

# LA POBREZA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



## Martin A. Maldonado

Doctor en Ciencia Política. Investigador del Conicet. Profesor del Instituto de Investigación y Formación en Administración Pública, y de la Universidad Nacional de Córdoba.

[martinmaldo@hotmail.com](mailto:martinmaldo@hotmail.com)

## Resumen

*Al tratar temas sensibles como la pobreza y la exclusión social los medios de comunicación desnudan sus propias miserias. La lógica de producción de las noticias y la creciente presión económica a la que se ven sometidos hacen que los medios de comunicación reproduzcan atropellos similares a los que el mercado y el estado ejercen sobre las personas en situación de pobreza. En esta breve propuesta se hacen visibles cuatro mecanismos negativos con los que los medios de comunicación producen y reproducen pobreza: Invisibilizar, Individualizar, Estigmatizar y Espectacularizar. Se proveen ejemplos de titulares de los diarios gráficos de mayor circulación en la Argentina para concluir con una recomendación de tipo Paretiana: al tratar casos de pobreza o de exclusión los medios de comunicación debieran asegurarse de que su intervención mejora la vida de las personas con las que trata, o al menos no las empeora.*

*Palabras clave:* Pobreza; Medios; Mecanismos.

## Abstract

*When addressing poverty and social exclusion mass media discloses its own shortfalls. Economic constraints, lack of time and meager processes of news production determine that poverty issues and cases are often treated carelessly. Four pernicious mechanisms with which mass media produce and reproduce poverty are presented in this article: Invisibilization, Individualization, Stigmatization and Spectacularization. Examples of news headlines from major argentine newspaper are provided to illustrate each mechanism. A Paretian conclusion affirms that mass media have a responsibility on the impact or their coverage, so they must be sure that they do not harm the lives of the people they deal with, especially of the weak and the poor.*

*Keywords:* Poverty; Mass Media; Mechanisms.

## I. INTRODUCCIÓN

Al tratar temas sensibles como la pobreza y la exclusión social los medios de comunicación desnudan sus propias miserias. En ocasiones el tratamiento poco elaborado de temas vinculados a pobreza produce perjuicios a los grupos y a las personas con las que trata.

Los compromisos políticos no explícitos, la lógica de producción de las noticias, la falta de tiempo y de recursos y los condicionantes económicos en los que se ven inmersos, hacen que a menudo los medios de comunicación reproduzcan atropellos similares a los que el Estado y el mercado ejercen sobre las personas en situación de pobreza. Sensacionalismo, efectismo y espectacularidad son algunas de las desviaciones mediáticas con las que las coberturas sobre temas de pobreza son presentadas en diarios y en televisión. Testimonios recortados, casos presentados de modo parcial o fuera de contexto, connotaciones negativas basadas en preconcepciones, reproducción de noticias sin chequear fuentes ni hechos, y conclusiones apuradas que no representan el sentir de los protagonistas son algunas de las faltas en las que se incurre. La evaluación por parte de los medios del impacto que tienen sus propias noticias en las vidas de los grupos y de las personas es, por cierto, nula. ¿Se alivian o se agravan las situaciones de pobreza al tratarlas en los medios? ¿Qué le pasa a un grupo o a una persona cuando sus miserias son expuestas en los medios masivos de comunicación? La pregunta no es menor y debiera ser hecha por los mismos periodistas y responsables de los medios.

Este breve artículo tiene por objetivo visibilizar y denunciar cuatro perniciosos mecanismos con los que los medios de comunicación producen y reproducen pobreza: Invisibilizar, Individualizar, Estigmatizar y Espectacularizar. Se presentan breves definiciones de cada uno de estos mecanismos y ejemplos ilustrativos extraídos de los diarios de mayor circulación de la Argentina. Se concluye que el impacto que tienen los medios al hacer coberturas sobre las vidas de las personas es función del poder o influencia que esas personas puedan ejercer sobre los medios y viceversa, y que los medios debieran tomar mayor responsabilidad sobre estos impactos.

## II. CUATRO MECANISMOS

Invisibilizar, Individualizar, Estigmatizar y Espectacularizar son cuatro mecanismos mediante los cuales los medios de comunicación producen y reproducen pobreza (no necesariamente de modo intencionado). El marco teórico conceptual de referencia es la biblio-

grafía elaborada por la ONG noruega Comparative Research on Poverty (CROP)<sup>1</sup> a principios de la década del 90 y que adoptó para Latinoamérica el grupo CLACSO/CROP. En esta suerte de marxismo agudizado y *prêt-à-porter* se hacen visibles y se denuncian prácticas políticas, económicas, institucionales y culturales que producen y reproducen pobreza. Los medios masivos de comunicación no están exentos del análisis; está ampliamente probado que tienen una gran influencia en la formación de valoraciones y percepciones en torno a la pobreza y a los pobres (Larsen 2013).

Se definen y ejemplifican a continuación estos cuatro mecanismos.

