



Revista Tramas y Redes

ISSN: 2796-9096

ISSN-L: 2796-9096

revistatramasyredes@clacso.edu.ar

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales
Argentina

Hojman, Casandra

¿Merecedores de políticas sociales? Framing en la prensa escrita : el caso de Argentina y España

Revista Tramas y Redes, núm. 7, 2024, Julio-Diciembre, pp. 267-285

Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales

Argentina

DOI: <https://doi.org/10.54871/cl4c70an>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=722381649016>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante

Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia

¿Merecedores de políticas sociales? *Framing* en la prensa escrita

El caso de Argentina y España

Casandra Hojman

Universidad Nacional de José C. Paz, Argentina
casandrahojman@icloud.com

Fecha de recepción: 24/04/2024
Fecha de aceptación: 04/10/2024

Resumen

Las percepciones sociales sobre la justicia y las políticas redistributivas son esenciales a la hora de diseñar políticas públicas. Los agentes no son indiferentes respecto de las recompensas que reciben los demás y pueden promover una visión positiva o negativa del merecimiento de ellas, por lo cual es necesario entender cómo se conforman estas percepciones. De esta manera, podríamos preguntarnos si la construcción de los discursos de los medios de comunicación presenta una carga valorativa sobre algunos temas. El objetivo de nuestro trabajo es describir y comparar los *frames* sobre el merecimiento de quienes reciben las prestaciones sociales y las políticas de activación, en medios de prensa escrita en modelos sociales diferentes como Argentina y España.

Tramas
y Redes
Dic. 2024
Nº 7
ISSN
2796-9096

Palabras clave

1| España 2| Argentina 3| *framing* 4| prensa escrita 5| percepciones sociales

Cita sugerida

Hojman, Casandra (2024). ¿Merecedores de políticas sociales? *Framing* en la prensa escrita. El caso de Argentina y España. *Tramas y Redes*, (7), 267-285, 70an. DOI: 10.54871/cl4c70an



Esta obra está bajo licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es_AR

Merecedores de políticas sociales? Framing na imprensa escrita. O caso da Argentina e da Espanha

Resumo

As percepções sociais sobre a justiça e as políticas redistributivas são essenciais para o desenvolvimento de políticas públicas. Os agentes não são indiferentes às recompensas recebidas pelos outros e podem promover uma visão positiva ou negativa sobre o merecimento delas, o que torna necessário compreender como essas percepções são formadas. Dessa forma, podemos questionar se a construção dos discursos dos meios de comunicação apresenta uma carga valorativa sobre determinados temas. O objetivo do nosso trabalho é descrever e comparar os frames sobre o merecimento daqueles que recebem benefícios sociais e políticas de ativação, em meios de imprensa escrita, em modelos sociais distintos, como Argentina e Espanha.

Palavras-chave

1| Espanha 2| Argentina 3| framing 4| imprensa escrita 5| percepções sociais

Deserving of social policies? Framing in the print media. The study cases of Argentina and Spain

Abstract

Social perceptions of justice and redistributive policies are essential when designing public policies. Agents are not indifferent to the rewards that others receive and can promote a positive or negative view of their merit, which is why it is necessary to understand how these perceptions are shaped. In this way, we could ask ourselves if the construction of the discourses of the communication media presents a value load on some issues. The objective of our work is to describe and compare the frames on the deserving of those who receive social benefits and activation policies, in written media in different social models such as Argentina and Spain.

Keywords

1| Spain 2| Argentina 3| framing 4| written press 5| social perceptions

Introducción

Las percepciones sociales sobre la justicia y las políticas redistributivas son esenciales a la hora de diseñar políticas públicas. Las y los agentes no son indiferentes respecto de las recompensas que reciben las y los demás y pueden promover una visión positiva o negativa del merecimiento de ellas, por lo cual es necesario entender cómo se conforman estas percepciones. Van Oorschot y Roosma (2017) dan cuenta de que las imágenes públicas de determinados grupos receptores de los programas sociales son estereotipadas. Esto quiere decir que

la visión que nos hacemos de un grupo es el resultado de un contacto repetido con representaciones enteramente construidas o bien filtradas por el discurso de los medios. []. Las representaciones colectivas tienen un impacto considerable sobre la identidad social. Y lo que es más aun, influyen en las relaciones que establecen los grupos y sus miembros (Amossy y Herschberg Pierrot, 2001, p. 36).

Este artículo tiene como objetivo principal analizar cómo los medios de prensa escrita de Argentina y España construyen los *frames* sobre el merecimiento de las personas receptoras de prestaciones sociales. El enfoque estará en los criterios de merecimiento que los medios destacan al retratar a las y los beneficiarios de políticas sociales.

Voloshinov plantea que en la construcción de los temas, es posible ver que cualquiera de ellos siempre se presenta con una acentuación valorativa que le da carácter de bueno, malo o justo (Voloshinov, 1976). El autor también indica que, si bien las diferentes clases sociales utilizan la misma lengua, colocan acentos valorativos diferentes al signo ideológico (la palabra), por lo cual es esta la arena de la lucha de clases; aunque no todos los grupos tienen la capacidad de imponer esos acentos. Por ejemplo, “feminismo”, para algunos grupos sociales tiene una connotación positiva, y para otros, negativa.

Cualquier injuria puede llegar a ser elogio, cualquier verdad viva inevitablemente puede llegar a ser para muchos la mentira más grande. En las condiciones normales de vida social esta contradicción implícita en cada signo ideológico no puede manifestarse plenamente, porque un signo ideológico es, dentro de la ideología dominante, algo reaccionario (Voloshinov, 1976, p. 50).

