

Efectos sociales de los *frames* mediáticos sobre la pobreza y la desigualdad en España

Ainara Villaño Unzaga
Eva Silván Miracle
Silván&Miracle

Índice

CAPÍTULO 5.

Efectos sociales de los *frames* mediáticos sobre la pobreza y la desigualdad en España 205

5.1. Introducción	208
5.2. Objetivos y preguntas de investigación	209
5.2.1. Objetivos	209
5.2.2. Preguntas de investigación	209
5.3. Marco teórico	210
5.3.1. Teoría del <i>framing</i> : estructuración y percepción de los problemas sociales	210
5.3.2. La emocionalidad en los discursos mediáticos	212
5.3.3. Relación entre medios, agenda pública y legitimación política	213
5.3.4. La construcción social de los problemas: competencia por la relevancia	214
5.4. Metodología	215

5.5.	Análisis del contenido: estudio de caso	217
5.5.1.	Universos temáticos	218
5.5.2.	Análisis de sentimientos	226
5.6.	Discusión y conclusiones: impacto en la opinión pública	229
5.7.	Bibliografía	233

5.1. Introducción

La forma en que los medios de comunicación en España abordan la pobreza y la desigualdad influye significativamente en la percepción pública y en las políticas públicas de este ámbito. La literatura existente sobre *framing* mediático apunta en esa dirección e investigaciones en otros ámbitos sociales indican que el tratamiento de los medios de comunicación de los distintos temas es determinante en la configuración de la opinión pública. En este marco, el presente artículo se propone analizar el tratamiento mediático de la pobreza y la desigualdad en España durante el último año. Así, la investigación combina, en primer lugar, técnicas cuantitativas avanzadas que permiten acceder a un número importante de noticias sobre el tema de estudio, y, en segundo lugar, prácticas cualitativas clásicas que desde una perspectiva hermenéutica analizan los marcos de las noticias más relevantes.

La relevancia de la investigación reside en que comprender el *framing* mediático es esencial para identificar cómo se construyen las narrativas sobre la pobreza y la desigualdad y cómo estas influyen en el debate público, así como en la acción social y política. Además, la metodología aplicada para la recogida de noticias supone una práctica innovadora que permite trabajar 693 noticias de manera simultánea tratándose de una muestra relevante y poco habitual en el análisis del contenido mediático.

5.2. Objetivos y preguntas de investigación

5.2.1. Objetivos

- Analizar los de *frames* utilizados por los medios españoles al abordar la pobreza y la desigualdad.
- Evaluar el impacto social de estos *frames* en la percepción pública y en las actitudes hacia estos temas.

5.2.2. Preguntas de investigación

- ¿Qué tipo de información transmiten los medios de comunicación en relación con las desigualdades sociales, la pobreza y las políticas de inclusión?
- ¿Favorecen un estado de opinión favorable a la solidaridad social o más bien tienden al individualismo y a la meritocracia?

5.3. Marco teórico

Para el análisis de los *frames* mediáticos que envuelven las noticias sobre desigualdad y pobreza y su impacto en la percepción pública, se propone un marco teórico que considere teorías de comunicación, sociología y estudios culturales. Así, el presente marco teórico se estructura en torno a la teoría del *framing*, la construcción social de los problemas, la relación entre los medios y la agenda social, y el papel de las emociones en las narrativas mediáticas.

Estas aportaciones teóricas permiten comprender cómo los medios de comunicación no solo reflejan la realidad, sino que también la construyen, influyendo en las percepciones y actitudes de la sociedad hacia los problemas sociales y, en este caso, hacia la pobreza y la desigualdad.

5.3.1. Teoría del *framing*: estructuración y percepción de los problemas sociales

La teoría del *framing*, propuesta por Goffman (1974) en *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, introduce los *frames* como marcos interpretativos que permiten a las personas organizar y dar sentido a la realidad social. Los define como «Un esquema interpretativo que organiza la experiencia

y guía la acción al proporcionar un marco para la percepción y la interpretación de los eventos». En el ámbito mediático, Entman (1993) adapta esta teoría para analizar cómo los medios seleccionan ciertos aspectos de la realidad y los destacan, moldeando la percepción pública. Los describe como «La selección de algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más salientes en un texto comunicativo, de manera que promuevan una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito» (Entman, 1993: 52). Así, por ejemplo, una afirmación como la siguiente reforzaría valores como la disciplina personal y la autosuficiencia y responsabilizaría a los individuos de su situación de pobreza dejando al margen las razones estructurales.

«Muchas familias que enfrentan dificultades económicas no planifican adecuadamente sus gastos ni priorizan el ahorro, lo que perpetúa su situación de pobreza.»

Según este autor, el *framing* cumple cuatro funciones principales:

- *Definir el problema:* por ejemplo, si la pobreza se presenta como un problema estructural o individual.
- *Diagnosticar las causas:* identificar responsables, como políticas económicas o decisiones individuales.
- *Emitir juicios morales:* proporcionar una valoración ética o social sobre el problema.
- *Proponer soluciones:* sugerir acciones específicas, desde intervenciones estatales hasta caridad.

En el análisis de contenido de este trabajo se observa la existencia de un *frame* de conflicto internacional o derechos humanos en muchas de las noticias sobre la pobreza. En estos casos, los medios de comunicación presentan la pobreza como una consecuencia inevitable de guerras y desastres, generando una sensación de impotencia en el lector o lectora. Este ejemplo es ilustrativo del impacto que pueden tener los marcos mediáticos en la percepción pública.

Si la situación de pobreza extrema que experimenta Gaza es consecuencia inevitable de decisiones de actores supranacionales, la capacidad de agencia de la ciudadanía queda relegado a un segundo plano.

Asimismo, la aportación de Bourdieu (1998), en *La miseria del mundo* es especialmente pertinente en el análisis de los discursos públicos sobre pobreza. El autor, examina cómo los discursos públicos contribuyen a la estigmatización de ciertos grupos sociales al reproducir estructuras de poder simbólico. En el contexto de la pobreza, los enfoques que individualizan el problema, como aquellos que responsabilizan a las mujeres por no superar la brecha salarial, refuerzan narrativas culpabilizadoras que ocultan las causas estructurales. Por otro lado, los enfoques de derechos humanos y justicia social en el análisis desafían esta dinámica al presentar la pobreza como una violación sistémica de derechos fundamentales. La teoría de Bourdieu argumentaría que estas narrativas tienen el potencial de desnaturalizar la pobreza, evidenciando que no es una condición inevitable, sino una construcción social y política que puede transformarse.

