

Artículos seleccionados

¿Derecho, plan, subsidio? La representación mediática de la Asignación Universal por Hijo en Argentina

Marina Moguillansky*

Fecha de recepción: 12 de febrero de 2015
Fecha de aceptación: 2 de septiembre de 2015
Correspondencia a: Moguillansky Marina
Correo electrónico: mmoguillansky@gmail.com

*. Investigadora Asistente de CONICET, con sede en la Universidad Nacional de San Martín. Es Doctora en Ciencias Sociales y Magíster en Sociología de la Cultura.

Resumen:

Las desigualdades sociales son continuamente legitimadas y contestadas a través de los discursos públicos, en un proceso recursivo cuyos resultados son contingentes. En los años recientes, se han desplegado en la Argentina una serie de políticas de redistribución del ingreso y de ampliación de derechos que generaron reacciones antagonistas en ciertos sectores sociales. Los discursos públicos mediáticos han mostrado y contribuido a conformar una serie de controversias acerca del carácter, los efectos y la legitimidad de dichas políticas. En este trabajo se propone un análisis crítico de los discursos de la prensa gráfica sobre la Asignación Universal por Hijo, como rodeo que nos permite rastrear los imaginarios acerca de las desigualdades sociales y la pobreza en la Argentina.

Palabras clave: Desigualdad - AUH - Discurso mediático.

Abstract

Social inequalities are constantly legitimated and contested through public discourses, in a recursive process with contingent outcomes. In recent years, the government has been implementing redistributive policies and targeting the extension of social rights, thus generating antagonistic reactions in certain social sectors. Media discourses have shown and contributed to produce controversies on the character, effects and legitimacy of these policies. In this article we propose a critical analysis of press discourses on the Universal Child Allowance, as a way to search for the imaginaries on social inequalities, poverty and their link to social policies in Argentina.

Key words: Inequality - Universal Child Allowance - Media discourse.

Introducción¹

La encuesta Latinobarómetro, que se realiza periódicamente en países de América Latina y el Caribe, mostró en su informe de 2012 un resultado preocupante: una amplia mayoría de los argentinos considera que las personas que reciben ayuda de programas sociales del gobierno son vagos. Entre los países de la región, la Argentina ostentaba el primer puesto como la sociedad que más condena a los receptores de políticas sociales. Este dato que podría resultar anecdótico, debe leerse en el contexto de las recientes controversias que poblaron el escenario mediático en la Argentina y las diversas manifestaciones públicas de distintos sectores de la oposición que, aún sin consignas claras, dejaban ver una reacción antagónica frente a las políticas sociales de redistribución² llevadas adelante por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.

A partir de estos datos interrogaremos la conformación de imaginarios sociales en la Argentina, los cambios culturales recientes y las controversias políticas que están moldeando la época. ¿Tiene la Argentina un imaginario dominante que estigmatiza a los receptores de políticas sociales? ¿Cómo se perciben socialmente las políticas de redistribución del ingreso y a sus beneficiarios? Para responder a estas preguntas, será necesario clarificar la relación entre los

discursos, los imaginarios y los actores sociales; para luego producir un análisis crítico basado en datos empíricos. En este artículo se presenta una discusión acerca de la configuración de imaginarios sobre las desigualdades sociales en la Argentina, a través del análisis de los discursos mediáticos sobre la principal política social de la actualidad, la *Asignación Universal por Hijo para la Protección Social*.

En la primera sección se propone una discusión teórica sobre las relaciones entre discursos mediáticos, elites y desigualdades; y se describe el dispositivo metodológico de la investigación, basada en una combinación del análisis crítico del discurso y de la teoría del encuadre de las noticias. Luego desplegamos el análisis crítico de las representaciones de la prensa gráfica acerca de la AUH, en tres movimientos: en primer lugar, reconstruimos la cobertura de *La Nación* y *Clarín* sobre el anuncio de la AUH; luego discutimos las principales controversias que se han tematizado con posterioridad; y en tercer lugar nos ocupamos de definir las estrategias retóricas y enunciativas del discurso mediático. Una vez expuesto el análisis del discurso mediático sobre la AUH, retornamos sobre nuestra pregunta inicial, para reconstruir los imaginarios de la desigualdad y de la pobreza que se encuentran implícitos en dichos discursos sociales, e indagar la eficacia de los relatos mediáticos en la construcción de sentidos comunes.

1. Este artículo es resultado de una investigación que contó con un subsidio PUENTE de la Universidad Nacional de San Martín (2013-2014), bajo mi dirección y con el título "Análisis de los soportes simbólicos de la desigualdad. Los casos de Argentina y Brasil". Una versión previa fue discutida en las VII Jornadas de Sociología de la UNLP, por lo cual deseo agradecer los comentarios de Andrés Stefoni en dicha oportunidad, así como de las sugerencias de los revisores anónimos de la revista.

2. Durante el cacerolazo opositor realizado el 11 de junio de 2012 en Buenos Aires, diversos programas periodísticos recogieron los siguientes testimonios de manifestantes: "Que paren con los planes no trabajar, que esto no es Venezuela ni Cuba"; "Estoy podrido de que mantengan a la gente pagándoles los planes y las asignaciones"; "Es un clientelismo político de gente ignorante que por darle un plan, por darle plata, lo único que hace es formar gente que no piense para que la voten".

Discurso y desigualdades. Aspectos teórico-metodológicos

En la Argentina, un niño que nace en Formosa o Jujuy tiene más del doble de posibilidades de sufrir muerte neonatal que en la Ciudad de Buenos Aires (MSAL, 2012). Sus chances de vivir en un hogar con Necesidades Básicas Insatisfechas son tres veces mayores en Chaco, Formosa, Jujuy, Salta y Santiago del Estero, que en la capital o en provincias como Córdoba, La Pampa o Santa Fe (INDEC, 2011). En la escuela, sus resultados educativos probablemente serán inferiores a los que obtienen los alumnos en las zonas mejor provistas del país (PISA, 2012). Cuando crezca, si su tez no es blanca, tendrá menos probabilidades de conseguir empleo, y en el caso de conseguirlo, tendrá más chances de que sea en el sector informal, sin aportes ni derechos laborales, y obteniendo un sueldo menor (Salvia, 2010). La Argentina es un país desigual por la distribución diferencial del bienestar y las posibilidades vitales -infraestructura, recursos, servicios, capital humano, ingresos- en las diferentes regiones del país; por la existencia de una gran desigualdad de riqueza y de ingresos entre sectores sociales y por la eficacia de una serie de mecanismos de discriminación racial y cultural que, de modo silencioso, reproducen este orden social.

