

ENCUADRES MEDIATICOS Y SU PERCEPCIÓN PÚBLICA

El caso argentino de la privatización de la empresa de Telecomunicaciones

Natalia Aruguete

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

RESUMEN

Los medios de comunicación ofrecen determinados encuadres de noticias que sirven como referencia a la opinión pública para interpretar los asuntos públicos. Partiendo de esta premisa, este artículo analiza la cobertura mediática de la privatización de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTel) e indaga si tal tratamiento de la noticia guarda coherencia con el discurso dominante en la sociedad argentina sobre la preferencia de que los servicios públicos sean administrados por el Estado o por el sector privado. Concretamente, se definen los encuadres específicos de la noticia presentes en la información publicada por los cinco principales diarios nacionales de Argentina sobre las etapas previa y posterior a la transferencia de la compañía al capital privado, concretada el 9 de noviembre de 1990.

ABSTRACT

The media offer certain news frames that serve as reference for the public opinion to interpret public affairs. On this premise, this article analyzes the media coverage of the privatization of Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel) and asks whether such media treatment is consistent with the dominant discourse in Argentina as a preference for public services are administered by the State or the private sector. Specifically, define the specific news frames found in the information published by the five major national newspapers of Argentina on the stages before and after the transfer of the company to private capital, specified on November 9, 1990.

Key words: encuadre, medios de comunicación, noticias y discurso publico, percepción pública [framing, Mass Media, news and public discourse, public perception].

Introducción

Analizar el tratamiento mediático de un tema supone encontrar en el contenido informativo una *idea central organizadora* que brinde un contexto simbólico “mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración” (Tankard, 2001, p. 3). A partir de estos mecanismos, los encuadres noticiosos ofrecen perspectivas para interpretar la información y, así, definir problemas, diagnosticar sus causas o las fuerzas que los crean, hacer juicios morales al evaluar el agente que los provoca, medir con qué

costos y beneficios y sugerir soluciones, ofreciendo y justificando un tratamiento determinado y prediciendo sus resultados (Entman, 1993).

En la búsqueda por alcanzar una definición e interpretación del término *frame* se proporciona un debate sobre las instancias de la comunicación en que intervienen los encuadres. Algunos autores entienden que el encuadre (*framing*) se da en una única etapa, mientras que otros consideran que atraviesa todo el proceso de comunicación, en tanto puede ser localizado en el comunicador, el texto, el receptor y la cultura (Entman, 1993).

En base a la idea de que el *encuadre* circula en todas las instancias de la comunicación, el presente trabajo analiza la cobertura mediática del proceso de privatización de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTel), realizado por la prensa gráfica argentina. Se investiga si la forma de tratar la noticia guarda coherencia con el discurso dominante en la opinión pública sobre la preferencia de que los servicios públicos sean administrados por el Estado o por el sector privado.

El estudio está centrado, por un lado, en la información publicada por cinco diarios de alcance nacional (*Ámbito Financiero, Clarín, Crónica, La Nación y Página/12*), durante las etapas previa y posterior a la transferencia de la compañía al capital privado, concretada el 9 de noviembre de 1990. Por el otro, en los resultados de diversos sondeos de opinión realizados en forma contemporánea al traspaso de ENTel¹.

La decisión de tomar la Empresa Nacional de Telecomunicaciones como el caso elegido para analizar los rasgos de su tratamiento mediático responde, en primer lugar, a que se trata de un caso testigo —por su papel fundacional y estratégico— que fue imitado por otros sectores sujetos de privatización. En segundo lugar, a que jugó un papel central en el sector de la comunicación de masas y, finalmente, a que contó con un alto grado de aprobación social.

La teoría del encuadre

La teoría del *Encuadre* ha brindado una mirada alternativa a la relación entre medios y opinión pública. Nutridos de los postulados de la Escuela de Chicago, la fenomenología, la etnometodología, el análisis psicosocial y el estudio de los movimientos sociales, la teoría del *Encuadre* se instaló como herramienta teórica para analizar los fenómenos de comunicación.

Los *encuadres* son principios de la organización de la información que no sólo aparecen en el texto, sino que se encuentran en el emisor, entre los individuos receptores del discurso mediático y en las prácticas sociales y culturales (Cohen y Wolfsfeld, 1993). En palabras de Sádaba (2008: 95),

“los mensajes establecen significados que las audiencias comprenden en el mismo contexto cultural”.

Ahora bien, la forma de presentar los asuntos, dando preferencia a determinados rasgos y valores, no sólo influye en las percepciones del público sino en sus actitudes políticas. “Los medios no sólo nos cuentan sobre qué pensar, ellos también pueden contarnos cómo y qué pensar acerca de los temas y, más aún, qué hacer al respecto” (Kiousis, 2005: 20).

El interés por la política que las instituciones informativas despiertan en la población fue abordado desde dos posturas contrapuestas. La del malestar mediático (*media malaise*) presupone que el énfasis de las noticias en lo negativo, el conflicto y la violencia, menoscaban la confianza en tales dirigentes y en las instituciones (Avery, 2009; Capella y Jamieson, 1997). La del círculo virtuoso (*virtuous circle*) entiende que el efecto que los medios tengan sobre las audiencias depende de la actitud política previa. Así, los que están interesados prestan más atención a las noticias políticas, alcanzando un mayor conocimiento y, consecuentemente, un alto nivel de compromiso cívico y de confianza en tales asuntos.

Si los medios tienen efectos cínicos o virtuosos en la gente aún no está definitivamente comprobado. Sobre todo si se parte de la idea de que los textos por sí solos no determinan la percepción que se tiene de los temas (Iorio y Huxman, 1996). Entman desarrolló el carácter interactivo del proceso de *encuadre*. Los esquemas de conocimiento de los periodistas orientan su decisión sobre qué comunicar. Los encuadres de los textos ponen de manifiesto la ausencia o presencia de ciertas palabras clave, fuentes de información o imágenes. Los receptores tienen esquemas propios que pueden o no coincidir con los de los periodistas y los textos. La cultura es como un “almacén” de *encuadres* que se suele invocar con regularidad.

Los encuadres mediáticos

Los encuadres de las noticias propiedades específicas de la narración de las noticias, remiten a la presentación de la información, mediante la selección, énfasis y exclusión de ciertos aspectos o elementos que están interrelacionados (Maher, 2001). Es a través de estos patrones que se organiza el discurso informativo (Ryan, Carrage y Meinhofer, 2001). Se trata, en definitiva, de “sutiles alteraciones en la formulación o presentación de los problemas que se juzgan o seleccionan” (Iyengar, 1991, p. 11).

Los *encuadres mediáticos* (news frames), pueden ser estudiados como construcciones que derivan de la postura del periodista o como elementos de los textos definidos según la función de interpretación que logran en las audiencias (Scheufele, 1999).

En el segundo caso actúan como factores que inciden en las percepciones y evaluaciones individuales del público y son entendidos como “una combinación de características del texto que operan al nivel inicial de la interpretación de las noticias, donde tales características textuales ponen límites al uso del conocimiento” (Rhee, 1997, p. 27).

