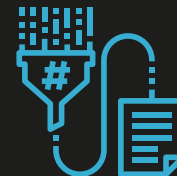
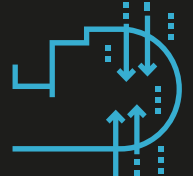
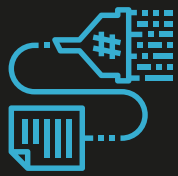


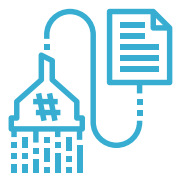
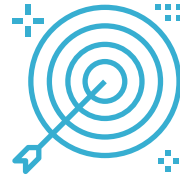
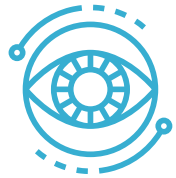
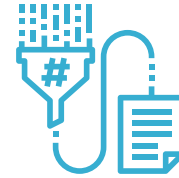
Análisis de texto para la elaboración de un Indicador de Pesimismo en Medios para Chile



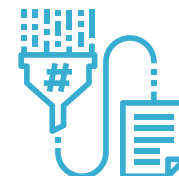
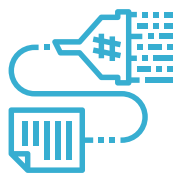
Febrero 2026

Ministerio de Hacienda
Coordinación Microeconómica
Secretaría de Comunicaciones
Ministerio Secretaría General de Gobierno





Análisis de texto para la elaboración de un Indicador de Pesimismo en Medios para Chile



Febrero 2026

Ministerio de Hacienda
Coordinación Microeconómica
Secretaría de Comunicaciones
Ministerio Secretaría General de Gobierno



Análisis de texto para la elaboración de un Indicador de Pesimismo en Medios para Chile

Resumen

Este estudio presenta el desarrollo y validación de un Indicador de Pesimismo en Medios (IPM) para Chile, construido mediante análisis de texto computarizado aplicado a medios digitales. Utilizando la metodología de análisis de intensidad, se elaboró una bolsa de 112 palabras clave con connotación pesimista, clasificadas en cinco categorías temáticas: Social, Económico, Político, Internacional y Seguridad. El IPM captura efectivamente hitos noticiosos de alto impacto, incluyendo la pandemia de COVID-19, la crisis de seguridad ciudadana, el plebiscito constitucional de 2022, y tensiones económicas internacionales recientes. El IPM constituye la primera herramienta nacional que cuantifica sistemáticamente y en tiempo real el pesimismo desde su origen en los medios digitales, permitiendo monitoreo continuo, análisis granular por categorías temáticas y mejor comprensión de la influencia mediática sobre percepciones y comportamientos sociales. Su metodología replicable y actualización sistemática lo posicionan como un instrumento valioso para la toma de decisiones informadas.

Palabras clave:

Indicador de Pesimismo en Medios
Pesimismo
Análisis de texto
Medios digitales

Contenido

	Resumen ejecutivo	6
1	Introducción	8
2	Conceptualización del pesimismo	10
3	Análisis de intensidad para medir el pesimismo	14
4	Caracterización de medios para crear un Índice de Pesimismo en Medios	17
5	Formación de la base de datos	20
6	Metodología de construcción de una bolsa de palabras para leer noticias pesimista	23
7	Cálculo del Índice de Pesimismo de Medios	27
8	Resultados del Indicador de Pesimismo en Medios (IPM)	29
	I. Evolución general del indicador IPM	29
	II. Análisis de los léxicos en peaks del IPM	30
	III. Correlación de peaks con hitos noticiosos	32
	IV. Resultados y análisis por categoría temática	34
9	Comparación con otros indicadores para Chile	36
	I. Índice de Percepción de la Economía (IPEC)	36
	II. Otros indicadores económicos	37
	III. Índice de Incertidumbre Económica y Política (DEPUC)	39
10	Análisis de sensibilidad del IPM	41
	I. Sensibilidad a la bolsa de palabras	41
	II. Sensibilidad a los medios	43
11	Conclusiones	45
	I. Principales hallazgos	45
	II. Limitaciones y avances futuros	46
12	Referencias	48

Resumen Ejecutivo

Este trabajo presenta el desarrollo de un Indicador de Pesimismo en Medios (IPM) para Chile, una herramienta innovadora que cuantifica sistemáticamente el pesimismo a partir del análisis de texto computarizado sobre contenido difundido en medios digitales. El estudio surge de la necesidad de comprender y medir directamente el creciente clima de pesimismo colectivo en Chile, en un contexto donde el 82,6% de la población consume noticias frecuentemente y existe una percepción generalizada de inseguridad (ICSO UDP, 2025).

Siguiendo la metodología de análisis de intensidad desarrollada por Baker et al. (2016), se construyó una bolsa de 112 palabras clave con connotación pesimista, clasificadas en cinco categorías temáticas: social, económico, político, internacional y seguridad. La base de datos comprende noticias extraídas de medios digitales indexados por Google News, cubriendo el período de enero de 2020 a octubre de 2025.

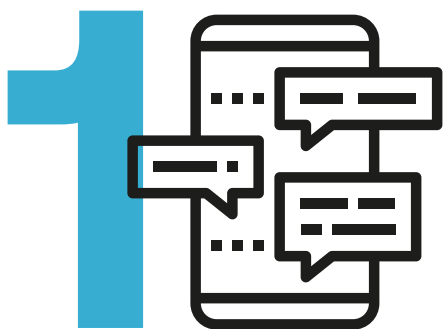
El IPM se calcula mediante un proceso de tres pasos que transforma el análisis de noticias individuales en una métrica mensual comparable: (1) cálculo de densidad (proporción de palabras clave por noticia), (2) agregación a nivel diario, y (3) promedio mensual. Esta metodología permite capturar tanto la existencia como la densidad del pesimismo.

La desagregación por categorías muestra que el **pesimismo en seguridad** ha experimentado un incremento notable y sostenido desde finales de 2021, correlacionado con la intensa cobertura en medios digitales sobre hechos delictuales. El **pesimismo social** alcanzó sus niveles más elevados durante 2020-2022 debido a la crisis sanitaria. El **pesimismo internacional** presentó *peaks* asociados a conflictos bélicos globales, con un máximo en 2022 y repuntes desde finales de 2024. El **pesimismo político** tuvo su *peak* más pronunciado en agosto de 2022 previo al plebiscito constitucional, y el **pesimismo económico** registró su hito más significativo en abril de 2025 por la cobertura de aranceles comerciales de Trump.

Adicionalmente, se realizan comparaciones con diversos índices relevantes para Chile, tales como el Índice de Percepción de la Economía (IPEC), el Índice de Incertidumbre Económica y Política (DEPUC) y algunos indicadores económicos, con el fin de evaluar la correlación del IPM con otros indicadores establecidos.

Complementariamente, se realizaron pruebas de análisis de sensibilidad para confirmar la estabilidad del IPM mediante dos procedimientos diferenciados. Estos resultados demuestran que el IPM no presenta sesgo derivado de la concentración en grupos reducidos de fuentes y mantendría su tendencia estable incluso ante una pérdida significativa de medios digitales.

El IPM constituye el primer indicador nacional que cuantifica directa y sistemáticamente el pesimismo en los medios con contenido digitalizado. El IPM captura en tiempo real el contenido pesimista difundido por más de mil fuentes mediáticas, clasificándolo temáticamente para identificar con precisión qué dimensiones impulsan la percepción negativa en cada período. Su robustez metodológica, validada mediante múltiples pruebas de sensibilidad y comparaciones con indicadores establecidos, lo posiciona como una herramienta valiosa para el monitoreo continuo y la toma de decisiones informadas.



Introducción

En la era actual, la inmediatez que ofrecen los medios digitales ha transformado la manera en que nos informamos, pues hoy es posible acceder, en tiempo real, a una amplia gama de contenidos sobre política, economía, sociedad, actualidad internacional, entre otros. En Chile, el 82,6% de las personas consume noticias sobre lo que pasa en la sociedad frecuentemente, y un 55,1% lo hace a diario. En particular, las redes sociales y sitios web de noticias lideran como las plataformas de información más utilizadas, con un 42,3% y 35,4%, respectivamente (Mellado & Cruz, 2025).

Tal consumo de información mediado, fundamentalmente, por plataformas digitales, no sólo ha ampliado su acceso, sino que también ha influido en la percepción colectiva de la realidad. En particular, las encuestas más recientes evidencian una exposición constante a un entorno informativo con efectos acumulativos en el ánimo social, mayoritariamente a sensaciones negativas como temor, inseguridad y ansiedad, lo que ha contribuido a un clima de creciente pesimismo colectivo en Chile (ICSO UDP, 2025).

En esta línea, este trabajo tiene como propósito la elaboración de un Indicador de Pesimismo en Medios (IPM) de alta frecuencia, utilizando herramientas de análisis de texto computarizado sobre contenido difundido en medios digitales. Este enfoque busca ir directamente a la fuente emisora de contenidos, a través de la clasificación temática de la información en distintas categorías, —por ejemplo, seguridad, economía, política, sociedad, a nivel nacional e internacional— lo que permite distinguir qué dimensiones podrían generar una percepción negativa en un periodo y/o contexto determinado, siendo una herramienta eficaz, con datos en tiempo real para monitorear la generación y difusión de contenidos en medios sobre el

pesimismo nacional. El trabajo¹ que se presenta a continuación, se lleva a cabo por el equipo de trabajo conformado por el Ministerio de Hacienda y la Secretaría de Comunicaciones del Ministerio Secretaría General de Gobierno.

El documento se organiza de la siguiente forma. En las secciones 2 y 3, se conceptualiza el pesimismo y se presenta una revisión del uso del análisis de intensidad como herramienta para el análisis de textos. En las secciones 4 y 5, se expone la caracterización de medios digitales y la formación de la base de datos, incluyendo su proceso de elaboración y características de la información recopilada. A continuación, la sección 6 detalla la construcción de una bolsa de palabras para la lectura de noticias pesimistas. En la sección 7 se describe la metodología para la elaboración y cálculo del IPM, respectivamente. Con tales insumos, en la sección 8 se presentan los principales resultados del IPM, a través de su evolución general, el contenido léxico con mayor intensidad y la correlación del indicador con hechos noticiosos. La sección 9 contrasta el IPM con otros indicadores relevantes en Chile, mientras que en la sección 10 se examina la sensibilidad del indicador, respecto a la selección de palabras y de medios. Por último, la sección 11 aborda las conclusiones, limitaciones y próximos pasos.

1 Se agradecen los aportes de Andrés Sagner, Hugo Peralta y Juan Pablo Cova por sus valiosas contribuciones sobre buenas prácticas metodológicas y comentarios al instrumento propuesto para la elaboración del Indicador de Pesimismo en Medios.



Conceptualización del pesimismo

Tanto el optimismo como el pesimismo se definen en términos de cómo las personas perciben las probabilidades de ocurrencia de ciertos eventos y sus resultados. En tal contexto, una persona pesimista tiende a creer que es más probable que ocurran cosas negativas, y menos probable que ocurran cosas positivas, donde la probabilidad está sujeta al pesimismo intrínseco de la persona y la subjetividad asociada a los eventos (Hey, 1984).

Los efectos del pesimismo han sido analizados a nivel individual y agregado. A nivel individual, Piper (2022) muestra que el pesimismo tiene un efecto negativo y significativo sobre el bienestar de las personas, incluso mayor que a factores tradicionalmente relacionados a disminución del bienestar, como el desempleo o divorcio. Además, se observó que el pesimismo está asociado a una mayor prevalencia de síntomas depresivos y menor percepción del control sobre la vida, subrayando la importancia de sus efectos en la salud mental. Por su parte, Dawson (2017) encuentra que existen creencias asimétricas entre hombres y mujeres, en particular, las mujeres suelen ser más pesimistas sobre su futuro laboral —pues piensan que les irá peor de lo que realmente les va—, no obstante, si los resultados posteriores son mejores que lo esperado, su satisfacción laboral es mayor, respecto a los hombres. En este sentido, cuando las personas manifiestan expectativas muy negativas sobre el futuro del país, evalúan la realidad en comparación a un punto de referencia pesimista, si la situación resultante es “menos mala” que la esperada, se genera una sensación de alivio o conformidad, incluso si las mejoras no son objetivas. Mientras que, si la realidad confirma las expectativas pesimistas, entonces éstas últimas se refuerzan y se consolidan como una creencia.

De acuerdo con la Encuesta de Desarrollo Humano (EDH) 2023, en la sociedad chilena destacan las persistentes dificultades del país para resolver problemas relevantes para las personas, lo que se manifiesta en un incremento de emociones negativas, tales como preocupación, decepción, miedo, rabia y desesperanza, lo que ha generado un fuerte pesimismo individual y colectivo sobre la posibilidad de cambios positivos en el futuro. Así, en la última década se observa una disociación cada vez mayor entre la percepción de la situación personal y la del país, donde predomina un aumento del pesimismo colectivo.

En efecto, se triplicó la proporción de quienes creen que en el futuro el país estará peor, incrementando la preocupación a más del doble. Tal percepción se refleja en la actitud y el comportamiento de la población. Por un lado, existe una asociación negativa con los niveles de agencia autopercebida, es decir, a mayor creencia que el país empeorará, menor es la convicción de la ciudadanía sobre su propia capacidad de influir en los acontecimientos y lograr cambios o mejoras en el país. Y, por otro lado, el miedo o preocupación por el futuro se traduce en una estrategia presentista, con una evitación activa de pensar, planificar o reflexionar sobre el futuro nacional. En consecuencia, las personas se orientan, predominantemente, al presente como mecanismo para afrontar la incertidumbre y perspectivas desfavorables (PNUD, 2024).

