posteriormente se seleccionaron manzanas, al interior de las cuales cada encuestador debió completar una cuota de cinco entrevistas. -3° etapa: Selección de hogares con muestreo sistemático (cada tres viviendas) de inicio aleatorio. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo, edad y educación.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Selección de localidades dentro de cada estrato con muestreo estratificado. Los estratos se definen por el cruce del ámbito (urbano/rural) y región natural. -2° etapa: Selección de zonas. El encuestador debe dirigirse a la Plaza de Armas e identificar las zonas (norte, sur, este u oeste) del centro poblado. En la hoja de ruta está asignada (de manera aleatoria) la zona de inicio. Posteriormente se seleccionaron manzanas, debiendo cada encuestador realizar una entrevista por manzana. -3° etapa: Selección de hogares con muestreo sistemático (un hogar por manzana) de inicio aleatorio. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo, edad y educación.
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	08 al 27 de septiembre de 2007
Número de encuestadores	50
Número de supervisores	12
Promedio de duración entrevista	39 minutos
Supervisión	100% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	En primer lugar se llevó a cabo una revisión de la totalidad de los cuestionarios para detectar los errores que pudieron presentarse durante la etapa de la recolección de información. Posteriormente, el Jefe de Edición revisó de forma aleatoria al menos 30% del trabajo realizado por cada editor y cada codificador.
D. Digitación	
Control de digitación	Se redigitó el 25% del trabajo de cada digitador y se compararon ambas digitaciones a fin de detectar y corregir inconsistencias sistemáticas de digitación.

¹ Las localidades urbanas fueron categorizadas, según la población mayor de 18 años en los siguientes estratos :
Grandes: localidades con más de 100.000 habitantes, Medianas: localidades de 20.000 a 99.999 habitantes, Chicas: localidades de 5.000 a 19.999 habitantes.

3.8. EL SALVADOR

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.000 casos
Error Muestral	+/- 3.1% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye en 58% urbana y 42% rural de igual forma que el censo.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función a la distribución política del país (Gran San Salvador, Ciudades de 10.000 y más habitantes, Resto del país).
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censo de El Salvador (Gran San Salvador, Ciudades de 10.000 y más habitantes). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. Además, el número de segmentos escogidos en cada estrato guarda proporción con el porcentaje de la población total del país que representa. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 10 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censo de El Salvador (Resto del país). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. Además el número de segmentos escogidos en cada estrato guarda proporción con el porcentaje de la población total del país que representa. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 12 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Ponderación	La muestra se pondera por el tamaño poblacional de acuerdo al censo.

B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	12 de septiembre al 09 de octubre de 2007
Número de encuestadores	41
Número de supervisores	7
Promedio de duración entrevista	44 minutos
Supervisión	100% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	Con el fin de controlar el proceso de codificación el personal es dividido en tres grupos. Un primer grupo se encargó de codificar y revisar la carátula, un segundo se dedicó a la crítica y codificación de preguntas abiertas, y un tercero realizó la crítica y la codificación de las preguntas cerradas. Este sistema se utiliza con el fin de garantizar que cada equipo lograra mayor efectividad y eficacia en el proceso y minimizar la aparición de error durante la codificación.
D. Digitación	
Control de digitación	En el proceso de limpieza se compararon los datos ingresados en la base de datos contra las respuestas del cuestionario físico. Cuando se detectó un dato fuera de rango –mal digitado-, se localizó el cuestionario que presentó la alteración, se buscó físicamente y se corrigió en la base de datos.

3.9. GUATEMALA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.000 casos
Error Muestral	+/-3.1% con un nivel de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	96.7% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye en 39% urbana y 61% rural de igual forma que el censo.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función de la distribución política de Guatemala(Guatemala Metropolitana, Ciudades de 10.000 y más habitantes, Resto del país).
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censo de Guatemala (Guatemala Metropolitana, Ciudades de 10.000 y más habitantes). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: de forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: en cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera

	entrevistar entre 10 y 12 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: en cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censo de Guatemala (Resto del país). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: de forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: en cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar entre 10 y 12 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Ponderación	La muestra se pondera por el tamaño poblacional de acuerdo al censo.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	12 de Septiembre al 25 de Octubre de 2007
Número de encuestadores	29
Número de supervisores	8
Promedio de duración entrevista	35 minutos.
Supervisión	100% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	Con el fin de controlar el proceso de codificación el personal es dividido en tres grupos. Un primer grupo se encargó de codificar y revisar la carátula, un segundo se dedicó a la crítica y codificación de preguntas abiertas, y un tercero realizó la crítica y la codificación de las preguntas cerradas. Este sistema se utiliza con el fin de garantizar que cada equipo lograra mayor efectividad y eficacia en el proceso y minimizar la aparición de error durante la codificación.
D. Digitación	
Control de digitación	En el proceso de limpieza se compararon los datos ingresados en la base de datos contra las respuestas del cuestionario físico. Cuando se detectó un dato fuera de rango –mal digitado-, se localizó el cuestionario que presentó la alteración, se buscó físicamente y se corrigió en la base de datos.

3.10. HONDURAS

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.000 casos
Error Muestral	+/- 3.1% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	98.4% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye 47% Urbano, 53% Rural, la muestra se distribuye de igual forma.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función de la distribución política de Honduras (Tegucigalpa, San Pedro Sula, Ciudades de 10.000 y más habitantes, Resto del país).
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censo de Honduras (Tegucigalpa, San Pedro Sula, Ciudades de 10.000 y más habitantes). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: de forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: en cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 10 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: en cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censo de Honduras (Resto del país). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 12 personas, una por hogar. -4° etapa: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Ponderación	La muestra se pondera por el tamaño poblacional según el censo.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	19 de Septiembre al 5 de Octubre de 2007
Número de	42

encuestadores	
Número de supervisores	6
Promedio de duración entrevista	46 minutos
Supervisión	100% de las entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	Con el fin de controlar el proceso de codificación el personal es dividido en tres grupos. Un primer grupo se encargó de codificar y revisar la carátula, un segundo se dedicó a la crítica y codificación de preguntas abiertas, y un tercero realizó la crítica y la codificación de las preguntas cerradas. Este sistema se utiliza con el fin de garantizar que cada equipo lograra mayor efectividad y eficacia en el proceso y minimizar la aparición de error durante la codificación.
D. Digitación	
Control de digitación	En el proceso de limpieza se compararon los datos ingresados en la base de datos contra las respuestas del cuestionario físico. Cuando se detectó un dato fuera de rango –mal digitado-, se localizó el cuestionario que presentó la alteración, se buscó físicamente y se corrigió en la base de datos.

3.11. MÉXICO

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye en 73% población urbana y 27% población rural; la muestra se distribuye en 72.5% urbana y 27.5% rural.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 2 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificada por tipo de localidad (urbana o rural), de acuerdo con la clasificación del Instituto Federal Electoral.
Número de Etapas Área Urbana y Rural	3
Tipo de sorteo en Área Urbana y Rural	-1° etapa: Selección de puntos de levantamiento con muestreo aleatorio sistemático de 120 secciones (upm). -2° etapa: Selección viviendas con muestreo sistemático de inicio aleatorio. -3° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo y edad.
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	08 al 19 de septiembre de 2007
Número de encuestadores	42
Número de supervisores	11
Promedio de duración entrevista	58 minutos

Supervisión	40% de supervisión de entrevistas supervisadas.
C. Codificación	
Control de codificación	Los responsables de la codificación como de digitación supervisaron todo el proceso con el propósito de detectar y corregir inconsistencias. La verificación de la codificación se dio en el 30% del total de cuestionarios.
D. Digitación	
Control de digitación	Durante el proceso de corrección de errores de digitación se controló el 75% de las encuestas.

3.12.NICARAGUA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1000 casos
Error Muestral	+/- 3.1% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	99.8% de la población de 16 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye 58% Urbano, 42% Rural, la muestra se distribuye de igual forma.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función de la distribución política de Nicaragua (Managua Metropolitana, Cabeceras departamentales y Resto del país).
Número de Etapas Área Urbana y Rural	4
Tipo de sorteo en Área Urbana y Rural	-1° etapa: Segmentos censales: de forma independiente dentro de los tres estratos establecidos con base en la distribución política de Nicaragua (Managua Metropolitana, Cabeceras departamentales y Resto del país), se realiza una selección con probabilidad proporcional a las medidas del tamaño de los municipios. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Vivienda: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar entre 10 y 12 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: en cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas de sexo, edad y educación asignadas a cada segmento.
Ponderación	La muestra se pondera por el tamaño poblacional según el censo.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	13 de septiembre al 2 de 2007
Número de encuestadores	48
Número de supervisores	14
Promedio de duración entrevista	49 minutos

Supervisión	100% de las entrevistas
C. Codificación	
Control de codificación	Con el fin de controlar el proceso de codificación el personal es dividido en tres grupos. Un primer grupo se encargó de codificar y revisar la carátula, un segundo se dedicó a la crítica y codificación de preguntas abiertas, y un tercero realizó la crítica y la codificación de las preguntas cerradas. Este sistema se utiliza con el fin de garantizar que cada equipo lograra mayor efectividad y eficacia en el proceso y minimizar la aparición de error durante la codificación.
D. Digitación	
Control de digitación	En el proceso de limpieza se compararon los datos ingresados en la base de datos contra las respuestas del cuestionario físico. Cuando se detectó un dato fuera de rango –mal digitado-, se localizó el cuestionario que presentó la alteración, se buscó físicamente y se corrigió en la base de datos.

3.13. PANAMÁ

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1008 casos
Error Muestral	+/- 3.1% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	99.2% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye 62% Urbano, 38% Rural, la muestra se distribuye de igual forma.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función del último censo, asignación proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. Además el número de segmentos escogidos en cada estrato guarda proporción con el porcentaje de la población total del país que representa.
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Estrato geográfico: Estrato geográfico: Se realiza una selección estratificada de segmentos censales, con base en la cartografía del Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá (Panamá Metropolitana). Esta selección es proporcional al tamaño poblacional de cada segmento censal. -2° etapa: Conglomerado de viviendas: de forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato -3° etapa: Vivienda: en cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 10 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: en cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas de sexo, edad y educación asignadas a cada segmento.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Estrato geográfico: Distribución geográfica política del país de acuerdo a los estratos definidos (Resto del país).

	-2° etapa: Conglomerado de viviendas: de forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato -3° etapa: Vivienda: en cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 12 personas, una por hogar. -4° etapa: Informante: en cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas asignadas a cada segmento.
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	6 de Octubre al 16 de Octubre de 2007
Número de encuestadores	45
Número de supervisores	6
Promedio de duración entrevista	44 minutos
Supervisión	100% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	Con el fin de controlar el proceso de codificación el personal es dividido en tres grupos. Un primer grupo se encargó de codificar y revisar la carátula, un segundo se dedicó a la crítica y codificación de preguntas abiertas, y un tercero realizó la crítica y la codificación de las preguntas cerradas. Este sistema se utiliza con el fin de garantizar que cada equipo lograra mayor efectividad y eficacia en el proceso y minimizar la aparición de error durante la codificación.
D. Digitación	
Control de digitación	En el proceso de limpieza se compararon los datos ingresados en la base de datos contra las respuestas del cuestionario físico. Cuando se detectó un dato fuera de rango –mal digitado-, se localizó el cuestionario que presentó la alteración, se buscó físicamente y se corrigió en la base de datos.