La desigualdad social es el resultado de procesos históricos de larga data en América Latina, que continúan hasta el presente a través de interacciones sociales asimétricas que incluyen explotación y exacción de los sectores sociales subalternos. La configuración social de las desigualdades se construye a través de la interacción social sostenida en el tiempo. Sus efectos se manifiestan en una acumulación dinámica de ventajas y desventajas por parte de distintos grupos sociales que se apropian de ciertos bienes materiales y simbólicos. Este proceso de desigualación es legitimado de manera continua a través de discursos e instituciones que consolidan, justifican y naturalizan un cierto orden social y una específica división del mundo social.

Indagar la desigualdad social requiere mirar no sólo la pobreza sino también la riqueza. En la

región existen elites capitalistas, terratenientes y rentistas que concentran altos niveles de riqueza y ganancias, que han desarrollado una gran capacidad para mantener sus privilegios a través de diversos mecanismos como la concentración de tierras, capitales y cargos que resultan fuentes de ingresos; la segregación habitacional, educacional y matrimonial, entre otros (Reygadas, 2008). Por supuesto, se valen también de mecanismos culturales y discursivos que legitiman su posición favorecida. Al respecto, la teoría crítica de Van Dijk (2003) señala los vínculos entre dominación, desigualdad social y racismo, identificando al discurso de las elites como una de las fuentes privilegiadas para sostener el orden social. Los actores sociales construyen límites y fronteras internas empleando los repertorios culturales disponibles, que a su vez son moldeados por los discursos públicos e institucionales. En América Latina, entre dichos repertorios culturales son históricamente dominantes los discursos racistas, que operan como resguardo y justificativo de los privilegios de las elites. El discurso racista, señala Van Dijk, formula una representación positiva del “nosotros” contrapuesta a una representación estigmatizando de los “otros”, construyendo constantes polarizaciones; cuando se tematiza a los “otros” los tópicos son siempre negativos, y por último, es un tipo de discurso que no se dirige a los “otros” como potenciales receptores, es decir, no los incluye en la comunicación.

En este trabajo proponemos articular el análisis crítico del discurso (Van Dijk, 2008; Fairclough, 1995) y la teoría del encuadre (Goffman, 1974). La perspectiva del encuadre o *framing* conceptualiza las estrategias de construcción, selección y énfasis de ciertos datos o dimensiones, que contextualizan y promueven interpretaciones privilegiadas a través del uso de marcos específicos. Según Entman, el encuadre se basa en “seleccionar ciertos aspectos de una realidad percibida y volverlos más salientes en un texto comunicativo, de tal manera que se promueve una particular definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento” (1993:52). Las operaciones de encuadre se realizan a través de la selección léxica, la jerarquización, la focalización, el uso de

metáforas y la tonalización, entre otros recursos lingüísticos. En las últimas décadas, se ha aplicado la teoría del encuadre al análisis del discurso de los medios de comunicación mostrando su capacidad para producir interpretaciones críticas basadas en datos empíricos (Entman, 1991; Aruguete, 2011, 2007).

Esta investigación se basa en el análisis de discursos públicos contemporáneos que muestran argumentaciones, evaluaciones y valoraciones sobre distintos grupos sociales en relación con las políticas redistributivas en la Argentina. El corpus se construyó utilizando los buscadores digitales de Clarín y *La Nación*. Se delimitó el período que va de 2009 a 2014, iniciando en el año de implementación de la Asignación Universal por Hijo para Protección Social. Se utilizaron palabras clave para la búsqueda: Asignación + Universal + Hijo. Para obtener noticias de todo el período, se seleccionó un mínimo de diez notas por cada año (y un máximo variable, de acuerdo con la relevancia de las noticias encontradas). Los criterios para la integración del corpus consistieron en que las noticias tuvieran como tema principal la Asignación Universal por Hijo y que hubieran sido publicadas en diferentes secciones y/o suplementos. El corpus obtenido contiene 140 noticias. A modo de complemento y en función de los mismos tópicos, se revisaron algunas ediciones de periódicos oficialistas como *Tiempo Argentino* y *Diario Registrado*, discursos presidenciales y de políticos de diferentes partidos, discursos de opositores en marchas y cacerolazos entre 2011 y 2012.

Controversias públicas sobre la Asignación Universal por Hijo

La *Asignación Universal por Hijo para la Protección Social* fue anunciada el día 29 de octubre de 2009 a través de un discurso presidencial de Cristina Fernández de Kirchner. Mediante el Decreto 1602/09, se creó un subsistema no contributivo que extiende las asignaciones familiares a los niños, niñas y adolescentes residentes en la República Argentina, que no tuvieran otra asignación familiar y que pertenecieran a grupos familiares desocupados o empleados en la economía infor-

mal. La creación de la AUH generó una serie de controversias que se manifestaron en el discurso mediático. La principal disputa era de carácter simbólico y enfrentaba a dos formas opuestas de encuadrar a la iniciativa de la AUH. La pretensión del gobierno era presentar la AUH como una extensión de derechos, mientras que los periódicos dominantes encuadrarían esta política en la esfera de los favores, el asistencialismo y el clientelismo político. En términos de las estrategias discursivas, veremos cómo cada actor social (prensa dominante y gobierno) construye a la AUH.

La propuesta oficial inscribió la medida en el marco de los derechos ciudadanos presentándola como una política de ampliación de derechos. En los fundamentos del decreto, en declaraciones de funcionarios y políticos del oficialismo y en los folletos informativos que distribuye la ANSES es posible leer diversas expresiones que encuadran a la AUH en el marco de los derechos universales. En el Decreto 1602/09, que crea la AUH, aparecen algunos ejemplos de selección lexical, el principal de ellos el propio nombre de la política, pero también "la adopción de políticas públicas", "garantizar la universalidad". Dicho decreto establece relaciones intertextuales con el cuerpo de legislación nacional referente al Régimen de Asignaciones Familiares (Ley n° 24.714), se menciona como fundamento a la Ley de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, los Niños y Adolescentes (n°26.061), enmarcándose así en una concepción de derechos de la ciudadanía. En el discurso presidencial, aparecen también estas marcas lexicales: "con un concepto de universalización de la asignación básica familiar", "la ampliación de la asignación familiar a los hijos de desocupados y de sectores de la economía informal".