Adicionalmente, diversos autores han caracterizado nuestra era reciente como de “pesimismo democrático” (Bellolio, 2024), dando cuenta de los auges de autoritarismos y populismos de distinto tipo que han ido erosionando las instituciones democráticas. Este fenómeno se explicaría, en gran medida, por la desafección creciente de la misma ciudadanía con respecto a la democracia y su efectividad para resolver sus problemas más urgentes. En otras palabras, una ciudadanía más pesimista con respecto al orden democrático es también más tolerante al autoritarismo. Este fenómeno ha sido captado consistentemente en distintos indicadores de adhesión a la democracia (ver Encuesta CEP 2025).

Asimismo, estudios como Di Bella & Gregoli (2019) evidencian que el pesimismo económico es capaz de generar fluctuaciones sobre el consumo y la inversión en el corto plazo, mientras que Forni et al. (2017) destacan que noticias ruidosas que afectan las percepciones individuales pueden alterar patrones de consumo, inversión y producto en la economía. En efecto, en países desarrollados pese a la recuperación tras la pandemia, la narrativa ciudadana se orienta a un empeoramiento de la situación económica, donde las personas creen que el nivel de vida ha caído drásticamente, aún cuando los datos macroeconómicos muestran resiliencia y/o mejoras. En tal contexto, el pesimismo no sólo se constituye como un estado de ánimo, sino que funciona como un *paralizador* en tres formas. Primero, los hogares al ser pesimistas disminuyen su consumo y ejecutan un ahorro precautorio en exceso. Segundo, las empresas posponen proyectos a largo plazo e innovación debido a la falta de confianza en el futuro. Y tercero, el pesimismo reduce la movilidad de los trabajadores, quienes se inclinan por quedarse en empleos seguros, incluso si son menos productivos, como mecanismo para superar la inestabilidad (The Economist, 2026).

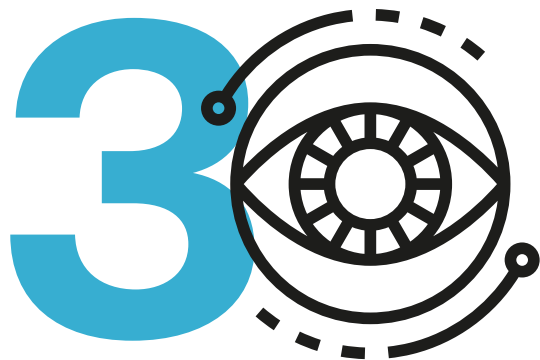
En este sentido, se reconoce una consecuencia basada en la creencia de que para que alguien gane, otro debe perder. Tal pensamiento de suma cero fomenta, entre otros fenómenos, la implementación de políticas proteccionistas, como el cierre de fronteras o aranceles, así como también la resistencia a reformas, donde los votantes castigan la disciplina fiscal y el crecimiento de largo plazo, a cambio del reconocimiento a la inserción del populismo con gastos, recortes y/o soluciones inmediatas, que a priori parecen sencillas y exitosas. Así, la persistencia de este pesimismo debilita la confianza en las instituciones democráticas y de libre mercado, en desmedro del apoyo a políticas para impulsar el progreso, generando un círculo vicioso donde el pesimismo frena el crecimiento, y a su vez, la ausencia de crecimiento alimenta el pesimismo (The Economist, 2026).

En Chile, Salgado, Gamarra y Fushslocher (2025) encuentran que desde el año 2015, hay un desacople progresivo sobre el pesimismo económico personal y colectivo. Pese a que existe una incertidumbre general, los hogares mantienen una visión relativamente estable respecto de su propia economía. Por el contrario, sobre la situación económica del país existe una creciente desconfianza en la capacidad para superar problemas estructurales y avanzar en un mejor futuro, lo que refleja una manifestación de malestar y debilitamiento social.

Con respecto a la influencia que los medios de comunicación puedan tener sobre el pesimismo en la población, Soroka et al. (2019) demuestran con un estudio experimental que involucró a más de 1.000 personas, de 6 continentes y 17 países —entre ellos Chile— que los participantes muestran una mayor estimulación fisiológica y prestan más atención a noticias negativas. Este hallazgo probó ser generalizable a la mayoría de los países donde se ejecutó el estudio. Este fenómeno de “sesgo negativo” (*negative bias*) incentivaría a los medios privados a que publiquen más noticias negativas y que se refuercen las percepciones pesimistas de quienes consumen noticias. Si bien no se puede establecer que los medios sean capaces de crear “de la nada” pesimismo en las personas, sí hay evidencia de que son capaces de amplificar tendencias pesimistas preexistentes y, por lo tanto, reforzar actitudes, expectativas y comportamientos pesimistas, como vimos anteriormente. Esto hace relevante considerar el estudio de los medios como forma de acercarse al fenómeno del pesimismo.

Pese a lo señalado, es importante destacar que en Chile no existen, hasta ahora, indicadores nacionales que cuantifiquen sistemáticamente el pesimismo a partir de los medios de difusión digital. La mayoría de los trabajos sobre análisis de textos se ha orientado de forma indirecta en medir la percepción pública a través de la construcción de índices de incertidumbre, riesgos, y percepción económica o política. Entre estos se encuentran el Índice de Percepción de la Economía (IPEC), una medida de confianza de los consumidores sobre la situación económica actual y futura —tanto del país como personal—, y el Índice de Incertidumbre Económica y Política para Chile (DEPUC) que utiliza la información extraída desde Twitter. A ello se suman encuestas periódicas como el Estudio de Opinión Pública-CEP, Cadem Plaza Pública, o Encuesta Ipsos, que, si bien se aproximan a la percepción ciudadana sobre determinados acontecimientos, no capturan desde la raíz y en forma directa las connotaciones negativas o pesimistas de los medios a diario.

Este trabajo busca contribuir, de forma directa, al estudio del pesimismo en Chile a través de la construcción de un Índice de Pesimismo en Medios (IPM), aplicando la metodología de *intensidad*, pues el propósito fundamental es medir el impacto del contenido textual en los medios digitales sobre distintas categorías, y medir de forma sistemática la percepción pública negativa, utilizando herramientas de análisis de textos. De esta forma, se ofrece una medida innovadora que no solo es capaz de cuantificar la evolución del pesimismo en el tiempo, sino que también, dar cuenta de sus determinantes, los hitos disruptivos de su comportamiento y su relación con diferentes ámbitos, facilitando la comprensión de la influencia de los medios digitales sobre la formación de expectativas y el comportamiento de las personas.



Análisis de intensidad para medir el pesimismo

Con la expansión de los periódicos digitales, las plataformas informativas se han convertido en actores claves para la formación de percepciones individuales y colectivas, influyendo significativamente en la toma de decisiones, el comportamiento económico y social (Gentzkow, Shapiro & Stone, 2016). Recientemente, las herramientas de análisis de texto (*text mining*) han ganado popularidad para el análisis sobre la influencia e impacto de los medios digitales, constituyendo una alternativa más eficiente y menos costosa que la aplicación de encuestas poblacionales (Shapiro, Sudhof & Wilson, 2020).

En tal contexto, la percepción pública se puede medir de diversas formas, y en la literatura, se pueden identificar dos herramientas, la que detecta tono y la que detecta *intensidad*, está última, elemento central de nuestro trabajo. La medición por tono se enfoca en clasificar un texto en categorías discretas según su influencia positiva, negativa o neutra subyacente, mediante diccionarios de sentimiento y herramientas de *machine learning*. Mientras que la detección por *intensidad* se basa en el número de veces que aparecen determinadas palabras en el texto, las que están relacionadas al concepto de interés por analizar, mediante la construcción de bolsas de palabras específicas.

Este último enfoque ha sido ampliamente difundido por Baker et. al (2016), que construyen un índice de incertidumbre de política económica (*Economic Policy Uncertainty Index, EPU*) para analizar sus efectos sobre el comportamiento de los agentes y los agregados macroeconómicos. Clasificando artículos de diarios estadounidenses con palabras relacionadas a incertidumbre, economía y política, y examinando la frecuencia relativa de tales combina-

ciones, observaron que aumentos en el EPU se relacionan con menores niveles de inversión, contratación de trabajadores, recesiones y fluctuaciones en el ciclo económico.

Esta medida se ha replicado en más de 20 países y para variados fenómenos. Entre ellos, Caldara & Iacoviello (2022) desarrollan el *Geopolitical Risk Index (GPR)* una extensión del EPU con énfasis en riesgos geopolíticos para 44 países. Los autores construyen un índice que contabiliza el número de artículos —digitalizados de larga data— que contienen términos de riesgo geopolítico, donde observan que aumentos en el GPR están asociados con caídas en la inversión, aumento en la demanda de activos y menor crecimiento del PIB en el corto plazo, además de reflejar con precisión aquellos eventos geopolíticos relevantes.

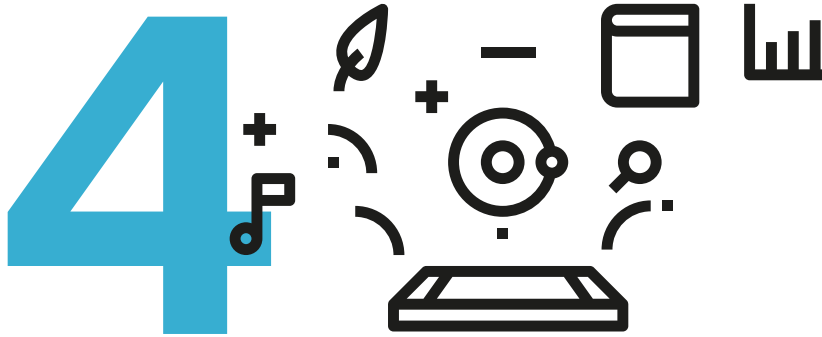
Así también, Becerra & Sagner (2023) desarrollan un índice de incertidumbre a partir de tweets relacionados con la economía y política chilena entre 2012 y 2022, para capturar las variaciones en la incertidumbre a nivel nacional. La medida propuesta, denominada *DEPUC*, muestra que ante eventos nacionales e internacionales extraordinarios hay un alza significativa de la incertidumbre en Chile, lo que evidencia una mayor percepción de riesgo de los mercados, junto a una depreciación del tipo de cambio.

Por su parte, Angelini et. al (2025) proponen un Índice de Preocupación Climática (ICC, por sus siglas en inglés) a partir de la búsqueda de contenido relacionado a desastres, catástrofes y eventos extremos, donde concluyen que un aumento del ICC repercute en la disminución de empleo, consumo y volatilidad en el sistema financiero. Se incluye también el trabajo de Abiad & Qureshi (2023), que elaboran un índice de incertidumbre del precio del petróleo (OPU, por sus siglas en inglés) para estimar su impacto macroeconómico. Mediante análisis textual, se basan en artículos de prensa de larga data, en su mayoría digitalizados, para extraer información sobre términos recurrentes asociados a petróleo, mostrando que, ante incrementos de la incertidumbre, la producción industrial cae, y los efectos negativos son aún más fuertes si la política monetaria no puede responder, constituyendo una fuente importante de fluctuaciones macroeconómicas. De esta manera, para elaborar el IPM, este trabajo se sustenta en la metodología de Baker et. al (2016) que ha sido utilizada de manera amplia y diversa en la literatura, como lo descrito al respecto, permitiendo capturar de forma objetiva, eficiente y replicable la presencia del pesimismo en los medios digitales.

En este sentido, el uso del análisis de intensidad se fundamenta en tres aspectos. En primer lugar, los estudios mencionados muestran que la frecuencia relativa de un conjunto de palabras clave asociadas a un fenómeno, se correlaciona de manera robusta con las fluctuaciones en el ámbito económico, político y social, lo que da solidez académica y empírica para aplicar el mismo enfoque y captar el pesimismo. En segundo lugar, esta herramienta se apoya en los textos disponibles en medios de difusión digital, lo que permite captar de manera complementaria a las encuestas de opinión otros aspectos del pesimismo, contribuyendo con una aproximación continua y basada también en la percepción pública. Más aún, considerando que el poder de difusión de los medios de comunicación es relevante para medir el grado de pesimismo, ya que aumenta la exposición de las personas a estos contenidos. En otras palabras, los medios pueden reproducir el pesimismo. Y, en tercer lu-

gar, la elaboración de un diccionario o bolsa de palabras (Ver Sección 6) para el pesimismo, permite que el indicador se actualice sistemáticamente para distintos contextos y eventos, según evoluciona el lenguaje mediático, favoreciendo su comparación temporal, e incluso internacional, haciendo posible su replicabilidad para identificar similitudes y diferencias de un mismo fenómeno en otros países o regiones.

En tal contexto, un análisis de tono se limita a clasificar el texto en categorías discretas, lo cual puede ser útil para una clasificación general, es insuficiente para medir un concepto tan matizado como el pesimismo. Por ello, la elección del análisis de intensidad es, esencialmente, deliberada y estratégica, pues responde a la necesidad que el IPM no sólo identifique la existencia de pesimismo, sino que capture su magnitud de manera efectiva. Su carácter dinámico permite ver la fluctuación del indicador en el tiempo, dando cuenta de la existencia de noticias pesimistas y su densidad. De esta manera, al asignar un valor numérico a la fuerza del pesimismo, la herramienta de análisis es robusta y relevante, capaz de identificar *peaks* en el IPM y ofrecer una comprensión más precisa del panorama mediático, comparable para distintos tópicos y horizontes temporales.