**Invisibilizar** es no ver, no nombrar, no publicar, no poner en agenda. Es sacar una foto donde el fondo no permite ver la figura que se tiene en frente. Invisibles siempre hubo y siempre habrá. Cada cambio de sistema económico o de corriente política deja una estela de perdedores que son oprimidos e invisibilizados. En 1962 el sociólogo Michael Harrington escribió un libro titulado "La Otra América" en el que denunció las condiciones de extrema pobreza en la que vivían más de 50 millones de norteamericanos, invisibles a una sociedad de posguerra que disfrutaba de niveles de consumo y de confort sin precedentes.

En Argentina hay entre 14 y 16 millones de pobres que no son detectados por las mediciones oficiales y que por lo tanto no reciben ninguna consideración por parte del estado. Estos pobres invisibles, que se ubican por encima del 32,2% de pobreza medida en septiembre del 2016 por el INDEC, tienen casa y auto, tienen acceso a todos los servicios públicos y tienen trabajo (de dos a cuatro fuentes de ingresos por hogar entre empleos formales, informales y changas). Sin embargo, estas familias llegan a fin de mes sin poder cubrir las expectativas que tenían. Son pobres invisibles a los ojos del Estado y a los ojos de la sociedad.

Cuando en el año 2014 el gobierno kirchnerista escondía los índices de pobreza, el Diario Página 12 (con afinidad al oficialismo) proponía aproximaciones antropológicas, culturales y etnográficas al análisis de la pobreza eligiendo entablar un debate ideológico en torno a la "Pobreza de Ideas" en lugar de cubrir los casos concretos y reales de pobreza que se multiplicaban por todo el país (y en concreto los graves casos de desnutrición que se registraban en el NEA). Infantilizar, parcializar y simplificar realidades complejas son otras variantes de la invisibilización.

<sup>1</sup> [www.crop.org](http://www.crop.org)

## Pobreza de ideas

Por Luis Bruschtein

El que dice que el país está igual que con Menem no está discutiendo el índice de pobreza sino un proyecto político y un modelo económico. Al mensaje real que se mueve en el trasfondo de esa discusión no le interesa la pobreza sino que busca demostrar que el Estado presente —el que regula y distribuye— es lo mismo que el Estado ausente —el que facilita que los poderosos se sean aún más—. Los portavoces de esa equiparación tan desigual se sienten afectados por ese Estado que regula y distribuye, con lo cual ya de por sí está demostrando que uno y otro no son lo mismo. Interesada en desgastar al Gobierno, la mayoría de la oposición intervino esta semana en esa discusión, pero de esa manera entró una vez más en el



Imagen: DyN

## La princesa Johana ya está en su castillo

Johana Mercado, la niña escolta de la Bandera que vivía con su familia bajo el puente Maipú, recibió una vivienda en Villa Bustos.

La pequeña casa de Villa Bustos, al sudeste de la ciudad de Córdoba, no es una más del barrio. Es el castillo soñado por una princesa, que, al igual que la Cenicienta, abandonó el piso de tierra para vivir en el palacio que tanto había anhelado.

La princesa es Johana Mercado, la niña que a pesar de vivir bajo el puente Maipú del centro de la ciudad, resultó primera escolta en la Escuela Grecia de barrio San Vicente. El caso tomó estado público cuando fue reflejado por los medios de comunicación a principios de diciembre.

**Individualizar** es contar historias de pobreza en primera persona describiendo en detalle los sufrimientos de los protagonistas sin ofrecer ninguna referencia al contexto político, económico y social en el que se produce esa situación de pobreza. Son notas ahistóricas, apolíticas y descontextualizadas donde el único mérito de sus protagonistas es ser pobres y mostrar a todo el mundo su sufrimiento. Esta cosmovisión de la pobreza es característica de la literatura clásica, bucólica y romántica donde se hacen elaboradas descripciones de la rutina diaria de sus protagonistas. El Lazarillo de Tormes, Oliver Twist y Tom Sawyer son íconos de esta literatura que encontró su versión moderna y latinoamericana en El Chavo del 8. No es casualidad que todos los protagonistas de estas historias sean niños y huérfanos: cuando una historia tienen a un niño como protagonista se intenta con ello resaltar su pureza, su

inocencia, su candidez, que es el modo en el que se presenta la pobreza.

El Diario La Voz del Interior de Córdoba cubrió durante más de 8 años la vida de Johana Mercado, una niña que fue abanderada en su escuela y que fue elegida por el diario no por haber sido abanderada sino porque vivía en una casilla debajo de un puente.

**Estigmatizar** es poner etiquetas o rótulos con alta carga negativa a las personas. Se trata de un acto de poder en el que rótulos como “marginales”, “beneficiarios”, “vagos”, etc. se imponen sobre las personas borrando todas las otras características de su historia o de su realidad. Ervin Goffman escribió en 1963 *“Estigma. La Identidad Deteriorada”* un clásico de la sociología en el que se explica cómo los estigmas encasillan a las per-

## "Ni Ni", semillero de delincuencia

Por Alberto Atienza - Escritor y periodista

Los muchachos "Ni Ni". Ni trabajan. Ni estudian. Los narcotraficantes les ofrecen a precio módico (al principio) porros y sobrecitos que les darán, por minutos, una felicidad irreal. Luego llega "el bajón", el doloroso choque con el insobornable hoy previo al oscuro mañana, y se les instala, acaso para siempre, la adicción.