El Estado utiliza su poder de nominación y a través de un "rito de institución" (Bourdieu, 2001: 65), construye a la AUH como un derecho. Sin embargo, en el mundo social se produce continuamente una lucha de clasificaciones y esta potestad del Estado es contestada por otros actores sociales. En contraste, los diarios Clarín y *La Nación* enmarcaron la noticia de la creación de la AUH en el contexto de los planes sociales y los

subsidios, asociándolo a las prácticas clientelares, al populismo y la demagogia. Al día siguiente del anuncio, Clarín puso un gran titular en la tapa del diario “Anuncian la Asignación por Hijo y hay polémica”. En la bajada, se leía:

La Presidenta lanzó un subsidio de \$180 por hijo. Alcanza a hijos de desocupados y de trabajadores en negro. La oposición y la Iglesia lo apoyaron, pero cuestionaron que no sea universal como habían reclamado. Además, criticaron que haya salido por decreto y no por consenso. Temen que fomente más el clientelismo. (*Clarín*, 30/10/2009).

En otra noticia, *Clarín* publica que la medida “tiene alcance limitado”, “No es automática ni universal” y anunciaba que “podría excluir al personal doméstico y a los monotributistas”. Al día siguiente, el 31/10/2009, *Clarín* publica una nota titulada: “Los movimientos sociales alertan por el ‘clientelismo’ en la asignación por hijo”. A los pocos días, una noticia publicada por *Clarín*, reitera esta estrategia de encuadramiento, con una columna de opinión firmada por un experto y titulada: “Ingreso para la niñez: Ni universal ni bien financiado”, donde se lee “en el decreto aparecen vicios clientelares” y “será el Gobierno el que decida discrecionalmente a quién le da o niega el nuevo beneficio” (03/11/2009). En estas diversas notas, se hace referencia en forma constante al “nuevo plan”, “plan para la niñez”, “que absorbe a los otros planes sociales”, de modo que se encuadra a la AUH como un plan social en contraposición a la extensión de un derecho.

El diario *La Nación* reaccionó ante el anuncio con una nota de opinión, firmada por el periodista Jorge Oviedo, bajo el título “Un gigantesco riesgo de clientelismo y un impuestazo a los jubilados”. En esta noticia, se califica a la AUH como un plan social que “apunta a transformarse en una colosal operación de compra de votos y punterismo” (*La Nación*, 29/10/2009). No hay matices en este texto, lo cual no sorprende por su carácter editorial; aquí el periodista utiliza reforzadores, apelando a las hipérbolos (colosal, impuestazo), a la reiteración y a la acumulación de argumentos

críticos hacia la política en cuestión. La selección lexical se apoya en expresiones con connotación negativa para descalificar a la AUH (clientelismo, punterismo, discrecional, corrupción, papeleo). Más allá de esta noticia editorial, resulta sugerente la cobertura que el diario otorgó al anuncio, con el título: “Darán una ayuda de \$180 por hijo a todos los desocupados” (*La Nación*, 30/10/2009). En el título podemos observar algunas expresiones significativas: la omisión del sujeto desenfata la agencia del Estado, la selección lexical de “ayuda” encuadra a la AUH como acción caritativa, la no mención de los trabajadores informales -que estaban comprendidos en la normativa- contribuye a encuadrar esta iniciativa como un plan social contra la desocupación. Luego, en el cuerpo de la noticia, se señala que la decisión del gobierno sería “un intento de neutralizar las críticas de la oposición por la falta de políticas contra la pobreza”.

Otra estrategia discursiva en la prensa ha sido la discusión de la cobertura efectiva de la AUH, haciendo uso de una estrategia conocida como el “numbergame” (Van Dijk, 2000), en la cual se producen estimaciones numéricas, a veces sin fuente identificada, que tienden a hiperbolizar la magnitud de un fenómeno o de un problema (en este caso, de los niños que no reciben la Asignación Universal por Hijo). En una noticia de *La Nación* se señalaba:

Partidos de oposición y la Iglesia sostienen que entre uno y cinco millones de niños pobres están fuera del programa. La disparidad de cifras se explica, según los sectores más críticos, por la falta de información confiable. (*La Nación*, 16/03/2010).

La estimación es notoriamente exagerada: en la Argentina hay actualmente alrededor de 12,5 millones de chicos en total, según información del Censo 2010, y la AUH alcanza a una población de 3,5 millones de menores. De modo que, se estaría afirmando que en la Argentina más del 60% de los menores serían pobres. Puede contrastarse esta afirmación con el detallado análisis de la cobertura de la población de niños que ha realizado la investigadora Emilia Roca (2011). En

este mismo fragmento, puede notarse además la selección lexical ("programa").

Los discursos de la prensa dominante proponen un encuadre de la AUH dentro del clientelismo político, operación realizada principalmente a través de la selección lexical, pero también empleando estrategias de jerarquización y focalización. Algunos titulares, que en ocasiones aparecieron en la tapa de los diarios, hacen esta operación explícita: "Para la oposición se mantiene el clientelismo" (*La Nación*, 30/10/2009). El diario Clarín también enfatizó el carácter clientelar de la AUH y sobre todo focalizó sus costos: "Cómo se paga, de dónde sale la plata y quiénes quedarían afuera del plan" (*Clarín*, 29/10/2009). En otras ocasiones, se apela a la paráfrasis de discursos ajenos, de los cuales no se explicita la fuente, para incorporar las acusaciones sobre clientelismo. Un ejemplo de ello se observa en el siguiente fragmento:

La Presidenta dejó de lado la coquetería y se puso los anteojos para leer las cifras sobre la cantidad de inscriptos en el régimen (...). Señaló también que las tarjetas plásticas con las cuales se cobrará la asignación universal llegarán directamente a los hogares, sin intermediaciones. "Hay certeza absoluta de lo que quisimos erradicar", dijo en alusión a las sospechas de clientelismo político. (*Clarín*, 24/11/2009)