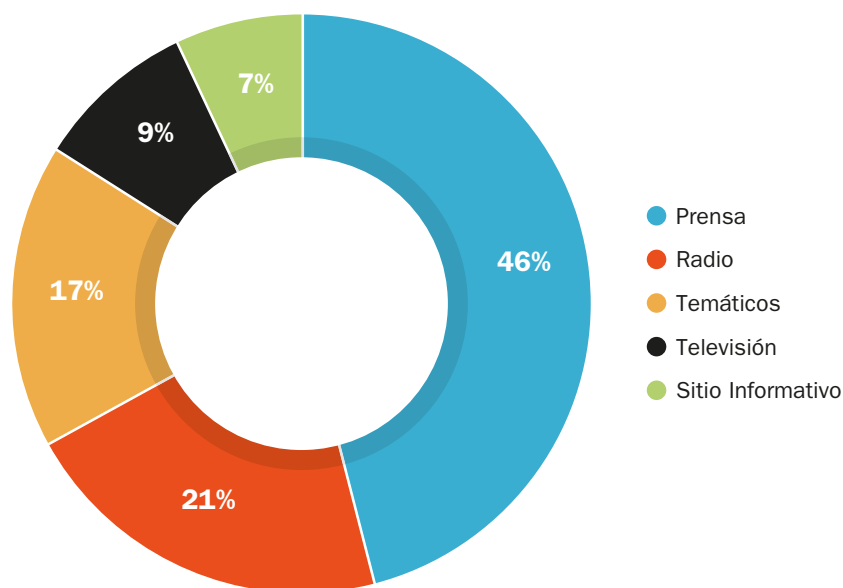
Caracterización de medios para crear un Índice de Pesimismo en Medios

El universo de análisis de medios para este estudio se circunscribe al contenido indexado y disponible desde inicios de 2020 a la fecha (noviembre 2025) por la plataforma Google News. Específicamente, el corpus de datos se compone de los titulares y subtítulos (“bajadas”) de noticias, excluyendo el contenido que los mismos medios puedan publicar en otras plataformas no agregadas por dicho servicio. Las fuentes utilizadas corresponden, exclusivamente, a medios digitales informativos y no redes sociales, lo que asegura la exclusión de contenidos asociados a desinformación o *fake news*.

Al respecto, la cobertura de fuentes es amplia y variada, abarcando un total de 1.101 medios de comunicación digitales. De este conjunto, 951 fuentes (equivalentes al 86.4% del total) son relevantes para el análisis, pues han publicado al menos un artículo que contiene los términos clave definidos para el estudio. Esta cifra subraya una extensa distribución e interés temático a lo largo del panorama mediático digital. Como se observa en la Figura 1 Tal ecosistema de medios se ha clasificado en distintas categorías, tales como prensa, radio, televisión, sitios temáticos y otros sitios informativos. Es pertinente destacar que, para efectos de este estudio, el análisis de texto se centra en el contenido generado por medios de prensa, radio y sitios temáticos.

Figura 1

Distribución de datos según categoría de medio digital (% del total)



Fuente: Elaboración propia.

En particular, los sitios temáticos se concentran en un área de interés, sector o disciplina específica, en lugar de ofrecer una cobertura de noticias de carácter general. Su propósito es proveer información con un alto grado de especialización. Este conjunto incluye, entre otros, portales dedicados exclusivamente a deportes, cultura, sectores económicos como la minería, así como sitios web institucionales de organismos gubernamentales. Por otra parte, los sitios informativos están compuestos fundamentalmente por medios de comunicación autónomos, que ofrecen cobertura noticiosa centrada en comunidades, comunas específicas o por abordar la actualidad nacional desde una perspectiva particular, a menudo diferenciada de los medios tradicionales.

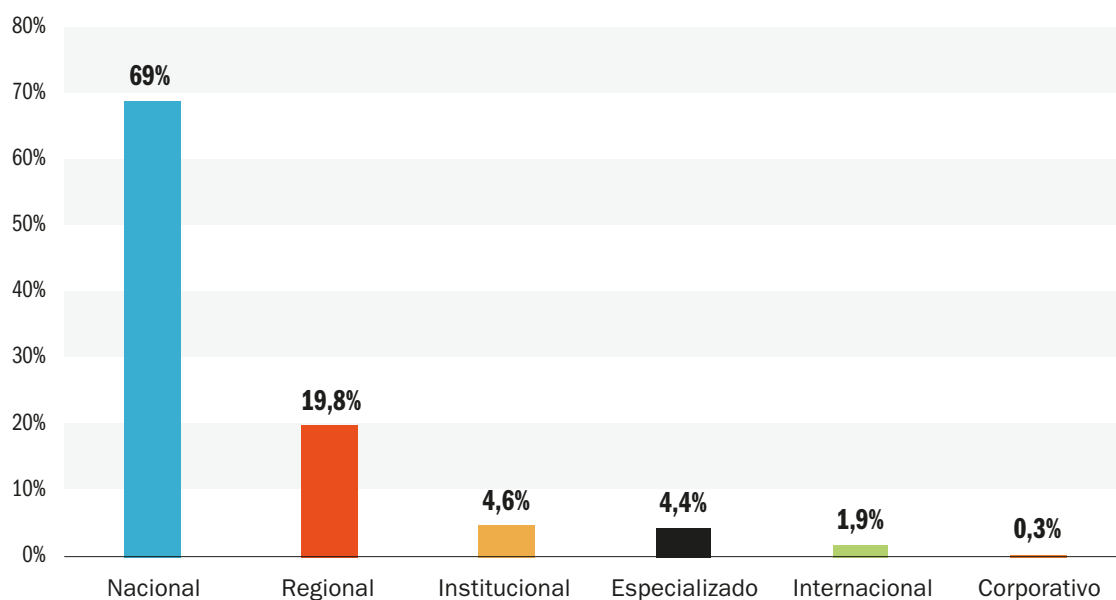
Adicionalmente, las fuentes fueron categorizadas según su alcance geográfico y temático, como se observa en la Figura 2. Si bien la cobertura está dominada por medios de carácter Nacional, el corpus también incluye una representación significativa de medios de alcance regional, institucional, especializado, internacional y corporativo. A continuación, se detalla la definición de cada categoría:

- Nacional: Comprende medios de comunicación cuyo origen y foco informativo principal se centran en la actualidad del país.
- Regional: Incluye sitios digitales y portales de noticias cuya cobertura se especializa en la actualidad e información de una localidad o región específica.

- Internacional: Principalmente medios de origen internacional con algunas organizaciones nacionales dedicadas a la cobertura de noticias y/o información de relevancia internacional.
- Institucional: Abarca los sitios web oficiales de entidades gubernamentales (ministerios, servicios públicos), municipalidades, universidades y otras organizaciones del sector público.
- Especializado: Corresponde a medios de nicho cuyo contenido se enfoca exclusivamente en un tema o sector particular, como economía, tecnología o cultura entre otros.
- Corporativo: Incluye los canales de comunicación digital de empresas privadas, cuyo contenido está orientado a sus audiencias.

Figura 2

Distribución de datos según alcance de medio (% del total)



Fuente: Elaboración propia.



Formación de la base de datos

La construcción de la base de datos se fundamenta en un proceso de extracción automatizada de información (*web scraping*) que opera sobre el contenido indexado por la plataforma Google News. El método consiste en una búsqueda por palabras clave en base a una *bolsa primaria de palabras*² (Ver sección 6) compuesta por 224 léxicos únicos asociados a connotaciones pesimistas, que es el fenómeno que se busca capturar para la extracción de los datos.

El marco temporal del análisis comprende desde inicios de 2020 a la fecha (noviembre de 2025), con una frecuencia diaria y actualización de los datos en tiempo real. A la fecha (31 de octubre de 2025), el corpus de datos total recopilado para este análisis comprende un total de 564.947 noticias extraídas de diversas fuentes digitales. En términos estructurales, los textos analizados, comprenden la unión del titular y el subtítulo (“bajada”) de cada noticia, los que presentan una longitud promedio de 21.6 palabras.

El universo total de registros se somete a un proceso de depuración textual que incluyó la eliminación de *stopwords* (palabras comunes sin valor semántico, así como, “el”, “la”, “en”, “pero”, etc.), conversión del texto a minúsculas y un proceso de lematización. Este último consiste en reducir una palabra a su lema base o forma básica, por ejemplo, de las pala-

² Bolsa primaria de palabras: Inicialmente se creó una lista de palabras con 224 léxicos únicos, utilizado para descargar datos. Esto se debe a limitaciones para obtener un histórico de los datos, en donde era necesario extraer la información por palabras claves.

bras “corriendo”, “corría” y “corrió”, su forma base o lema es “correr”. Este método facilita la identificación de palabras clave, al considerar el contexto gramatical, asegurando una agrupación de términos coherente y precisa.

Una vez depurado el texto, se identifican y seleccionan las noticias que contienen términos de nuestra bolsa de palabras (Ver sección 6). Tras completar la depuración y filtrado temático, el universo final de registros relevantes alcanzó 157.377 noticias. Esta cifra representa el 27.9% del total de noticias analizadas que contienen términos coincidentes con la bolsa de palabras temática definida para este estudio.

Por otra parte, algunos aspectos a considerar respecto a la base de datos son los siguientes:

- **Cobertura de fuentes:** El universo de datos se restringe a medios de comunicación cuyo contenido está digitalizado e indexado por el servicio de Google News, excluyendo así fuentes no digitales o no cubiertas por dicha plataforma.
- **Disponibilidad histórica:** Se ha observado una disminución en el volumen de noticias extraídas a medida que se retrocede en el tiempo, es decir, los períodos más antiguos presentan una menor cantidad de registros en comparación con los actuales. Este fenómeno se atribuye a las políticas de indexación de Google News, que tienden a priorizar la disponibilidad de contenido reciente, limitando el acceso a datos históricos más profundos.
- **Alcance temático:** La información recopilada está condicionada por el léxico definido en la *bolsa primaria de palabras* (que contiene 224 léxicos). La inclusión de nuevos temas de análisis es posible, pero la recolección de datos para estos solo comenzará a partir de la fecha de la incorporación del término al léxico.

Para validar la representatividad de nuestro método de extracción basado en palabras clave, se implementó un proceso de **validación cruzada**, mediante los siguientes pasos:

1. Construcción de un corpus secundario

Se utilizó web scraping para extraer la totalidad del contenido publicado por una lista predefinida de 327 medios de comunicación principales durante el año 2025.

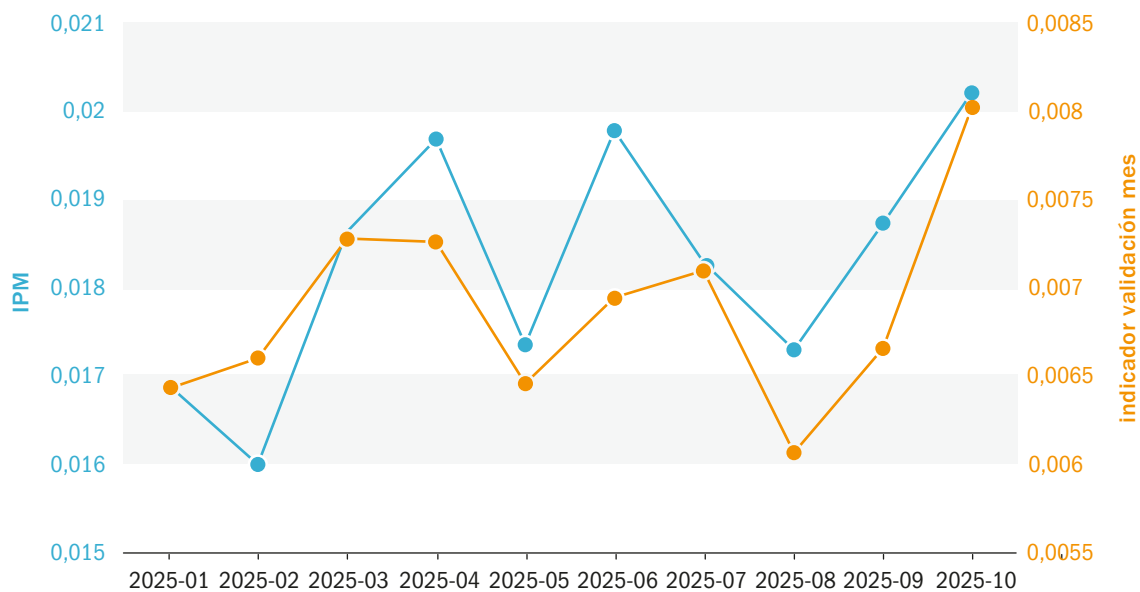
2. Cálculo del IPM

El IPM se calculó sobre ambas bases de datos, esto es, la original (extraída por palabras clave) y la de validación (extraída por medios), para evaluar la correlación de las dos series de tiempo resultantes, como se indica en la Figura 3.

El análisis arrojó una correlación de 0.76, resultado que respalda la hipótesis que la base de datos original, si bien es muestral, es eficiente y representativa de la tendencia general, comparable a la obtenida a través de un monitoreo exhaustivo por medios.

