



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

La pobreza *cool*. La construcción mediática de diarios oficialistas y un relato que naturaliza la pobreza (2016-2018)

Leonardo González, Silvina Pauloni y Laura Gómez

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 7, N.º 2, noviembre 2021

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

## La pobreza *cool*. La construcción mediática de diarios oficialistas y un relato que naturaliza la pobreza (2016-2018)

*The cool poverty. The media construction of official newspapers and a story that naturalizes poverty (2016-2018)*

**Leonardo González**

[lgonzalez@perio.unlp.edu.ar](mailto:lgonzalez@perio.unlp.edu.ar)

**Silvina Pauloni**

[spauloni@perio.unlp.edu.ar](mailto:spauloni@perio.unlp.edu.ar)

**Laura Gómez**

[lgomez@perio.unlp.edu.ar](mailto:lgomez@perio.unlp.edu.ar)

<https://orcid.org/0000-0003-3152-5339>

---

Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

### Resumen

El gobierno de Mauricio Macri le debe mucho de su victoria electoral a los medios monopólicos que jugaron claramente a su favor, incluso haciendo *periodismo de guerra*, como reconoció el editor de *Clarín* Julio Blanck. Algunos de esos favores se comenzaron a pagar con la derogación de la Ley de Servicios en Comunicación Audiovisual, la entrega del negocio de la telefonía, el Fútbol para Todos, entre otros. Se alzaba en esos tiempos un *periodismo militante* cuya campaña se enarbolaba en la necesidad del ajuste, las virtudes de la reducción del consumo y la resignación frente a los tarifazos.

## Palabra clave

Medios, política, construcción discursiva.

## Abstract

*The government of Mauricio Macri owes much of its electoral victory to the monopoly media that clearly played in its favor, even doing war journalism as Clarín editor Julio Blanck acknowledged. Some of these favors began to be paid with the repeal of the Audiovisual Communication Services Law, the delivery of the telephone business, Soccer for All, among others. At that time a militant journalism was rising whose campaign was raised in the need for adjustment, the virtues of reducing consumption and resignation in the face of the rates.*

## Keywords

*Media, politics, discursive construction.*

## La construcción del discurso hegemónico como construcción de verdad

Desde el siglo XV hasta el XX, se investigó y se les adjudicó a la industria de la comunicación e información la construcción de patriotismo, pertenencia nacional y la imposición de la agenda pública de las sociedades. Se dice que se le debe gran parte de las organizaciones democráticas y los órdenes establecidos, en relación a poderes políticos y económicos. En las últimas décadas, investigadores como Van Dijk (2003) han planteado que los estudios sociales relacionados con cuestiones culturales, de relaciones sociales e identidad política tendrán que ser abordados teniendo en cuenta los cambios globalizadores y el acceso a la información mediada por las nuevas tecnologías:

La afirmación de la diferencia frente a tendencias homogeneizantes ha modificado drásticamente la manera como se concibe la posibilidad de relación con los demás, cualquiera que ella sea. Por esta razón, el cambio en la reflexión social que se está dando en América Latina y en el mundo, apunta a la comprensión de la naturaleza de la vida social y cultural contemporánea, centrada en una de las más relevantes actividades humanas: la comunicación (Pardo, 2007, p. 31).

Las reflexiones, y los cuestionamientos sobre las verdades impuestas deben ser parte de los estudios sociales; ofrecer al lector las herramientas para que él mismo desvirtúe

el poder establecido, de otra forma, afirmar una verdad en el plano discursivo sería legitimarse como investigador y auto-empoderarse desde el positivismo científico.

Lo que las personas dicen depende del contexto particular en el que se esté hablando y de la función que cumpla en esas circunstancias; de esta manera, cuando las personas se involucran en una interacción discursiva, construyen y negocian significados, o la 'realidad' misma sobre la que están hablando. En este sentido, el análisis del discurso da cuenta de la variabilidad inherente en lo que las personas dicen (Pardo, 2007, p. 34).

Se entiende entonces que toda construcción discursiva de parte de un medio de comunicación, particularmente los medios gráficos que aquí se tienen en cuenta; construyen e imponen temas y agendas mediáticas, a partir de sus intereses políticos y económicos. Se está frente a líneas de investigación que han sido claramente expuestas en la Escuela Francesa (Benveniste, Foucault) donde los aspectos psicosociales son características fundamentales para significar lo expresado.