Por último y sólo a modo de complemento, hemos observado las elecciones lexicales de los discursos de manifestantes en las diversas marchas y cacerolazos de la oposición,³ en las que se hacen profusas referencias a los "planes no trabajar", "planes descansar", las "ayudas" y el "clientelismo" del gobierno. De estas maneras, se proyectan ciertos sentidos que nos conducen a pensar la AUH no como la extensión de un derecho sino como un plan temporario, que debería desaparecer en el futuro próximo, o incluso como una manipulación política con fines electoralistas. Por su parte, el discurso oficial buscó contrarrestar esta asociación de la AUH con el clientelismo,

a través de los discursos presidenciales que discutían esta interpretación. La presidenta Cristina F. de Kirchner, en un acto público unas semanas después, declaraba lo siguiente:

Con la reforma política, con la Asignación Básica Universal y el acuerdo que hacíamos ayer con los supermercados, hemos vuelto las cosas a su lugar, hemos devuelto a los partidos políticos los militantes, les hemos sacado los clientes y se los hemos dado a los supermercados, donde tienen que estar los clientes y no en los partidos políticos. (Discurso presidencial, 3/12/2009).

Se observa en el discurso presidencial un señalamiento de la AUH como una política reparadora -en línea con otros discursos del kirchnerismo, que tiende a autopresentarse así en relación a los daños de las políticas neoliberales- y de ampliación de derechos. Se discute explícitamente la acusación de clientelismo y se contrapone esta noción con la idea de militancia. En la misma línea se expresaron diversos voceros oficialistas y los periódicos afines al gobierno⁴. En estos discursos, se afirmaba el carácter universal de la prestación, se señalaba la ausencia de mediaciones partidarias para la obtención de la AUH y se subrayaba su carácter de derecho. En varias oportunidades y en distintos discursos, se hizo referencia a un proceso histórico de reparación y restauración de derechos.

Los efectos no deseados de un "plan social"

La cobertura mediática sobre la AUH hizo a menudo hincapié en sus efectos directos e indirectos sobre la población beneficiaria y otros sectores sociales, discusiones que se sostienen sobre la previa caracterización de esta política como un plan social. Al plantear a la AUH como un plan, se habilita a suponer que sus efectos en la población objetivo deberían ser evaluados. En parte es el propio diseño de la política -en tanto sujeta a

3. Registrados en entrevistas televisadas por Caiga Quien Caiga, Duro de Domar y por un videoaficionado independiente.

4. Página12 elige la estrategia opuesta a la de Clarín y La Nación para acortar el nombre de la Asignación Universal por Hijo: la menciona como "Asignación Universal".

condicionalidades- el que ha facilitado este pasaje hacia un marco interpretativo de “plan social” con determinados efectos educativos y sanitarios.

Uno de los debates principales en los medios fue sobre el impacto educativo de la AUH, ya que un porcentaje del pago se retiene hasta fin de año y sólo se abona contra la presentación de la libreta escolar y la libreta sanitaria de los menores. A comienzos del año lectivo 2010, diversos artículos periodísticos se refirieron al aumento de matrícula que se estaba registrando en escuelas primarias y secundarias, ligándolo a la necesidad de presentar la libreta escolar para cobrar la totalidad de la asignación por hijo. *La Nación* publicó “No hay lugar para 580.000 chicos en las escuelas. Son potenciales beneficiarios de la asignación universal por hijo” (7/03/2010). Más adelante, cuando se anunciaron nuevas modalidades de escolarización para atender a la demanda creciente, otra noticia de este diario decía: “en muchas escuelas continuó la llegada de familias que llevan a inscribir a sus hijos para poder cobrar la asignación universal” (*La Nación*, 3/07/2010). En otra noticia, *La Nación* asocia la repitencia escolar con la AUH: “Por la asignación por hijo, los que repiten no dejan la escuela. Lo hacen para seguir percibiendo el beneficio” (29/07/2011). Para este enunciador periodístico, las familias inscriben a los hijos a la escuela con el único objetivo del cobro de la AUH, en una notoria deshumanización de las familias beneficiarias, a las cuales se representa como sólo motivadas por el dinero y no interesadas en la educación de sus hijos.

Por su parte, en la cobertura de *Clarín* se enfatiza la discusión acerca de si aumentó o no la matrícula escolar debido a la AUH. Se cuestiona la validez de los anuncios del gobierno: “Publicidad oficial dibujada” (5/08/2010), “La asignación por hijo y la exageración de las cifras” (24/02/2012). En otra ocasión, a raíz de la presentación de un informe realizado por una ONG, *Clarín* publicó varias notas que discutían los efectos positivos de la medida: “No se logró el objetivo de la Asignación Universal por Hijo” (22/03/2012). La operación retórica es sutil, pues se da por supuesto que el objetivo prioritario de la AUH

es aumentar la reinserción escolar; se señala que ésta no se produjo -aunque no se citan datos- y se afirma que “el requisito de concurrir a la escuela para seguir recibiendo el subsidio casi nunca se hace cumplir” (22/03/2012). Con estas premisas, se concluye que la política no cumple con su objetivo. Al día siguiente, sigue con el tema en una nueva noticia: “Cuestionan la eficacia escolar de la asignación universal por hijo” (23/03/2012).

Un segundo efecto que la prensa tematiza como no deseado es la “distorsión del mercado laboral”. El discurso oficial sobre la AUH asume como aspecto positivo el cambio que esta política supondría en el mercado laboral, en el sentido de desestimular la aceptación de trabajos mal pagos en condiciones de explotación. El discurso de la prensa aquí analizando representa críticamente esta transformación en tanto “distorsión” y la tematiza como “falta de mano de obra”. En este sentido, varias noticias publicadas en el período señalan que la AUH genera, como un efecto indeseado, una distorsión en el mercado laboral, puesto que desalienta la búsqueda de trabajo, fomenta el empleo no registrado o “en negro” y desincentiva en particular el trabajo femenino.