En cuanto a los rastros que los *encuadres mediáticos* dejan en los textos, Entman (1993) sugiere identificarlos a partir de “la presencia o ausencia de ciertas palabras clave, una serie de frases, imágenes estereotipadas, fuentes de información y oraciones que proveen grupos de hechos o juicios reforzados temáticamente” (p. 52) y, en consecuencia, pueden influir en la formación de actitudes políticas.

En la búsqueda de una metodología para medir su presencia en los medios y su impacto en la interpretación de las audiencias, se estableció una diferenciación entre encuadres genéricos mediáticos y encuadres específicos mediáticos. Los primeros son aplicables a un rango de diversos temas, a lo largo del tiempo y, potencialmente, en diferentes contextos culturales. Los segundos retratan aspectos típicos de los hechos o temas y permiten que éstos sean abordados en detalle, con un alto grado de especificidad (de Vreese *et al.*, 2001).

La medición de los encuadres mediáticos se puede realizar desde sistemas inductivos y deductivos. Estos métodos de análisis permiten identificar los *encuadres* específicos y genéricos.

El enfoque deductivo parte de plantear un listado de ítems preestablecido para verificar el grado de apariciones de los encuadres en las noticias. Mientras que el inductivo supone analizar un mensaje desde una mirada más abierta, con preconcepciones vagamente definidas, ya que los encuadres surgen en la instancia del análisis y, por ello, este método permite hacer un análisis profundo del tratamiento de diversos temas y hallar las múltiples formas en que éste puede ser encuadrado (Igartua y Humanes, 2004; Semetko y Valkenburg, 2000).

La privatización de ENTel en el marco de la política neoliberal de los años 90

El ex presidente Carlos Menem (1989-1999), del Partido Justicialista, asumió el gobierno en agosto 1989, en medio de una profunda crisis económica, política, social e institucional, provocada por una hiperinflación sin precedentes en Argentina, escasez de las reservas de divisas y atrasos acumulados en los pagos externos, aumento del desequilibrio fiscal, creciente peso de la deuda interna, recesión y desempleo. Concretamente, entre enero y julio de 1989, el país pasó de tener una tasa de interés anual menor al

10% a la primera gran hiperinflación: el dólar aumentó un 3.600%, el poder adquisitivo de las remuneraciones cayó un 68,4%, el salario real perdió 40 puntos porcentuales medido en moneda local y 81,2 puntos en dólares, el nivel de desocupación y subocupación creció un 27% de octubre de 1988 a mayo de 1989, el consumo se contrajo un 6,3% y las mercancías y servicios disponibles disminuyeron un 10,3% (Martínez, 1991). La emergencia económica, el descrédito de la sociedad hacia las instituciones y la incapacidad de las autoridades para asegurar el funcionamiento del aparato estatal y garantizar el orden público a fines de los años 80, tuvieron un efecto determinante en la tolerancia pública hacia las reformas estructurales impulsadas durante la Administración Menem. En especial, hacia la política de privatizaciones.

Entre éstas, el traspaso de la hasta entonces Empresa Nacional de Telecomunicaciones (ENTel) -el 9 de noviembre de 1990- a dos consorcios liderados por compañías trasnacionales, Telefónica de Argentina SA y Telecom Argentina SA, cobró suma importancia por tratarse de la primera gran empresa en ser transferida al capital privado nacional e internacional (Abeles, 2001).

A la deficiente prestación que arrastraba la empresa desde la década del ochenta, se agregó la política llevada a cabo durante el período de la Intervención (en noviembre de 1989, el Gobierno intervino la empresa telefónica y designó a María Julia Alsogaray como interventora de la empresa. Su padre, Álvaro Alsogaray, fue asesor de Carlos Menem a comienzos de su gobierno), que derivó en un mayor deterioro del servicio. Ejemplo de ello es que durante 1990 se habilitaron sólo 40 mil líneas telefónicas, un 70% menos que durante el año anterior, al tiempo que aumentó sustancialmente la instalación de líneas que no fueron habilitadas y serían explotadas por los operadores privados y contabilizadas entre las metas de expansión establecidas en el pliego de licitación (Aruguete, 2009).

Además, entre noviembre de 1989 y noviembre de 1990, aumentó el nivel de endeudamiento en un 122% (Celani, 1998), se redujo abruptamente la masa laboral (Aruguete y Duarte, 2006; 2009), se incrementó la tarifa en un 711% medida en dólares estadounidenses y se delineó un diseño de privatización acorde a las exigencias de los nuevos propietarios (Azpiazu, 2003).

La privatización de la telefónica estatal puso de manifiesto, entre otras cuestiones, la correlación de fuerzas existente entre los actores involucrados. Los procedimientos personalistas y discrecionales de varios funcionarios del gobierno derivaron en confrontaciones en el interior del Poder Ejecutivo.

En el marco de tales disputas, la intervención de la oposición, concentrada en los diputados y senadores de la Unión Cívica Radical (UCR), se redujo a desacuerdos que fueron menospreciados por los funcionarios responsables de la transferencia de la empresa. Por su parte, los trabajadores telefónicos previeron que esta política derivaría en reducción de puestos de trabajo y flexibilización de derechos laborales -ENTel tenía alrededor de 45 mil trabajadores en 1989. En 2007, entre Telefónica y Telecom rondaban los 25 mil empleados (Aruguete y Duarte, 2009)- y fracasaron en sus intentos por frenar el proceso. Por último, para los proveedores y contratistas ya no representaba un beneficio continuar con la empresa en manos del Estado.

Por último, el traspaso de ENTel al capital privado contribuyó a generar en la población un sentimiento de descrédito respecto de la gestión estatal de los servicios públicos. Un aspecto esencial para justificar su privatización en tiempo récord. Concretamente, en 1987, los sondeos de opinión arrojaban un apoyo a la privatización del servicio telefónico que iba del 55 al 59% (Hill y Abdala, 1993). En el año 1990, la opinión favorable se mantuvo entre el 63,9% y el 66,9%

Objetivos e hipótesis de la investigación

El objetivo de este trabajo es analizar la cobertura que la prensa gráfica argentina hizo del proceso de privatización de la Empresa Nacional de Telecomunicaciones *vis a vis* el discurso dominante en la opinión pública sobre la preferencia de que los servicios públicos sean administrados por el Estado o por el sector privado. Si bien no se realiza un análisis estadístico de correspondencia —impracticable dado que transcurrieron 20 años entre el período estudiado y el momento de este análisis— se procura conocer si el tratamiento mediático guarda coherencia con la percepción pública de la época en relación con la gestión de los servicios públicos, en general, y con la privatización de ENTel, en particular.

Los objetivos específicos son:

- Definir los encuadres específicos predominantes en la cobertura del caso ENTel.
- Conocer las diferencias y similitudes en la utilización de los *encuadres* entre las etapas previa y posterior a la transferencia de la empresa al capital privado.
- Conocer las diferencias y similitudes del tratamiento que realizaron los diarios seleccionados sobre este fenómeno.
- Describir el discurso predominante en la opinión pública respecto de la gestión -pública o privada- del servicio telefónico.

- Analizar si existe algún grado de coherencia entre la cobertura mediática de la noticia y la percepción pública sobre este asunto.

Estos objetivos se concretan en las tres siguientes hipótesis y preguntas de investigación:

Primera. Dadas las particularidades que lo caracterizan, el caso ENTel requiere de la elaboración de encuadres específicos para analizar los rasgos centrales del tratamiento mediático que recibió.