Entonces las apuestas discursivas de los dos grandes medios gráficos de la Argentina que van construyendo, en las notas que aquí se analizarán y que se han denominado como la representación de un *periodismo de ajuste*, no responden simplemente al desarrollo de un *periodismo light*. Se trata más bien de una construcción discursiva descontextualizada de las realidades sociales que implican temáticas tan serias como la inflación, los tarifazos, la disminución del consumo por parte de los ciudadanos, la disminución en la calidad de la alimentación, la vivienda y la movilidad en el transporte público. Es un proceso de imposición discursivo que plantea una verdad teórica, por encima de una verdad empírica y pragmática que se vive día a día en el país. Como lo apunta Foucault:

Estamos sometidos a la verdad también en el sentido de que la verdad hace ley, produce el discurso verdadero que al menos en parte decide, transmite, lleva adelante él mismo efectos de poder. Después de todo, somos juzgados, condenados, clasificados, obligados a deberes, destinados a cierto modo de vivir o de morir, en función de los discursos verdaderos que comportan efectos específicos de poder (Foucault, 1992, p. 35).

## Las palabras y sus representaciones

Para interpretar la *representación* como concepto desde una acepción básica, es válido decir que «Representación significa usar el lenguaje para decir algo con sentido sobre el

mundo, o para representarlo de manera significativa a otras personas» (Hall, Stuart, 2010, p. 447). Retornando entonces con nuestra reflexión hay que decir que en ese proceso de dar sentido y simbolizar cosas, personas, situaciones, grupos sociales, comunidades, procesos, etc; se involucran dos sistemas de representación. Por una parte se encuentra aquel sistema que a partir de la correlación de un conjunto de conceptos o «representaciones mentales» al que cada individuo perteneciente a una sociedad y por ende a una cultura, le permite interpretar el mundo que lo rodea. Sin embargo, un «mapa conceptual compartido» no es suficiente, por lo que es el «lenguaje compartido», aquel que se constituye de *signos*, el segundo sistema de representación que permitirá construir sentidos:

Estos signos están en lugar de, o representan, los conceptos y las relaciones conceptuales entre ellos que portamos en nuestra cabeza y su conjunto constituye lo que llamamos sistemas de sentido de nuestra cultura (Hall, Stuart, 2010, p. 449).

Es así como los signos traducidos en palabras, sonidos o imágenes nos permiten expresar, construir y comunicar sentidos.

Es entonces cuando el despertar del *giro lingüístico* influencia notablemente la teoría de la representación propuesta por Michael Foucault. Uno de los principales aportes a este problema, es que antes que reconocer la producción de sentido, el autor reconocía la producción de conocimiento, justificada no en el lenguaje, sino en el discurso como construcción de poder en la sociedad y sobre los diferentes cuerpos de los individuos que conforman dicha sociedad. «El trabajo de Foucault estaba mucho más fundado históricamente, y daba mayor atención a las especificidades históricas que el enfoque semiótico» (Hall, Stuart, 2010, p. 468). De cómo esas condiciones contextuales contenían relaciones de poder a partir de un sistema de representación basado en el discurso. En ese sentido hay que aclarar que cuando planteó que nada existe fuera del discurso, se refería al hecho de que «las cosas y acciones físicas» cobran sentido «y se convierten en objeto de conocimiento dentro del discurso»:

Las cosas significan algo y son “verdaderas”, decía, *sólo dentro de un contexto histórico específico*. Foucault no creía que se encontraran los mismos fenómenos a través de diferentes períodos históricos (Hall, Stuart, 2010, p. 470).

Y, si bien estas construcciones de poder a partir del discurso están ancladas a los intereses de clases sociales dominantes y por ende a estructuras sociales, políticas y económicas; el autor de *Las Palabras y Las Cosas* se oponía al reduccionismo económico y de clase de la teoría marxista, puntualmente frente al concepto de *ideología*.

Se comprende que en el proceso de ejercer el poder de *unos* sobre *otros* se constituye a través de la autoridad que crea *verdades* con implicaciones y efectos materiales y reales a partir de *construcciones, regulaciones y prácticas disciplinarias*. Esta postura teórica da licencia para proponer que las construcciones representacionales sociales y mediáticas de las realidades políticas durante el gobierno macrista, fueron minimizadas, deslocalizadas y disfrazadas de tendencias, naturalizaciones y modas que deben ser adquiridas por aquellos que son víctimas de las consecuencias de un modelo económico y político diseñado para el beneficio de unos pocos, es decir, de una clase dominante y de elites.