3.14. PARAGUAY

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	97.4% de la población de 18 años y más
Distribución Urbano-Rural	La población según el censo es de 60% urbana y 40% rural. La muestra quedó compuesta en un 80% de población urbana y un 20% rural.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 4 etapas en área urbana y 3 etapas en área rural, y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Se trató de un muestreo estratificado con asignación del 80% para la zona urbana y 20 % para la zona rural. En zonas urbanas se definieron 3 estratos formados por ciudades grandes, medianas y pequeñas: en zonas rurales se definieron 5 estratos formados por los departamentos del Norte, los departamentos bajo la influencia de Asunción, los

	departamentos del Este, los departamentos del Centro y los departamentos del Sur.
Número de Etapas Área Urbana	5
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Distritos al interior de los estratos, mediante muestreo aleatorio simple. -2° etapa: Barrio/Localidad, mediante muestreo aleatorio simple. -3° etapa: Manzanas, mediante muestreo aleatorio simple. -4° etapa: Hogares, mediante muestreo sistemático. -5° etapa: Entrevistado, mediante muestreo por cuotas de sexo y edad.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Distrito, mediante muestreo aleatorio simple. -2° etapa: Localidad, mediante muestreo aleatorio simple. -3° etapa: Hogares, mediante muestreo sistemático. -4° etapa: Entrevistado, mediante muestreo por cuotas de sexo y edad.
Ponderación	La muestra se ponderó de acuerdo al área geográfica urbana – rural.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	8 de septiembre al 2 de octubre de 2007
Número de encuestadores	21
Número de supervisores	6
Promedio de duración entrevista	43 minutos
Supervisión	41% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	Se supervisó la codificación de un 10% de los formularios. El crítico-codificador seleccionó los formularios a supervisar, tomando de cada codificador un porcentaje equivalente al que codificó. Se llevó un registro de la variable en la cual se detectó el error, la frecuencia del mismo y la cantidad de errores cometidos por cada codificador. Se analizaron dos tipos de errores: errores totales por variable y error sistemático por variable.
D. Digitación	
Control de digitación	La supervisión de digitación se realizó mediante una re-digitación de la base de datos (20% del total de formularios). Como no se detectaron niveles de error importantes, no fue necesario redigitar la base de datos completa.

3.15. PERÚ

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más.
Distribución Urbano-Rural	La muestra se distribuye al igual que la población del país 75% urbana y 25% rural.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.

Tipo de Estratificación	Estratificación en función de la región geográfica y el área (urbana o rural).
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Selección de localidades dentro de cada estrato con muestreo estratificado. Los estratos se definen por el cruce del ámbito (urbano/rural) y la región geográfica. En las zonas urbanas se hace una sub-estratificación según el tipo de localidad (grande, mediana o chica ²). -2° etapa: Selección de zonas. Dentro de cada ciudad se seleccionan las zonas (conjunto de aprox. 40 manzanas) con muestreo sistemático de inicio aleatorio y con probabilidad de selección proporcional al número de viviendas que contiene. Posteriormente se seleccionaron manzanas, al interior de las cuales cada encuestador debió completar una cuota de cinco entrevistas. -3° etapa: Selección de hogares con muestreo sistemático (cada tres viviendas) de inicio aleatorio. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo, edad y educación.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Selección de localidades dentro de cada estrato con muestreo estratificado. Los estratos se definen por el cruce del ámbito (urbano/rural) y región geográfica. -2° etapa: Selección de zonas. El encuestador debe dirigirse a la Plaza de Armas e identificar las zonas (norte, sur, este u oeste) del centro poblado. En la hoja de ruta está asignada (de manera aleatoria) la zona de inicio. -3° etapa: Selección de hogares con muestreo sistemático (una encuesta por manzana) de inicio aleatorio. -4° etapa: Selección del entrevistado por cuotas de sexo, edad y educación.
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	08 al 24 de septiembre de 2007
Número de encuestadores	123
Número de supervisores	54
Promedio de duración entrevista	40 minutos
Supervisión	30% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	En primer lugar se llevó a cabo una revisión de la totalidad de los cuestionarios para detectar los errores que pudieron presentarse durante la etapa de la recolección de información. Posteriormente, el Jefe de Edición revisó de forma aleatoria al menos 30% del trabajo realizado por cada editor y cada codificador.
D. Digitación	
Control de digitación	Se redigitó el 25% del trabajo de cada digitador y se compararon ambas digitaciones a fin de detectar y corregir inconsistencias sistemáticas de digitación.

² Las localidades urbanas fueron categorizadas, según la población mayor de 18 años urbanos en los siguientes estratos: Grandes: localidades con más de 100.000 habitantes, Medianas: localidades de 20.000 a 99.999 habitantes, Chicas: localidades de 5.000 a 19.999 habitantes.

3.16. REPÚBLICA DOMINICANA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.000 casos
Error Muestral	+/- 3.1% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye 64% Urbano, 36% Rural, la muestra se distribuye de igual forma.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificación en función a la distribución política del país (Santo Domingo, Ciudades de 10.000 y más habitantes y Resto del país).
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Estratos geográficos: Distribución geográfica política de acuerdo a los estratos definidos. En este caso se identifican los segmentos censales según distribución del estrato realizada por la Oficina Nacional de Estadística de República Dominicana. Dentro de los estratos establecidos (Santo Domingo, Ciudades de 10.000 y más habitantes), se realiza una selección con probabilidad proporcional a las medidas de tamaño de los municipios o ciudades. -2° etapa: Conglomerados de Viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes, con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Viviendas: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifican los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 10 personas, una por hogar. -4° etapa: Informantes: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas de sexo, edad y educación asignadas a cada segmento.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Estratos geográficos: Distribución geográfica política del país de acuerdo a los estratos definidos: Resto del país. -2° etapa: Conglomerados de Viviendas: De forma aleatoria el primero y sistemáticos los siguientes. Con probabilidad proporcional al tamaño de la población (PPT). Se numeran en forma consecutiva en cada estrato. -3° etapa: Viviendas: En cada conglomerado se asigna un área /barrios/segmentos/residenciales. Se define una esquina y se identifica los puntos cardinales, iniciando con dirección de las manecillas del reloj el orden a seguir en los hogares donde se entrevistará. En cada uno de estos conglomerados se espera entrevistar a 12 personas, una por hogar. -4° etapa: Informantes: En cada hogar se selecciona una persona por medio de las cuotas de sexo, edad y educación asignadas a cada segmento.
Ponderación	La muestra se pondera por el tamaño poblacional según el censo.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	14 de septiembre al 9 de octubre de 2007
Número de	53

encuestadores	
Número de supervisores	9
Promedio de duración entrevista	45 minutos
Supervisión	100% de las entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	Con el fin de controlar el proceso de codificación el personal es dividido en tres grupos. Un primer grupo se encargó de codificar y revisar la carátula, un segundo se dedicó a la crítica y codificación de preguntas abiertas, y un tercero realizó la crítica y la codificación de las preguntas cerradas. Este sistema se utiliza con el fin de garantizar que cada equipo lograra mayor efectividad y eficacia en el proceso y minimizar la aparición de error durante la codificación.
D. Digitación	
Control de digitación	En el proceso de limpieza se compararon los datos ingresados en la base de datos contra las respuestas del cuestionario físico. Cuando se detectó un dato fuera de rango –mal digitado-, se localizó el cuestionario que presentó la alteración, se buscó físicamente y se corrigió en la base de datos.

3.17. URUGUAY

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 2.8% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más
Distribución Urbano-Rural	La población según el censo es de 91% urbana y 9% rural, la muestra quedó distribuida de la misma manera.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 3 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Estratificada en función del tamaño poblacional, asignándose a cada estrato un peso proporcional a su peso en la población.
Número de Etapas Área Urbana	4
Tipo de sorteo en Área Urbana	-1° etapa: Ciudades: dentro de cada estrato se seleccionaron en forma censitaria todas las capitales departamentales más “Las Piedras”, y en forma aleatoria (con probabilidad proporcional a su tamaño) las restantes. La distribución de casos por ciudad al interior del estrato fue proporcional al tamaño de la población de las ciudades. -2° etapa: Manzanas: selección aleatoria con probabilidad proporcional al tamaño. -3° etapa: Viviendas: selección con muestreo sistemático de inicio aleatorio. -4° etapa: Entrevistado: selección por cuotas de sexo, edad y educación.
Número de Etapas Área Rural	4
Tipo de sorteo en Área Rural	-1° etapa: Departamentos: selección con muestreo aleatorio, con probabilidad proporcional al tamaño de la población. -2° etapa: Camino vecinal: selección aleatoria para el punto del inicio, y sistemática para la elección del camino. Una vez determinados el punto de inicio y el sentido de desplazamiento, los hogares rurales a entrevistar se seleccionaron mediante un

	<p>procedimiento sistemático que utilizó el siguiente criterio.</p> <p>A partir del punto de desplazamiento, y transitando en el sentido indicado, el equipo contó y dejó pasar dos (2) caminos vecinales que se abrían a mano derecha, y entró en el número 3. En ese camino, el equipo se alejó 1km. de la Ruta Nacional, y encuestó la primera vivienda encontrada.</p> <p>-3° etapa: Viviendas: selección con muestreo sistemático (4 viviendas por camino vecinal). No se realizaron más de 4 entrevistas en un mismo camino vecinal. Cuando se completaron las entrevistas en un camino, o cuando el equipo consideró que no era efectivo seguir avanzando por ese camino, se volvió a la ruta nacional y se repitió el procedimiento de contar dos caminos vecinales, cambiando de lado (seleccionando el 3° a la izquierda).</p> <p>-4° etapa: Entrevistado: selección por cuotas de sexo, edad y educación.</p>
Ponderación	La muestra está autoponderada por las variables sexo, edad y educación.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	5 y el 29 de septiembre de 2007
Número de encuestadores	53
Número de supervisores	6
Promedio de duración entrevista	51 minutos
Supervisión	38% de entrevistas supervisadas
C. Codificación	
Control de codificación	Se supervisó la codificación de un 10% de los formularios. El crítico-codificador seleccionó los formularios a supervisar, tomando de cada codificador un porcentaje equivalente al que codificó. Se llevó un registro de la variable en la cual se detectó el error, la frecuencia del mismo y la cantidad de errores cometidos por cada codificador. Se analizaron dos tipos de errores: errores totales por variable y error sistemático por variable.
D. Digitación	
Control de digitación	La supervisión de digitación se realizó mediante una re-digitación de la base de datos (20% del total de formularios). Como no se detectaron niveles de error importantes, no fue necesario redigitar la base de datos completa.