P. 1: ¿Cuáles son los encuadres específicos de la privatización del servicio telefónico argentino, contemplando el período agosto 1990 – enero 1991?

P. 2: ¿Qué diferencias o similitudes es posible encontrar entre los encuadres de noticia utilizados por la prensa, en función de las etapas del período bajo estudio?

Segunda. Existen diferencias entre los cinco diarios analizados respecto del tipo de tratamiento dado a este fenómeno.

P. 3: ¿A qué responden tales divergencias en la postura de los diarios?

Tercera. El discurso dominante en la población tuvo una orientación “privatista y productivista”.

P. 4: ¿Cómo se reflejó esta orientación en la preferencia por la prestación pública o privada del servicio?

P. 5: ¿Qué grado de coherencia es posible vislumbrar entre la cobertura mediática de la privatización de ENTel y la percepción pública sobre el servicio telefónico?

Método

El ámbito de análisis

El ámbito de análisis está conformado por un total de 1.231 notas relacionadas con ENTel y su privatización, publicadas entre agosto de 1990 y enero de 1991, en los diarios *Ámbito Financiero*, *Clarín*, *Crónica*, *La Nación* y *Página/12*.

Clarín nació en 1945. Es un *tabloide* que, pese a caracterizarse por la prudencia en gobiernos militares y democráticos por igual, ha tenido una fuerte influencia en las decisiones de los poderes de turno. Su gran nivel de tirada -es el principal diario argentino y el de mayor circulación en el mundo de habla hispana (Albornoz, 2006)-, su capacidad de fijar agenda y el ininterrumpido crecimiento empresarial le confirió, desde su nacimiento, un gran poder de veto en las políticas impulsadas por distintos gobiernos. Ser un producto con focos diversos de atención es una de las características que se auto-atribuye el grupo Clarín en su presentación institucional, donde también menciona poseer “un modo de enfocar la realidad afin a sus públi-

cos, (tener un) lenguaje claro y directo, permitiendo a sus lectores un fácil acceso a las distintas secciones y temáticas abordadas” (Miceli y Belinche, 2002, p. 19).

La Nación es uno de los diarios más antiguos del país, fue creado en 1870. A lo largo de los años, este matutino de formato sábana construyó su línea editorial entre la postura ideológica y la conveniencia empresarial (Sidicaro, 1997; Sirvén, 1998). Con todo, se constituyó en referencia de solidez informativa y opinión fundamentada. Sus editoriales reflejan una significativa preocupación por mantener “los principios del liberalismo bien entendido”². Así, se caracterizó por la polifonía ideológica, sin abandonar su filosofía a la vez liberal y tradicionalista (Amadeo, 1999).

Ámbito Financiero nació en 1976, a comienzos de la última dictadura militar argentina (1976-1983), en un contexto de crecimiento de la información económica producto de la desregulación de la economía y la efervescencia financiera. Ideológicamente, el flamante empresario periodístico dejó el estructuralismo para pasarse a la ortodoxia económica. Desde el comienzo, apoyó la política económica neoliberal del régimen militar. El matutino generó una revolución en el mercado periodístico a partir de la capacidad de su creador, Julio Ramos, de flexibilizar la información bursátil y proyectarla a la calle. Con el tiempo se convirtió en una fuente de referencia para los inversores y operadores bursátiles, en un escenario caracterizado por la hegemonía de la valorización financiera.

Página/12 nació en 1987 con el objetivo de ser un diario de contra-información. Tal espíritu crítico buscó desde un principio plasmarse en el formato de su tapa —un único tema ocupa dos tercios de la portada— tomado del diario francés *Libération*. La originalidad del nuevo periódico no depende sólo del contenido sino, además, de la manera de presentar la información a través de títulos compuestos por oraciones incompletas -un sustantivo y adjetivo-, frases polisémicas y un enfoque interpretativo de la información (Pedrazzini, 2007). Desde el comienzo, “representó un espacio político de izquierda. No había (...) un grupo político organizado que representara estos valores (defensa de los derechos humanos, justicia social, entre otros), con lo cual no tardó en hacerse un lugar entre los principales periódicos de tirada nacional”³.

Crónica es un diario sensacionalista que nació en 1963. Desde sus comienzos, optó por las noticias nacionales, deportivas y policiales y las ubicó en lugares destacados en su tapa. En palabras de su creador, Héctor García, “hacia falta un diario estridente, con grandes letras en la primera página, con titulares muy fuertes al estilo de los diarios centroamericanos, porque los nuestros eran todos demasiado tranquilos” (Ulanovsky, 1997, p.

152). Desde sus comienzos, el objetivo fue que el diario estuviera dirigido a la clase popular, a través de una cobertura sensacionalista y un tratamiento de la información que privilegió “el drama humano del pueblo, la suerte que corran semejantes cercanos”⁴.

Muestra de contenidos

Sobre este ámbito de 1.231 unidades se realizó un muestreo simple al azar, ya que se disponía del marco muestral completo. Esto permitió seleccionar los casos, incluirlos de manera sencilla y contar con estimadores de mediana complejidad. Además, dada su calidad de muestreo probabilístico, fue posible calcular el error de muestreo en cada estimación, a fin de presentar valores de precisión aceptable. Para definir el tamaño de la muestra se optó por un error muestral de 0,3%, con lo que el ámbito de análisis quedó reducido a una muestra de 600 casos. El cálculo del tamaño de la muestra a partir de tal error arrojaba una cifra razonable en función de los recursos disponibles.

Libro de códigos

Para identificar los *encuadres* presentes en la información sobre la última etapa de gestión estatal de ENTel y la primera de operación privada del servicio, el trabajo empírico se basó en las definiciones de Tankard (2001) y Miller y Riechert (1994), quienes plantean que las palabras y expresiones clave constituyen un primer paso para la identificación de los encuadres sobre un tema determinado.

A partir de la combinación de enfoques inductivo y deductivo de las unidades de análisis, se halló una serie de variables críticas con las que se elaboró una tabla de registro de 140 ítems, que luego fue reducida a 33 indicadores en función de la semejanza semántica de tales palabras y expresiones clave. De las asociaciones existentes entre dichos indicadores, obtenidas mediante análisis estadísticos, surgieron los “Encuadres de la privatización de ENTel” (ENPE).

La ficha de análisis para la identificación de los 33 indicadores quedó formada de la siguiente manera:

Tema 1. Rasgos de la privatización de ENTel

- 1) Inconvenientes y/o demoras para concretar la privatización de ENTel.
- 2) Críticas a irregularidades u otros rasgos de la privatización de ENTel.
- 3) Justificación de la privatización de ENTel.

Tema 2. Desempeño de los funcionarios públicos

- 4) Acciones de funcionarios del Gobierno para concretar la venta de ENTel.
- 5) Diferencias o desacuerdos entre miembros del Poder Ejecutivo y del Poder Legislativo.

- 6) Diferencias o desacuerdos al interior del Poder Ejecutivo.
- 7) Diferencias o desacuerdos entre el Gobierno y los consorcios.