### **Construcción cool**

Este trabajo forma parte de un informe en el que se relevaron las ediciones *On-line* de los diarios *Clarín* y *La Nación*, comprendidas entre enero de 2016 y febrero de 2019. La búsqueda y lectura de las notas se hizo en función de agruparlas por medio, codificar el uso de determinadas palabras o la recurrencia de algunos temas vinculados con tendencias que eran desarrollados mediáticamente en los diarios; esas denominadas *nuevas, tendencias y modas* relacionadas con estilos de vida que naturalizan las precariedades y las reducciones del consumo y del bienestar familiar y social. Se trazaron diferentes cruces temáticos que conllevaron a proponer categorías de análisis como: educación, vivienda, consumo, jubilación, inflación, tarifazos, desocupación y alimentación será la conformación del corpus categorial. Por una cuestión de presentación, en este trabajo solo desarrollaremos una.

### **Inflación vs normalidad (2015-2019)**

La inflación económica en la Argentina no es un tema reciente, más bien se trata de una problemática endémica a la que han tenido que sufrir y sobrevivir quienes habitan el país. Es por ello que sería complejo pretender desarrollar en este trabajo un panorama detallado e histórico sobre esta temática de la economía y el mercado; sin embargo sí es posible apuntar a una comprensión general, máxime cuando este tema convive en la cotidianidad de las y los argentinos. Lo que sí está claro es que es un país con una cultura inflacionaria que ha sido utilizada por presidentes y ministros de economía para fuertes medidas de ajuste que generalmente afectan a los grupos sociales más vulnerables.

La inflación influye sobre el reparto de la riqueza. Es así como las diversas *soluciones* propuestas, reflejadas en el ajuste, implican la reducción de inversión al gasto público, el aumento a los impuestos sobre el consumo, la no emisión de moneda y la congelación de los salarios; sin embargo, lo que no contemplan muchas de estas *soluciones* es la reducción de las superganancias de las grandes empresas que influyen en la economía nacional. Todo ello se traduce en crisis político sociales.

Así pues, las políticas económicas que ha adoptado ese gobierno, claramente beneficiaron a un pequeño sector social y económico que ha sumado grandes ganancias a costa del sufrimiento y la escasez que enfrentaron los grandes sectores sociales de las clases medias y bajas. Interpretando y ubicando dicho panorama, respecto de los datos históricos de la economía argentina, se esperaría que el encubrimiento periodístico de los grandes medios informativos se tomara el trabajo de contextualizar y reflexionar sobre las radiografías sociales que generaron esa inflación desmedida. Sin embargo, a continuación se presentan algunas de las notas publicadas desde el 2015 en los diarios *Clarín* y *La Nación*, que suavizan, disfrazan y tornan los efectos de la inflación como tendencias, normalizaciones y cambios que deben asumir algunos grupos sociales<sup>1</sup>.

### Los argentinos son los mejores preparados del mundo para responder sobre temas de inflación, según el diario *La Nación*



«Precios que suben... y aportan al conocimiento»

Aquí, lo que destaca es que los argentinos son los mejores preparados del mundo para responder sobre temas de inflación, por sobre la media.

«El test les fue realizado a 150.000 personas de 140 países por la consultora Standard & Poor's, y el análisis de los resultados estuvo a cargo de técnicos del Banco Mundial y de la Universidad de Washington».

El sacrificio del ciudadano como práctica de consumo, remarca el diario Clarín a sus lectores.



### La alimentación. Más ahorro comiendo menos

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en las convenciones internacionales que el país ha suscrito se establece el derecho a la satisfacción de las necesidades básicas, entre las que se encuentra la alimentación. En junio de 2018 la Universidad Católica Argentina presentó su informe anual sobre la situación de la infancia, el 17,5% de la población se alimenta en comedores escolares o comunitarios, mientras el 8% presenta un déficit severo en la alimentación. Esto significa que casi uno de cada cinco redujo su dieta de alimentos en los por problemas económicos, en tanto el 8% dijo haber pasado hambre. El grupo mejor ubicado en el indicador son los alumnos de primaria, que tienen un mayor nivel de asistencia, contra los menores de seis años y los adolescentes.