Un titular de *La Nación* indicaba: “Prefieren quedarse en negro para cobrar la asignación universal por hijo” (19/12/2010). La nota comienza alabando la política de la AUH como una medida necesaria y justa, que sin embargo genera efectos no deseados. Según el periodista, se produce “una distorsión en el mercado: ya no son pocos los empleadores que se encuentran con dificultades a la hora de querer registrar a un empleado que prefiere mantener la asignación por hijo”. Luego se describen casos de empleadores que mantienen a sus empleados en negro para que no pierdan la asignación, o bien que prefieren contratar empleados que no tengan hijos. La elección lexical de la palabra “distorsión” para referirse a los cambios en el mercado laboral expresa la ideología liberal implícita del enunciador: el trabajo debe organizarse como un mercado en el cual la oferta y la demanda se equilibren sin la intervención del Estado.

En la misma línea, *Clarín* publicó varias noticias señalando los problemas que habrían tenido algunos sectores productivos e industrias para cubrir sus puestos de trabajo. En particular, se indicaba la urgencia de ciertas actividades que recurren a los trabajadores estacionales y cuyos productos podrían perderse si no se cosechan a tiempo (el tabaco, las uvas y las olivas, entre otros ejemplos). Un titular señalaba: "En Cuyo, los planes sociales restan peones a la cosecha de aceitunas" (*Clarín*, 11/04/2011). En una noticia relacionada, con el título: "La vendimia corre riesgo" se lee:

...la vendimia se ve privada de peones porque tienen miedo de perder los beneficios de los planes sociales o la asignación universal por hijo, de los cuales quedan automáticamente excluidos cuando la AFIP registra el pago de sus jornales durante la temporada de cosecha (*Clarín*, 11/04/2011).

En un sentido ligeramente diferente, varias noticias señalaron tanto en *Clarín* como en *La Nación* que la AUH desalienta el trabajo femenino, afectando así al mercado laboral y aumentando el número de amas de casa dedicadas al cuidado de niños. Esta población de mujeres, en ciertas franjas de edad, engrosa el número que se categoriza como "ni-ni" (no estudia ni trabaja), que constituye uno de los fantasmas que a menudo movilizan los medios masivos de comunicación.

Finalmente, aparece en el discurso de la prensa la asociación entre la AUH y el aumento de los embarazos, en particular de los embarazos adolescentes. Es relevante señalar como antecedente del tópico un episodio que se había producido en abril de 2009 (antes de la implementación de la AUH), cuando *Clarín* publica una nota titulada "La fábrica de hijos: conciben en serie y obtienen una mejor pensión del Estado" (05/04/2009). Allí se indicaba que en los últimos años habría aumentado la cantidad

de mujeres que tenían siete o más hijos, como estrategia para cobrar la pensión, y que ello sería resultado de una mayor difusión de la existencia de dicha pensión, establecida en la Ley N°23.746, del año 1989. A raíz de dicha nota, las diputadas Diana Conti, Juliana Di Tullio y María Teresa García realizaron un recurso de amparo contra el diario por "violencia mediática". El fallo de la justicia, en 2012, determinó que *Clarín* debería rectificar el contenido publicado.

El tópico que vincula a los planes sociales y los embarazos reapareció con la cobertura mediática de la AUH. Tanto *La Nación* como *Clarín* han reproducido polémicas declaraciones de políticos en torno al aumento de las tasas de embarazo, con cifras estimadas sin fuente verificable, en otra expresión de la estrategia del "numbergame" que ya mencionamos. Cuando los periodistas publican noticias referidas a la cuestión de los embarazos, la enunciación tiende a distanciarse de los dichos que reproduce en sus páginas intentando recrear una posición neutral. En octubre de 2011, a raíz del anuncio de la extensión de la asignación a las embarazadas a partir del fin del tercer mes de gestación⁵, se produjo una polémica pública en torno a los dichos de Miguel del Sel⁶, quien afirmó que el director de un hospital de la provincia de Santa Fe le habría comentado su preocupación por que se habrían triplicado la cantidad de embarazos de adolescentes. El director de la ANSES, Diego Bossio, hizo a su vez declaraciones negando los dichos de Del Sel. En marzo de 2012 vuelven a producirse declaraciones sobre el embarazo adolescente y las asignaciones; los diarios tematizan el hecho como una "polémica"⁷, esta vez en torno de las declaraciones del Ministro de Salud de Corrientes, Julián Dindart, quien a raíz del estado público que tomaron los embarazos de una niña de 10 años de edad y de otra de 12 años, declaró que "algunas se embarazan hasta porque tienen un recurso económico como premio" (declaraciones citadas en *La Nación*, 19/03/2012).

5. A través de la Resolución 235/2011 de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES) se crea la Asignación por Embarazo para Protección Social.

6. Actor cómico de Los Midachi, ingresó a la política recientemente al presentarse como candidato a Gobernador de la Provincia de Santa Fe en las elecciones de 2011, de la mano del PRO, un partido de centro derecha liderado por Mauricio Macri, actual Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y precandidato presidencial.

7. *La Nación* tituló: "Corrientes: polémica por los dichos de un funcionario sobre el embarazo en menores" (19/03/2012).

En los dos casos que acabamos de mencionar, la cobertura periodística encuadra la noticia como una “polémica” entre dos posiciones que parecerían estar en igualdad de condiciones. Se evita tomar partido y sin proporcionar información adicional sobre lo que se discute, esto es, la asociación entre el cobro de asignaciones familiares para protección social y el aumento de la tasa de embarazo. En otros casos, se recurre a la nota firmada por un especialista, donde el tema es introducido por una voz autorizada, y de esa forma el diario no aparece como responsable de sus afirmaciones. Es el caso de una nota firmada por una politóloga, quien señala que la AUH: “ha tenido efectos no suficientemente explorados sobre los embarazos de las mujeres potenciales receptoras de este beneficio y, en general, sobre la procreación responsable (...)” (*Clarín*, 27/10/2013). A través de eufemismos y alusiones, se deja entrever que la asignación podría estar aumentando la tasa de embarazos. Esta noticia, para más datos, fue publicada en la edición dominical del diario, la más leída de la semana.

Las formas del discurso mediático

Las noticias aquí analizadas se construyen sobre la base de una serie de estrategias y recursos enunciativos que apuntan a descalificar y deslegitimar dicha política social de forma indirecta, a través de connotaciones y subtextos. En esta sección haremos un recorrido por los principales recursos detectados en el corpus: a) las comparaciones; b) el discurso indirecto; c) las afirmaciones sin fuente; d) el uso de adversativos; y e) las metáforas.