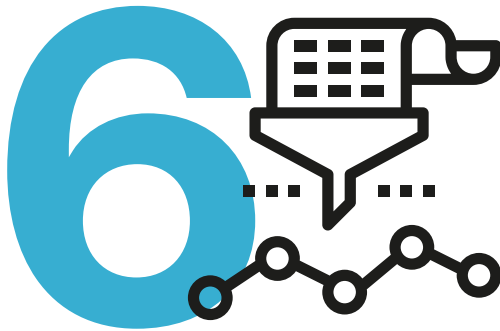
Figura 3

Comparación de IPM e Indicador de Validación



Nota: En la Figura 3 se ilustra la consistencia del IPM y el indicador de validación, para evidenciar la representatividad estadística del indicador a lo largo del tiempo.

Fuente: Elaboración propia



Metodología de construcción de una bolsa de palabras para leer noticias pesimistas

Siguiendo lo realizado por la literatura, la bolsa de palabras se construye como un diccionario especializado en términos que expresan percepción negativa, considerando las siguientes etapas:

1. Identificación y recopilación

Esta etapa constituye el punto de partida, mediante la creación de una bolsa primaria de palabras con 224 léxicos, en la que se identificaron y recopilamos términos recurrentes en medios digitales seleccionados, capaces de transmitir una percepción negativa o pesimista. Este proceso inicial, asegura que la bolsa de palabras se base en el lenguaje efectivamente utilizado en los medios, y por ende, en expresiones que influyen de forma directa en la percepción pública.

Este ejercicio sobre distintos tipos de fuentes de información facilitó la conformación de un primer universo de términos a partir del cual se desarrollan etapas posteriores de depuración, selección y clasificación.

2. Depuración y selección

La bolsa primaria de palabras se somete a una prueba en los medios digitales seleccionados, aplicándose directamente sobre la diversidad de medios de la base de datos. Este procedimiento permite observar el comportamiento de cada término en el texto, y evaluar si efectivamente capta el pesimismo o si, por el contrario, resulta ambiguo, de baja especificidad, con múltiples significados, o es recurrente en publicaciones no relacionadas a los tópicos de interés del indicador.

Así, por ejemplo, términos como *derrota*, pueden referirse a un partido de fútbol o un fracaso político, sin necesariamente transmitir pesimismo social. Así también, *mal*, *nada cambia*, *no hay futuro*, *lento*, son expresiones que dependen del contexto o incluso, ser demasiado genéricas, ya que podrían formar parte de una oración neutra (“mal cálculo”) (“no está nada mal”), introduciendo ruido y sesgo en la elaboración del indicador.

Con tal revisión, se filtran aquellas palabras poco representativas e incorporan otras con mayor correspondencia al fenómeno del pesimismo. La bolsa de palabras se depura hasta conformar un conjunto de términos más reducido y preciso en la detección de la percepción negativa, asegurando mayor claridad interpretativa y minimizando la ambigüedad semántica en el análisis de textos.

3. Procesamiento lingüístico

Luego de la depuración, las palabras se someten a distintos procesos lingüísticos, tales como lematización, la eliminación de términos redundantes o no relevantes —con escasa aparición en los medios digitales— y la generación de palabras compuestas para añadir contexto.

Así, por ejemplo, la palabra “crisis” constituye un término de uso amplio y variado, por lo que se precisa componiendo el término según el tópico de interés, como “crisis económica”, “crisis financiera”, “crisis sanitaria”. Por otra parte, palabras como “sesgo negativo”, “pesadumbre”, “abrumado”, pese a reflejar una percepción negativa, tienen escaso uso en los medios, por lo que son eliminados. En esta etapa, la bolsa de palabras definitiva está compuesta por 112 términos seleccionados, dando cuenta de una bolsa óptima para evidenciar a través de los medios el pesimismo en un periodo de tiempo y para una amplia fuente de medios.

4. Categorización temática

Con el propósito de medir el pesimismo sobre distintos tópicos, la bolsa de palabras se somete a una categorización temática, en la que existe un IPM general, y también un IPM categorizado en social, económico, político, internacional y de seguridad, para distinguir, fundamentalmente, de dónde proviene el pesimismo. Para ello, se realiza una revisión de contexto

de los términos en los medios digitales, asociando la palabra con su uso más frecuente, por ejemplo, “recesión” a economía, “protesta” a sociedad, “corrupción” a política, entre otros. Luego, se busca que cada palabra se sitúe en una categoría donde su connotación pesimista sea clara, por ejemplo, “crisis financiera” a la categoría económico, o “guerra” a internacional, como se presenta en la Tabla 1. Finalmente, se verifica la coherencia en cada categoría, para evitar la duplicación de términos y dar robustez al análisis granular para cada una.

Este proceso resalta la robustez analítica del IPM, pues la categorización mejora la capacidad de interpretación y validez del indicador, lo que facilita observar en qué periodos predomina una categoría sobre otra, e incluso un término en particular. Así, el IPM no solo mide cuánto pesimismo hay, sino que también de qué tipo, y qué lo explica, otorgándole profundidad, comparabilidad y mayor capacidad de uso.

Tabla 1
Bolsa de palabras por categoría temática

Categoría	Palabras (112)
Social (20)	“Abandono estatal”, “Ataque incendiario”, “Caos”, “Catástrofe”, “Crisis sanitaria”, “Decadencia”, “Desconfianza”, “Descontento”, “Desigualdad”, “Encapuchados”, “Estallido social”, “Falta de oportunidades”, “Frustración”, “Huelga”, “Injusticia”, “Insatisfacción”, “Malestar social”, “Pandemia”, “Protesta”, “Abandono social”
Económico (25)	“Alza Costo de vida”, “Alza precio”, “Arancel”, “Caída de los mercados”, “Cobro excesivo”, “Colapso del mercado”, “Colapso económico”, “Contracción económica”, “Crisis de empleo”, “Crisis económica”, “Crisis financiera”, “Decepcionante”, “Desempleo”, “Deuda pública”, “Déficit”, “Endeudamiento”, “Estancamiento económico”, “Incertidumbre económica”, “Inestabilidad económica”, “Inflación”, “Paralizar”, “Pesimismo empresarial”, “Precarización laboral”, “Recesión”, “Retroceso”
Político (18)	“Abuso poder”, “Acusación constitucional”, “Complejo momento”, “Corrupción”, “Crisis de gobierno”, “Crisis de legitimidad”, “Crisis política”, “Desaprobación”, “Desinformación”, “Fallido”, “Fracaso”, “Impunidad”, “Inestabilidad política”, “Nepotismo”, “Polarización”, “Rechazo”, “Renunciar cargo”, “Tensión Política”
Internacional (19)	“Ataque aéreo”, “Ataque fuerzas armadas”, “Ataque misiles”, “Ataque terrestre”, “Ataque terrorista”, “Autoritarismo”, “Bombardeo”, “Conflicto”, “Crisis climática”, “Crisis global”, “Derribar”, “Disputa internacional”, “Enemigo”, “Exilio”, “Guerra”, “Invadir”, “Rehén”, “Riesgo nuclear”, “Temor”
Seguridad (30)	“Arma”, “Asaltos”, “Asesinato”, “Atentado”, “Balacera”, “Crimen organizado”, “Crisis de Seguridad”, “Delincuencia”, “Desaparición”, “Disparos”, “Encerrona”, “Femicidio”, “Herido gravedad”, “Homicidio”, “Inmigración”, “Inmigrantes”, “Inseguridad”, “Microtráfico”, “Miedo”, “Narcotráfico”, “Peligro”, “Portonazo”, “Robo”, “Secuestro”, “Sicariato”, “Tiroteo”, “Turbazo”, “Victimización”, “Violencia”, “Víctima”

La bolsa de palabras seleccionada para este trabajo constituye un punto de partida para el análisis del pesimismo en los medios. Su diseño es factible de comparabilidad de los resultados y precisa en la medición tanto general como por categoría. No obstante, se reconocen algunas limitaciones que abren espacio para mejoras futuras, tales como:

- El vocabulario de los medios digitales se modifica en el tiempo, así palabras que hoy transmiten pesimismo, en el futuro podrían no ser relevantes o ser reemplazadas por nuevas expresiones. Considerando esto, la bolsa de palabras es un conjunto de términos que se puede modificar, adaptar o expandir para incorporar nuevos acontecimientos o nuevas palabras que utilicen los medios.
- El indicador refleja el lenguaje de los medios digitales, y pese a la alta cobertura mostrada en este estudio, es posible incrementar las fuentes de información, para evitar la posible existencia de sesgos editoriales o temáticos.
- Pese a realizar una categorización variada de tópicos para identificar el pesimismo, podrían capturarse otras dimensiones en el futuro que enriquezcan el análisis, ampliando la comprensión del fenómeno del pesimismo, considerando la coyuntura nacional e internacional, por ejemplo.

En la sección 11, y como análisis de la sensibilidad de la bolsa de palabras empleada en el análisis de textos, se realiza un procedimiento de pruebas de los términos sobre el IPM, con el objetivo de observar la influencia de éstos sobre el comportamiento del indicador, particularmente, sobre eventos coyunturales.



Cálculo del Índice de Pesimismo de Medios

El Indicador de Pesimismo en Medios (IPM) se calcula siguiendo un proceso de tres pasos para transformar el análisis de noticias individuales en una métrica mensual comparable, a continuación:

- 1. Densidad:** Se define como el cociente entre el número de palabras clave, a partir de la bolsa de palabras, identificadas en una noticia y el número total de palabras que componen dicho texto. Sea:

$$Densidad_{n,d} = \frac{P_{palabras\ clave}}{P_{total,n,d}}$$

Donde:

$P_{palabras\ clave}$ = Número de palabras claves encontradas en la noticia n en el día d .

$P_{total,n,d}$ = Total de palabras en la noticia n en el día d .

- 2. Indicador diario:** Posteriormente, se consolida un indicador a nivel diario. Este se obtiene mediante la sumatoria de los valores de la ecuación de densidad de todas las noticias analizadas correspondientes a un día específico, dividido por el total de número de noticias de tal día. Sea:

$$\text{Indicador}_{diario} = \frac{\sum_{n=1}^N (\text{Densidad}_{n,d})}{N_d}$$

Donde:

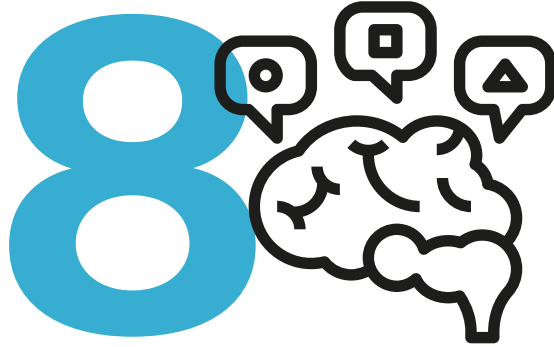
$$N_d = \text{Número total de noticias del día } d$$

- 3. Indicador de Pesimismo en medios (IPM):** Finalmente, el IPM se calcula a nivel mensual y representa el promedio de los Indicadores Diarios registrados durante un mes calendario. Se obtiene calculando la sumatoria de todos los Indicadores Diarios del mes, dividida por el número total de días de dicho mes.

$$\text{Indicador}_{mensual} = \frac{\sum_d^M (\text{Indicador}_{diario})}{M}$$

Donde:

$$M = \text{Número total de días del mes}$$



Resultados del Indicador de Pesimismo en Medios (IPM)

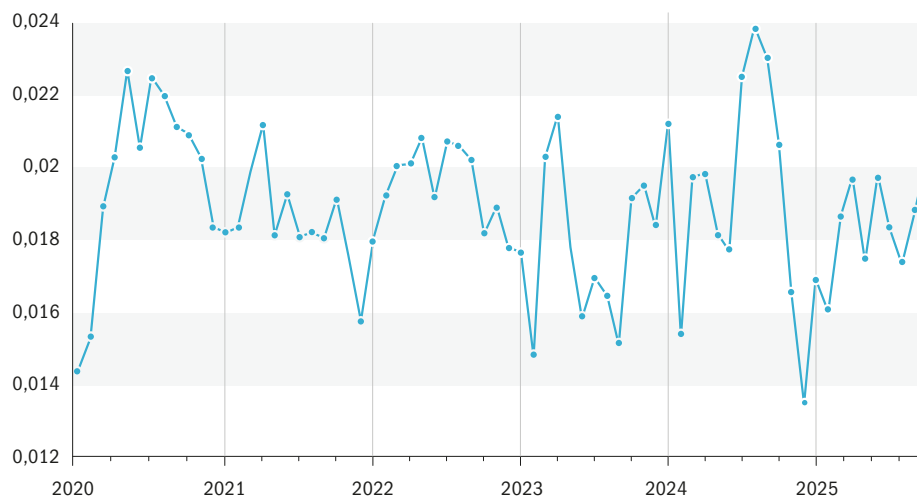
I. Evolución general del indicador IPM

El Indicador de Pesimismo en Medios se presenta de manera mensual en la Figura 4, entre los años 2020 y 2025, con ciclos de aumentos y disminuciones a lo largo del periodo. Así, en 2020 se observa un alza inicial del pesimismo, coherente con un contexto de alta incertidumbre —pandemia por COVID-19—, seguido de un periodo de valores relativamente estables y moderados durante 2021 y 2022.

En 2023, el pesimismo se vuelve más volátil, con descensos pronunciados y recuperaciones rápidas, dando cuenta de un contexto de percepción pública más inestable y sensible a eventos coyunturales. Durante 2024, el IPM alcanza su nivel más alto, a raíz de los eventos relacionados a seguridad, antes de caer abruptamente a inicios de 2025. Hacia mediados del mismo año, se evidencia una recuperación gradual, aunque sin retornar a los niveles máximos. En este sentido, el pesimismo no sigue un comportamiento lineal, sino que responde a shocks específicos, con *peaks* pronunciados a la luz de la cobertura mediática sobre determinados momentos y acontecimientos.