**El diario *Clarín* y su *periodismo de ajuste*, basado en un «análisis sociológico de cambios de conducta» pregona la idea de ciudadano austero, ahorrativo y con conciencia de clase.**



Se fomenta la idea de ahorro, pero se omite hablar de que los ciudadanos muchas veces recortan en comida para pagar los servicios.

**Pasiones argentinas /costumbres cada vez más argentinas.**

**Edición del 1 de febrero de 2019.**



**La intencionalidad evidente de *Clarín* en resaltar la decencia y dignidad de los más pobres.**



Después pensás que alguien que literalmente sale de entre la basura, debe ser una de las personas más decentes del mundo. Claro: si no tenés la desgracia de haber caído tan pero tan bajo, honestos deberíamos ser todos. ¿Pero qué hacemos si una persona viene de la mierda? Apretamos los labios, lamentamos la situación y seguimos de largo. Tardamos en comprender que quizá hayamos estado delante de una de esas honestidades conmovedoras.

Se trata entonces de reflexionar como en este caso, sobre un grave contexto político económico que ha conllevado a muchos argentinos a buscar su alimentación en los tachos de basura, algo inhumano si se quiere ser solo simplista, el medio lo humaniza y lo enaltece. Y así la opinión construida y publicada en el diario intenta desarrollar una construcción discursiva desde alguna emotividad insultante que reconoce valores, fortalezas y dignidades en el accionar de estas personas. Se les reconoce como «honestidades conmovedoras».

### **Nuevas posibilidades de alimentarse y estar en la vanguardia**

Según grandes investigaciones internacionales (citadas por los diarios *Clarín* y *La Nación*) existen amplias posibilidades de alimentarse que no se han tenido en cuenta y que podrían ayudar a ser cada vez más ahorrativos.

Comer tierra, ingerir alimentos vencidos, o quitar el desayuno de nuestra rutina serían las nuevas tendencias internacionales que vendrán y que se asemejan mucho a las realidades de los argentinos.

## Una alimentación más sana, naturista y sobretodo barata. Comer tierra.

Edición del 13 de enero de 2019

Increíble. Ni las dietas altas en proteínas, ni las bajas en grasas, ni las ricas en carbohidratos, ni siquiera las equilibradas. El nuevo sorprendente método para adelgazar no utiliza ninguna de esas fórmulas, sino algo mucho más sencillo: **comer tierra.**

Clarín BUENA VIDA

Insólito

Hallaron el método más increíble para adelgazar: comer tierra

Una investigación descubrió que la arcilla tiene la posibilidad de absorber gotas de grasa en el intestino.



### A modo de cierre

La influencia de los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública es un tema muy debatido en el ámbito académico. La importancia de la lucha por el poder simbólico, las disputas y acuerdos alrededor del sentido común, son temas que se dejan visualizar en la construcción de las noticias de los medios hegemónicos en la Argentina.

Se evidencia un rol de los medios en imponer un relato hegemónico, que lo que busca es ocultar una realidad, perjudicial para el gobierno, para seguir siendo los bufones de los gobierno de turno. Así es como, los diarios *Clarín* y *La Nación* con sus prácticas periodísticas representan a los poderes concentrados de la economía, que a partir de las notas y editoriales que producen, desarrollan escenarios que disfrazan la realidad económica y política del país. En sus páginas se escriben notas sin contenidos, sumidas en una aparente objetividad y recargadas de modas y tendencias, que dejan entrever la intencionalidad explícita de querer tapar el sol con las manos. Parecen haber instalado

una cortina de humo, una engañosa situación económica y social, que nada tiene que ver con la crisis y *ajustazo* que llevó adelante el gobierno de la alianza Cambiemos.

Sin lugar a dudas, la respuesta frente a qué hacen los medios con sus audiencias recae en la clara intencionalidad de los medios en ejercer poder sobre el sector político y tener el dominio del relato hegemónico.

El lugar y el espacio que ocupa una noticia en el diario influyen de manera fundamental en la percepción por parte del lector. Relativizar su importancia y favorecer a que una determinada información pueda pasar más o menos desapercibida en función de los intereses del medio, es moneda corriente en la Era de la sobre-información y la manipulación informativa.