Desde una perspectiva más individual y desde el campo de la psicología, George Lakoff (2004, 1996) ha desarrollado una perspectiva que vincula los marcos conceptuales con las estructuras cognitivas y lingüísticas. Según Lakoff, los marcos no solo organizan la información presentada en los medios, sino que también afectan la manera en que las personas piensan, sienten y actúan respecto a los problemas sociales. Los marcos funcionan como esquemas mentales que activan ciertos valores y metáforas, moldeando la percepción pública. Por ejemplo, al presentar la pobreza como «falla estructural» o «falta de esfuerzo», los medios y los discursos políticos activan diferentes esquemas cognitivos que influyen en las actitudes del público hacia las políticas públicas. Lakoff también subraya la relevancia de las metáforas en la creación de estos marcos. Metáforas como «ascensor social roto» o «brecha salarial» no solo ayudan a entender fenómenos complejos, sino que también fomentan juicios de valor que justifican ciertas soluciones políticas en lugar de otras.

5.3.2. La emocionalidad en los discursos mediáticos

Ahmed (2004), en *The Cultural Politics of Emotion*, sostiene que las emociones son esenciales para la construcción de significados sociales. Según Ahmed, los medios no solo informan sobre hechos, sino que también movilizan emociones colectivas, moldeando así las respuestas del público. En el contexto de la pobreza, los sentimientos de compasión, indignación o impotencia son evocadores y, al mismo tiempo, funcionales, ya que guían la acción o la inacción de las

audiencias. En su análisis, los marcos como el de derechos humanos o el cultural utilizan la emocionalidad para humanizar la pobreza, mientras que los marcos de conflicto generan un sentimiento de impotencia ante problemas que se perciben como lejanos o incontrolables. Ahmed enfatiza que las emociones no son neutrales: refuerzan dinámicas de poder al determinar quién merece empatía y quién queda en la sombra. Además, Edelman (1988), en *Constructing the Political Spectacle*, señala que los discursos emocionales en los medios son herramientas políticas que pueden legitimar ciertas narrativas y deslegitimar otras, influyendo de manera directa en la percepción pública y en la formulación de políticas.

5.3.3. Relación entre medios, agenda pública y legitimación política

Para el análisis de los temas que aparecen relacionados con la pobreza durante el último año, es especialmente útil la teoría del *agenda-setting* de McCombs y Shaw (1972). Publicada originalmente en su artículo «The Agenda-Setting Function of Mass Media» (*Public Opinion Quarterly*), explica cómo los medios no solo seleccionan qué temas son importantes, sino que también priorizan ciertas narrativas, configurando la agenda pública. En el caso de la pobreza y la desigualdad, la prominencia de un tema en los medios puede aumentar su relevancia política y social. Mediáticamente, el último año ha estado fuertemente condicionado por conflictos internacionales y contextos electorales y eso ha determinado la agenda y, por tanto, los temas con los que se ha relacionado la pobreza.

Pese a ser el ministro de Economía del 140% de inflación anual y el 40% de pobreza, Massa hizo una muy buena campaña, instalándose como hombre de Estado, previsible y empático, en claro contraste con Milei (23 de octubre de 2024, El Mundo).

Edelman (1988) refuerza este punto al argumentar que los medios son actores activos en la construcción de marcos políticos. Su capacidad para enmarcar un problema como urgente o relevante legitima ciertas intervenciones políticas. Por ejemplo, un *frame* de responsabilidad estatal puede presionar a los Gobiernos a implementar políticas redistributivas, mientras que un *frame* de conflicto puede justificar la necesidad de cooperación internacional o ayuda humanitaria.

5.3.4. La construcción social de los problemas: competencia por la relevancia

Hilgartner y Bosk (1988), en su artículo «The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model» (*American Journal of Sociology*), argumentan que los problemas sociales no existen en el vacío, sino que compiten en el espacio público por atención y relevancia. Considerando el evidente impacto que tienen a la hora de moldear la opinión pública, los medios de comunicación son una arena clave donde los actores políticos, sociales y económicos intentan posicionar sus narrativas.

En el caso de la pobreza y la desigualdad, los diferentes actores influyen en qué *frames* dominan el espacio y la narrativa mediática. Por ejemplo, durante los períodos electorales, los partidos políticos pueden promover un *frame* de responsabilidad estatal a la hora de hablar sobre pobreza, mientras que, en contextos de crisis internacionales, las narrativas de ayuda humanitaria y cooperación global se vuelven más prominentes. Este modelo de competencia explica por qué ciertos *frames* —como el económico o el internacional— tienen mayor presencia en el posterior análisis: reflejan las prioridades y agendas dominantes de un momento (2023-2024) marcado por competencias electorales y guerras internacionales.

5.4. Metodología

Para el análisis de los medios tradicionales se apuesta por combinar técnicas cuantitativas enfocadas en el análisis del discurso con una lectura cualitativa. Para ello, a partir de la herramienta Media Cloud⁽¹⁾ se ha descargado una selección de noticias que contienen las palabras *pobreza* y *desigualdad* durante el período 16/10/2023 - 16/10/2024. Posteriormente, se han filtrado únicamente las noticias de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*. Estos medios de comunicación cubren un amplio espectro ideológico de la sociedad española y son los más leídos por la ciudadanía según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) (Estudio nº 3421). Además, la prensa impresa o digital es el segundo medio de comunicación preferido por los españoles y españolas, después de la televisión. Por tanto, aunque con limitaciones, la muestra de noticias y medios de comunicación se ajusta a los objetivos planteados (N = 693).

Esta herramienta permite acceder al *corpus* que acompaña a las palabras *pobreza* y *desigualdad* para ponerlas en contexto. Con esta muestra de noticias, se procede en dos planos de análisis. En el **plano cuantitativo**, a partir de técnicas de programación para el análisis de texto se realiza un análisis preliminar y que sirve para reducir la muestra de noticias antes de realizar el análisis cualitativo con mayor precisión.