Figura 4

Indicador de Pesimismo en Medios (IPM)
Serie 2020-2025



Nota: La Figura 4 muestra el indicador IPM de manera mensual, abarcando desde enero de 2020 hasta octubre de 2025.

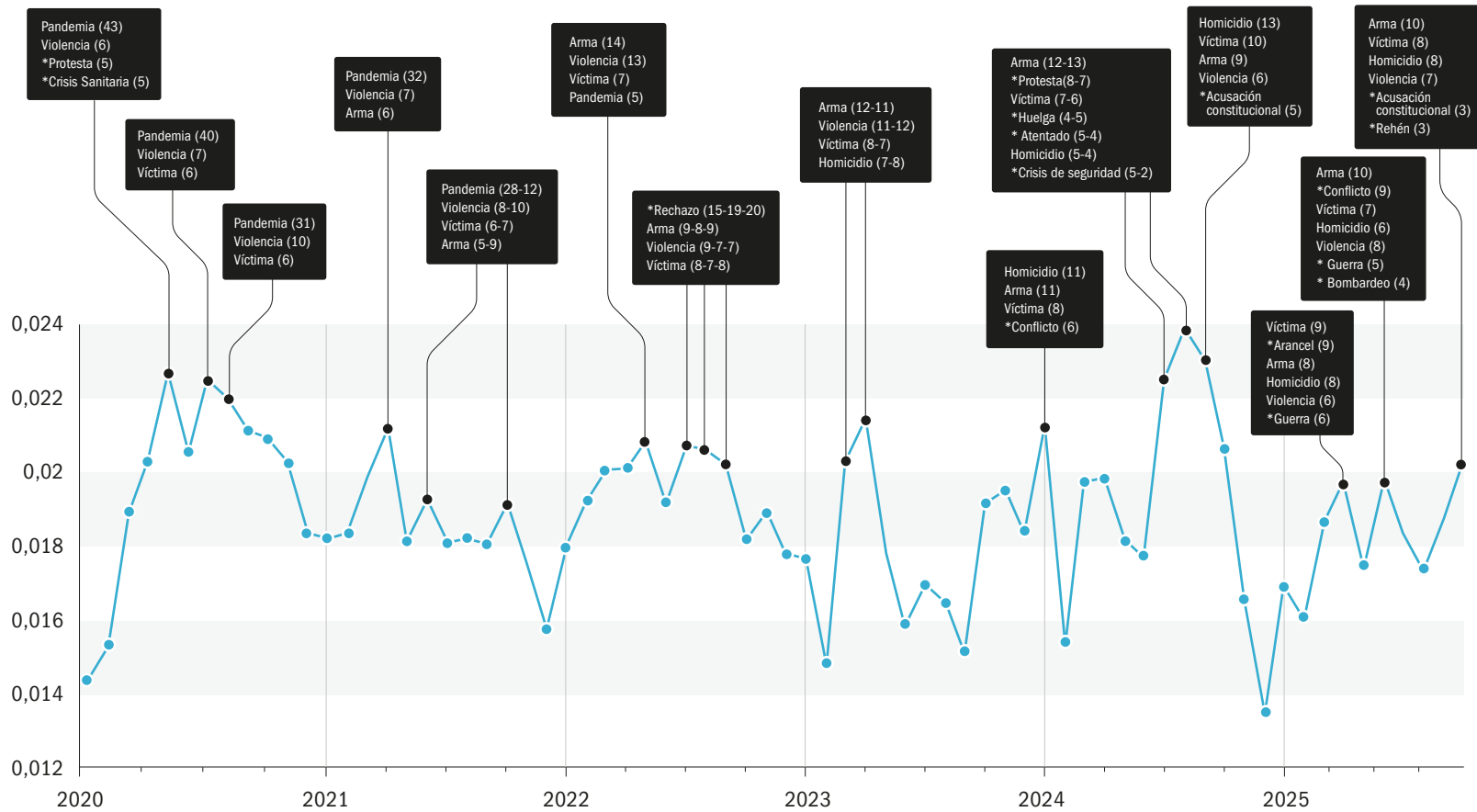
Fuente: Elaboración propia.

II. Análisis de los léxicos en *peaks* del IPM

Para comprender la composición de estos *peaks*, se analizan las palabras clave que muestran mayor frecuencia en el análisis de texto para cada periodo de alta intensidad del IPM, como se aprecia en la Figura 5. De la bolsa de palabras con 112 léxicos, se identifican 5 términos que concentran la mayor frecuencia en los periodos más pronunciados del IPM, estos son “arma”, “víctima”, “violencia”, “homicidio” y “pandemia”, los cuales actúan como los principales impulsores del indicador.

No obstante, el resto de las palabras se activa de manera contextual según la contingencia noticiosa, actuando como un complemento relevante para precisar y caracterizar con mayor detalle los eventos específicos que originan cada *peak* del indicador. Esto último resulta especialmente relevante, pues constituye una ventaja central del IPM, la bolsa de palabras puede ajustarse y evolucionar en el tiempo, permitiendo capturar de forma flexible los hechos que generan pesimismo en distintos ámbitos —incluso, más allá de las categorías que se analizan en este estudio— y adaptarse a nuevas contingencias noticiosas. Esta capacidad, permite que el IPM identifique tanto los *peaks* de pesimismo como llevar a cabo una lectura más fina y contextualizada de sus detonantes.

Figura 5
Indicador de Pesimismo en Medios (IPM) y asociación con palabras claves



Nota: La Figura 5 contempla el IPM mensual, señalando en cada *peak* cuáles son las palabras claves con mayor porcentaje de aparición, denotando con un asterisco (*), aquellos términos que se activaron de forma coyuntural y específica en dichos momentos.

Fuente: Elaboración propia.

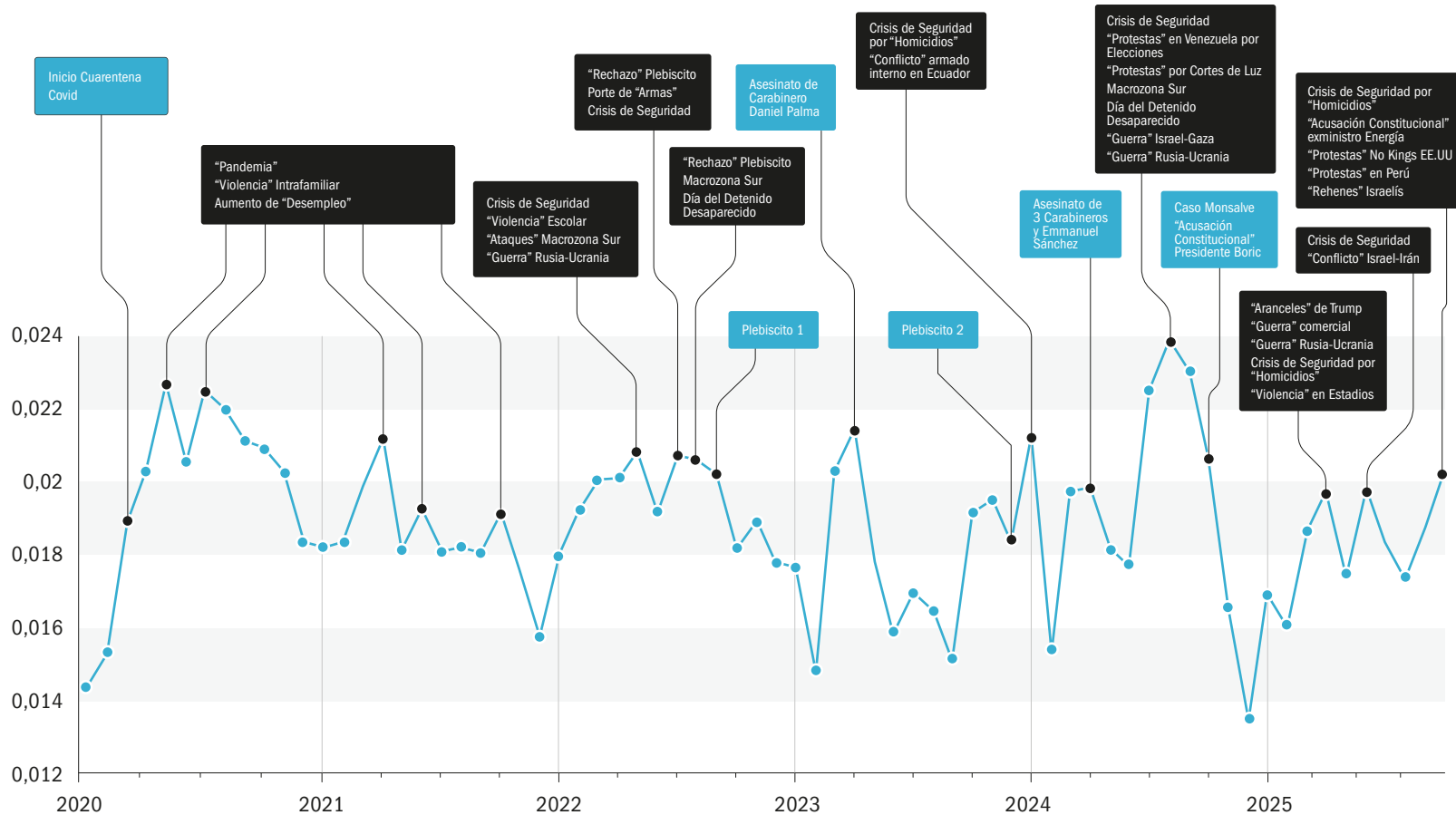
III. Correlación de *peaks* con hitos noticiosos

Los *peaks* del IPM se pueden examinar también respecto a los eventos noticiosos de mayor connotación pública registrados durante el periodo. En la Figura 6, se presenta una línea de tiempo sobre la ocurrencia de eventos con alto impacto emocional, incertidumbre y/o conflicto, dando cuenta de la sensibilidad del indicador a aquellos acontecimientos que afectan la estabilidad social, económica y de seguridad. Los mayores niveles de pesimismo no se distribuyen de manera uniforme, sino que se concentran alrededor de sucesos que introducen inestabilidad o incertidumbre tanto en el contexto nacional como global.

Para los años 2020 y 2021 se aprecian los mayores valores históricos del IPM, vinculados directamente al inicio de la cuarentena por COVID-19 y la pandemia. Este acontecimiento no solo supuso una crisis en la salud pública, sino que también desencadenó un shock multisistémico con efectos agravados en la actividad económica y la vida social. En efecto, el temor a la enfermedad y mortalidad se vio agravado por otros eventos como el aumento del desempleo y el deterioro social recogido, por ejemplo, en alza de noticias relacionadas a violencia intrafamiliar. Así, estos actuaron como catalizadores del pesimismo, estableciendo un precedente en la serie de tiempo de análisis del fenómeno que subraya el impacto simultáneo de las crisis sobre la vida cotidiana.

Posterior a la pandemia, en el periodo 2022 a 2024, el pesimismo se explica, fundamentalmente, por factores de seguridad pública e inestabilidad política nacional e internacional. Se observa una fuerte correlación de los *peaks* del IPM con eventos como la crisis en la Macrozona Sur, crímenes de carabineros e incertidumbre política, incluyendo los procesos de aprobación o rechazo de una nueva constitución. Además, la sensibilidad a conflictos geopolíticos se mantiene, siendo la guerra de Rusia y Ucrania una mención recurrente en varios de los *peaks* del IPM, subrayando la percepción de riesgo e inestabilidad institucional en este periodo. Y desde finales de 2024, el indicador continúa reaccionando a hechos noticiosos relacionados con crisis de seguridad por homicidios, sumado a eventos políticos, sociales y económicos internacionales, tales como el conflicto Israel-Irán y los aranceles de Estados Unidos. Cabe destacar que, a partir de este periodo, la recurrencia de las crisis de seguridad y conflictos armados difundidos en los medios confirman que el factor de inestabilidad, violencia y conflicto es el predictor e impulsor más consistente de los movimientos alcistas del IPM.

Figura 6
Indicador de Pesimismo en Medios (IPM) y asociación con eventos disruptivos



Nota: En la Figura 6, se presenta el IPM destacando en cada peak los hitos (en celeste) o eventos noticiosos (en negro) de mayor connotación pública que explican el incremento del indicador en cada periodo.