Los medios bajo la apariencia de informar, establecen en realidad una jerarquización interesada de las noticias, que colabora con los intereses del medio y sus relaciones con el poder. El contexto en el que es presentada una noticia, como su contenido (generalmente tendencioso), puede influir de forma importante en su interpretación. Y aún peor, cuando las noticias son maquilladas, disfrazadas, convirtiendo la pobreza, el ajuste, la crisis, en relatos justificados y avalados por estudios sociológicos y consultores americanos que los definen como estilos y tendencias mundiales. Las políticas del gobierno de Mauricio Macri y su impacto en la economía argentina, son ocultadas y transformadas en noticias con variables sociológicas que se han convertido en mecanismos muy perversos de interpretación de la realidad.

## Referencias

Alonso, G. y Di Costa, V. (2015). *Más allá del principio contributivo: cambios y continuidades en la política social argentina, 2003-2011*. Estudios Sociológicos XXXIII: 97, 2015.

Ámbito Financiero (2018, Febrero 27). «El consumo masivo arrancó a la baja por tercer año consecutivo: cayó 2% en enero». Recuperado de <https://www.ambito.com/el-consumo-masivo-arranco-la-baja-tercer-ano-consecutivo-cayo-2-enero-n4013698>

Balinotti, N. (17/11/2018). «La vigencia de la huelga como protesta divide a los gremios». En *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2192598-la-vigencia-de-la-huelga-como-protesta-divide-a-los-gremios>

Do Rosario, J. (7/2/2017). «El consumo registró su peor nivel en 10 años durante 2016 y la gente ahora resigna marcas por los precios». En *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/economia/2017/02/07/el-consumo-cayo-un-47-en-2016-y-se-resignaron-marcas-por-los-precios/>

Calvo, E., & Aruguete, N. (Enero - Junio de 2018). «#Tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales». En *Inmediaciones de la Comunicación*, 13(1), 189-213. doi:<https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.1.2831>

«En emergencia alimentaria» (5/9/2018). En *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/140049-en-emergencia-alimentaria>

Foucault, M. (1992) *Genealogía del racismo: de las guerras de las razas al racismo de Estado*. Madrid, España: Ediciones de La Piqueta.

Hall, S. (2010). «Estudios Culturales: Dos paradigmas». En E. Restrepo, W. Catherine, & V. Vich, *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en Estudios Culturales* (págs. 30-50). Popayán, Lima, Bogotá, Quito: Envién Editores. Instituto de Estudios Peruanos, Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar Universidad Javeriana, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.

----- (2010). «Significación, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas». En E. Restrepo, W. Catherine, & V. Vich, *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en Estudios Culturales* (págs. 194-220). Popayán, Lima, Bogotá, Quito: Envién Editores, Instituto de Estudios Peruanos, Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar Universidad Javeriana, Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.

Instituto Patria (13-12-2018). «Solicitud de declaración de la emergencia nutricional y alimentaria nacional». Recuperado de <https://www.institutopatria.com.ar/solicitud-de-declaracion-de-la-emergencia-nutricional-y-alimentaria-nacional/>

Laclau, E. y Mouffe Ch. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid, España: Siglo XXI.

Pardo Abril, N. G. (2007). *Cómo hacer análisis crítico del discurso: Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, Departamento de Lingüística, Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura.

«¿Qué propone la ley de emergencia alimentaria?» (15/11/2015). En *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2082530-que-propone-la-ley-de-emergencia-alimentaria>

«Un 2019 con menos asistencia alimentaria» (26/11/2018). En *Página/12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/157973-un-2019-con-menos-asistencia-alimentaria>

Rapoport, M. (2018). *Una revisión histórica de la inflación argentina y de sus causas. Aportes de Economía Política en el Bicentenario de la Revolución de Mayo*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo.

Rosso, F. (17-7-2016). «El día que Julio Blanck confesó a La Izquierda Diario el 'periodismo de guerra' de Clarín». En *La Izquierda Diario*. Recuperado de <http://www.laizquierdadiario.com/Julio-Blanck-En-Clarín-hicimos-un-periodismo-de-guerra>

Torres Cabrerros, D. (15-2-2019). «Cayó el consumo en 2018 y ya acumula tres años en baja». En *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/cayo-el-consumo-en-2018-y-ya-acumula-tres-anos-en-baja-nid2220261>

## Notas

---

<sup>1</sup> Para esta ponencia solo se presentarán dos ejes, el trabajo completo enumera varios ítems más.