Nos referiremos en primer lugar a las comparaciones y su valor argumentativo. En varias noticias periodísticas se proponen comparaciones de la AUH con la aplicación de programas similares en otros países. Aparecen como referencia reiterada los programas Bolsa Familia de Brasil y PANES del Uruguay. Las comparaciones presentan a dichos programas con descripciones idealizadas como la norma de referencia, frente a los cuales la política social de Argentina demuestra

sus carencias. Se menciona que en esos otros países se aplican mejor los controles y existe una mayor reflexión acerca de las implicancias de este tipo de políticas. Por ejemplo, en una noticia que tematizaba los cambios en la escuela a raíz de la puesta en marcha de la AUH, se lee:

Al presentar el relevamiento, el licenciado Gustavo Iaies (CEPP) planteó ayer a *LA NACION* que “los directores de las escuelas firman igual las libretas aunque los alumnos no concurren a clase”. A diferencia de Brasil, que tiene un programa similar a la AUH, en la Argentina no se ha dejado de pagar el beneficio por no concurrir a clase. “En el primer año del Programa Bolsa, el gobierno de Brasil bajó del cobro del beneficio a un millón de chicos porque no se cumplía con la condicionalidad del plan”, recordó Iaies al admitir que durante el relevamiento en la Argentina se ha encontrado con “una ideología que flexibiliza las normas”. (*La Nación*, “Bajo impacto de la AUH en la escuela”, 22/03/2012)

En esta comparación se idealiza la eficacia percibida en los controles implementados en Brasil con respecto a una política similar a la AUH. Me interesa destacar en este ejemplo que la mención descontextualizada de ciertas cifras tiende a distorsionar la mirada sobre la AUH en la Argentina. No discuto la existencia o no de diferencias objetivas entre la fiscalidad en la AUH y el Bolsa Familia, sino que quiero señalar los efectos de sentido; en este caso, la eficacia perlocutiva⁸ de mencionar que en Brasil se expulsó a un millón de beneficiarios. El periódico omite la información de contexto que permitiría dimensionar esa cifra en relación al tamaño del programa Bolsa Familia y de la población de Brasil. No es quizás, o no es necesariamente una operación intencional, sino tal vez un efecto del propio dispositivo periodístico que implica, entre otras cosas, economizar espacio y brindar explicaciones sencillas y esquemáticas (Charaudeau, 1997: 71-74).

8. Nos referimos aquí al efecto subjetivo de ciertas enunciacines, retomando el concepto utilizado por Austin (1962).

Otro recurso enunciativo que se reitera en el corpus analizado es discurso indirecto. He registrado múltiples titulares que utilizan discurso indirecto para reproducir afirmaciones sin que el periodista o el diario aparezcan como responsables. Un ejemplo es el siguiente titular: "Según la CEPAL, la asignación por hijo no quita las ganas de trabajar" (*Clarín*, 22/05/2014). Por un lado, se emplea el estilo indirecto para comentar un informe de la CEPAL, generando así una interpretación selectiva del discurso que se refiere. Pero surge aquí un interrogante, ¿quién es el enunciador de la frase "la asignación por hijo quita las ganas de trabajar", la cual estaría discutiendo la CEPAL? Tenemos aquí un ejemplo del tercer tipo de estrategia que mencionaba más arriba: las afirmaciones sin fuente. En el titular y en el posterior desarrollo de la noticia aparece una afirmación por la cual nadie se responsabiliza, pues ni el periodista ni la CEPAL son enunciadores de la frase que afirma que la AUH podría disminuir las ganas de trabajar. Pero el efecto de sentido es revelador, se instala la idea de que ello podría ocurrir.

El uso de los adversativos es posiblemente el recurso más frecuente en las noticias sobre la AUH. Debido a que hay un amplio consenso social y político en torno de esta política, la gran mayoría de las noticias sobre la AUH comienzan con alguna frase positiva y/o elogiosa sobre ésta. A continuación, se emplea un conector adversativo para introducir una afirmación de contenido negativo. Así se resemantiza la frase ubicando a lo "bueno" como insuficiente o problemático en función de las nuevas afirmaciones.

La actual recuperación económica y la entrada en vigencia de la asignación universal por hijo permiten vislumbrar mejoras en los presupuestos familiares de todos los sectores sociales, aunque no

tan destacadas como las que se generaron después de la salida de la convertibilidad (*Clarín*, "Poca respuesta contra la pobreza", 30/09/2010, subrayado nuestro).

Las noticias emplean muy diversas metáforas para referirse a la política, sus efectos y los beneficiarios⁹. Me interesa destacar una metáfora que permea todos los discursos sobre la asignación, incluyendo al discurso oficial y a los periódicos más afines al gobierno¹⁰. Se trata de la metáfora del "impacto" empleada en referencia a los efectos de la Asignación Universal por Hijo sobre la población beneficiaria. Algunos ejemplos en los siguientes titulares: "La asignación Universal impacta en el mercado laboral femenino" (*La Nación*, 01/04/2012), "Bajo impacto de la AUH en la escuela" y "El impacto educativo de la asignación" (*La Nación*, 16/09/2012), entre otros. Al emplear la metáfora del impacto, se proyectan ciertos sentidos sobre esta política, que tenderán a representarla como una suerte de proyectil que golpea sobre los sujetos beneficiarios produciendo en ellos transformaciones inmediatas y lineales. A su vez, esta metáfora tiende a hacernos imaginar a los beneficiarios como el objeto pasivo de dicho impacto.

El imaginario sobre la desigualdad y la eficacia del discurso mediático

En este recorrido por la cobertura mediática de la política de extensión de las asignaciones familiares, me ocupé de reconstruir las controversias públicas en torno de la interpretación de esta medida y las discusiones sobre sus efectos en la población beneficiaria. A través de este rodeo, mi objetivo fue rastrear las representaciones imaginarias sobre las desigualdades sociales, la pobreza y sus causas, los relatos que dan cuenta de las diferencias entre la clase media -en tanto lector privilegiado por el contrato de lectura de los periódicos de nuestro corpus- y los pobres, en tanto

9. Entre otras metáforas que aquí no podemos analizar por limitaciones de espacio: la ANSES como caja del gobierno, las condicionalidades como ataduras, la pobreza como enemigo, asociaciones bélicas que plantean a la AUH como instrumento de un combate, la pobreza como enfermedad y la AUH como remedio o paliativo.