3.18. VENEZUELA

A. Diseño Muestral	
Tamaño Muestral	1.200 casos
Error Muestral	+/- 3% para un intervalo de confianza de 95%
Cobertura	Nacional.
Representatividad	100% de la población de 18 años y más
Distribución Urbano-Rural	La población del país se distribuye 88% urbana y 12% rural; la muestra se distribuye de igual forma.
Tipo de Muestra	Probabilística modificada multietápica, probabilística en 6 etapas y por cuotas en la etapa final.
Tipo de Estratificación	Muestra no estratificada
Número de Etapas	7

Área Urbana y Rural	
Tipo de sorteo Área Urbano y Rural	-1° etapa: Estados: selección aleatoria sistemática simple -2° etapa: Municipios: selección aleatoria sistemática simple -3° etapa: Parroquias: selección aleatoria sistemática simple -4° etapa: Sectores: selección aleatoria sistemática simple -5° etapa: Manzanas: selección aleatoria sistemática simple -6° etapa: Viviendas: selección aleatoria sistemática simple -7° etapa: Entrevistados: selección por cuotas de edad, sexo y educación.
Ponderación	La muestra fue ponderada de acuerdo a las variables sexo y edad.
B. Trabajo de Campo	
Fecha trabajo de campo	15 al 30 de Septiembre de 2007
Número de encuestadores	83
Número de supervisores	21
Promedio de duración entrevista	77 minutos
Supervisión	64%
C. Codificación	
Control de codificación	El trabajo del equipo de codificadores fue revisado por un supervisor, quien evaluó la correcta codificación de las preguntas en las categorías de respuesta, y que no existiera más de un 10% de códigos Otros, No sabe y No responde.
D. Digitación	
Control de digitación	La digitación fue controlada a través de la conformación de 20 grupos de entrevistas, redigitándose el 10 % de cada grupo. Si dentro de ese 10% se detectó algún error se revisó y se digitó todo el grupo de nuevo.

10.2 Anexo II: Cuestionario Latinobarómetro 2007



**CUESTIONARIO
APLICADO
LATINOBARÓMETRO
2007**

Septiembre, 2007

P1ST. En términos generales, ¿diría Ud. que está satisfecho con su vida? ¿Diría Ud. que está...? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Muy satisfecho..... 1
- Bastante satisfecho... 2
- No muy satisfecho.... 3
- Para nada satisfecho.. 4
- NS/NR..... 0 NO LEER

P2ST. ¿En los próximos doce meses cree Ud. que, en general, la situación económica del país será mucho mejor, un poco mejor, igual, un poco peor, o mucho peor que ahora? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Mucho mejor 1
- Un poco mejor 2
- Igual 3
- Un poco peor 4
- Mucho peor..... 5
- No sabe 8 NO LEER
- No responde 0

P3ST. En general, ¿diría Ud. que está muy satisfecho, más bien satisfecho, no muy satisfecho o nada satisfecho con el funcionamiento de la economía en (país)? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Muy satisfecho..... 1
- Más bien satisfecho... 2
- No muy satisfecho.... 3
- Nada satisfecho..... 4
- No sabe..... 8 NO LEER
- No responde..... 0

P4N. Para donde cree Ud. que van las cosas en (país). ¿Como ve Ud. el futuro para la generación que viene, comparado con hoy, cree Ud. que el país será más, igual o menos próspero? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN P4NA Y SIGA) ¿Más, igual o menos democrático? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN P4NB Y SIGA) ¿Más igual o menos corrupto? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN P4NC Y SIGA) ¿Habrá más igual o menos igualdad ante la ley? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN P4ND Y SIGA) ¿Más, igual o menos religioso? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN P4NE)

	MÁS	IGUAL	MENOS	NR/NR
P4NA. Próspero.....	1	2	3	0
P4NB. Democrático.....	1	2	3	0
P4NC. Corrupto.....	1	2	3	0
P4ND. Igualdad ante la ley.....	1	2	3	0
P4NE. Religioso.....	1	2	3	0

P5ST. Tomando todo en cuenta, ¿Diría Ud. que sus padres vivían mejor, igual o peor que como vive Ud. hoy? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P5STA) Y respecto de sus hijos, ¿Cree Ud. que vivirán mejor, igual o peor que como vive Ud. hoy? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P5STB)

	P5STA PADRES	P5STB HIJOS
Mejor.....	1	1
Igual.....	2	2
Peor.....	3	3
NS/NR.....	0	0 NO LEER

P6STM. (MOSTRAR TARJETA 1) Imagínese una escala de 10 peldaños, en que en el "1" se ubican las personas "más pobres" y en el "10" se ubican las personas "más ricas", ¿dónde se ubicaría Ud.? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA EN P6STA) ¿Dónde se ubicarían sus padres? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA EN P6STB) ¿Y dónde cree Ud. que se encontrarán sus hijos? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA EN P6STC)

MÁS POBRES					MÁS RICAS					NS	NR
01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	00

P6ST.A Personal		
P6ST.B Padres		
P6ST.C Hijos		

P7ST. En su opinión ¿Cuál considera Ud. que es el problema más importante en el país? (ANOTE TEXTUAL LO QUE DIGAN; SÓLO UNA RESPUESTA)

--	--	--

Ninguno..97 No sabe..98 No responde..00 NO LEER

P8ST. ¿Usted cree que en (país) una persona que nace pobre y trabaja duro puede llegar a ser rico, o cree Ud. que no es posible nacer pobre y llegar a ser rico? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Nace pobre y trabaja duro puede ser rico.... 1
- No es posible nacer pobre y llegar a ser rico..... 2
- NS/NR..... 0 NO LEER

P9ST. ¿Con cuál de las siguientes frases está Ud. más de acuerdo? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno..... 1
- En algunas circunstancias, un gobierno autoritario puede ser preferible a uno democrático..... 2
- A la gente como uno, nos da lo mismo un régimen democrático que uno no democrático..... 3
- No sabe..... 8 NO LEER
- No responde 0

P10ST. (MOSTRAR TARJETA 2) Con una escala de 1 a 10, le pedimos evaluar cuán democrático es (país). El "1" quiere decir que "(país) no es democrático" y el "10" quiere decir que "(país) es totalmente democrático" ¿Dónde pondría Ud. a (país)...? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA)

NO ES DEMOCRÁTICO	TOTALMENTE DEMOCRÁTICO									
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Otras respuestas.....	96 (NO LEER)									
No sabe.....	98									
No responde.....	00									

P11ST. ¿Cuánta confianza tiene Ud. en la democracia como sistema de gobierno para que (país) llegue a ser un país desarrollado? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Mucha confianza..... 1
- Algo de confianza..... 2
- Poca confianza 3
- Ninguna confianza..... 4
- NS/NR..... 0 NO LEER

P12ST. En general, diría Ud. que está muy satisfecho, más bien satisfecho, no muy satisfecho o nada satisfecho con el funcionamiento de la democracia en (país)? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Muy satisfecho..... 1
- Más bien satisfecho.... 2
- No muy satisfecho..... 3
- Nada satisfecho..... 4
- No sabe..... 8 NO LEER
- No responde..... 0

P13ST. (MOSTRAR TARJETA 3) ¿Está Ud. muy de acuerdo (1), de acuerdo (2), en desacuerdo (3) o muy en desacuerdo (4) con las siguientes afirmaciones? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA) (ROTAR)

	MA	A	ED	MD	NS/NR
P13ST A La democracia puede tener problemas, pero es el mejor sistema de gobierno.....	1	2	3	4	0
P13ST B Con sus decisiones el gobierno busca el bienestar de la gente.....	1	2	3	4	0
P13ST C La democracia crea condiciones para que la gente como yo pueda prosperar por su propio esfuerzo.....	1	2	3	4	0
P13N D. A nadie le importa lo que le sucede a los otros.....	1	2	3	4	0

P14N. (MOSTRAR TARJETA 4) En una escala de 1 a 10 donde "1" significa que "la democracia es completamente inadecuada para (país)" y 10 significa que "la democracia es completamente adecuada para (país)", ¿Cuán adecuada cree Ud. que es para (país) la democracia? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA)

COMPLETAMENTE INADECUADA	COMPLETAMENTE ADECUADA										NS	NR
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	00

P15N. (MOSTRAR TARJETA 5) Con la misma escala de 1 a 10, donde "1" significa "dictadura" y "10" significa "democracia plena", donde debería estar (país)? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA)

DICTADURA	DEMOCRACIA PLENA										NS	NR
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	00

P16ST. En términos generales ¿diría usted que (país) está gobernado por unos cuantos grupos poderosos en su propio beneficio, o que está gobernado para el bien de todo el pueblo? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Grupos poderosos en su propio beneficio..... 1
- Para el bien de todo el pueblo..... 2
- NS/NR..... 0 NO LEER

P17ST. ¿Cuán justa cree Ud. que es la distribución del ingreso en (país)? (LEA ALTERNATIVAS, ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Muy justa.....1
- Justa.....2
- Injusta.....3
- Muy injusta.....4
- No sabe.....8 NO LEER
- No responde.....0

P18N. (MOSTRAR TARJETA 6) ¿Hasta qué punto las siguientes libertades, derechos, oportunidades y seguridades están garantizadas en (país)? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

- Completamente garantizadas.....1
- Algo garantizadas.....2
- Poco garantizadas.....3
- Para nada garantizadas.....4
- NS/NR.....0 NO LEER

P18NA. Libertad para participar en política	
P18NB. Libertad para elegir mi oficio/profesión	
P18NC. Protección del medioambiente	
P18ND. Protección de la propiedad privada	
P18NE. Justa distribución de la riqueza	
P18NF. Igualdad entre hombres y mujeres	
P18NG. Igualdad de oportunidades sin importar el origen de cada cual	
P18NH. Libertad de expresión siempre y en todas partes	
P18NI. Libertad de profesar cualquier religión	
P18NJ. Protección contra el crimen	
P18NK. Seguridad social	
P18NL. Solidaridad con los pobres y los necesitados	
P18NM. Oportunidades de conseguir trabajo	

P19N. (MOSTRAR TARJETA 7) ¿Cuáles de las siguientes cosas cree Ud. que una persona no puede dejar de hacer si quiere ser considerado ciudadano? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE TODAS LAS QUE LE MENCIONE)

- Votar.....1
- Pagar impuestos.....2
- Obedecer todas las leyes siempre...3
- Participar en organizaciones sociales.....4
- Participar en organizaciones políticas.....5
- Elegir productos medioambientalmente responsables.....6
- Ayudar a los (nacionales) que están peor que uno.....7
- Cumplir con el servicio militar.....8
- NS/NR.....0 NO LEER

P20ST. Hay distintas opiniones sobre la justicia en (país). Hay gente que opina que todos los (nacionalidad) tienen iguales oportunidades de acceso a la justicia; otra gente opina que no todos los (nacionalidad) tienen iguales oportunidades de acceso a la justicia. ¿Cuál de las dos opiniones se acerca más a su manera de pensar? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA).