Tema 3. Desempeño de los consorcios

- 8) Posibilidades del consorcio liderado por Telefónica de España de ganar la licitación de ENTel.
- 9) Dificultades del consorcio liderado por Telefónica de España para ganar la licitación de ENTel.
- 10) Posibilidades del consorcio liderado por Bell Atlantic de ganar la licitación de ENTel.
- 11) Dificultades del consorcio liderado por Bell Atlantic para ganar la licitación de ENTel.
- 12) Posibilidades del consorcio liderado por Stet-France Telecom de ganar la licitación de ENTel.
- 13) Dificultades del consorcio liderado por Stet-France Telecom para ganar la licitación de ENTel.
- 14) Gestiones de los consorcios y/o funcionarios del gobierno de sus países de origen para ganar la licitación de ENTel o incorporarse al sector después de su adjudicación.

Tema 4. Prestación del servicio

- 15) Calidad del servicio durante gestión estatal.
- 16) Causas u otros aspectos relacionados con la prestación estatal del servicio.
- 17) Calidad del servicio durante gestión privada.
- 18) Causas u otros aspectos relacionados con la prestación privada del servicio.

Tema 5. Cuestión tarifaria

- 19) Negociaciones entre Gobierno y consorcios sobre el valor de la tarifa telefónica.
- 20) Aumentos tarifarios aplicados por el gobierno.
- 21) Críticas a los aumentos o cambios en la tarifa.
- 22) Impacto de aumentos u otros aspectos tarifarios sobre los usuarios.
- 23) Política tarifaria de la primera etapa de gestión privada del servicio telefónico.
- 24) Justificación de los aumentos o cambios en la tarifa.

Tema 6. Conflicto sindical o telefónico

- 25) Medidas de fuerza de los trabajadores telefónicos.
- 26) Inconvenientes causados por las medidas de fuerza de los telefónicos.
- 27) Medidas y/o declaraciones del Gobierno y autoridades de ENTel en relación con los trabajadores telefónicos.
- 28) Medidas y/o declaraciones de los consorcios en relación con los trabajadores telefónicos, tanto antes como después de la privatización de ENTel.
- 29) Impacto de las medidas del gobierno, las autoridades de ENTel o los consorcios, sobre los trabajadores telefónicos, tanto antes como después de la privatización de ENTel.
- 30) Acuerdos entre sector sindical y Gobierno o autoridades ENTel, tendientes a destrabar el conflicto sindical.
- 31) Desacuerdos entre el sector sindical y el Gobierno o autoridades ENTel, que impidan destrabar el conflicto sindical.
- 32) Diferencias, desacuerdos o críticas en el interior del sector sindical.
- 33) Intervención de los legisladores en el conflicto telefónico.

Codificación y fiabilidad

Se corroboró el grado de concordancia en la medición de los codificadores. El valor medio de acuerdo arrojado en la totalidad de las variables que se tuvieron en cuenta fue de 0.70, un dato que señala una fiabilidad aceptable para el análisis realizado sobre las notas (Igartua, 2006; Neuen-dorf, 2002).

Trabajo empírico

Encuadres mediáticos de la privatización de ENTel

Los teóricos del encuadre diferencian entre encuadres genéricos y específicos, que pueden ser identificados mediante métodos deductivos o inductivos. Dados los hallazgos alcanzados en trabajos previos (Aruguete, 2007; 2009), se presupone que el análisis del tratamiento mediático del proceso de privatización de ENTel requiere de encuadres específicos de la noticia, que logren retratar los rasgos particulares de este asunto, abordarlos en detalle y alcanzar un alto grado de especificidad (de Vreese *et al.*, 2001).

En el proceso de análisis se constató la presencia de los indicadores manifiestos en la cobertura de ENTel y posteriormente se realizó una serie de pruebas estadísticas que permitiera tener un acercamiento al agrupamiento de éstos en factores⁵. Así, se llegó a 17 indicadores, de cuya correlación surgen tres dimensiones⁶ (ver Tabla 1).

En vistas de las asociaciones entre los indicadores, se proponen tres encuadres de la noticia.

Conflicto por la política laboral de la privatización. Alude a acontecimientos insertos en un contexto polémico donde se ponen de manifiesto los intereses de los sectores involucrados en la política laboral de esta compañía, como los trabajadores, el gobierno y los consorcios que se harían cargo del servicio. Y donde las acciones de cada uno de estos actores impactan en los demás.

Atributos de la prestación pública y privada del servicio. Está presente en las noticias donde se concentran diversos aspectos de la calidad del servicio telefónico. Ello comprende los inconvenientes generados en las comunicaciones por el deterioro o la mala gestión de ENTel cuando era una empresa estatal (“Más teléfonos incomunicados”⁷), la mejora de la prestación luego de la privatización o el incumplimiento de las promesas de los consorcios al comienzo de la operación privada de la compañía.

Críticas a la política tarifaria del proceso privatizador. Hace referencia a las subidas implementadas por el gobierno en las tarifas de ENTel, antes de su traspaso a los nuevos operadores (“ENTel: faltan dos ajustes fuertes”⁸). Si bien tales aumentos se dispusieron en el marco de los acuerdos

entre las autoridades nacionales y los consorcios, plasmados en el pliego de privatización, las alusiones a tales negociaciones no guardan correlación con los indicadores que sí quedaron agrupados en esta dimensión.

Tabla 1. Dimensiones extraídas mediante análisis de correspondencia

ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIA				
Matriz de componentes	1	2	3	4
Inconvenientes y/o demoras para concretar la privatización de ENTel	0,16	0,21	0,01	0,01
Acciones de funcionarios del gobierno para concretar la venta de ENTel	0,12	0,22	0,03	0,01
Diferencias o desacuerdos entre miembros del Poder Ejecutivo y del Poder Legislativo	0,06	0,01	0,15	0,25
Diferencias o desacuerdos entre el gobierno y los consorcios	0,16	0,14	0,04	0,13
Calidad del servicio durante gestión estatal	0,05	0,48	0,02	0,00
Causas u otros aspectos relacionados con la prestación estatal del servicio	0,01	0,35	0,01	0,02
Calidad del servicio durante gestión privada	0,05	0,45	0,07	0,09
Causas u otros aspectos relacionados con la prestación privada del servicio	0,02	0,32	0,07	0,13
Negociaciones entre gobierno y consorcios sobre el valor de la tarifa telefónica	0,20	0,07	0,12	0,21
Aumentos tarifarios aplicados por el gobierno	0,09	0,03	0,45	0,00
Críticas a los aumentos o cambios en la tarifa	0,14	0,06	0,45	0,00
Impacto de aumentos u otros aspectos tarifarios sobre los usuarios	0,14	0,08	0,24	0,04
Medidas de fuerza de los trabajadores telefónicos	0,50	0,00	0,01	0,09
Medidas y declaraciones del gobierno y autoridades de ENTel en relación con los trabajadores telefónicos	0,70	0,00	0,02	0,08
Impacto de las medidas del gobierno, las autoridades de ENTel o los consorcios, sobre los trabajadores telefónicos, tanto antes como después de la privatización de ENTEL	0,63	0,00	0,02	0,08
Desacuerdos entre el sector sindical y el gobierno o autoridades ENTel, que impidan destrabar el conflicto sindical	0,60	0,00	0,01	0,07
Intervención de los legisladores en el conflicto telefónico	0,19	0,01	0,11	0,11