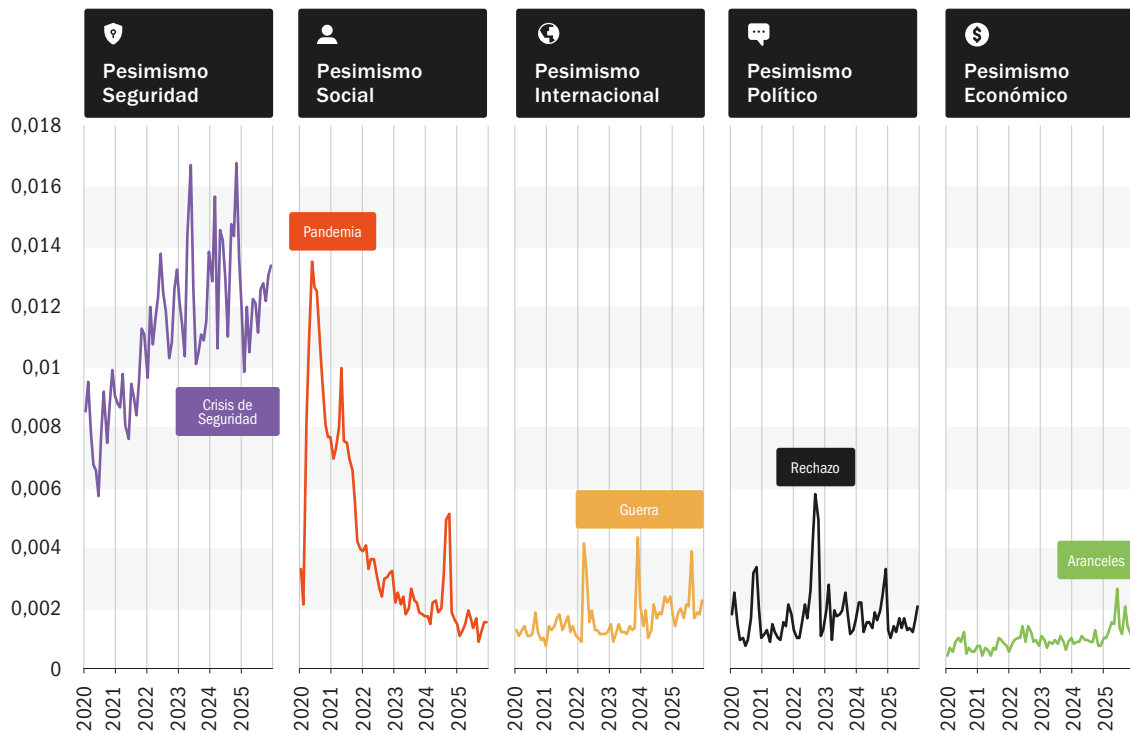
Fuente: Elaboración propia.

IV. Resultados y análisis por categoría temática

Una de las capacidades analíticas del IPM radica en su desagregación en las cinco categorías temáticas que estructuran la bolsa de palabras, como se observa en la Figura 7. Este desglose permite, crucialmente, identificar las dimensiones específicas y subyacentes que impulsan el pesimismo mediático en diferentes momentos. A continuación, se detalla el comportamiento de cada sub-indicador:

- **Pesimismo en seguridad:** Este sub-indicador exhibe un incremento notable desde finales de 2021. Pese a que la serie exhibe oscilaciones propias de la cobertura mediática-descensos temporales que podrían coincidir con periodos de menor intensidad informativa o focalización en otros hechos-, la tendencia se mantiene al alza. Dicha tendencia se correlaciona con la cobertura intensiva y focalizada de diversos hechos delictuales en el país, lo que ha contribuido a la instalación y percepción de una crisis de seguridad a nivel nacional, al mismo tiempo que refleja la persistencia e intermitencia de noticias negativas en el tiempo.
- **Pesimismo social:** El principal impulsor de esta categoría fue la pandemia de COVID-19, que refleja una dependencia a este evento de manera dramática, con los niveles más elevados de toda la serie entre los años 2020 y 2022, mostrando el impacto de la crisis sanitaria en la sociedad. Posteriormente, se observa una drástica caída desde mediados de 2022, lo que sugiere es que, a medida que la emergencia sanitaria fue controlada, el foco mediático se desplazó hacia otras temáticas tales como seguridad y economía.
- **Pesimismo internacional:** El comportamiento de este sub-indicador está ligado a eventos geopolíticos globales, actuando como un barómetro de la inestabilidad mundial. A diferencia de otras categorías, se observan *peaks* de actividad asociados a la cobertura de conflictos bélicos y tensiones internacionales, tales como los enfrentamientos entre Israel-Gaza, el conflicto Rusia-Ucrania y las tensiones entre Estados Unidos e Irán, teniendo un *peak* en 2022 y un leve incremento desde finales de 2024 en adelante.
- **Pesimismo político:** Esta dimensión muestra su *peak* más pronunciado en agosto de 2022. El alza está directamente vinculada a la intensa cobertura mediática durante el mes previo al primer plebiscito constitucional de Chile, donde se subraya un período de alta polarización y debate público sobre la redefinición de un nuevo marco normativo fundamental, como principal impulsor del pesimismo en este periodo.
- **Pesimismo Económico:** El hito más significativo para esta categoría se registra en abril de 2025, asociado a la cobertura de noticias sobre el aumento de aranceles propuesto por el presidente Donald Trump y sus potenciales repercusiones en el comercio global, la inversión y economía nacional.

Figura 7
Trayectoria del Indicador de Pesimismo en Medios según categorías



Nota: La Figura 7 muestra el comportamiento de cada categoría del IPM, indicando la principal causa de las alzas y/o *peaks* que se presentan a lo largo del período.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que, el análisis comparativo para las categorías revela que el pesimismo en seguridad es la dimensión más relevante sobre el indicador, donde su serie de tiempo registra los *peaks* de actividad más altos y persistentes en el periodo post-pandemia. Este patrón contrasta fuertemente con las expectativas previas para el estudio del pesimismo, donde se sugería que el ámbito económico se posiciona como la categoría central para explicar la percepción pública negativa.

Así, la intensidad y recurrencia del pesimismo en seguridad, dan cuenta que la preocupación ciudadana se ha desplazado y ampliado hacia la seguridad personal y estabilidad social, con una alta carga emocional y mediática, superando la percepción negativa sobre eventos y/o indicadores puramente económicos. No obstante, la influencia del factor económico no puede ser subestimada, pues su análisis es crucial para la comprensión integral del pesimismo, particularmente sobre su relación con indicadores relevantes en la actividad económica y percepción pública.



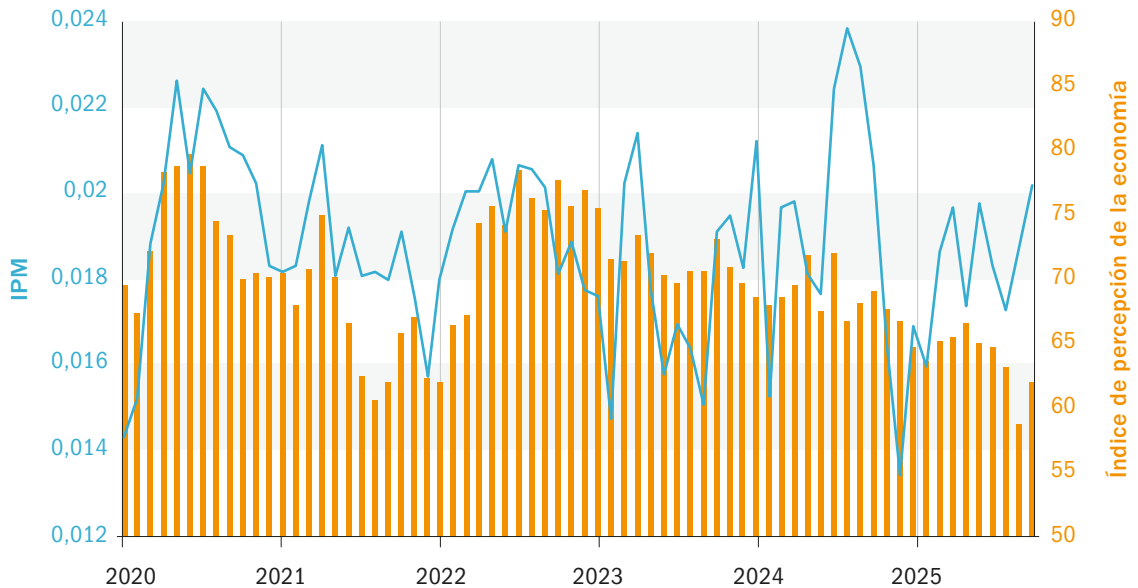
Comparación con otros indicadores para Chile

Para evaluar la validez externa de nuestro Indicador de Pesimismo en Medios (IPM), se realiza un análisis comparativo con indicadores de percepción económica nacionales, que se describen a continuación:

I. Índice de Percepción de la Economía (IPEC)

El IPEC es un índice compuesto desarrollado por la consultora GfK Adimark en Chile —que ahora es parte de NielsenIQ— en 1981, que se construye a partir de la combinación de las respuestas a 5 preguntas, que miden la percepción de la población sobre su situación económica personal y la situación económica nacional, tanto presente como futura —a 12 meses— y expectativas de consumo en el hogar. Al respecto, al examinar la correlación del IPEC, se observa que existe proximidad perceptiva. En particular, el IPEC presenta una correlación de 0.35 con el IPM, con un p-valor de 0.0029, resultando significativo.

Figura 8
Comparación de IPM e Índice de la Percepción de la Economía (IPEC)



Fuente: Elaboración propia.

De igual manera, es importante contextualizar que ambos indicadores miden fenómenos distintos. Mientras el IPEC se enfoca exclusivamente en la percepción económica, el IPM captura una noción de pesimismo más amplia, abarcando las cinco categorías temáticas definidas en este estudio (seguridad, social, político, económico e internacional). Esta divergencia conceptual explica la magnitud de la correlación y las tendencias observadas en la Figura 8.

II. Otros indicadores económicos

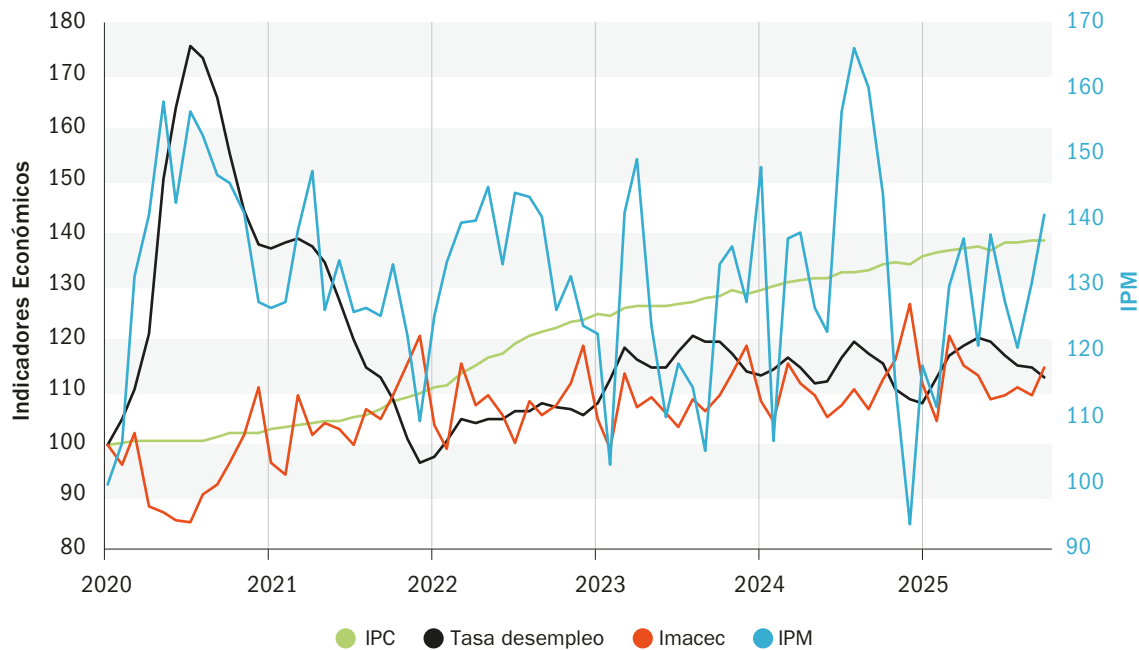
Se contrasta el indicador de IPM con algunos indicadores mensuales relevantes, tales como el Índice Mensual de Actividad Económica (IMACEC), Tasa de desempleo e Índice de Precios al Consumidor (IPC) que se publican de manera mensual y permiten aproximarse al estado de la economía nacional, donde se observa que la percepción capturada a través del análisis de textos constituye un reflejo de sensibilidad a la realidad nacional.

Al respecto, la tasa de desempleo exhibe la correlación —positiva y significativa— más estrecha, con un punto crítico en 2020, donde el IPM reacciona notablemente ante el aumento del desempleo. No obstante, la tendencia diverge a partir de 2021, donde el IPM se muestra

altamente reactivo y volátil. Por otro lado, se observa una relación inversa y moderada con el Imacec, que, al tratarse de un indicador de actividad, sus variaciones son, en gran medida, respuestas coyunturales a las fluctuaciones en la producción y el consumo, capturadas incluso antes que el dato oficial sea publicado, debido a la ralentización que las empresas y consumidores pueden percibir en el mercado. En contraste, la relación con el IPC resulta ser la más débil y sin significancia estadística, lo que indicaría que las fluctuaciones en la variación de precios no estarían, para el periodo de análisis, vinculadas a la difusión del contenido pesimista capturado en los medios.

Figura 9

Indicadores económicos y IPM



Nota: Se calcula la correlación de cada indicador económico con el IPM, transformando todas las series en base 100 para facilitar la visualización comparativa del comportamiento de cada indicador respecto al IPM, en donde se obtiene que la correlación más alta corresponde a la tasa de desempleo con 0.43 (p-valor: 0.0002), seguida del IMACEC con -0.27 (p-valor: 0.0230) y finalmente con IPC con -0.14 (p-valor: 0.2559).