- Tienen iguales oportunidades.....1
- No tienen iguales oportunidades...2
- No sabe.....8 NO LEER
- No responde.....0

Ahora le queremos preguntar por los medios de comunicación

P21ST En general, ¿cree Ud. que los medios de comunicación son bastante independientes o están, frecuentemente, influenciados por instituciones y gente poderosa? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Son bastante independientes.....1
- Frecuentemente están influenciados por instituciones y gente poderosa.....2
- No sabe.....8 NO LEER
- No responde.....0

P22ST. ¿Cuántos días en la semana pasada miró Ud. las noticias en televisión? (ESPERE RESPUESTA, ANOTE EL NÚMERO DE DÍAS EN P22STA Y SIGA) ¿Cuántos días leyó Ud. noticias en un periódico/diario? (ESPERE RESPUESTA, ANOTE EL NÚMERO DE DÍAS EN P22STB Y SIGA) ¿Cuántos días oyó Ud. noticias en la radio? (ESPERE RESPUESTA, ANOTE EL NÚMERO DE DÍAS EN P22STC)

	DÍAS	NING	NS	NR
P22STA. Televisión		97	98	00
P22STB. Diario		97	98	00
P22STC. Radio		97	98	00

Continuamos con el tema de la confianza

P23ST. Hablando en general, ¿Diría Ud. que se puede confiar en la mayoría de las personas o que no nunca es lo suficientemente cuidadoso en el trato con los demás? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Se puede confiar en la mayoría de las personas.....1
- Uno nunca es lo suficientemente cuidadoso en el trato con los demás.....2
- NS/NR.....0 NO LEER

P24ST. (MOSTRAR TARJETA 8) Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en ellas: mucha(1), algo(2), poca(3) o ninguna(4)confianza en...? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

	MUCHA	ALGO	POCA	NINGUNA	NS	NR
P24ST.A El gobierno.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.B La empresa privada.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.C Los diarios.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.D El Poder Judicial.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.E El presidente.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.F El Congreso Nacional/Parlamento.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.G Los bomberos.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.H Un familiar que no conoce.....1	2	3	4	8	0	0
P24ST.I La televisión.....1	2	3	4	8	0	0

P25N. (MOSTRAR TARJETA 9) Usando la siguiente escala, donde "0" significa "la gente trataría de sacar partido" y "10" significa "la gente trataría de ser justa" ¿Dónde ubicaría Ud. a la mayor parte de la gente? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA)

LA GENTE TRATARÍA DE SACAR PARTIDO					LA GENTE TRATARÍA DE SER JUSTA					NS	NR	
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	99
											98	99

P26N. (MOSTRAR TARJETA 10) ¿Diría Ud. que la gente sólo se preocupa de sí misma o que trata de ayudar? Utilice la siguiente escala para responder donde "0" significa "la mayor parte se preocupa de sí mismo" y "10" significa "la mayor parte trata de ayudar" (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA)

SE PREOCUPA DE SÍ					TRATA DE AYUDAR					NS	NR	
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	99
											98	99

P27ST (MOSTRAR TARJETA 8) Por favor, mire esta tarjeta y dígame, para cada uno de los grupos, instituciones o personas mencionadas en la lista ¿cuánta confianza tiene usted en ellas: mucha(1), algo(2), poca(3) o ninguna(4)confianza en...? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

	MUCHA	ALGO	POCA	NINGUNA	NS	NR
P27ST.A Las radios.....1	2	3	4	8	0	0
P27ST.B El Tribunal Electoral.....1	2	3	4	8	0	0
P27ST.C La Iglesia.....1	2	3	4	8	0	0
P27ST.D Las Fuerzas Armadas.....1	2	3	4	8	0	0
P27ST.E Los partidos políticos.....1	2	3	4	8	0	0
P27ST.F La policía/Carabineros.....1	2	3	4	8	0	0
P27ST.G El vecino.....1	2	3	4	8	0	0
P27N.H Un Extranjero.....1	2	3	4	8	0	0
P27N.I Un indígena.....1	2	3	4	8	0	0
P27N.J Un pobre.....1	2	3	4	8	0	0
P27N.K Un (nacional).....1	2	3	4	8	0	0

P28ST. Cuando en una familia uno de sus miembros se va al extranjero en busca de trabajo para mandar dinero a casa, ¿piensa usted que vale mucho, algo, poco o no vale la pena el sacrificio? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Vale mucho la pena.....1
- Vale algo la pena.....2
- Vale poco la pena.....3
- No vale la pena.....4
- NS/NR.....0 NO LEER

P29ST. (MOSTRAR TARJETA 3) ¿Cuán de acuerdo o en desacuerdo está Ud. con cada una de las siguientes frases? Diría Ud. que está muy de acuerdo(1), de acuerdo(2), en desacuerdo(3) o muy en desacuerdo (4)con... (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	MA	DA	ED	MD	NS/NR
P29ST.A Que los (nacionales) puedan ir a trabajar a los países vecinos y otros países de la región y que los ciudadanos de cualquier país de la región puedan venir a trabajar a (país)....	1	2	3	4	0
P29ST.B Que los (nacionales) puedan invertir en el exterior y que los extranjeros puedan invertir en (país) sin restricciones.	1	2	3	4	0
P29ST.C Que los extranjeros tengan los mismos derechos que los (nacionales).....	1	2	3	4	0
P29.D Generalmente estoy menos orgulloso de mi país que lo que me gustaría estar.....	1	2	3	4	0
P29.E La igualdad de trato que hay en (país) me llena de orgullo.....	1	2	3	4	0
P29.F. En general mi país es mejor que los otros países.....	1	2	3	4	0

P30ST. (MOSTRAR TARJETA 11) ¿Cómo evalúa Ud. el trabajo que está haciendo el parlamento/congreso nacional? Muy bien (1), bien (2), mal (3), muy mal (4) o no sabe suficiente para opinar (8)? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN P30STA. Y CONTINUE) ¿Y los partidos políticos... (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA RESPUESTA PARA CADA UNO, CONTINÚE CON LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS)

	MUY BIEN BIEN	MAL	MUY NO BIEN	NR		
P30ST.A Parlamento/Congreso nacional.....	1	2	3	4	8	0
P30ST.B Los partidos políticos ...	1	2	3	4	8	0
P30ST.C El poder judicial.....	1	2	3	4	8	0
P30ST.D Los empresarios en general	1	2	3	4	8	0

P31NA. (MOSTRAR TARJETA 12) ¿Hasta qué punto cree Ud. que (país) debería permitir que extranjeros de la misma raza/ grupo étnico que la mayoría de los (nacionales) venga a vivir a nuestro país? (ANOTE UNA RESPUESTA EN P31NA.) **P31NB.** ¿Y la gente de una raza diferente a la mayoría de los (nacionalidad)? (ANOTE UNA RESPUESTA EN P31NB.) **P31NC.** ¿Y la gente de países más pobres que el nuestro? (ANOTE UNA RESPUESTA EN P31NC.)

	P31NA	31NB	P31NC
Se debería permitir que muchos vinieran a vivir aquí.....	1	1	1
Permitir que vinieran unos cuantos...	2	2	2
Permitir que vinieran unos pocos....	3	3	3
No permitir que viniera ninguno.....	4	4	4
NS/NR.....	0	0	0

P32ST.A ¿Ud. aprueba o no aprueba la gestión del gobierno que encabeza el presidente (NOMBRE)...? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P32ST.A) **P32NCB.** ¿Y aprueba o no aprueba la manera como (país) está enfrentando el problema de la energía? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P32NCB) **P32NCC.** ¿Y la lucha contra la pobreza? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P32CC) **P32NCD.** ¿Y las relaciones exteriores con los otros países de América Latina? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P32NCD)

	PTE. 32STA	ENERGÍA 32NCB	POBREZA 32NCC	REL. EXT. 32NCD
Aprueba	1	1	1	1
No aprueba	2	2	2	2
NS/NR	0	0	0	0

Y pasando a temas internacionales.
P33N. ¿Cuál cree Ud. que es el país de América Latina que tiene las mejores condiciones de vida para su población? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN, SOLO UNA RESPUESTA)

Ninguna...97	No sabe...98	No responde...00	NO LEER
--------------	--------------	------------------	---------

P34N. (MOSTRAR TARJETA 13) ¿Se vuelve (país) un lugar mejor o peor para vivir con los extranjeros que vienen a vivir aquí? Use la siguiente escala para responder, donde "0" significa "(país) se vuelve un lugar peor" y "10" significa "(país) se vuelve un lugar mejor" (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA)

										MEJOR	NS	NR
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	98	99

P35ST. (MOSTRAR TARJETA 14) Me gustaría conocer su opinión sobre los siguientes países que le voy a leer ¿Tiene Ud. una muy buena(1), buena(2), mala(3) o muy mala(4) opinión sobre? (LEA CADA PAÍS Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

	MB	B	M	MM	NS	NR
P35ST.A EEUU Estados Unidos...	1	2	3	4	8	0
P35ST.B Unión Europea.....	1	2	3	4	8	0
P35ST.C Japón.....	1	2	3	4	8	0
P35ST.D China.....	1	2	3	4	8	0
P35ST.E España.....	1	2	3	4	8	0
P35ST.F Cuba.....	1	2	3	4	8	0

P36IA (MOSTRAR TARJETA 15) Independiente de cómo Ud. opina sobre los Estados Unidos, por favor dígame cuál de las siguientes razones cree Ud. que son las más importantes por las cuales a algunas personas no les gusta los Estados Unidos (MARQUE HASTA DOS RESPUESTAS: LA PRIMERA EN P36IA, LA SEGUNDA EN P36IA.B)

	P36IA.A	P36IA.B
Por la influencia negativa de la cultura y la sociedad americana.....	1	1
Envidia del poder y riqueza de los EEUU.....	2	2
La manera como los EEUU trata a los demás países.....	3	3
La intervención militar de EEUU en el mundo.....	4	4
Las practicas comerciales y económicas de EEUU...5	5	5
Los norteamericanos miran con desprecio a los (nacionales).....	6	6
Razones históricas (relaciones con los gobiernos militares, etc.).....	7	7
NS/NR (NO LEER).....	0	0

P37IA. (MOSTRAR TARJETA 16) Ahora usando esta tarjeta por favor mire todos los ítems y dígame cuáles, si es que hay alguna, son las razones por las cuales la gente admira Estados Unidos (MARQUE HASTA DOS RESPUESTAS: LA PRIMERA EN P37IA, LA SEGUNDA EN P37IA.B)

	P37IA.A	P37IA.B
Su sistema político.....	01	01
Su contribución cultural.....	02	02
Su éxito económico.....	03	03
Sus logros tecnológicos.....	04	04
La unidad de su gente.....	05	05
Su sistema de salud.....	06	06
Su poder militar.....	07	07
Su sistema legal.....	08	08
Su sistema educacional.....	09	09
Su apertura a nueva gente, nuevas ideas y sus diferencias culturales.....	10	10
Ninguno.....	97	97
NS/NR.....	00	00

P38ST. (MOSTRAR TARJETA 17) ¿Cómo calificaría Ud. las relaciones entre (país) y los Estados Unidos? ¿Diría Ud. que son...? (MARQUE UNA RESPUESTA EN P38STA Y SIGA PREGUNTANDO) ¿Y entre (país) y la Unión Europea? ¿Diría que son... (MARQUE UNA RESPUESTA EN P38STB Y SIGA PREGUNTANDO) ¿Y entre (país) y España? ¿Diría que son... (MARQUE UNA RESPUESTA EN P38STC)

	P38STA	P38STB	P38STC
Muy buenas.....	1	1	1
Más bien buenas....	2	2	2
Más bien malas.....	3	3	3
Muy malas.....	4	4	4
No sabe.....	8	8	8
No responde.....	0	0	0

P39IA. Ahora, pensando en el rol que juega EEUU en América Latina, y todo lo que hace, en general diría Ud. que los Estados Unidos tienen una influencia positiva o una influencia negativa. ¿Cree Ud que es muy positiva, algo positiva, algo negativa o muy negativa? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

Muy positiva.....	1
Algo positiva.....	2
Algo negativa.....	3
Muy negativa.....	4
Ni negativa ni positiva.....	5
No tiene influencia.....	6
No sabe.....	8
No responde.....	0

P40IA (MOSTRAR TARJETA 18) Usando esta tarjeta dígame hasta qué punto cree Ud. que EEUU trata a (país) con respeto. Cree Ud. que lo trata con mucho respeto (1), bastante (2), no mucho (3), o ningún respeto(4) (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	MUCHO	BASTANTE	NO MUCHO	NINGUN/ MUCHO NADA	NS/ NR
P40IA.A Trata a (país) con respeto.....	1	2	3	4	0
P40IA.B Está sinceramente interesado en ayudar a solucionar los problemas de (país).....	1	2	3	4	0
P40IA.C Ayuda al desarrollo de los países más pobres.....	1	2	3	4	0