Después de definir los encuadres de la privatización de ENTel, se procura determinar el grado de intensidad con que éstos aparecen en las noticias⁹. Según los resultados obtenidos, estos encuadres no tienen una alta intensidad de presencia *per se* en la cobertura de este fenómeno. ‘Conflicto por la política laboral de la privatización’ cuenta con un nivel más significativo (M= 0,35; DT= 0,22), seguido por ‘Críticas a la política tarifaria del proceso privatizador’ (M= 0,13; DT= 0,29) y ‘Atributos de la prestación pública y privada del servicio’ (M= 0,07; DT= 0,19). En

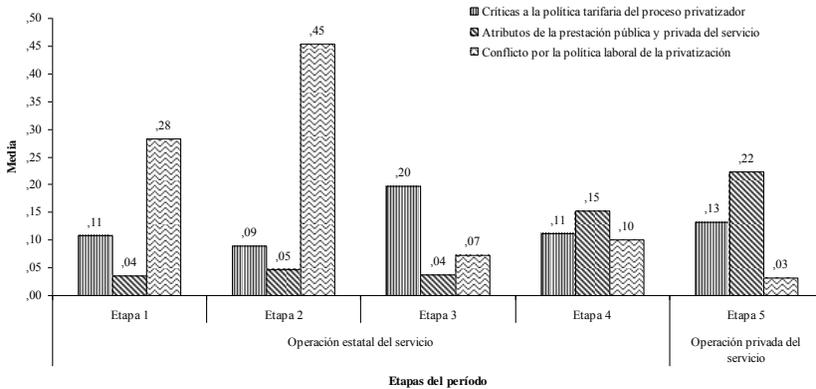
consecuencia, se analiza si la intensidad de estos *encuadres* se ve influida por otras variables de la cobertura de este fenómeno.

Comportamiento temporal de los encuadres mediáticos

En este apartado interesa analizar el comportamiento temporal de los encuadres presentes en la cobertura de la privatización de ENTel, fundamentalmente entre las fases previa y posterior al traspaso de la empresa. Para ello, se define una serie de etapas en función de los hechos críticos que le dan origen. Con hechos críticos, Pride (1995) se refiere a acontecimientos *contextualmente dramáticos*, que motivan la atención del público porque rompen la rutina habitual (p. 5).

Gráfico 1.

Encuadres mediáticos de la Privatización de ENTel (ENPE), según etapas del período. Intensidad promedio de cobertura. Agosto de 1990 – Enero de 1991¹⁰



(*) Cada uno de los encuadres posee un rango de 0 (ausencia total) y 1 (presencia total).

La etapa 1 comienza la segunda semana de agosto, con la primera postergación de los plazos para la firma del contrato de ENTel. La etapa 2 tiene origen en la segunda semana de septiembre, debido al agravamiento del conflicto entre el gobierno, las autoridades de ENTel y los gremios telefónicos. La etapa 3 empieza en la primera semana de octubre, a partir de las dificultades del consorcio liderado por la norteamericana Bell Atlantic y su brazo financiero Manufacturer Hanover, para conseguir los títulos de la deuda externa argentina requeridos como parte del pago de la compañía telefónica. La etapa 4 abarca las dos primeras semanas de noviembre,

momentos en que se ultimaron los detalles y se concretó la transferencia de ENTel a los consorcios privados, Telefónica y Telecom. La etapa 5 se computa luego de la celebración de la entrega de la compañía a sus nuevos dueños, tras la ceremonia del 9 de noviembre de 1990.

El gráfico 1 muestra un comportamiento diferencial en la utilización de los encuadres por parte de los periódicos, según las distintas etapas del período. ‘Críticas a la política tarifaria del proceso privatizador’ mantiene una intensidad similar a lo largo de todo el período, con leves diferencias. Sube en la etapa tres, coincidente con las discusiones entre gobierno y consorcios alrededor del valor del pulso telefónico. Y baja en las fases siguientes, aunque se mantiene en un nivel aceptable.

‘Conflicto por la política laboral de la privatización’ también presenta diferencias significativas entre los períodos. Ello se ve influido por el hecho de que entre los últimos días del mes de agosto y las primeras semanas de septiembre se sucedieron los hechos más dramáticos en torno al conflicto desatado entre Foetra Sindicato Buenos Aires y el gobierno nacional, como los despidos masivos de empleados de ENTel, la intervención de las Fuerzas Armadas en la central internacional de la empresa y el recrudecimiento de las divergencias entre el gremio y las autoridades de la empresa. Es precisamente en ese contexto que las acciones de unos sectores dieron lugar a la reacción de otros, alcanzaron mayor virulencia las posiciones antagónicas de éstos (“Plan de ataque de la interventora, María Julia Alzogaray”¹¹) y, como consecuencia, recayeron sobre los empleados - el actor más vulnerable de la polémica- los efectos negativos de la postura intransigente del gobierno y de las autoridades de ENTel.

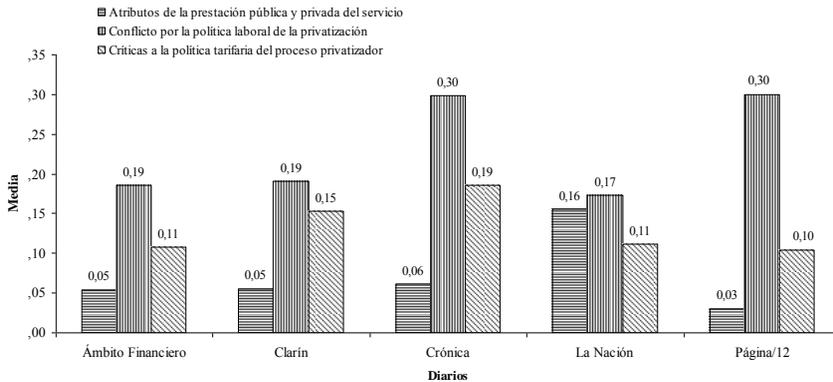
‘Atributos de la prestación pública y privada del servicio’ muestra una evolución que merece ser analizada. Si bien en general tiene una baja intensidad promedio, sube considerablemente hacia el final del período, en la cuarta y quinta etapas. Esto significa que, a medida que se acercaba la entrega de la empresa a los consorcios (etapa 4) y durante la operación privada (etapa 5), los aspectos relativos a la calidad del servicio y sus causas cobraron mayor relevancia. Así, es posible inferir que el ahínco puesto en la prestación del servicio en vistas del traspaso de ENTel es representativo de una demostración de la aprobación de los medios hacia esta política. Un ejemplo que refuerza esta hipótesis es que en la cobertura de la ceremonia del traspaso del servicio al capital privado, los medios cubrieron el perfil de los consorcios que se hicieron cargo del servicio, haciendo foco en las “prometidas” mejoras en la calidad del servicio (“Telefónica: un plan de emergencia de 100 días”¹²; “Stet: prioridad en teléfonos públicos”¹³).

Tratamiento del caso ENTel, según diarios

Finalmente, se indagaron las diferencias que presenta la prensa en el uso de los encuadres mediáticos. Se presupone que los tres *encuadres* que dan cuenta de cómo se enmarcó mediáticamente este asunto fueron objeto de un uso particular, en función del perfil editorial de los diarios (ver gráfico 2).