(1) <https://search.mediacloud.org>

Una parte importante de las noticias sobre pobreza y desigualdad tienen que ver con el ámbito internacional: noticias sobre la pobreza en Argentina, África e incluso menciones a Trump. Para seleccionar únicamente aquellas noticias que hacen referencia a la pobreza y la desigualdad en España desde el marco de las políticas públicas, se aplica un análisis de *topic modeling* **(2)**. Se trata de una técnica de aprendizaje automático no supervisado utilizada para identificar patrones ocultos dentro de un gran volumen de documentos de texto. En este estudio, se emplea este modelo para descubrir temas recurrentes en el corpus de noticias sobre pobreza y desigualdad. Esta metodología permite agrupar palabras en «tópicos», que representan conjuntos coherentes de palabras frecuentemente mencionadas juntas, ayudando a identificar los subtemas discursivos predominantes en estas noticias. Elegimos esta técnica porque permite descubrir de manera eficiente temas subyacentes sin la necesidad de definir categorías previamente, a diferencia de otras técnicas supervisadas. Además, el *topic modeling* es particularmente útil cuando se trabaja con un corpus grande y heterogéneo, ya que proporciona una visión general de los temas emergentes sin sesgos previos.

Para este análisis, se utilizó el algoritmo de Asignación de Dirichlet Latente (*Latent Dirichlet Allocation*, LDA), que supone que cada noticia está compuesta por una combinación de varios tópicos. De este modo, se calculó la probabilidad de pertenencia de cada documento a un conjunto de tópicos, permitiendo así una comprensión más profunda de los diferentes enfoques temáticos presentes en el corpus. El uso de LDA ha facilitado identificar los temas más relevantes relacionados con la pobreza y la desigualdad, y filtrar únicamente a las noticias de interés obviando las de ámbito internacional.

Posteriormente, se realiza un análisis de sentimientos **(3)** para comprobar si la noticia se narra desde un punto de vista positivo o negativo y si esto se da de diferentes maneras en función de los medios analizados.

Una vez filtradas las noticias relacionadas con las políticas públicas, se desarrolla un análisis cualitativo en profundidad. Este análisis se realizó manualmente para identificar *frames* presentes en las noticias seleccionadas. El enfoque cualitativo permite identificar con mayor detalle los discursos y narrativas empleadas en las noticias, proporcionando una comprensión más profunda de los enfoques temáticos presentes en los medios de comunicación.

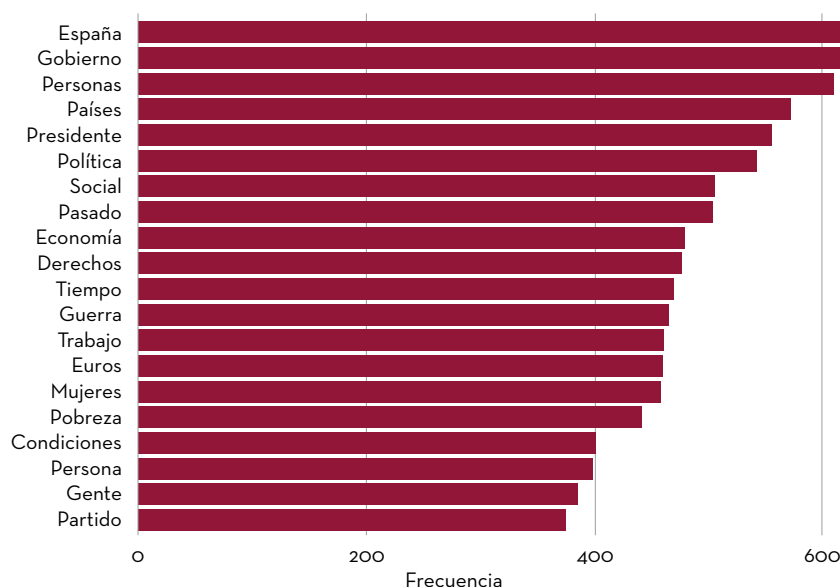
(2) GRÜN, B. y HORNIK, K. (2011). Topicmodels: An R Package for Fitting Topic Models. *Journal of Statistical Software*, 40(13), 1-30. <https://doi.org/10.18637/jss.v040.i13>

(3) JOCKERS, M. L. (2017). Syuzhet: Extract Sentiment and Plot Arcs from Text [Paquete R]. Versión 1.0.6. Recuperado de: <https://cran.r-project.org/package=syuzhet>

5.5. Análisis del contenido: estudio de caso

En este apartado se analizan los distintos temas que rodean las noticias sobre pobreza y desigualdad en los medios de comunicación.

En primer lugar, el análisis de todo el corpus recogido muestra las palabras más utilizadas en las noticias relacionadas con la pobreza y la desigualdad. La palabra «España» destaca como la más mencionada, lo cual es lógico dado que el análisis está enfocado en el contexto nacional. Además, se observan palabras como «gobierno», «personas», «países» y «presidente», lo cual refleja una narrativa habitual centrada en la política y las instituciones. La frecuencia de términos como «economía», «derechos», «trabajo», y «pobreza» resalta la relevancia de temas económicos y sociales en la cobertura mediática, indicando que la pobreza se aborda en relación con políticas públicas, derechos sociales y el empleo.

Gráfico 1. Palabras más frecuentes en las noticias

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Mediacloud.

5.5.1. Universos temáticos

En las 693 noticias analizadas que contienen menciones a la pobreza o a la desigualdad conviven universos temáticos diferentes que generan a su vez *frames* desde los que se narra la pobreza en la prensa y que se relacionan con la *agenda-setting*: conflictos internacionales y períodos electorales. El análisis de *topic modeling* identifica universos temáticos subyacentes y los dota de sentido a partir de las palabras más frecuentes en estas noticias. Se han identificado seis tópicos con diferente peso en las noticias analizadas.