P41ST. Tomando todo en cuenta, por lo que Ud. sabe o ha oído, ¿Cómo califica el estado del medio ambiente en (país)? ¿Diría Ud. que es muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Muy bueno.....1
- Bueno.....2
- Regular.....3
- Malo.....4
- Muy malo.....5
- NS/NR.....0 NO LEER

P42N. Ha escuchado o leído sobre el calentamiento global o el cambio climático? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Mucho.....1
- Algo.....2
- Poco.....3
- Nada.....4
- NS/NR.....0 NO LEER

P43N. ¿Cuánto cree Ud que el calentamiento global afecta su país? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA) ¿Y cuánto lo afecta a Ud? LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA

- | | P43NA | P43NB |
|-------------|-------|-----------|
| Mucho.....1 | 1 | 1 |
| Algo.....2 | 2 | 2 |
| Poco.....3 | 3 | 3 |
| Nada.....4 | 4 | 4 |
| NS/NR.....0 | 0 | 0 NO LEER |

P44N. Por favor, dígame si está muy preocupado, algo preocupado, no muy preocupado, o nada preocupado de: (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

- | | MP | AP | NMP | NP | NS/NR |
|---|----|----|-----|----|-------|
| P44NCA. Que (país) tenga que enfrentar cortes generalizados de energía en el futuro.....1 | 2 | 3 | 4 | 0 | |
| P44NB. Que los problemas medioambientales y el calentamiento global afecten negativamente el desarrollo del país.....1 | 2 | 3 | 4 | 0 | |

P45NC. ¿Cómo cree Ud. que el problema de energía puede ser resuelto más efectivamente: por cada país individualmente; por todos los países en conjunto; o por los países mas ricos del mundo; o cree Ud. que no hay problema de energía? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Por cada país individualmente.....1
- Por todos los países en conjunto.....2
- Por los países mas ricos del mundo.....3
- No hay problema de energía.....4
- No sabe.....5 LEER
- No responde.....0

P46NC. ¿Cree Ud. que los países productores de energía "gas", "petróleo", etc. en América Latina, deben vender con condiciones especiales a los otros países que no producen energía en la región, o cree Ud. que deben vender a todos con iguales condiciones? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Con condiciones especiales.....1
- A todos con iguales condiciones.....2
- No sabe.....3 NO LEER
- No responde.....0

P47NC. ¿Cuál de las dos frases está más cerca de su manera de pensar? Frase 1. Para avanzar en la integración de la región, (país) tiene que hacer concesiones, Frase 2. Es preferible no avanzar en la integración si eso significa hacer concesiones (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Avanzar haciendo concesiones.....1
- No avanzar si es necesario hacerlas.....2
- NS/NR.....0 NO LEER

P48NC. ¿Cuán de acuerdo está Ud. en que se tomen las siguientes medidas para avanzar en la integración con los otros países de América Latina: Está Ud. muy de acuerdo, algo de acuerdo, algo en desacuerdo, muy en desacuerdo con: (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

- | | MA | A | ED | MD | NS | NR |
|--|----|---|----|----|----|----|
| P48NCA. La libre circulación de los ciudadanos dentro de la región sin control fronterizo.....1 | 2 | 3 | 4 | 8 | 0 | |
| P48NCB. La eliminación de los impuestos para importar o exportar de un país a otro.....1 | 2 | 3 | 4 | 8 | 0 | |
| P48NCC. La creación de un parlamento que proponga leyes comunes.....1 | 2 | 3 | 4 | 8 | 0 | |

P49ST. (MOSTRAR TARJETA 19) A continuación le nombraré una serie de líderes de países extranjeros. Quiero que los evalúe en una escala de 0 a 10, en la que 0 significa que su valoración es muy mala y 10 que es muy buena. ¿0 no los conoce suficiente para opinar? (LEA CADA NOMBRE, Y ANOTE EN EL CASILLERO EL NUMERO QUE LE DIGAN)

MUY MALA										MUY BUENA											
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10

	VALORACION	NO	CONOCE	NS	NR
F49ST.1 Alvaro Uribe				96	98 99
F49ST.2 Tabaré Vázquez				96	98 99
F49ST.3 Fidel Castro				96	98 99
F49ST.4 Luiz Ignacio Lula da Silva				96	98 99
F49ST.5 Hugo Chávez				96	98 99
F49ST.6 Michelle Bachelet				96	98 99
F49ST.7 Evo Morales				96	98 99
F49ST.8 Néstor Kirchner				96	98 99
F49ST.9 Alan García				96	98 99
F49ST.10 George W. Bush				96	98 99
F49N.11 Felipe Calderón				96	98 99
F49STEL.11 Presidente José Luis Rodríguez Zapatero				96	98 99
F49STEL.12 El Rey Juan Carlos I				96	98 99
F49N.13 Rafael Correa				96	98 99

P50NEL. ¿Históricamente y considerando todo, cómo valora la influencia que España ha tenido en (país) desde el descubrimiento de América? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Muy positiva.....1
- Algo positiva.....2
- Algo negativa.....3
- Muy negativa.....4
- Ni negativa ni positiva...5 NO LEER
- No ha tenido influencia...6
- No sabe.....8
- No responde.....0

P51STA (MOSTRAR TARJETA 20) Siguiendo con temas de economía, ¿cree Ud. que la inversión privada tiene un impacto muy positivo, positivo, negativo, muy negativo, no tiene impacto alguno sobre sus oportunidades de trabajo o no sabe lo suficiente para dar una opinión? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P51STA) P51NB. ¿Y la libre competencia tiene un impacto... (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P51NB) P51NC. ¿Y los tratados de libre comercio internacionales tienen un impacto... (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN P51NC)

	P51STA	P51NB	P51NC
Muy positivo.....1	1	1	1
Positivo.....2	2	2	2
Negativo.....3	3	3	3
Muy negativo.....4	4	4	4
No tiene impacto alguno.....5	5	5	5
No sabe lo suficiente para dar una opinión.....6	6	6	6
No sabe (NO LEER).....8	8	8	8
No responde.....0	0	0	0

P52ST. Se dice que el Estado puede resolver los problemas de nuestra sociedad porque tiene los medios para ello. ¿Diría Ud. que el Estado puede resolver...? (LEA LAS ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Todos los problemas.....1
- La mayoría de los problemas.....2
- Bastantes problemas.....3
- Sólo algunos problemas.....4
- El Estado no puede resolver ningún problema.....5
- NS/NR.....0 NO LEER

P53ST. Imagínese la siguiente situación: dos personas, de la misma edad, trabajan como programadores de computación haciendo el mismo trabajo. Uno gana más que el otro, pero su trabajo lo hace con más rapidez, eficiencia y es más confiable que el otro. En su opinión, ¿Considera Ud. justo que, en esa situación, a un programador se le pague más que al otro o no lo considera justo? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

Lo considero justo.....1
 No lo considero justo.....2
 No sabe.....8 NO LEER
 No responde.....0

P54ST. (MOSTRAR TARJETA 3) Está Ud. muy de acuerdo(1), de acuerdo (2), en desacuerdo (3) o muy en desacuerdo (4) con cada una de las frases que le voy a leer (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	MA	A	ED	MD	NS	NR
P54STA. Las privatizaciones de las empresas estatales han sido beneficiosas para el país.....1 2 3 4 8 0						
P54STB. La economía de mercado es el único sistema con el que (país) puede llegar a ser desarrollado.....1 2 3 4 8 0						
P54STC. La economía de mercado es lo más conveniente para el país.....1 2 3 4 8 0						
P54STD. La empresa privada es indispensable para el desarrollo del país.....1 2 3 4 8 0						
P54NE. La crisis de energía es una oportunidad para avanzar en la integración.....1 2 3 4 8 0						

P55ST. De la lista de actividades que le voy a leer, ¿Cuáles cree Ud. que deben estar mayoritariamente en manos del Estado y cuáles deben estar mayoritariamente en manos privadas? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

	ESTADO	PRIVADOS	NS	NR
P55STA. El petróleo, combustible...1 2 8 0				
P55STB. Los servicios eléctricos...1 2 8 0				
P55STC. Los teléfonos.....1 2 8 0				

P56ST (MOSTRAR TARJETA 21) ¿Y cuánta participación debería tener el sector privado? Debería estar totalmente a cargo(1), debería tener una participación mayoritaria(2), una participación minoritaria(3), o ninguna participación(4) en... (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

	TA	FMA	FMI	NP	NS	NR
P56ST.A La salud.....1 2 3 4 8 0						
P56ST.B La educación.....1 2 3 4 8 0						
P56N.C Las pensiones.....1 2 3 4 8 0						

P57ST. (MOSTRAR TARJETA 22) ¿Diría Ud. que se encuentra muy satisfecho(1), más bien satisfecho(2), no muy satisfecho(3) o nada satisfecho(4), con... (ÍTEM) o no cuenta Ud. con estos servicios donde vive(9)? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

	MS	MBS	NMS	NS	NC	NS/NR
P57ST.A La salud a la que tiene acceso.....1 2 3 4 9 0						
P57ST.B La educación a la que tiene acceso.....1 2 3 4 9 0						
P57ST.C La disponibilidad de áreas verdes y espacios públicos en su comuna.....1 2 3 4 9 0						
P57ST.D Los servicios municipales en general.....1 2 3 4 9 0						
P57ST.E Los caminos y la pavimentación.....1 2 3 4 9 0						
P57ST.F El transporte público...1 2 3 4 9 0						
P57ST.G La recolección de basura.....1 2 3 4 9 0						
P57ST.H El alcantarillado.....1 2 3 4 9 0						
P57N.I El sistema de pensiones...1 2 3 4 9 0						

Ahora le preguntaremos por la política
P58N. ¿Cuán difícil le resulta a Ud. formarse una opinión de los asuntos políticos? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

Muy Difícil.....1
 Difícil.....2
 Ni lo uno ni lo otro.....3
 Fácil.....4
 Muy Fácil.....5
 NS/NR.....0 NO LEER

P59ST. ¿Cuán interesado está Ud. en la política? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

Muy interesado.....1
 Algo interesado.....2
 Poco interesado.....3
 Nada interesado.....4
 No sabe.....8 NO LEER
 No responde.....0

P60ST. ¿Cuál frase está más cerca de su manera de pensar? Hay gente que dice que la política es tan complicada que con frecuencia la gente como uno no puede entender lo que pasa. Otros opinan que la política no es tan complicada y se puede entender lo que pasa (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

La política es tan complicada que no se entiende.....1
 La política no es tan complicada y se entiende.....2
 No sabe.....8 NO LEER
 No responde.....0

P61ST. ¿Con qué frecuencia habla de política con los amigos muy frecuentemente(1), Frecuentemente(2), Casi nunca(3) o Nunca(4) (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

	MF	F	CN	N	NS	NR
Habla de política con los amigos.....1 2 3 4 8 0						

P62ST. (MOSTRAR TARJETA 23) Ahora quiero que vea esta tarjeta. Le voy a leer algunas acciones políticas que la gente puede realizar y quiero que me diga si ha realizado alguna de ellas(1), si las podría realizar (2) o si nunca las haría bajo ninguna circunstancia (3)? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	LHR	LPR	N	NS/NR
P62ST.A Firmar una petición.....1 2 3 0				
P62ST.B Asistir a manifestaciones autorizadas.....1 2 3 0				
P62N.C Protestar sin autorización...1 2 3 0				