De esta manera, podríamos preguntarnos si la construcción de los discursos de los medios de comunicación presenta una carga valorativa sobre algunos temas, y si dichos discursos influyen en el diseño de las políticas sociales.

Aunque el análisis se centrará en los criterios de merecimiento contruidos por los medios, también es importante reconocer que las representaciones mediáticas pueden verse influenciadas por el género. Si bien este aspecto no será el foco principal del estudio, se considerará de manera secundaria para entender si los estereotipos de género afectan las percepciones de merecimiento. Menéndez (2001) advierte que las imágenes de las mujeres en los medios suelen estar vinculadas a roles tradicionales, como esposas, hijas o madres, lo que podría condicionar la forma en que se perciben como receptoras de prestaciones sociales. Podemos decir entonces que se ven influenciados por la división sexual del trabajo vigente, de acuerdo con la cual la maternidad sólo es aceptable en el contexto del matrimonio o con una jefatura de hogar masculina (Chant, 2006).

Entre las teorías sobre comunicación más actuales, podemos señalar la teoría del *framing* (Entman, 1993; Tankard, 2001), que refiere al modo en que los medios de comunicación construyen las explicaciones de los acontecimientos.

Esta última será la teoría que se utilizará en este trabajo; a partir de ella nos propondremos describir y analizar los *frames* sobre las y los receptores de prestaciones sociales y las políticas sociales en medios de prensa escrita en Argentina y en España, para centrarnos en qué criterios de merecimiento construyen. Elegimos estos países ya que presentan dos contextos sociales diferentes, con dos formas de economías capitalistas distintas. Nos preguntamos ¿Qué similitudes y diferencias presentan en países como Argentina y España? ¿Cómo se construyen los *frames* sobre el merecimiento de los receptores de prestaciones sociales y las políticas sociales, en medios de prensa escrita de diferente ideología en ambos países?

En las próximas páginas, presentamos la justificación, el marco teórico, el contexto en el que se inscriben estos países, el análisis y la conclusión.

Percepciones de merecimiento y legitimidad en las políticas sociales: influencia de la ideología y el género

Durante los últimos quince años, se han realizado experimentos sobre la justicia distributiva, las motivaciones prosociales y la influencia social. A menudo, las personas asumen costos para ayudar o castigar a otras según su percepción sobre si quienes reciben planes sociales son merecedores o no de esos beneficios.

Van Oorschot y Roosma (2017) documentan las actitudes hacia el estado de bienestar y las valoraciones de la población sobre cuán exigentes deben ser los requisitos para acceder a las prestaciones sociales. Dichas

percepciones parecen responder a reglas heurísticas simples, automáticas e intuitivas, que trascienden la ideología, el interés propio y la clase social. Los autores señalan que las imágenes estereotipadas que se presentan de los grupos receptores de los programas sociales cumplen un papel importante en los estudios sobre la legitimidad de los beneficios sociales. Se concluye que los beneficios destinados a grupos con una imagen pública negativa tienden a ser menos aceptados y que esta imagen es, por lo general, difícil de cambiar.

Otro enfoque que tratan es la percepción de merecimiento, que distingue determinadas características percibidas en los grupos, más allá de las “identidades negativas” que establecen la legitimidad social de un beneficio. En este enfoque, la legitimidad social –al igual que en el enfoque de la imagen pública– está basada en la percepción que tienen las personas sobre el mérito de los grupos, ya sea que se los considere merecedores o no. Aunque la identidad social de los grupos destinatarios juega un rol importante, también se aplican una serie de otros criterios que las personas utilizan para formar su opinión sobre el merecimiento. Van Oorschot (2000) desarrolló un marco llamado CARIN, compuesto por cinco criterios que suelen aplicarse para decidir si las personas son merecedoras de los beneficios sociales:

- Control: depende del mayor o menor control que la persona tenga sobre sus circunstancias; mientras más control tenga, menos merecedora se la considera.
- Actitud de cumplimiento: depende de si las personas cumplen con las exigencias de los programas y si muestran gratitud por la ayuda que reciben.
- Reciprocidad: considera si han contribuido en el pasado o se han capacitado mediante cursos, entrenamientos, etcétera.
- Identidad: basada en la pertenencia grupal.
- Necesidad: si realmente necesitan ayuda.

Cuando las personas cumplen con estos cinco criterios, se llega a una “dimensión universal de apoyo”, que se utiliza para comprender el pensamiento sobre el merecimiento.

Política social e ideología

En cuanto a las ideologías de los medios de comunicación y su influencia en la aceptación de políticas sociales, se ha observado que las ideologías más conservadoras tienden a ser más críticas hacia las políticas de ayuda social que no imponen estrictos requisitos de activación. Se distingue entre las ideologías de izquierda y de derecha en función de sus valores fundamentales. Los movimientos de izquierda suelen centrarse en las políticas de

igualdad y redistribución, mientras que las ideologías más neoliberales prefieren enfocar las políticas sociales en la activación de las personas pobres y desempleadas.

Según Vázquez (2010), existe cierta evidencia de que las ideologías más conservadoras son más hostiles hacia las políticas de ayuda social que no exigen estrictos requisitos de activación. Además, Vázquez (2010) señala que se puede establecer una distinción entre la ideología de izquierda y la de derecha en cuanto a los valores que defienden, siendo la izquierda más proclive a la igualdad y la redistribución.