Gráfico 2. Distribución de noticias por temas

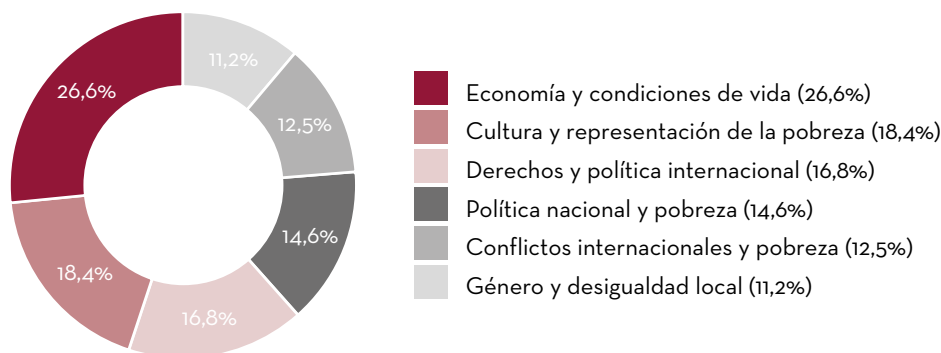
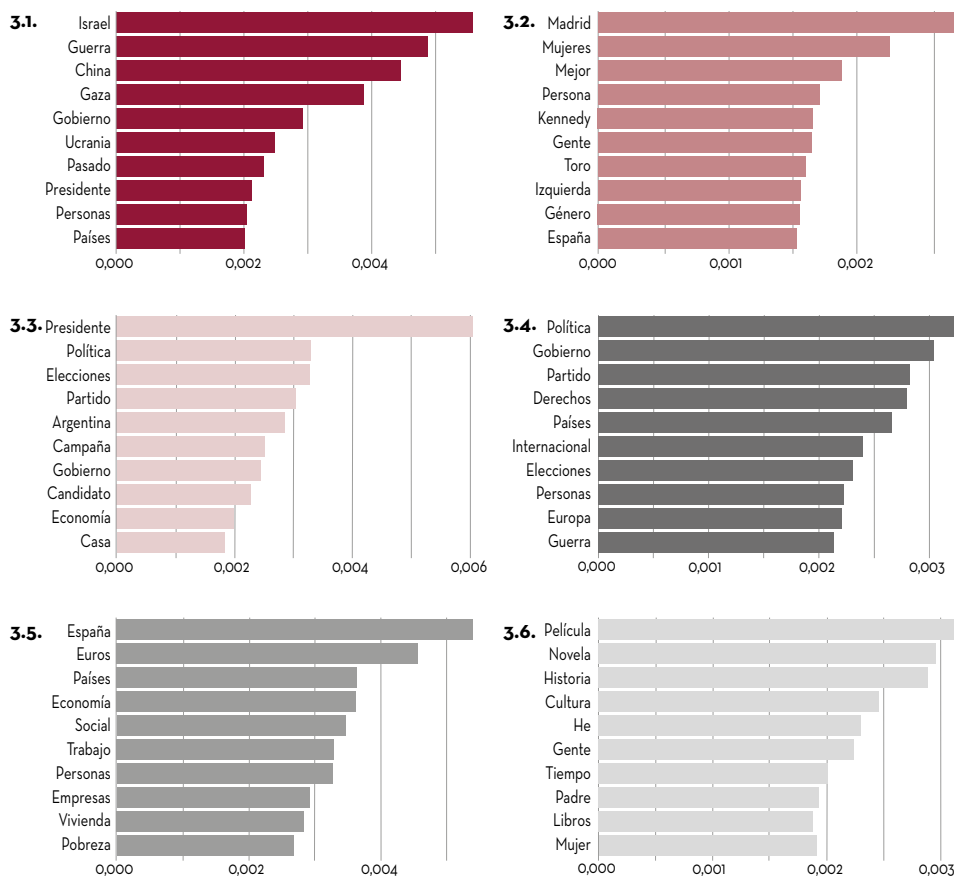


Gráfico 3. Palabras principales por tema



«Economía y condiciones de vida» (26,6%) (véase gráfico 3.5.)

Este subtema es el que mayor presencia tiene en la muestra de noticias analizadas. Recoge noticias en las que la pobreza se observa desde el marco de la economía y sus indicadores, donde esta se analiza a través de indicadores económicos y se valora su impacto en las condiciones de vida. En algunas noticias, se da una narrativa que puede incluir un *frame* de precariedad laboral, mostrando cómo la falta de empleo digno y la desigualdad de ingresos perpetúan la pobreza. Las noticias que enfatizan cómo las condiciones materiales actuales limitan las posibilidades de mejora de las personas en situaciones de pobreza generan un marco de ruptura del contrato social con metáforas como la «avería del ascensor social». Este tipo de narrativa refuerza la necesidad de políticas económicas que no solo fomenten el crecimiento, sino que también distribuyan equitativamente los beneficios para mejorar la calidad de vida de los sectores más vulnerables. La situación de la vivienda ha tenido una presencia mediática destacada durante el último año y eso se ve reflejado en este grupo de noticias. En muchas de ellas, se menciona la situación de la vivienda como problemática estrechamente relacionada con la pobreza en España.

«...también cuatro de cada 10 está en riesgo de pobreza, el mayor porcentaje de la UE. En definitiva, las tensiones del mercado inmobiliario están generando unos costes del alquiler muy altos para las rentas bajas.»
(23 de abril de 2024, El País).

«Por tanto, la idea de que el alquiler ofrece flexibilidad y libertad o que favorece la movilidad laboral pierde relevancia entre los inquilinos que ven cómo los alquileres se encarecen al mayor ritmo de la última década y el precio se vuelve el principal obstáculo y factor de desigualdad que trunca sus objetivos.» (21 de octubre de 2023, El Mundo).

«Tener un empleo no es suficiente para escapar de la pobreza en España. O al menos no lo es para los casi tres millones de personas con unos ingresos que los sitúan por debajo del umbral de la pobreza...»
(16 de octubre de 2024, La Vanguardia).

«Cultura y representación de la pobreza» (18,4%) (véase gráfico 3.6.)

Estas noticias hacen referencia a cómo se narra la pobreza y la desigualdad desde la cultura. Así, se observa que estos temas aparecen no solo en las secciones de economía y sociedad de los periódicos, sino que también tienen un espacio

en las secciones de cultura donde la pobreza se representa a través de historias y narrativas en medios como películas, novelas y otros formatos culturales. Este enfoque puede tener dos tipos de narrativas principales: una narrativa de victimización, que representa a las personas en situación de pobreza como víctimas de un sistema injusto, y una narrativa de resiliencia, que muestra cómo algunas personas superan la pobreza a pesar de las dificultades. Estas narrativas pueden influir en la percepción pública generando empatía y visibilizando las dificultades cotidianas de quienes viven en pobreza, al tiempo que resaltan ejemplos inspiradores de esfuerzo y superación personal. Este *frame* también tiene el potencial de sensibilizar al público sobre las realidades de la pobreza al humanizarla y mostrar las historias personales detrás de los números.