P63ST. ¿Sobre qué temas de conversación cree que es más fácil que Ud. se pelee con su mejor amigo? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN)

Ninguno...97 No Sabe...98 No Responde...00 NO LEER		
--	--	--

P64ST. Si este domingo hubiera elecciones, ¿Por qué partido votaría Ud.? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN)

Vota Nulo/blanco.....95 No vota/ninguno...96 No inscrito...97 No sabe...98 No responde...00 NO LEER		
--	--	--

P65N. (MOSTRAR TARJETA 24) La gente a veces pertenece a distintos tipos de organización, para cada grupo por favor dígame si Ud. (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNO)

Pertenece y participa activamente.....1
 Pertenece y no participa activamente...2
 Pertenece anteriormente.....3
 No ha pertenecido nunca.....4
 NS/NR.....0 NO LEER

P65NA. Un partido político		
P65NB. Un sindicato, asociación profesional, empresarial		
P65NC. Organización religiosa o de Iglesia		
P65ND. Organización de deporte, tiempo libre o cultural		
P65NE. Otro tipo de asociación		

P66N. Pensando en las últimas elecciones, ¿Cuán justas cree Ud. que fueron las condiciones en que compitieron los partidos y los candidatos? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

Muy justas.....1
 Algo justas.....2
 Ni justa ni injusta.....3
 Algo injustas.....4
 Muy injustas.....5
 No sabe lo suficiente para decir...8 NO LEER
 No responde.....0

P67ST. (MOSTRAR TARJETA 25) En política se habla normalmente de "izquierda" y "derecha". En una escala donde "0" es la "izquierda" y "10" la "derecha", ¿dónde se ubicaría Ud.? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA IZQUIERDA DERECHA)

IZQUIERDA										DERECHA									
00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Ninguno...97 No sabe...98 No responde...99 NO LEER																			

Continuamos con las políticas públicas...

F68STM. En general, ¿puede Ud. decir que vivir en (país) es cada día más seguro, igual de seguro o más inseguro? Diría Ud. que es... (ESPERE RESPUESTAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Más seguro..... 1
- Igual de seguro..... 2
- Más inseguro..... 3
- No sabe..... 8 **NO LEER**
- No responde..... 0

F69N. ¿Cuán frecuentemente se preocupa Ud. de que pueda llegar a ser víctima de un delito con violencia? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Todo o casi todo el tiempo... 1
- Algunas veces..... 2
- Ocasionalmente..... 3
- Nunca..... 4
- NS/NR..... 0 **NO LEER**

F70N. ¿Considera Ud. un halago u ofensivas y desagradables las siguientes cosas que le pueden suceder a una mujer de parte alguien que no sea su pareja, (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA PARA CADA UNA).

	HALAGO	OFENSIVA	NS/NR
F70N.A Piropo al oído..... 1	2	0	
F70N.B Roce a propósito..... 1	2	0	

F71ST.A. ¿Ha sido Ud. o algún pariente asaltado, agredido, o víctima de un delito en los últimos doce meses? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN F71ST.A Y SIGA) **F71ST.B.** ¿Ha sabido Ud. o algún pariente de algún acto de corrupción en los últimos doce meses? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN F71ST.B Y SIGA) **F71ST.C.** ¿Ha sabido Ud. de algún amigo o pariente que haya consumido drogas en los últimos doce meses? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN F71ST.C Y SIGA) **F71ST.D.** ¿Ha sabido Ud., de alguien que haya participado en una compra o venta de drogas en los últimos doce meses? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN F71ST.D Y SIGA) **F71ST.E.** ¿Ha sufrido Ud. o conoce Ud. a alguien que haya sufrido acoso sexual en su lugar de trabajo? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN F71ST.E)

	SI	NO	NS NR
F71ST.A Asaltado/ agredido/ víctima de delito..... 1	2	8	0
F71ST.B Acto de corrupción..... 1	2	8	0
F71ST.C Consumo de drogas..... 1	2	8	0
F71ST.D Narcotráfico/ venta de drogas..... 1	2	8	0
F71ST.E Acoso sexual..... 1	2	8	0

F72ST. ¿Cuánto cree Ud. que se ha progresado en reducir la corrupción en las instituciones del Estado en estos últimos 2 años? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Mucho..... 1
- Algo..... 2
- Poco..... 3
- Nada..... 4
- No sabe..... 8
- No responde..... 0

F73N. (MOSTRAR TARJETA 26) ¿Cuán seguido le han sucedido las siguientes cosas, o no puede opinar porque no trabaja? (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

- Siempre..... 1
- Varias veces a la semana..... 2
- Varias veces al mes..... 3
- Varias veces al año..... 4
- Rara vez..... 5
- Nunca..... 6
- No trabaja..... 8
- NS/NR..... 0 **NO LEER**

F73NA. He llegado del trabajo demasiado cansado/a para hacer las tareas necesarias en el hogar.		
F73NB. Ha sido difícil para mí cumplir con mis responsabilidades familiares por la cantidad de tiempo que trabajo.		

	EDAD	NS/NR
F74NA. ¿A qué edad cree Ud. que las mujeres deben jubilar? (REGISTRE LA EDAD)	_____	00
F74NB. ¿Y los hombres? (REGISTRE LA EDAD)	_____	00

F75ST. ¿Cómo han enfrentado los problemas de salud que han tenido Ud. y su familia en los últimos doce meses? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Sin dificultades para acceder a las atenciones necesarias..... 1
- Con algunas dificultades para acceder a las atenciones necesarias..... 2
- Con muchas dificultades para acceder a las atenciones necesarias..... 3
- No podemos acceder a las atenciones necesarias..... 4
- No hemos tenido problemas de salud..... 5 **NO LEER**
- NS/NR..... 0

F76N. La última vez que tuvo que ver un doctor, ¿cuáles de los siguientes aspectos le dificultaron el acceso a la atención médica? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE TODAS LAS QUE LE MENCIONE)

- La distancia a la consulta / hospital..... 1
- Espera para conseguir una hora..... 2
- Espera en la consulta para ser atendido..... 3
- Costo de ver al doctor..... 4
- Ninguna..... 7 **NO LEER**
- NS/NR..... 0

F77N. ¿Hay alguien con quien Ud. puede conversar cosas más personales e íntimas? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Si..... 1
- No..... 2
- NS/NR..... 0 **NO LEER**

F78N. ¿Cuán frecuentemente Ud. se reúne, sale o visita a amigos, colegas, o parientes fuera de sus actividades regulares? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Nunca..... 1
- Menos de una vez al mes..... 2
- Una vez al mes..... 3
- Varias veces al mes..... 4
- Una vez a la semana..... 5
- Varias veces a la semana..... 6
- Todos los días..... 7
- NS/NR..... 0 **NO LEER**

F79N. Comparado con la gente de su misma edad, diría Ud. que participa en actividades sociales... (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Mucho menos que la mayoría..... 1
- Menos que la mayoría..... 2
- Lo mismo que la mayoría..... 3
- Más que la mayoría..... 4
- Mucho más que la mayoría..... 5
- NS/NR..... 0 **NO LEER**

P80N. (MOSTRAR TARJETA 3) Ahora le voy a leer varias afirmaciones relacionadas con los problemas generales de la vida. Por favor dígame, si Ud. está muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	MA	DA	ED	MD	NS NR
P80NA. En general mi vida es lo que creo que tiene que ser..... 1	2	3	4	8	0
P80NB. A veces siento que soy un fracaso..... 1	2	3	4	8	0
P80NC. No puedo influir en la mayoría de los problemas..... 1	2	3	4	8	0
P80ND. A menudo me siento solo..... 1	2	3	4	8	0
P80NE. Para salir adelante, a veces te ves forzado a hacer cosas que no están bien..... 1	2	3	4	8	0
P80NF. Las conexiones son más importante que el esfuerzo en el trabajo para tener éxito..... 1	2	3	4	8	0
P80NG. La vida está tan complicada que a veces creo que no voy a ser capaz de abrirme paso..... 1	2	3	4	8	0

P81N. (MOSTRAR TARJETA 27) Imagínese una escala de diez peldaños, donde arriba están las mejores condiciones de vida que pueda imaginar y abajo las peores (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA PARA CADA UNA)

	NS/NR
P81NA. ¿Dónde se ubica Ud.?	00
P81NB. ¿Dónde ubica las condiciones que Ud. cree que le corresponden?	00
P81NC. ¿Dónde ubica las condiciones de vida de sus amigos?	00
P81ND. ¿Dónde se ubica Ud. en 5 años más?	00

P82N. (MOSTRAR TARJETA 28) Pensando en el barrio/lugar donde vive, tiene Ud. muchas(1), algunas(2), no muchas(3) o ninguna (4) razón para reclamar por los siguientes motivos (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	MUCHAS	ALGUNAS	NO MUCHAS	NINGUNA	NS/NR
P82NA. Basura.....	1	2	3	4	0
P82NB. Contaminación del aire y o ruido....	1	2	3	4	0

P83-89. (MOSTRAR TARJETA 29) A continuación le haré una serie de preguntas, le pediré que utilice para responder la siguiente escala, donde "0" es "Completamente insatisfecho" y "10" es "Completamente satisfecho" (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA PARA CADA UNA)

	COMPLETAMENTE INSATISFECHO					COMPLETAMENTE SATISFECHO					NS	NR	
	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09			10
P83N. ¿Cuán satisfecho está con su estándar de vida?												98	99
P84N. ¿Cuán satisfecho está con la cantidad de tiempo libre que dispone?													
P85N. ¿Cuán satisfecho está con la vivienda en que vive?													
P86N. ¿Cuán satisfecho está con su ingreso familiar?													
P87N. ¿Cuán satisfecho está con el barrio en que vive?													
P88N. ¿Cuán satisfecho está con la seguridad pública del barrio en que vive?													
P89N. ¿Cuán satisfecho está con su trabajo?													