En lo que respecta al paradigma de la activación, su propósito principal es ayudar a las personas que perciben rentas mínimas a alcanzar la autosuficiencia económica para que dejen de depender de las prestaciones de garantía de ingresos. Las políticas activas operan directamente sobre el mercado de trabajo con el objetivo de reducir el desempleo. Según Moreira (2008, en Eguía Careaga, 2011), el propósito último de la activación es ayudar a quienes reciben rentas mínimas a ser económicamente autosuficientes.

Sin embargo, se ha observado que, en el caso de las políticas de activación dirigidas hacia el género, se ha adoptado una visión de “nuevo maternalismo de la política social”, en la cual persisten las diferencias de género. Según Jenson (2012), la igualdad de género en las políticas de activación ha sido sustituida por una visión de un “nuevo maternalismo de la política social”.

En América Latina, se han implementado políticas de transferencias condicionadas que, aunque muestran cierta conciencia de género, han sido objeto de críticas debido a su enfoque maternalista. Según Pautassi (2009) y Zibechi (2010, en Jenson, 2012), estas políticas están condicionadas a ciertas acciones por parte de las personas receptoras, lo que puede influir en que las mujeres se mantengan en la esfera privada y no se enfoquen en alcanzar su autonomía económica o seguridad.

Contexto de los países objeto de estudio

Este estudio selecciona a Argentina y España debido a sus divergentes trayectorias históricas y estructuras económicas. La elección de estos dos casos permite examinar de manera rigurosa si los medios de comunicación con diferentes orientaciones ideológicas configuran las percepciones públicas de manera distinta o similar, considerando los contextos socioeconómicos de cada país. Este análisis contribuye a una comprensión más profunda de las dinámicas mediáticas y su influencia en la representación de las políticas sociales, enmarcado dentro de economías contrastantes, lo que enriquece el debate académico sobre el papel de los medios en la construcción del discurso público en contextos diversos.

Existe una variedad de capitalismos, que no se explican únicamente por sus instituciones, sino por su historia y sus características culturales, por su estructura económica y el vínculo con la economía mundial (Schneider, 2009; Artiles, Chávez Molina y Semenza, 2019). España y Argentina presentan dos contextos sociales diferentes. Son dos formas de economías capitalistas diferentes, que varían de acuerdo con su historia y con el contexto social, político y económico en el que se desarrollaron, es decir que sus “modelos sociales son legados históricos y están vinculados a los procesos económicos y políticos de la región” (Artiles, Vincenzo y Chávez Molina, 2019, p. 1).

Tabla 1. Contextos sociales y económicos de Argentina y España

Argentina	España
Una tradición corporativista con economías coordinadas, (Scharpf, 2000 y Hall y Soskice, 2001, en Artiles et al., 2019).	Estructuras neocorporativistas débiles, capitalismo periférico y es dependiente de las economías del centro (Prebisch, 1981; Ricupero, 2004 y Schneider, 2009, citados en Artiles et al., 2019).
Cifras de desempleo altas y de largo tiempo, empleos precarios para jóvenes. Bajos salarios, modelo de protección por desempleo contributivo-proporcional (Del Pino y Ramos, 2013, en Artiles et al., 2019).	Baja protección por desempleo, un empleo informal muy alto, economía no-monetarizada y economía de subsistencia (Cecchini y Martínez, 2011 en Artiles et al., 2019).
Estado de bienestar fuerte y “familista” (Moreno, 2007; Baglioni y Oliveira, 2013, en Artiles et al., 2019).	Estado de bienestar es cuasi inexistente.
Se encuentra dentro del Modelo Social Europeo.	Integra el Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

Fuente: Elaboración propia.

En el contexto del periodo que analizamos en esta investigación, 2009-2015, en Argentina gobernaba Cristina Fernández de Kirchner, por la agrupación “Frente para la Victoria” de ideología peronista (progresista). Las principales políticas que se llevaron adelante en esa época fueron la Asignación Universal por Hijo, y los programas Argentina Trabaja y Ellas Hacen, entre otros.

En el periodo 2009-2015 España sufrió una fuerte crisis económica. Desde 2009 hasta 2011, el presidente a cargo fue José Luis Rodríguez Zapatero; el 20 de noviembre de ese año hubo elecciones y, por mayoría absoluta, asumió la presidencia Mariano Rajoy por el Partido Popular (de derecha). Uno de los programas autonómicos más significativos en este país que siguió rigiendo en ese periodo y también en la actualidad es el de Rentas Mínimas de Inserción (RMI), cuyo origen se remonta a finales de los años ochenta, en un momento de expansión de las políticas de asistencia social.

Metodología

Para dar respuesta a las preguntas de investigación, se recurrirá al uso de la metodología de tipo cualitativa, que guíe el conjunto de acciones y decisiones destinadas a generar conocimiento respecto del objeto de estudio.

Se buscará explorar, describir, interpretar y conocer cómo los medios de prensa escritos construyen *frames* sobre el merecimiento de quienes son los receptores de políticas sociales y sobre las personas en situación de vulnerabilidad. Por ello, esa teoría es la que se utilizará aquí para comparar las subjetividades que se crean desde los medios de comunicación escritos en España y en Argentina en cuanto a los receptores de políticas sociales.

Se recurrirá al uso de la metodología de tipo cualitativa para estudiar la contrastación empírica de la teoría del *framing* aplicada al caso de estudio. De esta manera, se buscará establecer *frames* sobre las personas beneficiarias de las políticas sociales y sobre personas en situación de vulnerabilidad.