En función de los resultados obtenidos, los medios tienen semejanzas y diferencias. Por ejemplo, *Página/12* y *Crónica* otorgaron un extendido espacio a ‘conflicto por la política laboral de la privatización’. Aunque a un nivel más bajo, los otros tres periódicos también mostraron una intensidad similar en la presencia de este encuadre. En este caso, se trata de un promedio considerable, teniendo en cuenta que la excepcionalidad de los acontecimientos enmarcados en este *encuadre* obligó a los diarios a tener un comportamiento semejante.

Gráfico 2. Encuadres mediáticos de la Privatización de ENTel (ENPE), según diarios. Porcentaje de frecuencia de cobertura. Agosto de 1990 - Enero de 1991¹⁴



Por otra parte, llama la atención el parecido de *Clarín*, *La Nación* y *Ámbito Financiero* en el tratamiento que dieron al caso ENTel, con intensidades medias en el uso de los *encuadres mediáticos*, aun cuando se trata de medios con clasificaciones distintas, que están dirigidos a públicos diferentes. Así, *Ámbito Financiero* es un diario especializado, con información temática. Amado (2007) observa que “los diarios de economía suelen publicarse de lunes a viernes, atento a que se dirigen a una audiencia de empresas y finanzas” (p. 101). En cambio, *Clarín* y *La Nación* son diarios

nacionales generalistas, concentrados en temas del gobierno nacional, política y asuntos comunales de la Ciudad de Buenos Aires (Amado, 2007).

Por último, el grado de frecuencia de ‘atributos de la prestación pública y privada del servicio’ varía según el matutino en que aparece. Se trata de un aspecto al que *La Nación* ha prestado un interés significativo. Es decir que, más allá de tratarse de un medio de información general al igual que *Clarín*, su público se distingue marcadamente del primero. Estas evidencias permiten inferir que “en etapas donde se dan acontecimientos de menor excepcionalidad, el interés de los diarios parece mostrar mayores diferencias” (Aruguete, 2007, p. 198).

La percepción pública de la privatización de ENTel

Para entender el comportamiento de los *encuadres mediáticos* en la cobertura del proceso de privatización de ENTel, es fundamental conocer el discurso dominante en la población argentina, más concretamente, su preferencia por la gestión de los servicios públicos por parte del Estado o del sector privado y su opinión respecto de la privatización del servicio telefónico¹⁵.

A comienzos de la gestión del ex presidente Carlos Menem, el 66,9% de la sociedad argentina evaluaba que la política de privatizaciones era positiva, frente a un 16% que la consideraba regular y un 8,8%, negativa, tal como señaláramos en base a un estudio del CEUNM, realizado en agosto de 1989¹⁶. Mora y Araujo (1993) observa que desde mediados de la década del ochenta, y con mayor énfasis a comienzo de los años 90, se asistió a un “cambio de valores, expectativas y preferencias de los argentinos” (p. 302), traducido en un creciente aumento de las actitudes “productivista y privatista” y de la preocupación por el problema de la inflación, así como de una pérdida de confianza en los dirigentes políticos y sindicales.

Un sondeo de IPSOS, Mora y Araujo en octubre de 1989, muestra que el nivel de aceptación hacia las privatizaciones se mantenía en niveles muy altos (62,9%, en promedio), aunque la tendencia se había empezado a revertir levemente. Este comportamiento se confirma con otra encuesta de CEUNM donde se muestra el “Deterioro de la imagen de las privatizaciones”¹⁷. Una lectura de la tabla 2 permite ver una importante caída de la opinión positiva del proceso de privatizaciones encarado por el gobierno.

Según CEUNM, durante las últimas semanas se había producido “un notorio deterioro en la imagen de las privatizaciones, generadas por las demoras, aumentos de tarifas y conflictos en las privatizaciones de EN-Tel”¹⁸. Sin pretender dar estatus de probatorio, es posible afirmar que las preocupaciones públicas destacadas por la consultora respecto de la caída

en la imagen de las privatizaciones guardan coherencia con los aspectos destacados en la cobertura mediática de ENTel entre el mes de septiembre y comienzos de octubre de 1990.

Tabla 2. Imagen pública del proceso de privatizaciones. Octubre de 1990

<i>Imagen</i>	<i>Ago-89</i>	<i>Oct-89</i>	<i>Feb-90</i>	<i>Abr-90</i>	<i>Jul-90</i>	<i>Oct-90</i>
Positiva	66,8 %	59,4 %	46,8 %	47,6 %	60,3 %	36,5 %
Regular	16,0 %	15,8 %	21,5 %	22,8 %	15,3 %	21,3 %
Negativa	8,8 %	16,4 %	26,3 %	25,3 %	18,8 %	32,8 %
No sabe	8,4 %	8,4 %	5,4 %	4,3 %	5,6 %	9,4 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Fuente: CEUNM, octubre de 1990.

Ello no impide que se mantuviera el discurso pro-privatización que circulaba en la sociedad desde el comienzo de la gestión Menem -y aún antes-, coherente con el pensamiento predominante a nivel mundial, que promovía reformas de mercado dirigidas hacia el Estado mínimo y el control de la economía por el mercado. Así lo confirman diversos sondeos de opinión de IPSOS – Mora y Araujo entre comienzos de los años 1990 y 1991, donde se observa un consenso favorable -que varía entre el 63,5% y el 67,4%- a que las cosas las hagan las empresas privadas más que las empresas del Estado.

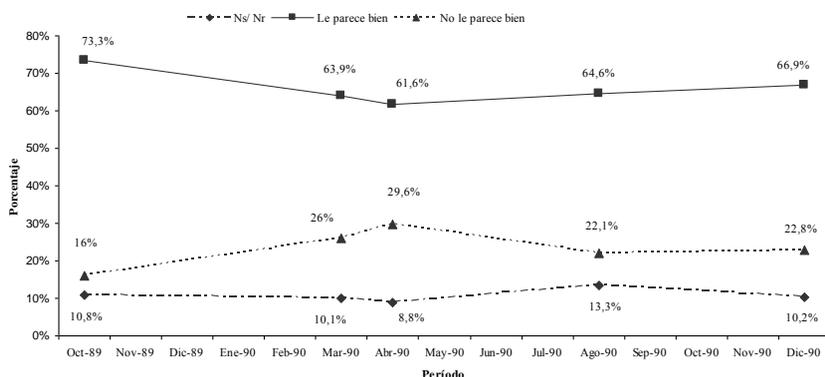
En América latina y, en particular, en Argentina cobró fuerza la idea de que “era imposible tornar gobernable el sistema con la sobrecarga de demandas sobre el Estado” (Thwaites Rey, 2005, p. 57). Con lo que la institución estatal perdió legitimidad y, por tanto, vio reducida su capacidad de formular políticas macroeconómicas y de aislar su economía de la competencia internacional.

En relación con los sondeos hechos sobre la privatización del servicio telefónico, también las opiniones se inclinaron por la opción de que el servicio sea manejado por empresas privadas. Durante todo el proceso privatizador, los niveles de aprobación se mantuvieron por encima del 60%. Sin embargo, al comparar los resultados de octubre de 1989 *vis a vis* los que se observan a lo largo del año 1990, es posible ver que la opción a favor de la privatización de ENTel cayó entre un 7% y un 10% (Ver gráfico 3).