P90N. (MOSTRAR TARJETA 30) En todos los países hay diferencias o incluso conflictos entre diferentes grupos sociales. ¿En su opinión, cuán fuerte es el conflicto entre ricos y pobres, es muy fuerte, fuerte, débil, o no existe conflicto (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	MF	F	D	NC	NS/NR
P90A. Ricos y pobres.....	1	2	3	4	0
P90B. Empleados y desempleados....	1	2	3	4	0
P90C. Empresarios y trabajadores....	1	2	3	4	0
P90D. Gente joven y la sociedad....	1	2	3	4	0
P90E. Gente Vieja y la sociedad....	1	2	3	4	0
P90F. Hombres y mujeres.....	1	2	3	4	0
P90G. Personas de distinta raza blancos y negros, indígenas y no indígenas..	1	2	3	4	0
P90H. (nacionales) y extranjeros....	1	2	3	4	0

P91N. ¿Cuál de las siguientes cosas tiene Ud. (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

Una vivienda donde los padres tienen una habitación distinta de los hijos.....	1
Una comida caliente al día.....	2
Un patio o jardín.....	3
Vacaciones una vez al año.....	4
Pensión para jubilar.....	5
Un salón o pieza de estar en la vivienda....	6
Maquina fotográfica/ Videograbadora.....	7
NS/NR.....	0 NO LEER
No aplicable.....	9

P92ST. Podría decirme si, recientemente, sabe Ud. de alguna persona, o ha oído Ud. comentar a algún familiar o conocido sobre alguien que... (LEA CADA ÍTEM Y MARQUE UNA ALTERNATIVA PARA CADA UNA)

	SI	NO	NS/NR
P92STA. Simuló estar enfermo para no ir a trabajar.....	1	2	0
P92STB. Se las arrepló para pagar menos impuesto del que debía.....	1	2	0
P92STC. Se benefició de un subsidio estatal que no le correspondía.....	1	2	0

P93ST. (MOSTRAR TARJETA 31) Por lo que Ud. sabe o ha oído, en una escala de 1 a 100, donde "1" es "ninguno" y "100" es "todos", ¿Cuántos son los (nacionalidad) que teniendo que pagar impuestos, los pagan debidamente? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UN NÚMERO DEL 1 AL 100)

1	100
No sabe.....998	No responde.....000 NO LEER

P94ST. Considerando todo, ¿cree Ud. que los niveles de impuestos que se pagan en (país) son muy altos, altos, bajos o muy bajos, o están bien como están? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

Muy altos.....	1
Altos.....	2
Bajos.....	3
Muy bajos.....	4
Están bien como están....	5
No sabe.....	8 NO LEER
No responde.....	0

P95ST. (MOSTRAR TARJETA 32) Por favor usando esta tarjeta, dígame para cada una de las siguientes afirmaciones si usted cree que siempre pueden

justificarse o nunca pueden justificarse o si su opinión está en algún punto intermedio. Donde "1" es "nunca se justifica" y "10" es "siempre se justifica" (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA PARA CADA UNA)

	NS/NR
P95ST.A Aceptar un soborno en el desempeño de sus deberes	00
P95ST.B Aborto	00

P96ST. ¿Diría Ud. que es muy posible, algo, poco o nada posible que se descubra en nuestro país a una persona que cometió algún acto ilegal? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

Muy posible.....	1
Algo posible.....	2
Poco posible.....	3
Nada posible.....	4
NS/NR.....	0 NO LEER

P97N. Pensando en los servicios públicos, ¿cuán comprometidos a servir a la gente cree Ud. que están? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

Muy comprometidos.....	1
Algo Comprometidos.....	2
No muy comprometidos.....	3
Para nada comprometidos.....	4
NS/NR.....	0 NO LEER

P98N. (MOSTRAR TARJETA 33) Uno puede sentirse incluido o excluido en la vida de una sociedad. ¿Cuales de las siguientes cosas cree Ud. que son necesarias para sentirse parte en la sociedad en que Ud. vive? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE TODAS LAS QUE MENCIONE)

No tener discapacidad.....	01
Poder usar un computador.....	02
Hablar un idioma extranjero.....	03
Tener licencia de conducir.....	04
Tener un amigo íntimo.....	05
Tener un oficio o profesión.....	06
Vivir en una ciudad grande.....	07
Involucrarse en actividades voluntarias.....	08
Involucrarse en actividades políticas.....	09
Tener educación superior.....	10
Tener ingreso propio.....	11
Tener un hogar con padre y madre.....	12
Tener algo que decir.....	13
Hacer cosas que les importen a otros.....	14
Tener una propiedad, tierra o una casa.....	15
NS/NR.....	00 NO LEER

P99st. ¿Y en los próximos doce meses, cree que su situación económica y la de su familia será mucho mejor, un poco mejor, casi igual, un poco peor, o mucho peor que la que tiene hoy? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

Mucho mejor.....	1
Un poco mejor.....	2
Igual.....	3
Un poco peor.....	4
Mucho peor.....	5
No sabe.....	8 NO LEER
No responde.....	0

P100ST. ¿Cómo calificaría en general la situación económica actual del país? Diría Ud. que es... (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

Muy buena.....	1
Buena.....	2
Regular.....	3
Mala.....	4
Muy mala.....	5
No sabe.....	8 NO LEER
No responde.....	0

SOCIODEMGRÁFICOS

S1. ¿Cuán preocupado diría Ud. que está de quedar sin trabajo o de estar desempleado durante los próximos doce meses o no tiene Ud trabajo? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

Muy preocupado.....	1
Preocupado.....	2
Poco preocupado.....	3
No preocupado.....	4
No tiene trabajo.....	5 (CESANTES, ESTUDIANTES, DUEÑAS DE CASA, JUBILADOS)
NS/NR.....	0 NO LEER

S2. El salario o sueldo que Ud. percibe y el total del ingreso familiar, ¿Le permite cubrir satisfactoriamente sus necesidades? ¿En cuál de estas

situaciones se encuentra Ud.? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Les alcanza bien, pueden ahorrar.....1
- Les alcanza justo, sin grandes dificultades..2
- No les alcanza, tienen dificultades.....3
- No les alcanza, tienen grandes dificultades..4
- No sabe.....8 NO LEER
- No responde.....0 LEER

S3N. Ha tenido Ud. y su familia dificultades en los últimos 12 meses para pagar las cuentas de agua, luz/electricidad? (ESPERE RESPUESTA, MARQUE UNA SOLA EN S3NA Y SIGA) ¿Y se ha quedado sin dinero para comprar la comida? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA EN S3NB)

	SI	NO	NS/NR
S3NA. Agua, Luz Electricidad..1	2	0	
S3NB. Comida.....1	2	0	

S4. ¿Cuál es su religión? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE LO QUE LE DIGAN)

Ninguna...97 No sabe...98 No responde...00 NO LEER

S5. ¿Cómo se considera Ud.? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Muy practicante.....1
- Practicante.....2
- No muy practicante...3
- No practicante.....4
- No sabe.....8 NO LEER
- No responde.....0
- No aplicable.....9 (SIN RELIGIÓN)

S6. ¿Ud. y su familia han pensado en la posibilidad concreta de ir a vivir a otro país? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Si.....1
- No.....2
- NS/NR.....0 NO LEER

S7. ¿Alguna vez en su vida ha usado Ud. correo electrónico o se ha conectado a Internet? (LEA ALTERNATIVAS, MARQUE UNA SOLA Y SIGA)

- Si, todos los días.....1 PASE A S7A
- Si, ocasionalmente.....2 PASE A S7A
- Si, casi nunca.....3 PASE A S7A
- No, nunca.....4 PASE A S8N
- NS/NR.....0 PASE A S8N

S7A. (SOLO PARA QUIENES USAN INTERNET) Independientemente del lugar donde accede a Internet, ¿Para qué lo usa Ud. más frecuentemente? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Para usar el correo electrónico/e-mail messenger.....1
- Para buscar información.....2
- Para entretenerse.....3
- Para trabajar.....4
- Otro.....5
- NS/NR.....0 NO LEER
- No aplicable.....9

S8N. ¿Es Ud. ciudadano (nacionalidad)? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Si.....1
- No.....2
- NS/NR.....0 NO LEER

S9. ¿A qué raza se considera perteneciente Ud.? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Asiático(a).....1
- Negro(a).....2
- Indígena.....3
- Mestizo(a).....4
- Mulato(a).....5
- Blanco(a).....6
- Otra raza.....7
- No sabe.....8 NO LEER
- No responde.....0

S10. Sexo del entrevistado

- Masculino.....1
- Femenino.....2

S11. ¿Cuál es su edad?

(ANOTE EL NÚMERO DE AÑOS CUMPLIDOS)

S12. ¿Es Ud. en la casa el que más contribuye al ingreso familiar? ¿Es Ud. el jefe de familia? (ESPERE RESPUESTA Y MARQUE UNA SOLA)

- Si.....1 (ES JEFE DE FAMILIA)
- No.....2

SI NO ES JEFE DE FAMILIA NO OLVIDAR APLICAR EDUCACIÓN Y OCUPACIÓN DE JEFE DE FAMILIA: S24; S25; S26A; S26B; S27.

S13. ¿Cuál es su estado civil? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

- Casado/Conviviente.....1
- Soltero.....2
- Separado/divorciado/viudo.....3
- NS/NR.....0 NO LEER

S14. ¿A qué edad terminó Ud. su educación (educación de tiempo completo)? (ANOTE TEXTUAL EL NÚMERO QUE LE DIGAN)

- No estudió...96 Está estudiando... 97 NO LEER
- No sabe/no recuerda...98 No responde...00

S15. ¿Qué estudios ha realizado? ¿Cuál es el último año cursado? (ENTREVISTADOR, ANOTE TODO LO QUE LE DIGAN Y PRUEBE...) ¿Escuela técnica de qué, instituto de qué..., etc.? (ANOTAR AÑO)

S16. Y sus padres, ¿qué estudios han realizado? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN Y PRUEBE...) ¿Escuela técnica de qué, instituto de qué..., etc.? (ANOTAR AÑO) (CODIFICAR SEGÚN PADRE QUE TENGA MAYOR NIVEL EDUCACIONAL)

NOTA: En S15 y S16 se requiere anotar años de estudio EJ: 1° AÑO DE INSTITUTO SUPERIOR, 3° AÑO ARQUITECTURA NO SIRVE COLOCAR EJ: ARQUITECTURA/ INSTITUTO SUPERIOR

S17A. ¿Cuál es su situación ocupacional actual? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA RESPUESTA. SIGA LAS FLECHAS PARA SEGUIR PREGUNTANDO)

- Independiente/cuenta propia...1 PASE A S18
- Asalariado en emp. pública...2 PASE A S18
- Asalariado en emp. privada...3 PASE A S18
- Temporalmente no trabaja...4 PASE A S17B
- Retirado/pensionado.....5 PASE A S17B
- No trabaja/ responsable de las compras y el cuidado de la casa.....6 A S19
- Estudiante.....7 A S19

S17B. (PARA LOS QUE CONTESTAN 4 O 5 EN S17A) ¿Cuál era su situación ocupacional anteriormente? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN Y MARQUE BAJO "PAS" LO QUE CORRESPONDA)

S18. (PARA LOS QUE CONTESTAN 1,2 O 3 EN S17A) ¿Qué tipo de trabajo hace Ud.? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN Y MARQUE BAJO "ACT" LO QUE CORRESPONDA, DE ACUERDO A SI ES TRABAJADOR DEPENDIENTE O INDEPENDIENTE)

	S18	S17B
"A". INDEPENDIENTE-CUENTA PROPIA ACT. PAS.		
.Profesional (doctor, abogado, contador, arquitecto).....1	1	2
.Dueño de negocio.....2	2	2
.Agricultor/Pescador.....3	3	3
.Trabajador por cuenta propia, ambulante.....4	4	4
"E". ASALARIADO, EMPLEADO		
.Profesional.....5	5	5
.Alto ejecutivo (Gerente, Director)...6	6	6
.Ejecutivo de mando medio.....7	7	7
.Otro empleado.....8	8	8
.No aplicable.....9	9	9

S19. ¿Ud. o algún miembro de su hogar posee alguno de los siguientes bienes? (LEA CADA UNO DE LOS BIENES Y MARQUE UNA RESPUESTA PARA CADA UNO)

	SI	NO	NR
A. Televisor a color.....1	2	0	
B. Heladera/ refrigerador..1	2	0	
C. Casa propia.....1	2	0	
D. Computador/A.....1	2	0	
E. Lavarropas/Lavadora1	2	0	
F. Teléfono red fija.....1	2	0	
G. Teléfono celular/móvil..1	2	0	
H. Auto.....1	2	0	
I. Una segunda vivienda de vacaciones.....1	2	0	
J. Agua potable (cañerías, entubada).....1	2	0	
K. Agua caliente de cañería.....1	2	0	
L. Alcantarillado/Cloacas..1	2	0	
MN. Baño con ducha.....1	2	0	
NN. Electricidad.....1	2	0	

S20. ¿Cómo cubre generalmente usted sus gastos de salud? (ESPERE RESPUESTA Y ANOTE UNA SOLA) NOTA: ADAPTAR SEGÚN CADA PAÍS

- Seguro Privado.....1

Seguro Público.....2
 No tiene Seguro.....3
 NS/NR.....0 NO LEER

S21. ¿En los últimos 12 meses, Ud. diría que su salud física ha estado...? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA)

Muy buena.....1
 Buena.....2
 Regular.....3
 Mala.....4
 Muy mala.....5
 NS/NR.....0 NO LEER

S22. ¿Cuál es su idioma materno? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA SOLA).