«José Luis, tras 18 años viviendo en la calle, ha conseguido recientemente poder vivir en una residencia habilitada. “Por primera vez puedo cerrar los dos ojos por la noche”, comenta con una sonrisa diáfana. Adicto a los libros de historia sobre los pueblos de España, no tiene dudas sobre su libro favorito: La catedral del Mar de Ildefonso Falcones. “Leer me ha ayudado a entender mi vida”, añade tras contar como los vecinos de Poble Sec le salvaron la vida cuando habitaba sus calles.» (2 de junio de 2024, La Vanguardia).

«... francesa, Catherine Corsini insiste en retratar los rostros cambiantes de la diferencia en una sociedad, la nuestra, esencialmente desigual Catherine Corsini está convencida de que lo que nos define como sociedad, como humanidad o como colectivo no es tanto lo que nos hace iguales, como justo lo contrario. Es más, su cine lleva años siendo esencialmente lo contrario. A casi todo. Regreso a Córcega, su último trabajo, se detiene en apariencia en la emigración, es decir, en la marca (y estigma) más evidente de lo disímil, de lo otro; es decir, en el fenómeno universal y perenne que el privilegio moderno de forma algo más que solo ruin o hipócrita ha identificado como su mayor amenaza.» (2 de agosto de 2024, El Mundo).

«Derechos y política internacional» (16,8%) (véase gráfico 3.4.)

Las noticias vinculadas a este subtema se enmarcan en un *frame* de derechos humanos que presenta la pobreza y la desigualdad como violaciones de derechos fundamentales. Se trata de un enfoque que refuerza la idea de que el acceso a una vida digna es un derecho, no un privilegio. La narrativa se centra en la responsabilidad de los Gobiernos y las instituciones internacionales de garantizar el bienestar de la ciudadanía. En estas piezas se pone en valor

la importancia de las políticas redistributivas y la cooperación internacional para abordar las desigualdades globales y locales. Este enfoque generalmente apela a la responsabilidad de los Gobiernos y de los organismos internacionales para reducir las desigualdades y la pobreza global. Dado el intenso contexto bélico que ha experimentado el mundo durante el último año, en muchas de estas noticias se menciona la situación en Oriente Medio o en Ucrania, pero también contextos de violencia en América Latina que generan pobreza y desigualdades.

«17 municipios rurales indígenas donde se concentran la pobreza extrema para combatir la desnutrición mejoran infraestructura y el abastecimiento de agua. “Estas son las comunidades más pobres, más abandonadas históricamente y además con una mayor concentración de población indígena”, dijo Arévalo. Son soluciones a largo plazo de un presidente que rechaza el reparto clientelar de alimentos del viejo sistema.» (La Vanguardia).

«Un mundo de impunidad, donde las violaciones y los abusos amenazan la fundación de la ley internacional y la carta de Naciones Unidas; un mundo de desigualdad, donde las injusticias y las quejas amenazan con socavar países y empujarlos al abismo; y un mundo de incertidumbre, donde riesgos no gestionados ponen en peligro nuestro futuro por caminos desconocidos. Este mundo de impunidad, desigualdad e incertidumbre está conectado y colisiona, avisó. Y prosiguió que el nivel de impunidad en el mundo es indefendible políticamente y moralmente intolerable.» (24 de septiembre de 2024, La Vanguardia, recoge palabras literales de Antonio Guterres en la Asamblea de la ONU).

«Política nacional y pobreza» (14,6%) (véase gráfico 3.3.)

Este subtema tiene que ver con las noticias económicas que se producen en contextos electorales. La pobreza y la desigualdad son objeto de debate durante los procesos y campañas electorales, y en el último año se han celebrado elecciones generales en España y también en otros países tan relevantes como EE. UU., Argentina o al Parlamento Europeo. Los candidatos y partidos políticos pueden enmarcar la pobreza como un problema que necesita soluciones urgentes y prometer medidas de intervención para ganar votos. Este *frame* de responsabilidad estatal enfatiza que el Gobierno tiene un papel crucial en solucionar los problemas relacionados con la pobreza. La narrativa, por tanto, puede girar hacia la promesa de cambio o hacia la crítica de la inacción

gubernamental, dependiendo de si la cobertura es desde el punto de vista de la oposición o de los partidos en el poder.

«Hay temor de que Argentina esté abocada hacia una crisis parecida a la del 2001 con Milei al mando. “Creo que viene una convulsión social y económica, una revulsión muy fuerte”, dijo el exministro. La pobreza –entendida como un nivel de poder adquisitivo que ni permite comprar la canasta básica– ya rebasa el 40% de la población.» (18 de octubre de 2023, La Vanguardia).

«El presidente del Partido Popular (PP), Alberto Núñez Feijóo, ha defendido las rebajas fiscales (...) “Lo que es importante no es ir contra la riqueza sino acabar con la pobreza”. Y ha recordado que las comunidades autónomas gobernadas por el PP han rebajado los impuestos en 2.000 millones desde julio a pesar de que a final de año se acaba la moratoria para la aplicación de las reglas fiscales europeas...» (23 de octubre de 2023, El País).

«Conflictos internacionales y pobreza» (12,5%) (véase gráfico 3.1.)

Este tópico genera un *frame* de conflicto que relaciona la pobreza con la inestabilidad política y las guerras. Durante el último año, la guerra en Ucrania y en Palestina han ocupado una parte importante de la atención mediática. La información sobre este tema que se relaciona con la pobreza parte de una narrativa de víctima del conflicto, destacando cómo la pobreza es un resultado directo de las guerras y los conflictos internacionales. Además, se ha generado un *frame* de responsabilidad internacional, donde se subraya la necesidad de cooperación y ayuda internacional para mitigar los efectos negativos de estos conflictos sobre las poblaciones afectadas. La narrativa aquí tiende a enfatizar la falta de control de las personas sobre su situación debido a circunstancias externas, posicionándolas como víctimas de contextos geopolíticos. Estos marcos y narrativas pueden generar una sensación de desasosiego y de impotencia en una audiencia que percibe que son decisiones supranacionales y lejanas a su cotidianidad las que activan los conflictos y producen pobreza.

Entre las noticias analizadas, hay una en *El Mundo* que recoge las declaraciones del papa Francisco en las pasadas navidades que contiene la narrativa y el marco anteriormente señalado, otorgando la agencia a Dios y a los responsables políticos de alto nivel para mitigar la pobreza en el mundo.

«Que el Hijo de Dios inspire a las autoridades políticas y a todos los hombres de buena voluntad del continente americano, para que se encuentren soluciones adecuadas para superar los desencuentros sociales y políticos, luchar contra las formas de pobreza que ofenden la dignidad de las personas, allanar las desigualdades y afrontar el doloroso fenómeno de las migraciones.» (25 de diciembre de 2023, El Mundo).