Fuente: Elaboración propia

Aunque estas dos últimas correlaciones tienen una relación inversa y baja, la correlación positiva observada con la tasa de desempleo se considera significativamente alta dentro del marco de las pruebas realizadas. Este resultado sugiere que el pesimismo mediático está asociado con las variaciones en el desempleo, evidenciando que el deterioro del mercado laboral —a diferencia de los ajustes en precios— constituye un factor relevante en la generación y difusión de contenidos pesimistas en los medios digitales chilenos.

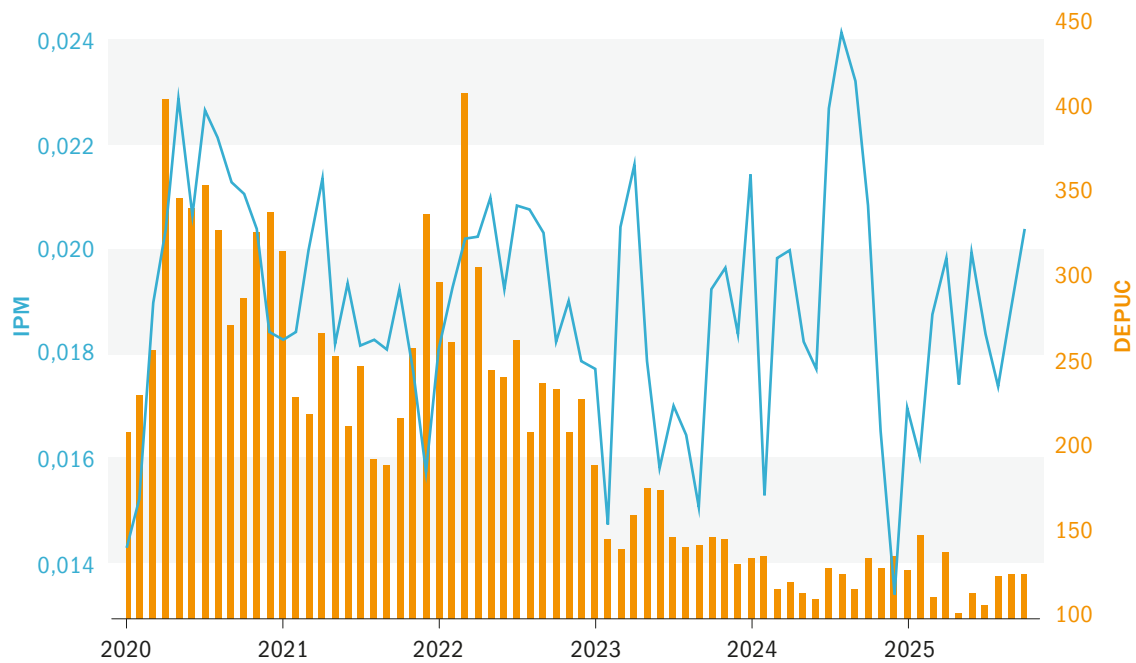
III. Índice de Incertidumbre Económica y Política (DEPUC)

El Índice de Incertidumbre Económica y Política (DEPUC) elaborado por el Banco Central de Chile —en base a Becerra & Sagner (2023)— y desarrollado por CLAPES UC, es una medida para cuantificar el nivel de desacuerdo y preocupación en materias económicas y políticas a nivel nacional, utilizando información de medios de comunicación, para cuantificar nivel de incertidumbre en torno a eventos económicos y políticos de coyuntura nacional. La comparación con este indicador resulta particularmente relevante por dos motivos. Primero, la génesis del IPM se basa en los principios metodológicos que dieron origen al DEPUC. Y segundo, porque existe una estrecha relación conceptual entre la incertidumbre —medida por el DEPUC— y el pesimismo —medido por el IPM—, lo que sugiere que ambos indicadores deberían moverse en tendencias similares.

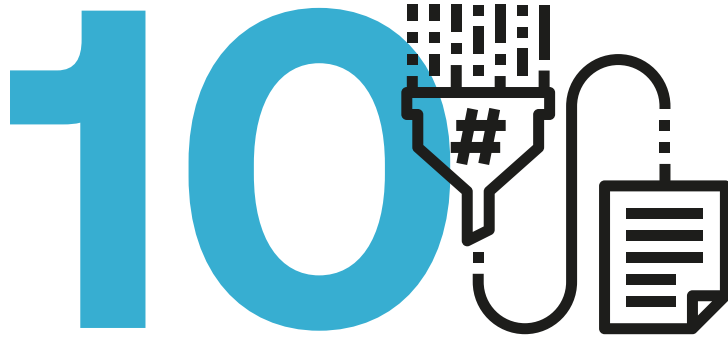
Al comparar la evolución de ambos indicadores, se observa una correlación moderada y significativa de 0.24 (p-valor de 0.048), con una notable divergencia a partir de 2023, como se observa en la Figura 10. Esta diferencia podría atribuirse, principalmente, a las categorías de seguridad e internacional que incluye el IPM, que exhiben alto impacto social y político, y que no son considerados en la medición del DEPUC, dada su focalización económica y política.

No obstante, las variaciones observadas entre el IPM y DEPUC se originan, por al menos, tres factores. En primer lugar, la utilización de bolsas de palabras diferentes, donde el IPM emplea un léxico más amplio, mientras que el DEPUC está acotado a términos puramente económicos y políticos. En segundo lugar, sus objetivos, el IPM se enfoca en la evaluación del pesimismo a nivel nacional, incluyendo variables sociales, en cambio, el DEPUC se orienta a la medición de la incertidumbre en contextos económicos y políticos. Y finalmente, el alcance temático a partir de la información de DEPUC, derivado de noticias de prensa respecto a las menciones en Twitter. Con ello, el IPM subraya su valor agregado y capacidad de complementar el análisis de la percepción pública sobre los medios digitales, incorporando dimensiones para ofrecer una visión más amplia del pesimismo en el país.

Figura 10
Evolución del IPM y DEPUC



Fuente: Elaboración propia.



Análisis de sensibilidad del IPM

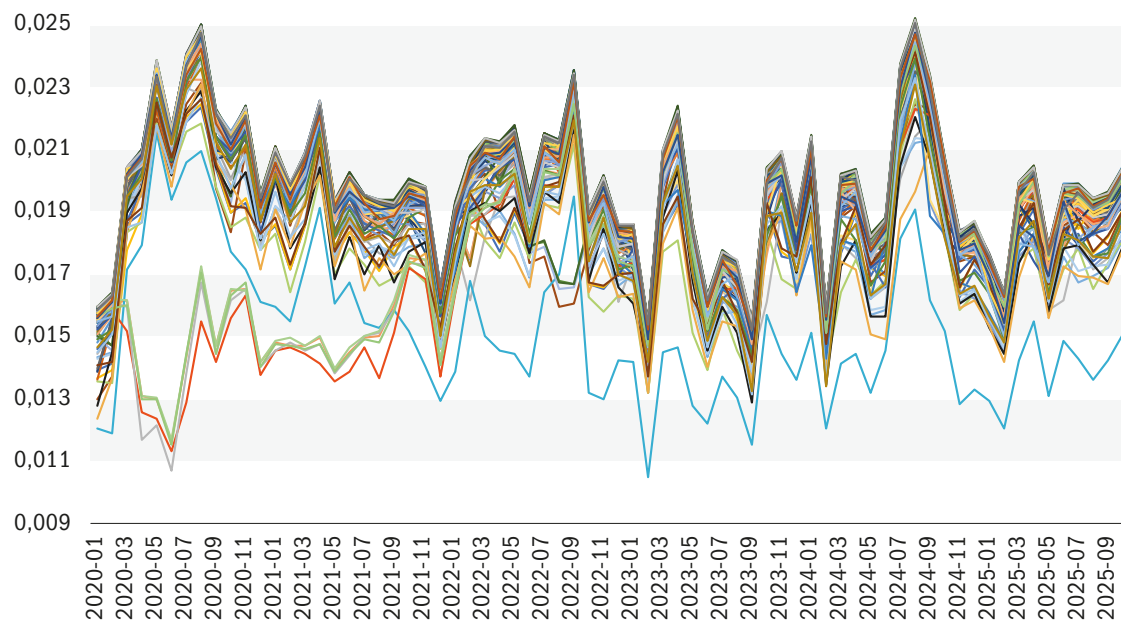
Con el objetivo de validar la fiabilidad, estabilidad y robustez de nuestro indicador, se realizan dos pruebas de sensibilidad crítica. La primera, se orienta a evaluar la estabilidad del indicador sobre la composición de la bolsa de palabras utilizada, con el propósito de verificar que el IPM no esté influenciado por la inclusión o exclusión de un subconjunto específico de palabras, y con ello, que capture el pesimismo de manera general y no sesgada. La segunda prueba se enfoca en medir la influencia de las distintas fuentes de medios en el resultado final del IPM, para asegurar que el pesimismo no provenga de una cobertura mediática concentrada o limitada de medios de difusión, garantizando su representatividad.

I. Sensibilidad a la bolsa de palabras.

Para validar la estabilidad del indicador y evaluar la contribución individual de los términos léxicos, se diseña un procedimiento de prueba de sensibilidad léxica. Este análisis busca determinar en qué medida cada palabra clave de la bolsa de palabras impulsa el comportamiento del indicador.

La metodología consiste en la ejecución de 100 simulaciones, donde en cada iteración, se excluye de manera aleatoria un 5% del total de las palabras de la bolsa (aproximadamente 5 términos) y luego, se recalcula la serie completa del indicador. Este procedimiento permite aislar la relevancia de los términos en distintos contextos temporales y asegurar que no depende de un reducido subconjunto de palabras.

Figura 11
Simulaciones de sensibilidad a la bolsa de palabras



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con la Figura 11, se observa que la mayoría de las curvas tienen la misma tendencia y se mueven de manera casi idéntica a lo largo de todo el período al excluir ciertas palabras, con excepción de tres casos particulares que revelan la influencia significativa de ciertos términos, cuya prominencia está directamente correlacionada con eventos coyunturales de alto impacto mediático. A continuación, se detallan los hallazgos más relevantes:

- **Período 2020-2021:** Se identifica que el término “pandemia” fue el principal impulsor del indicador durante estos años. Su exclusión en las simulaciones provoca la atenuación más significativa de la métrica, lo cual es consistente con la crisis sanitaria global derivada del COVID-19 y su dominante cobertura mediática.
- **Periodo agosto-septiembre de 2022:** Durante este periodo, la palabra “rechazo” emergió como el término con mayor impacto en el indicador. Este hallazgo se atribuye directamente a la contingencia del primer plebiscito constitucional en Chile, donde dicha opción fue la ganadora, concentrando el debate público y la cobertura informativa.
- **Análisis longitudinal (período completo):** A lo largo de toda la serie temporal, el término “violencia” demostró ser un impulsor estructural y persistente del indicador. Su exclusión sistemática en las pruebas resulta en una reducción consistente de la magnitud del indicador, aunque sin alterar significativamente su tendencia general. Este comportamiento se explica por la constante presencia de noticias relacionadas con la crisis de seguridad a nivel nacional.

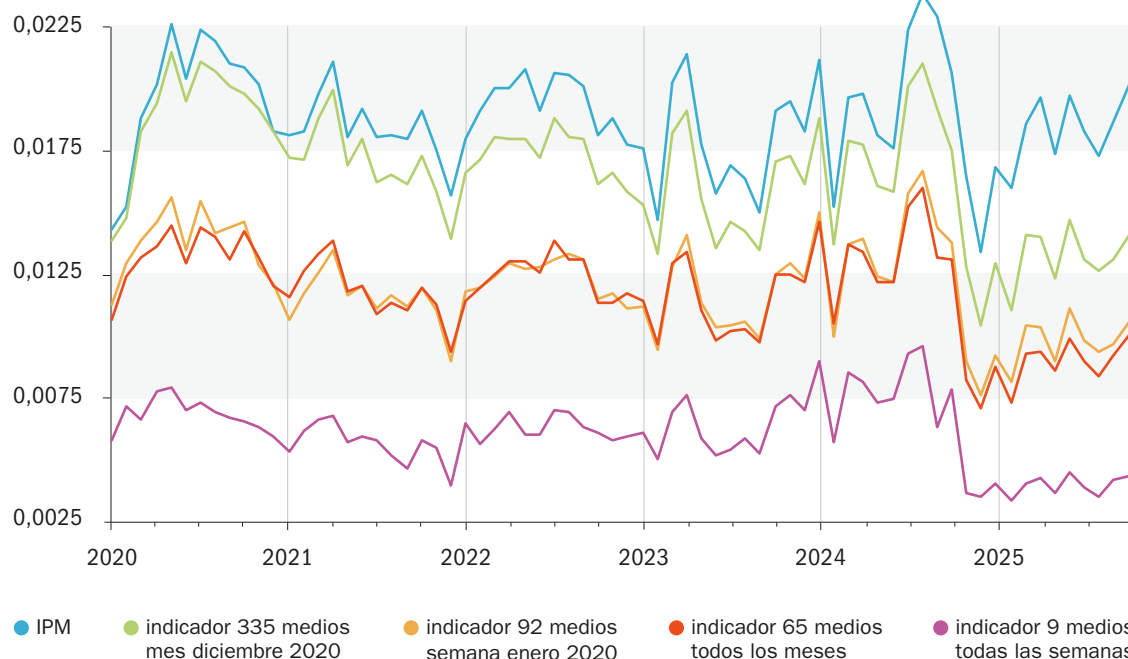
II. Sensibilidad a los medios

Esta prueba de robustez se diseña con el objetivo de validar la fiabilidad del indicador frente a variaciones en el universo de fuentes. Se busca comprobar que el IPM no presenta un sesgo derivado de la concentración de noticias en un grupo reducido de medios, y que su tendencia se mantendría estable incluso si algunas fuentes desaparecieran. La hipótesis es que la tendencia principal es capturada eficazmente por aquellos medios con mayor periodicidad de difusión.