10. Algunos titulares que comparten el uso de la metáfora del impacto: "El impacto de la asignación por hijo" (Página 12, 2803/2012) y "El verdadero impacto de la AUH" (Diario Registrado, 23/03/2012).

“otros”, cuya imagen se construye a través de las discusiones sobre estas políticas que los incluyen. Se trata de discursos que construyen en forma cotidiana las fronteras simbólicas entre las clases sociales.

El discurso de la prensa gráfica sobre los beneficiarios de la política social presenta las características descritas por Van Dijk para los discursos racistas. Es un discurso dirigido hacia la clase media y alta, que constituyen un “nosotros” opuesto a las familias pobres, que se construyen como “los otros”. La representación opera a través de polarizaciones que tienden a destacar los aspectos negativos de los otros (falta de iniciativa, desinterés por la educación de los hijos, etc.). Dichos otros no son incluidos en la comunicación, no son interpelados ni su voz es tenida en cuenta: en las noticias analizadas, casi no hay testimonios de beneficiarios de la AUH, ni el discurso parece dirigirse a ellos.

En estos discursos se delinea un imaginario sobre las familias pobres que las caracteriza como compuestas por sujetos despersonalizados y deshumanizados. Los beneficiarios de la AUH no tienen deseos ni interés en trabajar; si pueden vivir de las asignaciones, lo prefieren y por tanto dejan de buscar trabajo. Las familias pobres, se argumenta, no tienen interés en la educación y la salud de sus hijos; pues solamente los inscriben a la escuela y los llevan a los controles sanitarios para cobrar el dinero de la asignación. Más aún, si pueden conseguir que les firmen las libretas sin que sus hijos tengan que acudir a la escuela, lo preferirán. Las mujeres de los sectores populares deciden embarazarse con el objetivo de cobrar más dinero por vía de las asignaciones familiares. En síntesis, en este imaginario sobre los pobres, se los estigmatiza al representarlos como sujetos movidos únicamente por el interés del dinero adquirido sin esfuerzo. Al mismo tiempo, inferimos, este imaginario legitima las desigualdades sociales, puesto que aparecen como motivadas por la pereza y la falta de iniciativa de los propios pobres.

Si bien escapa a los objetivos de este artículo evaluar los “efectos” de estos discursos mediáticos sobre los lectores, es sin dudas relevante interrogarse acerca de su eficacia en la generación de ciertos sentidos comunes acerca de las desigualdades, las políticas sociales y sus beneficiarios. Aportaremos aquí algunos apuntes a partir de la bibliografía existente sobre el tema y que, sugerimos, deberían ser retomados en futuras investigaciones. Un trabajo realizado sobre encuestas y entrevistas acerca de la percepción pública de la AUH¹¹ encontró que el 80% de las personas construye su conocimiento sobre esta política a partir de los medios de comunicación, mientras que sólo el 15% tiene conocimientos directos sobre la misma. Asimismo, se indica que sólo para el 22% la AUH constituye un derecho, mientras que casi el 40% la considera una “ayuda” y el 34% la identifica con el clientelismo. A partir de entrevistas, se encontró que las mujeres no receptoras de la AUH eran más proclives a hacer una lectura crítica de esta política y a asociarla con las representaciones mediáticas descritas más arriba en este trabajo. Se señala también que la interpretación sobre la política social se ve fuertemente imbricada con la evaluación del gobierno kirchnerista (Frydman, Levin et al, 2015). Los trabajos de Norma Gluz e Inés Rodríguez Moyano (2011), que realizaron una indagación cualitativa con beneficiarios de la AUH, docentes y directores de escuelas, sugieren que hay una alta pregnancia de los discursos mediáticos opositores, que han sido eficaces en el encuadre de la política como un plan social, como una medida provisoria y en instalar la representación de los beneficiarios como actores irracionales únicamente interesados en el dinero. En particular, señalan, la condicionalidad educativa de la AUH genera diversas interpretaciones que tensionan la pretendida asimilación de este beneficio al resto de las asignaciones familiares que perciben los trabajadores formales (y que no tienen condicionalidades asociadas). En contraste, la visión de los receptores de la AUH suele distanciarse de los

11. Encuesta realizada en el marco de la Cátedra de Opinión Pública, De Angelis, Universidad de Buenos Aires, durante el año 2014, con un total de 655 casos, con un muestreo incidental no probabilístico entre transeúntes en distintos barrios del AMBA. Se hicieron 14 entrevistas cualitativas a madres receptoras y no receptoras de la AUH.

discursos mediáticos y en particular, de la caracterización de sí mismos como actores motivados sólo por el dinero. Los beneficiarios entrevistados por Karina Carrizo (2013) enfatizan la mayor seguridad que les brinda acceder a las asignaciones familiares, afirman que la educación y la salud son sus prioridades, y señalan las diferencias de esta política -concebida como un derecho- con respecto a los "planes sociales" que terminaban configurando situaciones de explotación laboral. De esta manera, es posible afirmar provisoriamente que los discursos mediáticos sobre las políticas sociales y sus actores beneficiarios tienen una eficacia mucho menor entre los receptores de las mismas, a diferencia de la alta pregnancia manifestada en los no receptores (algo que señala también la literatura sobre el Programa Bolsa Familia en Brasil¹²); moldeada a su vez por las preferencias políticas de los sujetos.