En definitiva, la alta aprobación con que contó el proceso privatizador desde mediados de los años 80 -y se mantuvo durante toda la década del noventa- no impidió que, una vez terminado el traspaso de ENTel, surgieran opiniones negativas por parte de la población hacia esta política. Por un lado, hubo una considerable caída en la aceptación pública hacia la entrega

de ENTel a operadores privados (pasó de 66,9 en diciembre de 1990 a 55,3 y 51,2% en febrero y marzo de 1991, respectivamente). Por otro lado, los rasgos de la política de privatización también fueron objeto de una creciente desaprobación. La misma consultora mostró un alto desacuerdo sobre la forma en que fue privatizado el servicio telefónico argentino años después de su traspaso. Concretamente, entre 1993 y 1995, el nivel de desacuerdo osciló entre un 40 y un 45%.

Gráfico 3. Opinión sobre la pregunta: “¿Le parece bien que private el servicio telefónico?” (Marzo 1990 – Diciembre 1990)



Fuente: IPSOS Mora y Araujo. Año 1990

Conclusiones

Los hallazgos presentados en el trabajo empírico ponen de manifiesto el proceso de *encuadre* en dos de las dimensiones en que actúa: en los medios y en las audiencias.

En la agenda mediática, se halló una serie de encuadres de la noticia que retrataron el proceso de privatización, con un importante énfasis en lo negativo, el conflicto y la violencia. Si bien estos *encuadres* no alcanzaron una alta intensidad de presencia *per se*, su comportamiento estuvo fuertemente relacionado con la existencia de otros factores: como las etapas del período y el tipo de diario en que aparecieron.

Del comportamiento de los encuadres en función de estas dos variables es posible concluir que ante acontecimientos polémicos, con un alto nivel de controversia y dramatismo, los diarios mostraron un comportamiento parecido en su inclusión de tales encuadres en sus páginas. En cambio, en

etapas menos excepcionales, los intereses políticos y económicos y el tipo de lectores a los que están dirigidos estos periódicos pesaron considerablemente en las decisiones editoriales sobre la el tipo de tratamiento que se dio a este asunto.

Ámbito Financiero privilegió aquellas cuestiones que consideró relevantes para sus lectores, fundamentalmente, para el sector con cuyos intereses fraternizaba: hombres de negocios, empresarios y representantes de la *City, La Nación*, procurando conservar su altura en la escala social, y dada su afinidad con los sectores privilegiados en la distribución del ingreso y del prestigio social, se mostró más aséptico en el tratamiento de los asuntos controvertidos, al tiempo que dedicó un gran número de páginas a una afanosa cobertura de los reclamos de los usuarios de este servicio. Un rasgo distintivo respecto de la conducta promedio de los diarios.

Crónica y Página/12, desde lugares muy distintos en función de sus perfiles editoriales, mostraron semejanzas en la prioridad otorgada a cuestiones tales como el conflicto entre el gobierno y los trabajadores. Quien también puso de manifiesto su proyecto editorial y empresario fue *Clarín*. Dado su compromiso de “brindar una comunicación honesta e independiente (...), ofreciendo a sus públicos una visión completa de la realidad y, de esta forma fortalecer el sistema democrático”¹⁹, este matutino hizo una cobertura que procuró sostener el equilibrio y la moderación sobre los temas más polémicos y sobre los conflictos sobresalientes de esta experiencia de privatización.

En relación con los resultados surgidos de los sondeos de opinión expuestos, cabe retomar la idea de que el encuadre se da a lo largo de todo el proceso de comunicación (Entman, 1993). Es decir que los encuadres, principios de la organización de la información, se encuentran en el emisor, entre los individuos receptores del discurso mediático y en las prácticas sociales y culturales (Cohen y Wolfsfeld, 1993; Graber, 1989; Reese, 2001).

En definitiva, los medios retratan los asuntos públicos en el marco de una idiosincrasia que acoge determinados esquemas y valores desde los que se percibe y se juzgan los temas que se constituyen en las principales preocupaciones de una sociedad. Reese (2001) lo ilustra claramente, cuando se refiere a los *encuadres* como “*principios organizadores* socialmente *compartidos* y *persistentes* en el tiempo, que trabajan *simbólicamente* para *estructurar* el mundo social de modo significativo” (Reese, 2001, p. 11, énfasis en original).

Un factor importante que pudo haber influido en la aceptación pública de las privatizaciones —entre éstas, la de ENTel— es que, al momento de

lanzarse dicho programa, la infraestructura y la calidad en la prestación de los servicios registraban un deterioro considerable, producto del atraso tecnológico y la desinversión. “Así, la política de privatizaciones encarnaba la expectativa de transferir al sector privado la responsabilidad de las inversiones de largo plazo que el Estado había dejado de financiar” (Gerchunoff *et al.*, 2003, p. 20).

Además, más allá de la influencia de la cobertura informativa, la opinión prevaleciente en los sondeos pone de relieve que, si bien después de la transferencia de la telefonía fija a sus nuevos dueños se mantuvo en altos niveles la creencia pública sobre la necesidad de sacar los servicios públicos de la órbita del Estado, aumentó el nivel de escepticismo de la población sobre el “estilo menemista” de llevar a cabo sus políticas públicas. Esto revela que, además del tipo de tratamiento mediático de este asunto, la cultura política predominante en la sociedad argentina a partir del asunción del ex presidente Menem, fue el caldo de cultivo adecuado y también jugó un papel importante en la formación de los esquemas cognitivos que guiaron la percepción del proceso de privatización.

* Se agradecen los valiosos comentarios que el Dr. Orlando D’Adamo y la Dra. Virginia García Beaudoux realizaron a una versión preliminar del presente trabajo y se los exime de toda responsabilidad respecto de los errores y omisiones que pudieran existir.

Referencias

- Abeles, M. (2001). La privatización de ENTEL: regulación estatal y ganancias extraordinarias durante la etapa monopólica. En M. Abeles, K. Forcinito y M. Schorr, *El oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado* (pp. 51-133). Buenos Aires: FLACSO/Universidad Nacional de Quilmes/IDEP.
- Amado, A. (2007). *Noticias de los medios. La producción de información y los diarios argentinos en el cambio de siglo. Un estudio exploratorio*. Tesis doctoral no publicada, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Buenos Aires, Argentina.
- Aruguete, N. (2007). *La imagen de ENTEL en la prensa argentina durante su privatización (período agosto-octubre de 1990)*. Tesis de Maestría no publicada, Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad de General San Martín, Buenos Aires, Argentina.
- Aruguete, N. (2010). Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTEL. *América Latina Hoy*, 54, 113-137.
- Aruguete, N. y Duarte, M. (2006). Las innovaciones en las telecomunicaciones y las nuevas identidades. *Emquestao*, 12(2), 321-337.
- Aruguete, N. y Duarte, M. (2009). Una mirada contra-hegemónica del proceso de privatización de las telecomunicaciones. *Revista Realidad Económica*, 243, 50-74.
- Azpiazu, D. (2003). *Las privatizaciones en la Argentina. Diagnósticos y propuestas para una mayor competitividad y equidad social*. Buenos Aires: Miño y Dávila/Fundación OSDE/CIEPP.