«El impacto de los conflictos en Ucrania y Gaza es obviamente una variable central. El de Ucrania ha causado fuertes sacudidas en los mercados energéticos y de alimentos. Ahora, el de Gaza, proyecta espesas nubes sobre el comercio, con las dificultades para el transporte marítimo en una de las vías mundiales más importantes...» (15 de enero de 2024, El País).

«Género y desigualdad local» (11,2%) (véase gráfico 3.2.)

Este subtema viene determinado por la palabra desigualdad. Al recoger las noticias que contienen este término, se incorporan inevitablemente aquellas que hacen referencia a la desigualdad de género. También incluye noticias que describen la desigualdad económica y de recursos entre distintas localidades y comunidades autónomas en España. Así, en el primero de los casos se genera un marco que pone en relación la desigualdad de género y la pobreza con las barreras estructurales que enfrentan las mujeres y las minorías de género. Las narrativas derivadas de este tópico tienden a destacar la injusticia estructural y las desigualdades persistentes en el acceso a recursos y oportunidades, en particular para las mujeres. Son comunes conceptos como brecha salarial o desigualdad entre hombres y mujeres. Algunas de estas noticias se esfuerzan en mostrar cómo las mujeres están sistemáticamente desfavorecidas en el ámbito económico poniendo el foco en la pérdida de talento y de beneficios que puede suponer para la economía, más allá de la injusticia social que supone. Así, la desigualdad de género en el ámbito empresarial se enmarca desde una perspectiva utilitarista y se le atribuye parte de la responsabilidad a las propias mujeres por experimentar «síndrome del impostor».

«La tercera edición del Índice ClosingGap de PwC, ha puesto de relieve que la desigualdad entre hombres y mujeres cuesta a España 212.000 millones de euros, lo que equivale al 17,6% del PIB de 2021. Según este índice, si se alcanzara la plena igualdad se crearían 2,5 millones de empleos a tiempo completo entre las mujeres, que constituyen el 47,3% de la población activa. Por tanto, las cifras evidencian la necesidad imperante de promover la figura de la mujer en la economía.» (16 de febrero de 2024, La Vanguardia).

«La brecha salarial de género afecta también al competitivo mundo de las ciencias y las tecnologías, donde “las mujeres ganan, por defecto, menos que los hombres en los puestos de nivel inicial”, indica el profesor de escuela de negocios Pablo Foncillas. Una de las razones que explicaría esta desigualdad, aduce, es el síndrome del impostor, que hace que, especialmente en trabajos técnicos, “las mujeres sientan que nunca están a la altura”.» (24 de octubre de 2023, La Vanguardia).

Resumen de los frames y narrativas

Cada uno de estos subtemas genera frames específicos que configuran la percepción pública de la pobreza y la desigualdad. La presencia de cada uno de ellos en la agenda mediática enmarca la pobreza dentro de un tema y unas narrativas distintas. Así, el intenso momento electoral que ha experimentado el mundo y Europa durante el último año, junto con el contexto bélico, han provocado que las noticias sobre pobreza tengan un marcado carácter electoral e internacional. Además, una de cada cuatro noticias analizadas hacía referencia a las políticas públicas y a la situación de España en este ámbito.

- *Frame de conflicto (tópico 1): enfoca en la pobreza como resultado de guerras e inestabilidad.*
- *Frame de desigualdad de género (tópico 2): muestra la pobreza como una cuestión de discriminación estructural.*
- *Frame político (tópico 3): convierte la pobreza en un tema de debate electoral y responsabilidad estatal.*
- *Frame de derechos humanos y justicia social (tópico 4): posiciona la pobreza como una violación de derechos fundamentales que requiere intervención gubernamental.*
- *Frame económico (tópico 5): conecta la pobreza con factores estructurales y económicos que impiden el ascenso social.*
- *Frame cultural (tópico 6): utiliza representaciones narrativas para visibilizar y generar empatía hacia la situación de pobreza.*

Estas narrativas no solo informan al público, sino que también moldean las percepciones y actitudes hacia las soluciones para abordar la pobreza.

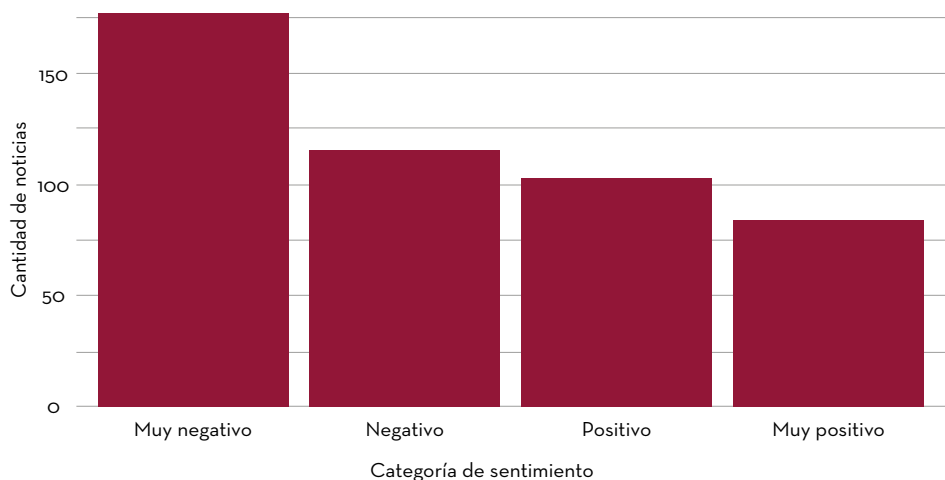
Dependiendo del frame predominante, se pueden promover distintas acciones, desde intervenciones internacionales hasta cambios estructurales o soluciones políticas, influyendo así en el debate público y en las decisiones políticas.

5.5.2. Análisis de sentimientos

Las palabras y el tono que se utiliza para dar cobertura a las noticias determinan el impacto que estas tienen en la audiencia. La pobreza y la desigualdad son temáticas que denotan que la sociedad no es eficiente a la hora de redistribuir los recursos y, por tanto, se espera que los sentimientos que produzcan en la audiencia sean negativos. Se ha procedido a un análisis de sentimientos⁽⁴⁾ del corpus completo de noticias. Es un análisis con limitaciones que es importante tener en cuenta. El algoritmo no considera el contexto semántico de las palabras, no es sensible a elementos culturales del texto y funciona con un diccionario que identifica palabras y las pone en relación con el sentimiento que podrían producir. En cualquier caso, sirve como contraste y como primera aproximación a los sentimientos que este tipo de noticias generan en la audiencia.