S23. (PARA SER CONTESTADA POR EL ENCUESTADOR) Idioma en que fue aplicado este cuestionario

S22	S23	Idioma materno	Idioma aplicación
1	1	Español.....1	1
2	2	Portugués.....2	2
3	3	Lengua autóctona/Indígena.....3	3
4	4	Otra.....4	4

PREGUNTAS APLICADAS SOLO SI EL ENTREVISTADO NO ES EL JEFE DE FAMILIA (CUANDO ENTREVISTADO NO ES QUIEN CONTRIBUYE MAS INGRESO EN EL HOGAR). DE LO CONTRARIO TERMINE AQUÍ LA ENTREVISTA

S24. ¿A qué edad terminó su educación el jefe de familia (educación de tiempo completo)? (ANOTE TEXTUAL EL NÚMERO QUE LE DIGAN)

No estudió... 96 Está estudiando... 97 NO LEER
 No sabe/recuerda...98 No responde...00 No aplicable...99

S25. Y el jefe de la familia, ¿Qué estudios ha realizado? (ENTREVISTADOR, ANOTE TODO LO QUE LE DIGAN Y PRUEBE...) ¿Escuela técnica de qué, instituto de qué..., etc.? (ANOTAR AÑO)

No estudió...96 No sabe/ No recuerda...98 NO LEER
 No Aplicable...99

NOTA: En S26 SE REQUIERE ANOTAR AÑOS DE ESTUDIO EJ: 1° AÑO DE INSTITUTO SUPERIOR, 3° AÑO ARQUITECTURA NO SIRVE COLOCAR EJ: ARQUITECTURA/ INSTITUTO SUPERIOR

S26A. ¿Cuál es la situación ocupacional del jefe de familia? (LEA ALTERNATIVAS Y MARQUE UNA RESPUESTA. SIGA LAS FLECHAS PARA SEGUIR PREGUNTANDO)

Independiente/cuenta propia.....1	PASE A S27
Asalariado en emp. pública.....2	PASE A S27
Asalariado en emp. privada.....3	PASE A S27
Temporalmente no trabaja.....4	PASE A S26B
Retirado/pensionado.....5	PASE A S26B
No trabaja/ responsable de las compras y el cuidado de la casa...6	PASE A S28
Estudiante.....7	PASE A S28
No aplicable.....9	

→ S26B. (PARA LOS QUE CONTESTAN 4 O 5 EN S26A) ¿Cuál era la situación ocupacional del jefe de familia anteriormente? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN Y MARQUE BAJO "PAS" LO QUE CORRESPONDA)

S27. (PARA LOS QUE CONTESTAN 1,2 O 3 EN S26A) ¿Qué tipo de trabajo hace el jefe de familia? (ANOTE TEXTUAL LO QUE LE DIGAN Y MARQUE BAJO "ACT" LO QUE CORRESPONDA DE ACUERDO A SI ES TRABAJADOR DEPENDIENTE O INDEPENDIENTE)

	S27	S26B
"A". INDEPENDIENTE-CUENTA PROPIA	ACT.	PAS.
.Profesional (doctor, abogado, contador, arquitecto).....1	1	1
.Dueño de negocio.....2	2	2
.Agricultor/Pescador.....3	3	3
.Trabajador por cuenta propia, ambulante.....4	4	4
"B". ASALARIADO, EMPLEADO		
.Profesional.....5	5	5
.Alto ejecutivo (Gerente, Director).....6	6	6
.Ejecutivo de mando medio.....7	7	7
.Otro empleado.....8	8	8
.No aplicable.....9	9	9
.No responde/sin dato.....0	0	0

LAS PREGUNTAS QUE SIGUEN NO LEER. SOLO PARA QUE SER CONTESTADAS POR EL ENTREVISTADOR

S28. APRECIACION DEL NIVEL SOCIOECONOMICO DEL ENTREVISTADO. Tomar como punto de referencia: CALIDAD DE LA VIVIENDA, CALIDAD DE AMUEBLADO Y APARIENCIA GENERAL DEL ENTREVISTADO.

Muy bueno..... 1
 Bueno..... 2
 Regular..... 3
 Malo..... 4
 Muy malo..... 5

DECLARO QUE ESTA ENTREVISTA ESTÁ REALIZADA DE ACUERDO A LAS INSTRUCCIONES DE LA MUESTRA ENTREGADA Y SON AUTÉNTICAS

OBSERVACIONES VOLUNTARIAS ADICIONALES

 FIRMA DEL ENCUESTADOR

OBSERVACIONES DE LA SUPERVISION

 FIRMA DEL SUPERVISOR

PARA SER CONTESTADA POR ENCUESTADOR

Q1. ¿Los entrevistados encontraron alguna de las preguntas ofensivas, íntimas o indiscretas para ser respondidas? (ANOTE LAS QUE RECUERDE)

F ____ P ____ P ____ P ____ P ____

CODIFIQUE. SI NO

A. Preg. económicas.....1	0
B. Preg. políticas.....1	0
C. Preg. sobre Democracia.....1	0
D. Preg. Relaciones internacionales.....1	0
E. Preg. Medio ambiente.....1	0
F. Preg. Sociodemográficas.....1	0

Q2. Pensando en la entrevista en general, ¿Cómo encontraron los entrevistados la duración de la entrevista?

Muy larga.....1
 Un poco larga.....2
 No hubo reacción en cuanto a la duración.....3

Q3. ¿Qué sección de las preguntas fueron para Ud. incómodas o difíciles de preguntar? (ANOTE LAS QUE RECUERDE)

F ____ P ____ P ____ P ____ P ____

CODIFIQUE. SI NO

A. PREG. Económicas.....1	0
B. PREG. Políticas.....1	0
PREG. sobre Democracia.....1	0
D. PREG. Relaciones internacionales.....1	0
E. PREG. Medio ambiente.....1	0
F. PREG. Sociodemográficas.....1	0

SOLO PARA CODIFICAR. NO MARQUE CODIGOS

RESUMEN EDUCACION

REEDUC 1	
REEDUC 2	
REEDUC 3	

RESUMEN EDAD

REEDAD	
--------	--

10.3 Anexo III: Resultados de los análisis factorial para la creación de los índices utilizados

Índice de Percepción de la Seguridad Pública (IPSP)

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,568
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1287,982
	gl	6
	Sig.	,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
VD1: P69N. ¿CUÁN FRECUENTEMENTE SE PREOCUPA UD. DE QUE PUEDA LLEGAR A SER VÍCTIMA DE UN DELITO CON VIOLENCIA? RECODE	1,000	,472
VD2: P88N. A CONTINUACIÓN LE HARÉ UNA SERIE DE PREGUNTAS, [...], DONDE "0" ES "COMPLETAMENTE INSATISFECHO" Y "10" ES "COMPLETAMENTE SATISFECHO"¿CUÁN SATISFECHO ESTÁ CON LA SEGURIDAD PÚBLICA DEL BARRIO QUE VIVE	1,000	,351
VD3: P68STM. EN GENERAL, ¿PUEDE UD. DECIR QUE VIVIR EN (PAÍS) ES CADA DÍA MÁS SEGURO, IGUAL DE SEGURO O MÁS INSEGURO? DIRÍA UD. QUE ES... RECODE	1,000	,448
VD4: P7ST. EN SU OPINIÓN ¿CUÁL CONSIDERA UD. QUE ES EL PROBLEMA MÁS IMPORTANTE EN EL PAÍS? RECODE	1,000	,040

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,311	32,766	32,766	1,311	32,766	32,766
2	,991	24,783	57,549			
3	,884	22,106	79,655			
4	,814	20,345	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes(a)

	Componente 1
VD1: P69N. ¿CUÁN FRECUENTEMENTE SE PREOCUPA UD. DE QUE PUEDA LLEGAR A SER VÍCTIMA DE UN DELITO CON VIOLENCIA? RECODE	,687
VD2: P88N. A CONTINUACIÓN LE HARÉ UNA SERIE DE PREGUNTAS, [...], DONDE "0" ES "COMPLETAMENTE INSATISFECHO" Y "10" ES "COMPLETAMENTE SATISFECHO"¿CUÁN SATISFECHO ESTÁ CON LA SEGURIDAD PÚBLICA DEL BARRIO QUE VIVE	,593
VD3: P68STM. EN GENERAL, ¿PUEDE UD. DECIR QUE VIVIR EN (PAÍS) ES CADA DÍA MÁS SEGURO, IGUAL DE SEGURO O MÁS INSEGURO? DIRÍA UD. QUE ES... RECODE	,669
VD4: P7ST. EN SU OPINIÓN ¿CUÁL CONSIDERA UD. QUE ES EL PROBLEMA MÁS IMPORTANTE EN EL PAÍS? RECODE	,199

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a 1 componentes extraídos

Índices de Confianza en los Medios de Comunicación (ICM) e Índices de Consumo de Noticias (ICN)

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,650
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	12742,217
	gl	15
	Sig.	,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
M4-Consumo de noticias en Tv	1,000	,528
M4-Consumo de noticias en los diarios	1,000	,491
M4-Consumo de noticias en la radio	1,000	,424
M4-Confianza en la Tv	1,000	,628
M4-Confianza en los diarios	1,000	,632
M4-Confianza en la radio	1,000	,613

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,992	33,192	33,192	1,992	33,192	33,192	1,879	31,312	31,312
2	1,325	22,091	55,283	1,325	22,091	55,283	1,438	23,970	55,283
3	,856	14,265	69,548						
4	,764	12,730	82,278						
5	,537	8,943	91,221						
6	,527	8,779	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes(a)

	Componente	
	1	2
M4-Consumo de noticias en Tv	,322	,652
M4-Consumo de noticias en los diarios	,288	,639
M4-Consumo de noticias en la radio	,388	,523
M4-Confianza en la Tv	,729	-,311
M4-Confianza en los diarios	,753	-,254
M4-Confianza en la radio	,746	-,239

Método de extracción: Análisis de componentes principales. a 2 componentes extraídos

Matriz de componentes rotados(a)

	Componente	
	1	2
M4-Consumo de noticias en Tv	,025	,726
M4-Consumo de noticias en los diarios	,000	,701
M4-Consumo de noticias en la radio	,138	,637
M4-Confianza en la Tv	,792	,017
M4-Confianza en los diarios	,791	,078
M4-Confianza en la radio	,778	,089

Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

a La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

Matriz de transformación de las componentes

Componente	1	2
1	,911	,411
2	-,411	,911

Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.