En este estudio se utilizara un método de *framing* mixto, ya que se partirá de un sistema de categorías basado en marco de abordaje creado por Van Oorschot (2000) (CARIN) que se aplicará al material empírico, pero abierto a revisarlo y establecer nuevas categorías conforme se vaya analizando el corpus de noticias.

Las variables para el análisis serán la presencia/ausencia de los criterios de merecimiento inspirados en los cinco criterios de dicho modelo (control, actitud de cumplimiento, reciprocidad, identidad, necesidad). Estos se aplicarán a diversos colectivos, como las mujeres, los inmigrantes, los jóvenes y las personas en situación de vulnerabilidad.

Se tomará como unidad de análisis a la noticia periodística. Se analizarán dos diarios de la Argentina, por un lado, *La Nación*, que responde a una ideología liberal de derecha, y por el otro, el diario *Página 12*, que se inscribe en la ideología progresista. Por otra parte, se tomarán dos diarios Españoles: por un lado *El Mundo*, cuya ideología es de derecha, y *El Diario*, de izquierda. De cada medio se tomarán veinte noticias publicadas en el periodo 2009-2015 que traten sobre políticas activas contra la pobreza, ayuda a desempleados y planes sociales. Se reconocen *frames* que se construyen sobre los receptores de políticas de activación en torno al merecimiento de quienes reciben estas políticas. Se analiza el total de 80 noticias de cuatro diferentes diarios, de dos países diferentes y dos diferentes adscripciones ideológicas (Cuadro 1).

Cuadro 1. Diarios según país e ideología

	Liberal de derecha	Progresista
Argentina	2 diarios (20 noticias)	2 diarios (20 noticias)
España	2 diarios (20 noticias)	2 diarios (20 noticias)

Fuente: elaboración propia.

Tramas
y Redes
Dic. 2024
Nº 7
ISSN
2796-9096

Análisis

En una primera instancia, la búsqueda se basó en palabras clave como “política social”, “desempleo”, “planes sociales” y “políticas activas”, así como en las políticas sociales específicas de cada país, como “Argentina Trabaja” en Argentina y “Renta Mínima” en España.

La sistematización se basó en el análisis de 20 noticias. Luego, se elaboró un cuadro en el cual, por cada noticia, se estableció el diario, el título, la sección en la que se incluía, el párrafo, si aparecía algún *frame* no contemplado y los cinco criterios de merecimiento para analizar cuál de ellos estaba presente en cada noticia.

En este cuadro (Cuadro 2) se registraron el diario y la cantidad de veces que aparecieron los diferentes criterios de merecimiento según el marco de abordaje CARIN (Van Oorschot, 2000).

Cuadro 2. Criterios de merecimiento CARIN

Diario	Cantidad de noticias	Control	Actitud de cumplimiento	Reciprocidad	Identidad	Necesidad
<i>Página/12</i>	20	-	Criterio en positivo: 18	Criterio en positivo: 19	-	Criterio en positivo: 11
<i>La Nación</i>	20	Criterio en negativo (Mayor control): 7	Criterio en negativo: 11	Criterio en negativo: 14	-	Criterio en negativo: 6
<i>El Mundo</i>	20	Criterio en negativo (Mayor control): 6	Criterio en negativo: 11 Criterio en positivo: 2	Criterio en negativo: 11 Criterio en positivo: 2	Criterio en negativo: 3	Criterio en negativo: 11 Criterio en positivo: 2
<i>El Diario</i>	20	Criterio en positivo (No tiene control): 13	Criterio en positivo: 3	Criterio en positivo: 4	-	Criterio en positivo: 16

Fuente: Elaboración propia con base en el registro de los diarios *Página/12*, *La Nación*, *El Mundo* y *El Diario* (2009-2015).

Si bien se parte de un sistema de categorías basado en marco de abordaje CARIN, al utilizar un método mixto se encontraron en el material empírico nuevas categorías para la construcción de un enfoque negativo o positivo hacia el merecimiento de beneficios sociales. En el siguiente cuadro (Cuadro 3) podemos ver qué encuadres surgieron:

Cuadro 3. Frames encontrados

	Diario			
	Página/12	La Nación	El Diario	El Mundo
Frames encontrados	Respuestas de quienes critican el financiamiento de las políticas sociales	Se aprovechan de los beneficios	Respuesta contestataria hacia la estigmatización de la pobreza	Fraude
	Empoderamiento de mujeres	Cientelismo	Empoderamiento de mujeres	Aprovechamiento de las prestaciones sociales
	Mujeres como madres	Mujeres pobres con hijos	Respuesta contestataria hacia la estigmatización de los migrantes.	Inmigrantes que se aprovechan de ayudas sociales
	Respuesta contestataria hacia el prejuicio dentro de las mismas clases vulnerables de que los beneficiarios de planes sociales se aprovechan de esto sin buscar trabajo	Buscan quedar embarazadas para cobrar un plan social	Respuesta hacia el prejuicio de que el dinero de la prestación se utiliza en cuestiones innecesarias.	Construcción de que ya reciben la prestación pero exigen más
	Respuesta hacia el prejuicio de que el dinero de la prestación se utiliza en cuestiones innecesarias		Denuncia de que quedan por fuera de las ayudas públicas.	Debido a la desigualdad, las mujeres son más propensas a estar en situación de pobreza
	Respuesta contestataria hacia el aprovechamiento de los planes sociales		Mayor pobreza en las mujeres	Exageración de la cantidad de pobreza real.
	Respuesta contestataria a la construcción de que las mujeres vulnerables tienen hijos para cobrar planes de los planes sociales		Mujeres-madres	Mujeres-madres

Fuente: Elaboración propia en base al registro de los diarios *Página/12*, *La Nación*, *El Mundo* y *El Diario* (2009-2015).