El gráfico 4 muestra la distribución de los sentimientos predominantes en las noticias sobre pobreza y desigualdad. Se observa que la categoría «Muy negativo» es la más frecuente, seguida de «Negativo», lo cual sugiere que la cobertura de estos temas tiende a tener un enfoque pesimista y crítico. Esto podría deberse a la gravedad de los problemas tratados y al énfasis en las dificultades y desafíos enfrentados por las personas en situación de pobreza. Por otro lado, la presencia de noticias con «Positivo» y «Muy positivo» sugiere intentos de destacar casos de superación o avances en políticas, aunque son menos comunes.

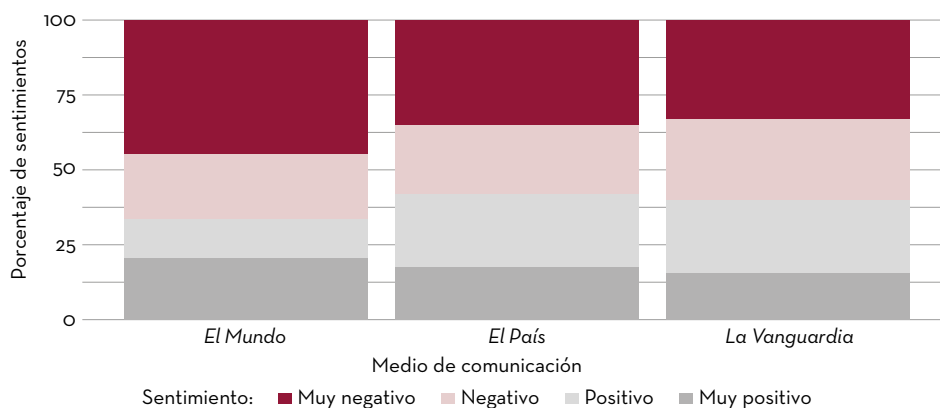
(4) JOCKERS, M. L. (2017). Syuzhet: Extract Sentiment and Plot Arcs from Text [Paquete R]. Versión 1.0.6. Recuperado de <https://cran.r-project.org/package=syuzhet>

Gráfico 4. Distribución de sentimientos en noticias

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Mediacloud.

Habiendo observado que la mayoría de las noticias son negativas, se analiza cómo estos sentimientos se distribuyen en los distintos medios de comunicación analizados.

Este gráfico de barras apiladas muestra qué sentimientos predominan en las noticias de los distintos medios. Se observa que, independientemente del medio, la mayoría de los sentimientos son «muy negativo» o «negativo». Sin embargo, hay variaciones entre los medios.

Gráfico 5. Distribución de sentimientos por medio de comunicación (%)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Mediacloud.

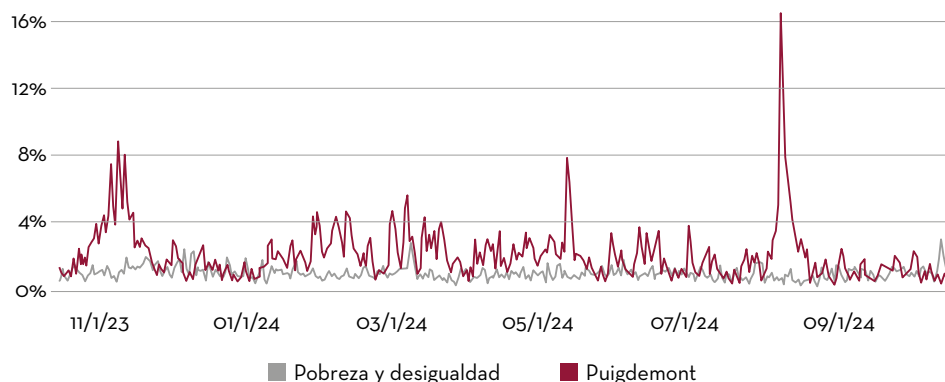
- *El Mundo* presenta una mayor proporción de noticias con sentimiento «muy negativo», lo cual podría indicar un enfoque más crítico o alarmista con respecto a la pobreza.
- *El País* y *La Vanguardia* también muestran una tendencia negativa, pero con una proporción algo mayor de sentimientos «positivos», lo cual podría sugerir un esfuerzo por mostrar historias de resiliencia o avances en políticas públicas.

Este análisis revela cómo la orientación editorial de cada medio puede influir en el tono de las noticias sobre pobreza y desigualdad, afectando potencialmente la percepción del público respecto a estos temas.

5.6. Discusión y conclusiones: impacto en la opinión pública

Durante el análisis se han considerado únicamente las noticias que mencionan las palabras «pobreza» o «desigualdad». Lo cierto es que la producción mediática es mucho más amplia y que esas noticias solo han ocupado, en el mejor de los días (12/10/2024), el 4% de la atención mediática en España. Comparativamente, Puigdemont supera el 16% el día de su huida del Parlament (8 de agosto) y la amnistía no encuentra dificultades para superar el 5% habitualmente. La pobreza y la desigualdad tienen dificultades para competir en relevancia con temas de agenda social y política de carácter coyuntural.

Gráfico 6. Evolución de la presencia mediática de las palabras «pobreza» y/o «desigualdad» y de la palabra «Puigdemont»



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Mediacloud.

Cuando se pregunta a la sociedad cuáles son los principales problemas de España, la tasa de respuesta de las desigualdades sociales y de la pobreza, como problema en España, se ha mantenido estable durante el último año, con alrededor de un 6-7% de respuestas (barómetros del CIS), mientras que los problemas políticos o el comportamiento de los políticos no tienen dificultades para colocarse entre las principales preocupaciones de los españoles y españolas.

En el análisis de contenidos, se aprecia como los subtemas que envuelven a la pobreza están estrechamente ligados a la *agenda-setting*. Algunos de ellos refuerzan narrativas que vinculan la pobreza a la justicia social, otros a conflictos y guerras internacionales, hay marcos mentales que se activan a través de metáforas como «brecha salarial de género», pero en términos generales, la pobreza se aborda como un problema social a resolver.