# Compró un repuesto por Internet, reclamó y lo mataron de una puñalada

**Lomas de Zamora** El hombre fue atacado por la espalda cuando se retiraba del lugar luego de discutir con el vendedor, porque la placa para la PC que le había vendido no funcionaba.

Clarín. 03/09/2015.

Compró un Repuesto por Internet y lo Mataron de una Puñalada.

Abandono en un paseo muy transitado por estudiantes, en Barrio Norte

## La plaza Houssay es tierra de nadie

Un sector está ocupado por indigentes que viven allí; hay quejas por la suciedad y denuncias de robos

Por Pablo Tomino  
De la Redacción de La Nación

Camas y colchones apilados que desprenden olores desagradables, sillones situados en el piso general, cajas tendidas sobre cajones de madera y cartones que hacen las veces de alfombra o de protección para el frío.

Unas 30 personas viven hoy en la plaza Houssay delimitada por la avenida Córdoba y las calles Uruburu, Paraguay y Junín, en la zona de Barrio Norte, que hoy es tierra de nadie. Durante años, este sitio fue elegido por los estudiantes para el descanso y la recreación, ya que está próximo a las facultades de Ciencias Económicas, Medicina, Odontología, Ciencias Sociales y Farmacia y Bioquímica de la Universidad de Buenos Aires (UBA). Pero allí hay robos, viven familias de indígenas, es invadida por pasadones de perros y también está ocupada por vendedores ambulantes ilegales.

Hace tiempo que numerosos jóvenes dejaron de utilizar ese predio como sitio de esparcimiento, precisamente cuando el gobierno porteño comenzó, el 22 de junio pasado, con las obras de remodelación en un sector de dicha plaza: la que da a la calle Uruburu y con un plazo de terminación de 180



Unas 30 personas viven hoy en la plaza Houssay; hay camas, colchones malolientes y hasta hacen fuego para alimentarse

La Nación. 11/09/2007.

Plaza Houssay.

sonas en rótulos negativos que en el largo plazo destruyen su autoestima y afectan su integración social.

El Diario Los Andes de Mendoza hace una relación directa entre los jóvenes Ni-Ni (jóvenes que ni estudian ni trabajan) y el consumo y tráfico de drogas y la delincuencia sin hacer ninguna investigación propia y sin contar con ninguna estadística oficial para sostener semejante afirmación. En otras publicaciones he propuesto que el estigma de los Jóvenes Ni-Ni sea reemplazado por el de Adultos Ni-Ni (adultos que ni dan el ejemplo ni dan oportunidades a los más jóvenes) pero, como se concluye más adelante, la capacidad de administrar estigmas es una muestra de poder.

**Espectacularizar** es presentar situaciones de pobreza extrema de modo sensacionalista, exacerbando los rasgos violentos y amarillistas de las situaciones marginales. Guiones épicos creados para impactar, con ribetes policiales, producción y postproducción hollywoodenses y música grandilocuente (de cumbia, por ejemplo) presentan situaciones de pobreza en su faz bizarra, en una versión vernácula de lo que Guy Debord llamó en 1967 “*La Sociedad del Espectáculo*”.

El Diario Clarín suele publicar notas donde se da muerte a una persona “por un par de zapatillas”, “porque lavaba el auto en la vereda” o “para robarle 20 pesos”. En la nota que se adjunta se aclara que el

repuesto comprado valía \$150 y que la víctima fue degollada por reclamar.

### III. A MODO DE CONCLUSIÓN

Los medios de comunicación tienen una responsabilidad ética sobre lo que publican. El impacto que puede causar sobre una persona una cobertura de su vida o de su realidad en los medios de comunicación es función del poder o influencia que esa persona pueda ejercer sobre el medio y viceversa. Al tratar casos de pobreza y de exclusión los medios de comunicación debieran asegurarse de que su intervención mejora la vida de las personas con las que trata, o al menos, en clave Paretiana, que no las empeora.

Afirmar que un lugar es “tierra de nadie” para después describir que allí viven 30 personas en situación de pobreza extrema es, cuanto menos, un acto de injusticia hacia esas personas. Cuanto menos.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Debord, G. (1967): *La Sociedad del Espectáculo*. París: Buchet-Chastel.
- Goffman, E. (1988): *Estigma. La Identidad Deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Harrington, M. (1962): *La Otra América. Pobreza en los Estados Unidos*. New York: Penguin Books.
- Larsen, C.A. (2013): *The Rise and Fall of Social Cohesion: the construction and de-construction of social trust in the US, UK, Sweden and Denmark*. Oxford University Press.