Conclusiones

En este trabajo nos dedicamos a analizar las representaciones mediáticas sobre la Asignación Universal por Hijo a partir de fines del año 2009 en los diarios Clarín y *La Nación*. En primer lugar, discutimos cómo desde que se anunció la medida se produjo una disputa simbólica acerca de su carácter, en la cual competían dos encuadres diferentes y contrapuestos: la ampliación de derechos y el clientelismo. El gobierno y los diarios oficialistas presentaron a la AUH como una política de ampliación y reparación de derechos de la ciudadanía; mientras que el periodismo de Clarín y *La Nación*, junto con parte de la oposición política, la asociaban al marco del clientelismo político. Estos encuadres insertan a la política en un encadenamiento semántico que condiciona su lectura e interpretación. El encuadre de los derechos ciudadanos se propone insertar a la AUH dentro de las políticas estatales de larga data de asignaciones familiares que reciben los empleados formales, presentando el ingreso mínimo como un derecho básico y por lo tanto permanente. El encuadre del clientelismo interpreta a la AUH como un plan social o subsidio, cuyo carácter debiera ser temporal,

cuyos efectos han de medirse, y que se asocia además con consecuencias negativas.

En segundo lugar, nos detuvimos en la reconstrucción de las representaciones sobre los efectos deseados e indeseados, directos e indirectos de la AUH en la población beneficiaria y en otros actores o sectores sociales. Los diarios tematizaron centralmente los efectos educativos de la AUH, presentando apreciaciones contradictorias, en un discurso cuyo subtexto caracteriza a las familias beneficiarias de la AUH como interesadas únicamente por el dinero y no la educación de sus hijos. Otros efectos tematizados fueron la disminución de la búsqueda de trabajo y un supuesto aumento de la tasa de embarazo en la población más pobre. En cuanto a las omisiones de la cobertura mediática, señalé en relación con la condicionalidad de los controles sanitarios, que no se tematizó.

En tercer lugar, analizamos la dimensión retórica y enunciativa del discurso mediático, señalando cinco estrategias que resultan centrales en el corpus: las comparaciones, el discurso indirecto, las afirmaciones sin fuente, el uso de conectores adversativos y las metáforas. Estas formas de la puesta en discurso se utilizan para construir y sustentar argumentos en textos que no son, en principio, de carácter argumentativo. Estas estrategias actúan también como inscripciones de subtextos y/o de afirmaciones de las cuales el emisor institucional no se hace responsable.

Por último, nos preguntamos por la eficacia y pregnancia de las representaciones mediáticas en los discursos de los lectores de los diarios. Como sabemos, los públicos de los medios masivos de comunicación no son lectores acrílicos y realizan reinterpretaciones de aquello que consumen. Sin embargo, a partir de algunos análisis cualitativos y cuantitativos sobre la percepción pública de la AUH en tanto política social, aparecen significativas convergencias entre los estereotipos de las narraciones mediáticas y las opiniones de los ciudadanos, en particular -pero no exclusivamente- entre los no receptores de la política social.

12. Al respecto, véase Oliveira de Castro, Machado Telles, Bender de Santana y Stephanou (2009).

Bibliografía

- Aruguete, N. (2007): *La imagen de ENTel en la prensa argentina durante su privatización*. Tesis de maestría, IDAES-UNSAM.
- Aruguete, (2011): "Framing. La perspectiva de las noticias" en *La trama de la comunicación*, Vol.15, UNR Editora. Pp.67-80.
- Austin, J. (1981) [1962]: *Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós.
- Bourdieu, Pierre (2000): "Sobre el poder simbólico" en *Intelectuales, política y poder*, traducción de Alicia Gutiérrez, Buenos Aires, UBA/Eudeba, 2000, pp.65-73.
- Charaudeau, P. (1997): *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Entman, R. (1991): "Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents", *Journal of Communication*, v.41 (4), p. 6-27.
- Entman (1993): "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm" en *Journal of Communication*, v.43 (4), p.51-58.
- Entman (2007): "Framing Bias: Media in the Distribution of Power" en *Journal of Communication*, 57, 163-173.
- Frydman, B; Levin, K; Ary; Maltz, T; Piasek, G. y Speranza, S. (2015): "Exploraciones en torno a la Asignación Universal por Hijo: conocimiento, percepciones y política" en *XI Jornadas de Sociología*, FCS-UBA. Disponible en http://jornadasdesociologia2015.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/ponencias/55_298.pdf Acceso 04/08/2015.
- Gluz, N. y Rodríguez Moyano, I. (2011): *Análisis de los primeros impactos en el sector educación de la Asignación Universal por Hijo (AUH) en la Provincia de Buenos Aires*. Resumen ejecutivo. Disponible en http://www.ungs.edu.ar/ms_idh/wp-content/uploads/2011/11/Resumen-Ejecutivo-de-la-Investigaci%C3%B3n-AUH2.pdf Acceso 04/09/2015.
- Goffman, E. (1974): *Frame analysis. An analysis of the organization of experience*, Boston: Northwestern University Press.
- Moniec, S. y Curtino, B. (2012): "Importancia que le asignan las familias en condiciones de pobreza a la educación", ponencia en *VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata*.
- Oliveira de Castro, Henrique Carlos et al (2009): "Percepções sobre o Programa Bolsa Família na sociedade brasileira" en *Opinião Pública*, Campinas, vol.15, n°2, p.333-355.
- Reygadas, L. (2008): *La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad*. México: Anthropos/UAM Itzapalapa.
- Roca, E. (2011): "Asignación Universal por Hijo (AUH): extensión de las asignaciones familiares" en *Debate Público. Reflexión de Trabajo Social*, n°1 p. 30-43.
- Rodrigues, R. (2008): *Motivações sociais na recontextualização do discurso do Programa Bolsa Família*. Tesis de Maestría, UFSJ.
- Van Dijk, T. (2003): *Racismo y discurso de las élites*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2000): "New(s) racism: a discourse analytical approach" en Cottle, Simon (ed), *Ethnic minorities and the media*. Milton Keynes, UK: Open University Press, pp. 33-49.

Fuentes documentales

Fernández de Kirchner, Cristina: Discurso residencial "Entrega de las primeras tarjetas de asignación universal por hijo", 3/12/2009, disponible en <http://www.presidencia.gov.ar/discursos/3661>

INDEC (2011): Porcentaje de hogares y de población con Necesidades Básicas Insatisfe-

chas (NBI) según provincias. Disponible online en www.indec.mecon.ar

MSAL- Ministerio Nacional de Salud (2012): Anuario estadístico de salud. Disponible online en <http://www.msal.gov.ar/>

Poder Ejecutivo Nacional (2009): Decreto 1602/09, "Incorpórase el Subsistema no Contributivo de Asignación Universal por hijo para Protección Social", disponible en InfoLeg