Análisis según ideología

Podemos establecer una distinción entre la prensa escrita de ideología progresista y la de derecha y los valores de cada una de ellas. La primera sostiene valores como la comunidad y busca centrarse en políticas dirigidas a alcanzar una mayor igualdad para los agentes en situación de vulnerabilidad (Bobbio, 2004); por lo cual, tanto en Argentina como en España, en la prensa escrita de esta ideología, los *frames* que se construirían son de merecimiento para las personas receptores de las políticas sociales. En consecuencia, se buscaría en ambos desarmar el discurso de que estos colectivos no merecerían ayudas. La ideología de derecha sostiene valores conservadores, tradicionales, tales como la autoridad y la ausencia de intermediarios (Vázquez, 2010), por lo cual en ambos países, en los diarios que responden a dicha ideología se construyen *frames* de poco merecimiento de estas políticas. A su vez, por esta razón, existe una construcción de un estereotipo negativo en la imagen pública en cuanto a quienes reciben beneficios sociales.

Por ejemplo, en Argentina, según esta prensa, recibieron beneficios sociales quienes serían afines a un gobierno progresista; y en España, personas que no los necesitan pero hacen fraude para recibir las prestaciones, o personas receptoras que exigen más beneficios, aunque ya tengan acceso a uno. En ambos países, la imagen que se construye es de agentes que se aprovechan del Estado y los beneficios que este les otorga. De esta manera, se reforzaría el valor de que no es necesario que exista un Estado que intervenga en cuestiones sociales. Asimismo, la imagen negativa que se construye de las y los migrantes coincide con los valores tradicionales y conservadores para una nación.

Análisis según tipo de Estado

En cuanto a los diarios de izquierda, si bien ambos construyen personas receptoras que son merecedoras de políticas sociales, existen diferencias en cuanto a qué tipo de criterios se repiten para establecer el *frame* de merecimiento. En Argentina, los criterios que más se repiten son la actitud de merecimiento y la reciprocidad, mientras que en España, los que más aparecen son la heurística de poco control de las circunstancias y mayor necesidad. A su vez, la diferencia de los encuadres identificados es que, si bien en ambos países existe una construcción del discurso reivindicativo en cuanto a la estigmatización de la pobreza, en España existe una denuncia hacia quienes quedan fuera de las prestaciones sociales, aunque las merecerían. Esta diferencia podría deberse a la existencia de modelos de Estado diferentes, ya descritos. Por esta razón, podríamos entender que hay distintos tipos de denuncias en los dos países. En España, la prensa progresista se enfoca en quienes quedan fuera de las prestaciones existentes que están avaladas por un tipo de Estado de bienestar y una economía dentro del marco del Modelo Social Europeo; mientras que en Argentina, se construye el merecimiento para legitimar determinados programas sociales en un tipo de Estado de un capitalismo periférico cuyos valores están alejados de los del Estado de bienestar. De igual manera sucede con los diarios de derecha; en Argentina aparece el encuadre de “clientelismo”, es decir, que las personas no serían merecedoras porque estos planes habrían sido creados solo para quienes son afines al gobierno. En España, al contar con un Estado de bienestar con programas ya existentes, las personas que ya reciben prestaciones exigirán más o harían trampa para recibirlas.

Género

En cuanto a las cargas valorativas y estereotipos que se conforman sobre los receptores de políticas sociales según el género, podemos analizar y comparar lo que sucede en cada una de las publicaciones.

En el diario de derecha de Argentina, a las mujeres en situación de vulnerabilidad se las representa como mujeres que tienen muchos hijos. El criterio contemplado en el modelo CARIN que aparece con más frecuencia es el de “mayor control”. En algunos casos aparece el *frame* de que las mujeres “buscan quedar embarazadas para cobrar un plan”. Un ejemplo de esto sería: “[...] las madres de la villa suelen tener muchos hijos” (Basavilbaso, 3 de marzo 2012) o “Julián Dindart, dijera hoy que hay menores de edad que buscan quedar embarazadas para obtener una retribución económica, como la Asignación Universal por Hijo” (*La Nación*, 19 de marzo 2012).

En *Página|12*, si bien a las mujeres se las representa como madres, la diferencia es que se construye un *frame* de merecimiento positivo, ya que los criterios que más aparecen serían en torno a que observan la actitud de cumplimento y reciprocidad. Otro encuadre que diferenciamos es el “empoderamiento de mujeres a través de las políticas sociales”. Como por ejemplo:

Del programa surgieron mujeres expertas en albañilería, electricidad, plomería y otros oficios que por lo general son patrimonio de los hombres. Después de completar la construcción de 150 viviendas en Melchor Romero, como parte de un programa mucho más ambicioso, desde el 2015 el gobierno de Cambiemos desactivó el sueño y retiró los fondos comprometidos en el convenio (Rodríguez, 2 de abril 2012).

A su vez, en la misma línea de este diario existe una respuesta contestataria hacia la construcción del diario de derecha que asocia a las mujeres en situación de pobreza con la idea de tener hijos por cobrar un plan. Como por ejemplo: “La asignación universal es un derecho, no es algo asociado a los hijos de la pobreza, nadie se va a embarazar para cobrar 270 pesos por mes” (Lukin, 29 de enero 2012).