Para ello, se crean cuatro subconjuntos de medios basados en criterios de frecuencia y consistencia de publicación a lo largo del tiempo. Para cada subconjunto, se recalcula el indicador y se compara con el IPM original, como se observa en la Figura 12. El subconjunto de medios seleccionados se describe como:

- **Medios de mínima actividad semanal:** Se seleccionan únicamente los medios que publican noticias durante la primera semana de enero de 2020, período que representa el mínimo histórico de datos semanales, alcanzando un total de 95 medios.
- **Medios de mínima actividad mensual:** Se incluyen sólo los medios con publicaciones en diciembre de 2020, el mes con la menor cantidad de datos registrados, esto es, un total de 335 medios.
- **Medios de alta consistencia semanal:** Se filtran exclusivamente aquellos medios que publican noticias todas las semanas desde enero de 2020 hasta octubre de 2025, que comprenden 9 medios en total.
- **Medios de alta consistencia mensual:** Se seleccionan los medios que publican noticias todos los meses sin excepción entre enero de 2020 y octubre de 2025, con un total de 65 medios.

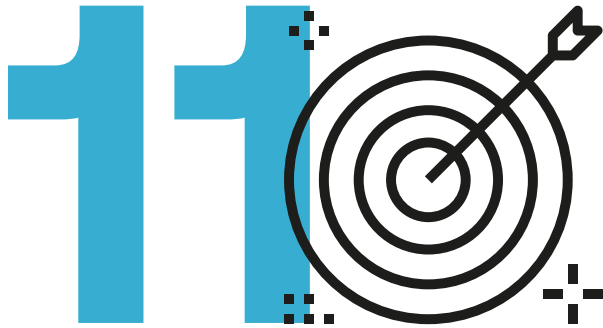
Figura 12
Evolución de subconjuntos de medios



Nota: Se calcula la correlación de cada subconjunto de medios con el IPM, en donde se obtiene que para la muestra más grande del indicador con 335 medios, presenta la correlación más alta, de 0.85, seguido por el indicador con 92 medios con 0.83, el indicador de 65 medios con una correlación de 0.78 y finalmente el indicador de 9 medios, con una correlación de 0.62.

Fuente: Elaboración propia.

Con los resultados se confirma la estabilidad y robustez del IPM frente a las variaciones en el ecosistema mediático, pues para todas las pruebas hay una correlación positiva y alta, lo que valida la estabilidad del indicador. Asimismo, se evidencia que a mayor número de medios, mayor es la correlación, con un máximo de 0.85 de correlación al utilizar el subconjunto de 335 medios con publicaciones mensuales constantes. Incluso ante una reducción drástica en el número de medios activos, esto es, utilizando solo 9 medios del período de mínima actividad semanal, la correlación se mantuvo notablemente alta en 0.62, donde este último grupo representa menos del 1% del total de 1,101 fuentes monitoreadas. Por lo tanto, la prueba demuestra que el indicador mantiene su integridad analítica, con una tendencia consistente y representativa del pesimismo general.



Conclusiones

I. Principales hallazgos

Desde una perspectiva analítica, el IPM contribuye a medir una dimensión específica del pesimismo, expresado en lo que se publica en medios, pues demuestra ser capaz de captar distintos eventos mediáticos que han tenido impacto en la población y mostrar correlaciones positivas con otros indicadores que abordan otros elementos relacionados al pesimismo. En este sentido, el IPM mide un fenómeno distinto a otros indicadores como el de Incertidumbre DEPUK o el IPEC, y ha tendido a mantenerse por encima de ellos entre 2024 y 2025. Esto parece explicarse por su capacidad de capturar un espectro más amplio de contenidos y fenómenos, fuertemente determinado por los eventos noticiosos en el ámbito social y de seguridad, a diferencia de los económicos que han mostrado menos incidencia en la densidad de los textos.

La trayectoria del IPM muestra que sus alzas son consistentes con hitos noticiosos de gran relevancia, que se han desencadenado a lo largo del tiempo y han tenido la potencialidad para generar nuevas dosis de pesimismo en la población. En efecto, el IPM ha logrado capturar hitos como la pandemia y la crisis social, el aumento de la percepción de inseguridad asociada a actos delictivos, los hitos políticos asociados a los plebiscitos constitucionales y más recientemente el alza de aranceles que surge desde Estados Unidos. Cada uno de estos eventos pueden individualizarse con claridad dentro de las distintas categorías de pesimismo, lo que permite mejorar la comprensión de su origen y la incidencia de los distintos medios.

En cuanto a su relación con algunos indicadores macroeconómicos, el IPM es sensible a la realidad nacional, mostrando una relación positiva y significativa con la tasa de desempleo, y negativa con la actividad económica (IMACEC). Por el contrario, no hay evidencia estadística que vincule el IPC con las variaciones del IPM, lo que daría cuenta que las fluctuaciones en los precios no estarían, para el período analizado, vinculadas a la difusión de contenido pesimista en los medios recopilados.

En definitiva, el IPM no solo permite recoger eventos disruptivos de manera contemporánea, sino que se posiciona como un predictor eficaz de climas de pesimismo, más difíciles de identificar en encuestas de opinión periódicas. Gracias a su sensibilidad diaria, el IPM ofrece una ventaja estratégica clave, la posibilidad de generar mecanismos de reacción oportunas frente a posibles alzas de pesimismo, dónde la subdivisión en categorías de pesimismo posibilita una comprensión más granular y focalizada de los eventos que afecten al pesimismo.

II. Limitaciones y avances futuros

Si bien el IPM constituye un aporte significativo para comprender aspectos del pesimismo, su potencial de mejora invita a un debate abierto, que incorpore críticas y contribuciones. En ese mismo espíritu, es necesario explicitar algunos elementos que explican algunas de las limitaciones metodológicas enfrentadas, y donde se identifican, desde ya, espacios para abrir discusiones y robustecer el indicador en futuras etapas.

En primer lugar, existe una limitación inicial en la captura de los datos. El horizonte temporal cubierto —desde 2020 a 2025— es acotado, donde el volumen de noticias se incrementa conforme se aproxima al presente, lo que sugiere un sesgo de disponibilidad que limita la profundidad de la serie histórica de datos. Al respecto, la captura de información está condicionada por los términos definidos en la bolsa primaria de palabras —descritos en la Sección 5—, pues el desarrollo del corpus secundario solo fue posible a partir de 2025. Esto implica que cualquier término incorporado a posteriori sólo cuenta con registros recopilados a partir de su fecha de inclusión, generando una limitación de análisis para nuevos conceptos en contenidos previos a 2025. Además, sólo se consideran los medios con contenido digitalizado y sujeto a ser captado por Google News, que pese a ser un alcance vasto y diverso, no capta la totalidad del consumo mediático disponible. Por ejemplo, el contenido televisivo de matinales no necesariamente se digitaliza como textos en su totalidad.

En segundo lugar, una limitación estructural del IPM comprende la bolsa de palabras en sí misma. En tal contexto, la selección de términos es discutible y susceptible a ajustes, según el criterio del investigador, a través de distintas bolsas. No obstante, el IPM posee una estructura flexible, pues admite modificaciones a las palabras de la bolsa y así se ha hecho durante el proceso de su construcción, buscando una mejor calibración, para eliminar, por ejemplo, contenido “ruidoso” o ambiguo. Por otro lado, incorporar nuevas palabras a la bolsa podría ayudar a identificar más fenómenos asociados al pesimismo, eventualmente fortaleciendo la validez del IPM y mejorando su correlación con otros indicadores.

En tercer lugar, respecto al *ecosistema de medios*, que es la fuente principal de datos, el IPM no se hace cargo de posibles sesgos editoriales o fenómenos como la concentración de los medios en un sector específico. Para efectos de este estudio, no se realizaron correcciones asociadas a ese fenómeno, para no aumentar la complejidad del indicador. Sin embargo, entendemos que la concentración mediática y la posible falta de diversidad editorial se manifiestan en la práctica, y que el objetivo del IPM es captar la realidad mediática a la que están expuestas las personas de la mejor forma, sin incidir en ella.

En cuarto lugar, en el IPM no hay una ponderación “exógena” de las palabras, todas poseen igual relevancia. Tampoco hay ponderación “exógena” para las categorías de pesimismo —económico, social, seguridad, político y seguridad—, por lo que consideramos que hay un potencial interesante para abrir la discusión sobre distintas formas de ponderar las palabras y categorías de pesimismo, así como la fundamentación de dichas decisiones.

Por último, una complejidad inherente al pesimismo es la comparación del IPM, con parámetros de contraste y/o correlación —visto en Sección 9— con otros indicadores, que cumplan, por ejemplo, con una periodicidad semejante a la del IPM, considerando que éste levanta datos de forma diaria en medios digitales.



Referencias

- ▣ **Abiad, A., & Qureshi, I. A. (2023).** The macroeconomic effects of oil price uncertainty. *Energy Economics*, 125, 106839.
- ▣ **Angelini, G., Bontempi, M. E., De Angelis, L., Neri, P., Sorge, M. M. (2025).** Shocking concerns: public perception about climate change and the macroeconomy. arXiv pre-print arXiv:2505.04669.
- ▣ **Baker, S. R., Bloom, N., & Davis, S. J. (2016).** Measuring Economic Policy Uncertainty. *Quarterly Journal of Economics*, 131(4): 1593-1636.
- ▣ **Becerra, J. S., & Sagner, A. (2023).** Twitter-based economic policy uncertainty index for Chile. *Revista de análisis económico*, 38(1), 41-69.
- ▣ **Bellolio, C., (2024).** La era del pesimismo democrático. Penguin random house.
- ▣ **Caldara, D., & Iacoviello, M. (2022).** Measuring geopolitical risk. *American economic review*, 112(4), 1194-1225.
- ▣ **Centro de Estudios Públicos (2025).** Encuesta nacional de opinión pública N° 95.
- ▣ **Dawson, C. (2017).** The upside of pessimism– Biased beliefs and the paradox of the contented female worker. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 135, 215-228.
- ▣ **Di Bella, G., & Grigoli, F. (2019).** Optimism, pessimism, and short-term fluctuations. *Journal of Macroeconomics*, 60, 79-96.

- ▣ **Forni, M., Gambetti, L., Lippi, M., & Sala, L. (2017).** Noisy news in business cycles. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 9(4), 122-152.
- ▣ **Gentzkow, M., Shapiro, J. M., & Stone, D. F. (2016).** Media bias in the marketplace: Theory. En S. Anderson, J. Waldfoegel & D. Strömberg (Eds.), *Handbook of Media Economics*, Vol. 1A (pp. 623-645). Elsevier.
- ▣ **Hansen, S., & McMahon, M. (2016).** Shocking language: Understanding the macroeconomic effects of central bank communication. *Journal of International Economics*, 99(1), S114-S133.
- ▣ **Hassan, T. A., Hollander, S., van Lent, L., & Tahoun, A. (2019).** Firm-level political risk: Measurement and effects. *Quarterly Journal of Economics*, 134(4), 2135-2202.
- ▣ **Hey, J. D. (1984).** The economics of optimism and pessimism: a definition and some applications. *Kyklos*, 37(2), 181-205.
- ▣ **ICSO UDP (2025).** Instituto de Investigación en Ciencias Sociales (ICSO-UDP). (2025, octubre). Encuesta ICSO UDP: ¿Da lo mismo quién gobierne? (Serie Clima Social, Capítulo 6). Universidad Diego Portales. Disponible en: <https://icso.udp.cl/cms/wp-content/uploads/2025/10/Encuesta-ICSO-UDP-October-.pdf>
- ▣ **Mellado, C., & Cruz, A. (2025).** Consumo de noticias y evaluación del periodismo en Chile. Informe 2025.
- ▣ **Peralta, H., Cruz M., & Cova J. (2022).** Utilización de noticias de prensa como indicador de confianza económica en tiempo real (No. 938). Central Bank of Chile.
- ▣ **Piper, A. (2022).** Optimism, pessimism and life satisfaction: an empirical investigation. *International Review of Economics*, 69(2), 177-208.
- ▣ **PNUD (2024).** Informe sobre Desarrollo Humano en Chile 2024.
- ▣ **Salgado, M., Gamarra, C., & Fuchslocher, S. (2025).** ¿Nos hemos vuelto más pesimistas? Un análisis por edad, periodo y cohorte de nacimiento en base a la Encuesta CEP.
- ▣ **Shapiro, A. H., Sudhof, M., & Wilson, D. (2020).** Measuring News Sentiment. Federal Reserve Bank of San Francisco , Working Paper 2017-01.
- ▣ **Soroka, S., Fournier, P., & Nir, L. (2019).** Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(38), 18888-18892.
- ▣ **Tetlock, P. C. (2007).** Giving content to investor sentiment: The role of media in the stock market. *The Journal of Finance*, 62(3), 1139-1168.
- ▣ **The Economist. (11 de enero de 2026).** Pessimism is the world's main economic problem. Disponible en: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2026/01/11/pessimism-is-the-worlds-main-economic-problem>



**Análisis de texto para la
elaboración de un Indicador de
Pesimismo en Medios para Chile**



Febrero 2026

Ministerio de Hacienda
Coordinación Microeconómica
Secretaría de Comunicaciones
Ministerio Secretaría General de Gobierno