

Chilenos sienten cercana la pobreza y un 84% piensa que no superarla limita desarrollo del país

Imaginarios, Narrativas y Soluciones sobre la Pobreza en Chile
· n=1.000 · representación nacional por sexo, edad, NSE y región

Contexto CASEN: La pobreza severa —con carencias de ingresos y multidimensionales— afecta al 6,1% de la población. El 17,3% vive bajo la línea de pobreza por ingresos.

CINCO CIFRAS QUE EXPLICAN EL ESTUDIO

68%

ha convivido con la pobreza (propia, familia o vecinos)
42% la ha vivido directamente

91%

dice que reducir la pobreza es urgente o muy urgente
pero es prioridad espontánea #14

84%

señala que la pobreza limita el potencial de desarrollo y crecimiento
+ dato titular

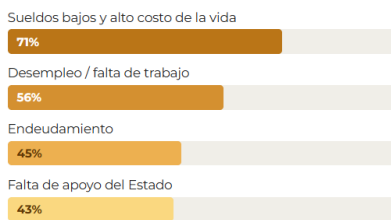
18%

no la ha vivido pero siente que podría caer en ella
fragilidad latente invisible en estadísticas

37%

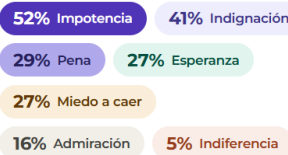
cree que Chile es más pobre que hace diez años
dato del estudio · percepción ciudadana

Causas de la pobreza según la ciudadanía



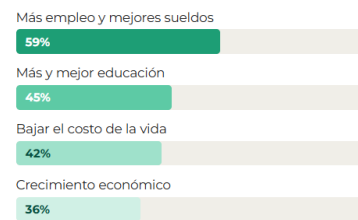
Las causas son estructurales y económicas. Solo 8% las asocia a «falta de esfuerzo» —la narrativa del mérito individual pierde fuerza en la ciudadanía.

Emociones ante la pobreza



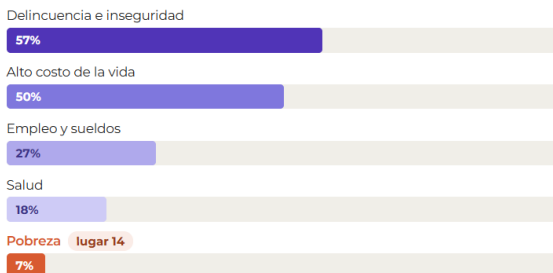
Impotencia supera a indiferencia 10x. No es apatía: es parálisis. La comunicación que convierte indignación en acción tiene terreno fértil.

Medidas más apoyadas para reducir la pobreza



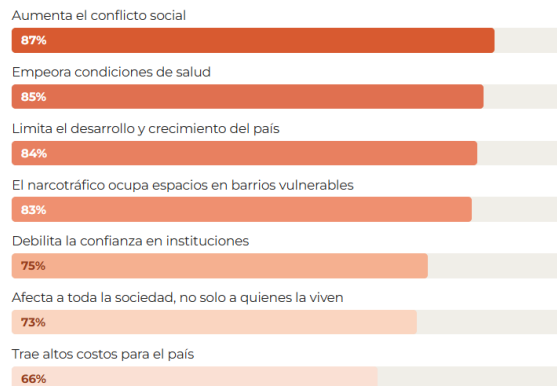
Las soluciones más citadas son económicas —no asistenciales. La ciudadanía pide estructura, no paliativos.

PRINCIPALES PROBLEMAS DEL PAÍS (% MENCIONES)

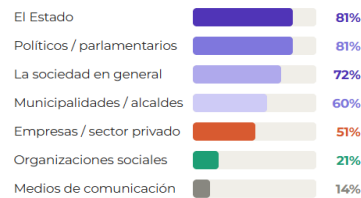


Las tres primeras preocupaciones —seguridad, costo de vida y empleo— son manifestaciones directas de la pobreza.

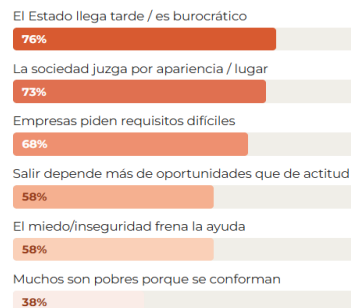
CONSECUENCIAS SOCIALES IDENTIFICADAS (% DE ACUERDO)



Responsables de terminar con la pobreza (% menciones acumuladas)

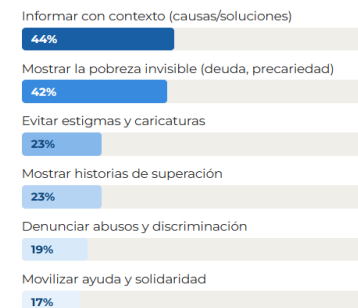


Barreras para salir de la pobreza (% de acuerdo)



Las barreras no son solo materiales; burocracia, estigma y discriminación pesan tanto como la falta de recursos.

Qué deberían hacer más los medios



Solo 1% dice que los medios no deben cambiar nada. La demanda de periodismo contextual y no estigmatizador es transversal.