En España, tanto en el diario de derecha como en el de izquierda, las mujeres aparecen como merecedoras de beneficios sociales; el enmarque discursivo que se encontró es que ya partieron de una desigualdad de género existente, aunque a su vez, se las representa como madres. En *El Mundo*, los criterios que más aparecen son la falta de control de circunstancias por el género y que, debido a la desigualdad, las mujeres son más propensas a estar en situación de pobreza. En *El Diario*, la categoría encontrada es que las ayudas sociales sirven para el empoderamiento de las mujeres. En ambos se asume la diferencia de género, pero mientras que en el diario de derecha solo se la menciona, en el de izquierda se le suma el asunto de que se podría empoderar a las mujeres en base a políticas sociales.

La construcción de los medios de comunicación respecto de las mujeres en cuanto receptoras de políticas activas en Argentina tendría una

cierta correspondencia a que la activación en América Latina, en relación con que las políticas de transferencias condicionadas serían paternalistas, es decir, dependen del comportamiento de ellas como madres (Jenson, 2012), como por ejemplo, si llevan a sus hijos al colegio. En tal sentido, poniendo el foco en la maternidad, el diario de derecha conformaría receptoras que tendrían control de sus circunstancias, por lo cual serían madres que se aprovechan de los beneficios sociales y, en consecuencia, no los merecerían. Mientras que *Página|12* construiría receptoras con actitud de cumplimiento y reciprocidad, es decir que sí tendrían derecho a ellos.

Las imágenes de las mujeres que la prensa representa se asocian en ambos países y ambas ideologías a la imagen “madres”, en palabras de Menéndez (2001), siempre en lugares que no compiten con el mundo masculino. Sin embargo, en los diarios españoles se da cuenta de que existe dicha desigualdad de género.

En los diarios de izquierda de ambos países aparecen los encuadres de que a partir de las políticas sociales se podría empoderar a las mujeres, como por ejemplo, al capacitarlas para realizar oficios que tengan una salida laboral. En el de derecha de Argentina aparece la representación de las mujeres en situación de vulnerabilidad como personas que tienen hijos e hijas para cobrar plata del Estado; un antecedente de esto fue lo mencionado respecto de la construcción mediática del concepto “*queens of welfare*”, mediante el cual se le impuso una connotación negativa a la caracterización de ser madres solteras y pobres (Van Doorn, 2015). Podemos dar cuenta de que, mientras en el diario de derecha de España se parte de la existencia de una desigualdad de género, en *La Nación* se impondría una connotación negativa a las mujeres en situación de vulnerabilidad, es decir que existiría una criminalización de la pobreza y, en vez de situarlas en lugares vulnerables, se las acusa de hacer uso de eso para tener beneficios del Estado.

Conclusiones

Las imágenes públicas de determinados grupos que son receptores de programas sociales son estereotipadas (Van Oorschot y Roosma, 2017), es decir, que la manera en que se conforma el pensamiento sobre un grupo es el resultado de una repetición de representaciones construidas en el discurso de los medios. Mediante el encuadre, las personas desarrollan una conceptualización acerca de una problemática determinada (Chong y Druckman, 2007). Aquí, se entiende el proceso de *framing* como una selección y enfatización de la perspectiva de una información, expresiones y palabras (De Vreese, 2003). Es necesario tener en cuenta que un problema puede interpretarse desde múltiples perspectivas, con valores diferentes, y que “en nuestro tipo de sociedad, los medios de comunicación de masas son decisivos en la formación

de la opinión pública que condiciona la decisión política” (Castells, 2008, p. 13). En este sentido, se puede establecer una distinción entre la prensa escrita de ideología progresista y la de derecha en ambos países. En el primer caso, los *frames* que se construyen tienden a ser de merecimiento para las personas receptoras de las políticas sociales; además, en ambos casos, existe una respuesta destinada a desarmar la estigmatización que se construye en los diarios de derecha sobre estas personas. Las imágenes públicas configuradas por estos medios respecto de las personas beneficiarias serían, en ambos casos, de merecimiento de recibir prestaciones sociales. Esto se corresponde con los valores progresistas de comunidad y solidaridad.

Mientras que, en el segundo caso, en los diarios de derecha de Argentina y España, la heurística que más aparece es la de mayor control de las circunstancias, que no tienen actitud de cumplimiento ni reciprocidad, y que realmente no necesitan los beneficios. En ambos países, los encuadres contruidos sobre las personas beneficiarias de programas sociales son del tipo “se aprovechan de las políticas sociales o prestaciones”. En Argentina, se encuentra el *frame* del “clientelismo”; en España, el *frame* indica que exigen más prestaciones a pesar de ya recibirlas. También se incluye a las personas migrantes en el *frame* de “aprovechamiento de políticas sociales”. La imagen que se construye de estos grupos es negativa. Según Van Oorschot y Roosma (2017), tendrá menor aceptación social el hecho de que reciban algún tipo de ayuda o programa social si las personas receptoras pertenecen a grupos con una mala imagen pública. De esta manera, estos *frames* refuerzan el valor tradicional y la ausencia de intermediarios que pertenecen a la ideología de derecha, es decir, que no sería necesario que exista un Estado que intervenga en cuestiones sociales.