El subtema que cuenta con más espacio mediático es el referente a la economía y las condiciones de vida. La mayoría de estas noticias ofrecen datos, evidencias sobre la pobreza y sobre todo un marco estructural que desplaza la idea de que la pobreza es un asunto privado y que tiene que ver con el esfuerzo personal. Aunque existen narraciones individuales e historias de superación en la prensa que refuerzan estos marcos, son minoritarias. Así, según el CIS, en junio de 2024 el 14% creía que *«Las personas pobres no saben administrar su economía»*, mientras que un 75% estarían apoyando una mirada más estructural que demanda la intervención estatal al afirmar que *«El Gobierno debe garantizar que la riqueza se distribuya de forma justa entre todos los españoles/as»*.

Los temas de conflictos internacionales como catalizadores de la pobreza pueden generar una sensación de impotencia en la ciudadanía al percibir que las decisiones sobre estas cuestiones son exclusivas de actores supranacional. Este marco queda reflejado en el CIS de junio de 2024 donde un 33% afirman que *«No tiene sentido luchar contra la pobreza porque siempre habrá ricos/as y pobres»*.

Tabla 1. Algunas frases que reflejan opiniones que la gente suele tener

	Muy de acuerdo	Bastante de acuerdo	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	N. S.	N. C.	(N)
Las personas pobres no saben administrar bien su economía	7,6	8,0	35,2	48,1	0,9	0,3	(4.006)
Hoy en día, en España, las diferencias de ingresos entre las personas ricas y las personas pobres son demasiado grandes	59,0	25,7	7,9	5,9	0,7	0,8	(4.006)
El Gobierno debe garantizar que la riqueza se distribuya de forma justa entre todos/as los/as españoles/as	53,1	21,4	12,9	10,8	0,9	0,9	(4.006)
La pobreza infantil en España es un problema que necesita una acción urgente y decidida del Gobierno	66,7	22,1	6,4	3,2	0,6	1,0	(4.006)
Las personas ricas deberían pagar más impuestos para que el Gobierno español tuviera más medios para actuar de forma urgente contra la pobreza	52,0	18,7	13,7	14,0	0,7	0,9	(4.006)
Si la economía mejora, la pobreza desaparecerá por sí misma	23,0	23,6	31,5	20,4	0,6	0,9	(4.006)
No tiene sentido luchar contra la pobreza porque siempre habrá ricos/as y pobres	18,6	13,8	25,9	39,7	0,7	1,2	(4.006)
La mejor política social es el empleo	52,7	32,8	9,5	3,2	0,9	0,9	(4.006)
Algunas personas son pobres porque no se están esforzando lo suficiente	15,9	14,8	29,1	38,3	0,7	1,3	(4.006)

Fuente: Barómetro de junio de 2024 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

En definitiva, aunque es metodológicamente complicado establecer relaciones directas dado el acceso limitado a datos de noticias y a opinión pública específica sobre pobreza y desigualdad, la literatura y los análisis preliminares apuntan que, efectivamente, los *frames* que se promueven desde el ecosistema mediático determinan la configuración de la opinión pública.

Sin embargo, es importante considerar que la emergencia de las plataformas digitales ha posibilitado que líderes políticos y sociales se comuniquen directamente con la audiencia, disminuyendo la influencia de los medios tradicionales, agudizada por la crisis de confianza que viven los medios de comunicación. Este cambio ha generado una división en el público y un aumento de diferentes formas de contar historias, lo que ha disminuido la influencia que los medios convencionales tienen en la opinión pública. Además, aparece un ecosistema de personas, creadores de contenido e *influencers* que también influyen en la conversación pública y contribuyen a la generación de *frames* y narrativas. Sobre esta cuestión, como apunta Sánchez-Cuenca (2022), tanto los medios de comunicación como los líderes políticos y sociales, a pesar de seguir siendo importantes, han visto debilitada su influencia en la formación de la opinión pública debido al impacto del entorno digital.

Para continuar profundizando en la configuración de la opinión pública sería fundamental explorar vías de investigación sobre la conversación en el espacio digital. Asimismo, en la actualidad el acceso a la transcripción de noticias de medios de comunicación solo es posible en el caso de TVE gracias a la herramienta *Verba* de Civio. Eso limita el campo de análisis de manera significativa, por lo que sería especialmente útil generar datos sobre información mediática y sobre la conversación digital.

Finalmente, sobre el papel de los medios de comunicación en la configuración de las actitudes y percepciones con respecto a la pobreza, es esperanzadora la visión de Pippa Norris (2000). Esta resalta que los medios de comunicación no son un impedimento para la participación cívica, sino que pueden ser clave en fomentar una ciudadanía más informada y comprometida. De acuerdo con Norris, si los medios se enfocan en la comunicación política de calidad, con un análisis profundo y equilibrado de los problemas sociales, ayudan a fortalecer la comprensión pública, la empatía social y el apoyo a políticas transformadoras, creando así un «círculo virtuoso». En el contexto de la pobreza y la desigualdad, esta forma de ver sugiere que los medios pueden no solo informar sobre estos problemas, sino también abordarlos desde una perspectiva estructural y de derechos humanos, evitando narrativas simplistas o individualistas. Los medios pueden no solo cambiar la percepción pública, sino también generar respaldo y dotar de legitimidad a las acciones públicas que aborden las desigualdades. De esta manera, los medios no solo representan la realidad, sino que también pueden desempeñar un papel activo en la promoción de una sociedad más equitativa e igualitaria.

5.7. Bibliografía

AHMED, S. (2004). *The Cultural Politics of Emotion*. Routledge.

BOURDIEU, P. (1998). *La miseria del mundo*. Fondo de Cultura Económica.

EDELMAN, M. (1988). *Constructing the Political Spectacle*. University of Chicago Press.

ENTMAN, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

GOFFMAN, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Harvard University Press.

HILGARTNER, S. y BOSK, C. L. (1988). The rise and fall of social problems: A public arenas model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53-78.

IYENGAR, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. University of Chicago Press.

LAKOFF, G. (1996). *Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think*. University of Chicago Press.

LAKOFF, G. (2004). *Don't Think of an Elephant!: Know Your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing.

MCCOMBS, M. y SHAW, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

NORRIS, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Post-Industrial Democracies*. Cambridge University Press.

SÁNCHEZ-CUENCA, I. (2022). *El desorden político: Democracias sin intermediación*. Los Libros de la Catarata.