- Blanco, D. y Germano, C. (2005). *20 años de medios & democracia en la Argentina*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cappella, J. N. y Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. Nueva York: Oxford University Press.
- de Vreese, C. H., Peter, J. y Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the Euro. A cross-national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18, 107-122
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(3), 51-58.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (Eds.) (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Igartua, J. J., Cheng, L. y Muñoz, C. (2005). Framing Latin America in the Spanish press. A cooled down friendship between two fraternal lands. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 30, 359-372.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lang, G. y Lang, K. E. (1981). Watergate: An exploration of the Agenda-Building process. En G. Wilhoit y H. de Bock (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook*, 2. Newbury Park, CA: Sage, 447-468.
- London, S. (1993). *How the Media Frames Political Issues [on-line]*. Revisado el 21 de noviembre de 2007 desde internet: <http://www.scottlondon.com/reports/frames.html>
- Maher, T. M. (2001). Framing: An emerging paradigm or a phase of Agenda-Setting? En S. D. Reese, O. H. Gandy y A. E. Grant (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 83-94). Mahwah, NJ: LEA.
- Martínez, M. (1996). Insignificantes minorías. La mediación de la significatividad en la cobertura periodística de los problemas vinculados a las minorías socioculturales. En M.L.Andión (Ed.), *Comunicación na periferia atlántica*. Univ. Santiago de Compostela
- Martínez, O. (1991). El escenario: febrero-julio de 1989. Terrorismo económico y desestabilización política. En A. Borón, R. Feletti, M. Granovsky, E. Lozano, E. Grüner, O. Martínez, O. Fanfani y J. Villalonga, *El Menemato. Radiografía de dos años de gobierno de Carlos Menem*. Buenos Aires: Letra Buena.
- Miceli, W. y Belinche, M. (2002). *Los procesos de edición periodística en los medios gráficos. El caso Clarín*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Miller, M. M. y Riechert, B. P. (2001). The spiral of opportunity and frame resonance. Mapping the issue cycle in news and public discourse. En S. D. Reese, O. H. Gandy y A. E. Grant (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 107-121). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Muñoz, C. (2006). *Encuadres noticiosos e inmigración: del análisis de los contenidos al estudio de los efectos mediáticos*. Tesis doctoral no publicada, Universidad de Salamanca, Departamento de Sociología y Comunicación, Salamanca, España.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Pedrazzini, A. (2007). *La crisis argentina del 2001 a través de las tapas de Página/12: Un estudio semiolingüístico centrado en la interacción texto-imagen*. Ponencia presentada en la VI Bienal Iberoamericana de Comunicación, Córdoba, Argentina.
- Pride, R. (1995). How activists and media frame social problems: critical events versus performance trends for schools. *Political Communication*, 12, 5-26.
- Rhee, J. W. (1997). Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of Framing effects. *Journal of Communication*, 47(3), 26-48.
- Ruiz, F. (2005). *El señor de los mercados. Ámbito Financiero, la City y el poder del periodismo económico. De Martínez de Hoz a Cavallo*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Ryan, C., Carragee, K. M. y Meinhofer, W. (2001). Theory into practice: Framing, the news media, and collective action. *J. of Broadcasting and Electronic Media*, 45, 175-182.
- Semetko, H. y Valkenburg, P. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Shoemaker, P. J. y Reese, S. D. (1991). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Nueva York: Longman.
- Sidicaro, R. (1997). Consideraciones a propósito de las ideas del diario La Nación. En C. Wainerman y R. Sautu, *La trastienda de la investigación*. Buenos Aires. Ed. Belgrano.
- Sirvén, P. (1998). *Quién te ha visto y quién te ve* (2° Ed.). Buenos Aires: Ediciones La Flor.
- Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of Media Framing. En S. D. Reese, O. H. Gandy y A. E. Grant (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-106). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. N.Y.: Free Press.
- Ulanovsky, C. (1997). *Parén las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. Buenos Aires: Compañía Editora Espasa Calpe Argentina.

Natalia Aruguete es Doctora en Ciencias Sociales y Humanidades por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Es Magister en Sociología Económica (IDAES-UNSAM). Es investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y de la UNQ. Ha realizado una estancia de investigación en la Universidad de Salamanca, España (2006). Su línea de investigación se centra en el estudio de las agendas mediática y pública, desde las teorías del Establecimiento de la Agenda y el Encuadre. Posee experiencia docente en los niveles medio, terciario y universitario. Es colaboradora periodística especializada en Página/12 y Le Monde Diplomatique – Ediciones Cono Sur. nataliaaruguete@gmail.com.
Dirección. Natalia Aruguete. Uriarte 2151 2° "C". Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C1425ZAB)

¹ La información sobre la mirada de la opinión pública respecto de este caso surgen de consultoras con prestigio nacional e internacional, como IPSOS – Mora y Araujo y Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría (CEUNM).

² Declaraciones de Hugo Caligaris, editor de la revista de los domingos de *La Nación*, en 1996 (Ulanovsky, 1997).

³ Declaraciones de Martín Granovsky, ex director del diario, cit. en Amadeo (1999, p. 219).

⁴ Declaraciones del creador de *Crónica*, Héctor García, citado en Ulanovsky (1997, p. 153).

⁵ Se realizaron varios ensayos de análisis de correspondencias múltiples, dado que en cada uno se eliminaron las variables que presentaban una baja asociación con el resto de los indicadores.

⁶ En las dimensiones quedan incluidas aquellas variables que alcanzan un valor mayor a 0,30. Esta solución explica el 55,2% de la varianza total.

⁷ *Ámbito Financiero*, 2 de agosto de 1990, p. 4.

⁸ *Ámbito Financiero*, 21 de septiembre de 1990, pp. 5 y 40.

⁹ Para ello, se establece la proporción de presencia de los indicadores que fueron seleccionados para los nuevos encuadres. Luego se crea una nueva variable, calculada mediante el cociente entre la cantidad de indicadores presentes en cada artículo y la cantidad de indicadores del encuadre en cuestión.

¹⁰ Los tres encuadres guardan correlación con las etapas del período analizado. ‘Conflicto por la política laboral de la privatización’ ($F= 47,883$, $p= < 0,05$), ‘Críticas a la política tarifaria del proceso privatizador’ ($F= 3,729$, $p= < 0,05$), ‘Atributos de la prestación pública y privada del servicio’ ($F= 18,307$, $p= < 0,05$).

¹¹ *Página/12*, 9 de septiembre de 1990, p. 3.

¹² *Clarín*, 9 de noviembre de 1990, p. 6.

¹³ *La Nación*, 9 de noviembre de 1990, p. 22.

¹⁴ $X^2(8) = 17,28$, $p= < 0,05$.

¹⁵ Esta información surge de sondeos de opinión realizados en forma contemporánea a la privatización de ENTel, por consultoras con prestigio nacional e internacional, como IPSOS – Mora y Araujo y el Centro de Estudios Unión para la Nueva Mayoría (CEUNM).

¹⁶ CEUNM, *Generalizado Consenso a favor de la política de privatizaciones*, agosto, 1989.

¹⁷ Publicada en *La Nación*, 22 de octubre de 1990, p. 10.

¹⁸ Publicada en *Crónica*, 22 de octubre de 1990, p. 6.

¹⁹ Ver <http://www.grupoclarin.com>