También se pudo corroborar que existen ciertas diferencias en la construcción de los *frames* según el país. En los diarios progresistas, hay diferencias en cuanto a qué tipo de criterios se repiten para establecer el *frame* de merecimiento. En Argentina, los criterios que más se repiten son la actitud de merecimiento y la reciprocidad, mientras que en España prevalecen la heurística de poco control de circunstancias y la mayor necesidad. Además, una diferencia en los encuadres encontrados es que, aunque en ambos países se construye un discurso reivindicativo en cuanto a la estigmatización de la pobreza, en España se denuncia a aquellas personas que quedan fuera de las prestaciones sociales aunque las merecerían. El enmarque contestatario hacia la estigmatización de la pobreza también incluye al colectivo migrante.

En Argentina, la respuesta hacia la estigmatización y criminalización de las personas receptoras de ayudas sociales es contestataria frente a los discursos que critican de dónde proviene el presupuesto para financiar las políticas sociales, que los beneficiarios utilizan el dinero de las prestaciones en cuestiones que no necesitan, y la estereotipación de que no

buscan trabajo. El criterio que más se repite, entonces, es el de la actitud de cumplimiento y la reciprocidad. Esta diferencia podría adjudicarse a que España y Argentina presentan dos contextos sociales, políticos y economías capitalistas diferentes. El contenido de las demandas posee características distintas en cada país, por lo que el tipo de denuncias también será diferente. En España, la prensa progresista se enfoca en quienes quedan por fuera de las prestaciones existentes del Estado de bienestar, que están avaladas por el Modelo Social Europeo; mientras que, en Argentina, al pertenecer a una economía periférica cuyos valores no están establecidos por un modelo de Estado de bienestar, el merecimiento se construye para lograr la legitimación de las ayudas sociales y de determinados programas.

Lo mismo ocurre con los diarios de derecha: el valor de la no intervención social se orienta según el contexto social. En España, al contar con un Estado de bienestar consolidado, los *frames* que aparecen se refieren a que las personas que ya reciben prestaciones exigen más o hacen trampa para obtenerlas, mientras que, en Argentina, el encuadre del “clientelismo” sostiene que las personas beneficiarias no merecen los planes porque estos habrían sido creados exclusivamente para personas afines al gobierno. Otra diferencia que se encuentra en los *frames* es que, en Argentina, la configuración de las personas receptoras fue fácilmente detectable, mientras que, en España, los valores ideológicos de no merecimiento son más sutiles y, por ende, más difíciles de identificar. Esto también podría estar relacionado con los valores del modelo de Estado, que son los de solidaridad intergeneracional, por lo cual las construcciones de no merecimiento son menos explícitas y los *frames* más positivos en el país europeo que en el latinoamericano.

Por último, los *frames* sobre el merecimiento de las personas que reciben los beneficios de las políticas sociales en la prensa escrita son más positivos para las mujeres en los diarios de ideología progresista que en los de derecha. Sin embargo, es más positiva la imagen de las mujeres receptoras en ambos diarios españoles que en los argentinos, incluso en los de ideología más conservadora. De acuerdo con las cargas valorativas y estereotipos que se conforman en el diario de derecha de Argentina respecto de las mujeres en situación de vulnerabilidad, se las representa como personas que tienen muchos hijos, y el criterio que aparece con mayor frecuencia es el de “mayor control”. En algunos casos, aparece el *frame* de que las mujeres “buscan quedar embarazadas para cobrar un plan”. En cambio, en el diario *El Mundo*, las mujeres aparecen como merecedoras, y los criterios que más sobresalen son la falta de control de circunstancias debido al género y que, debido a la desigualdad, las mujeres son más propensas a estar en situación de pobreza. Es decir que, en el diario de derecha español, se parte de la premisa de la desigualdad de género, lo cual no ocurre en el argentino.

Sin embargo, más allá de que el *frame* del diario de derecha español sea más positivo que el del argentino respecto a las mujeres, en comparación con el diario de izquierda del mismo país, es menos positiva la construcción de aquel. En *El Diario*, las mujeres también aparecen como merecedoras, pero se encuentra el *frame* de que “las ayudas sociales sirven para el empoderamiento de las mujeres”. El diario progresista en Argentina construye un *frame* de merecimiento positivo, y los criterios que más se repiten son la actitud de cumplimiento y la reciprocidad. Además, también aparece el encuadre del “empoderamiento de mujeres a través de las políticas sociales” y una respuesta a la construcción del diario de derecha, que asocia a las mujeres en situación de pobreza con la idea de tener hijos para cobrar un plan. La diferencia es que, en España, en ambas publicaciones se asume la existencia de una desigualdad de género. Asimismo, en ambos países y en ambas ideologías, las imágenes de las mujeres que la prensa representa están asociadas a ellas como madres.

Referencias

- Amossy, Ruth y Herschberg Pierrot, Anne (2001). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires: Eudeba.
- Artiles Martín, Vincenzo, Fortunato y Chávez Molina, Eduardo (2019). Unemployment Benefits: Discursive Convergence, Distant Realities. En López Roldán, Pedro y Fachelli, Sandra (eds.), *Towards a Comparative Analysis of Social Inequalities between Europe and Latin America* (pp. 389-417). Nueva York: Springer.
- Bachrach, Peter y Baratz, Morton S. (1962). Two faces of power. *American Political Science Review*, 56(4), 947-952.
- Basavilbaso, Teodolina (3 de marzo 2012). Madres solas que salen adelante aún en la pobreza. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/comunidad/madres-solas-que-salen-adelante-aun-en-la-pobreza-nid1453000>
- Beal, Xavier Vargas (2011). *¿Cómo hacer investigación cualitativa? Una guía práctica para saber qué es la investigación en general y cómo hacerla, con énfasis en las etapas de la investigación cualitativa*. Zapopan: ETXETA.
- Bobbio, Norberto (2014). *Derecha e izquierda*. Roma: Taurus.
- Carmines, Edward G.; Gerrity, Jessica C.; y Wagner, Michael W. (2010). How Abortion Became a Partisan Issue: Media Coverage of the Interest Group-Political Party Connection. *Politics & Policy*, 38(6), 1135-1158.
- Castells, Manuel (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política. *Telos*, 74, 1-19.

- Chant, Sylvia (2006). Re-thinking the “feminization of poverty” in relation to aggregate gender indices. *Journal of Human Development*, 7(2), 201-220.
- Chong, Dennis y Druckman, James N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103-126.
- Danani, Claudia (1996). Algunas precisiones sobre la política social como campo de estudio y la noción de población-objeto. *Políticas sociales. Contribución al debate teórico-metodológico* (pp. 21-38). Buenos Aires: CEA/UBA.
- D’Angelo, Paul (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870-888.
- De Vreese, Claes H. (2003). *Framing Europe: television news and European integration*. Amsterdam: Aksant.
- Entman, Robert (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Font, Miquel A. (11 de marzo 2012). Lo último en picaresca: utilizar las ayudas de 400 euros para vivir en la India. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/elmundo/2012/03/11/baleares/1331463173.html>
- Gruszczynski, Micahel W. y Michaels, Sarah (2012). The evolution of elite framing following enactment of legislation. *Policy Sciences*, 45(4), 359-384.
- Guimenez, Sandra (18 de julio 2010). Mirada sobre “Argentina Trabaja”. *Página 12*, <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/33-4483-2010-07-18.html>
- Guimenez, Sandra (13 de junio 2011). Con la desocupación entre ceja y ceja. *Página 12*, <https://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-169984-2011-06-13.html>
- Igartua, Juan J. y Humanes, M. Luisa (2004). El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. *Journal of Health Communication*, 8(6), 513-528.
- Jenson, Jane (2012). The new maternalism: What has happened to women in social policy design? Ponencia presentada. En *Deconstructing and Reconstructing Mother: Regulating Motherhood in International and Comparative Perspective*. ISERP Columbia University.
- Lukin, Tomás (29 de enero 2012). Todavía hay muchos prejuicios. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/cash/subnotas/5755-1020-2012-01-29.html>
- Massanari, Adrienne L. y Howard, Philip N. (2011). Information technologies and omnivorous news diets over three US presidential

- elections. *Journal of Information Technology & Politics*, 8(2), 177-198.
- Menéndez, Jorge F. (2001). *El otro poder: las redes del narcotráfico, la política y la violencia en México*. México: Aguilar.
- Norris, Pippa (1998). Does balance matter? Experiments in TV news. En *Annual Meeting of the American Political Science Association*. Boston, 3-6 septiembre. https://www.researchgate.net/profile/Pippa-Norris-2/publication/228604782_Does_balance_matter_Experiments_in_TV_news/links/02bfe511b0ac4804b6000000/Does-balance-matter-Experiments-in-TV-news.pdf
- Norris, Pippa (2001). ¿Un círculo virtuoso? El impacto de las comunicaciones políticas en las democracias post-industriales. *Revista Española de Ciencia Política*, 4, 7-33.
- Olías, Laura (9 de diciembre 2014). *El Diario*. El cuarto mundo era esto: pobreza extrema a 12 km del centro de Madrid. https://www.eldiario.es/sociedad/abismo-pobreza-kilometros-centro-madrid_1_4473438.html
- Rodríguez, Carlos (2 de abril 2018). Ellas ya no pueden hacer. *Página 12*. <https://www.pagina12.com.ar/105380-ellas-ya-no-pueden-hacer>
- Semetko, Holli A. y Valkenburg, Patti M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Eguía-Careaga, Fundación (2011). Activación y derecho a la inclusión en el marco de las políticas de empleo y de garantía de ingresos en la CAPV. *Documento de trabajo*. San Sebastian. España.
- Tankard, James W. et al. (1991). *Media frames: Approaches to conceptualization and measurement*. Ponencia presentada en la *Association for Education in Journalism and Mass Communication*, Boston.
- Tankard Jr, James W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. En *Framing public life* (pp. 111-121). Londres: Routledge.
- Titmuss, Richards M. (1987). Developing Social Policy in Conditions of Rapid Change: The Role of Social Welfare. En Abel-Smith, Brian y Kathleen Titmuss (eds.), *The Philosophy of Welfare. Selected Writings of Richard M. Titmuss*. Londres: Allen & Unwin.
- Van Doorn, Bas y Bos Angela (2017). Are Visual Depictions of Poverty in the US Gendered and Racialized? en Wim Van Oorschot, Femke Roosma, Bart Meuleman y Tim Reeskens (eds.), *The Social Legitimacy of Targeted Welfare. Attitudes to Welfare Deservingness*. Cheltenham: Edward Elgar.

- Van Oorschot, Wim y Roosma, Femke (2017). The Social Legitimacy of Targeted Welfare and Welfare Deservingness. En Wim Van Oorschot, Femke Roosma, Bart Meuleman y Tim Reeskens (eds.), *The Social Legitimacy of Targeted Welfare. Attitudes to Welfare Deservingness*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Vázquez, Francisco H. (2010). *Valores y políticas que distinguen a los ciudadanos de derecha de los de izquierda*. Madrid: Fundación Alternativas.
- Voloshinov, Valentín (1976). *El signo ideológico y signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.

