

LAS UNIVERSIDADES ARGENTINAS Y SU REPRESENTACIÓN LINGÜÍSTICO-DISCURSIVA EN LA PRENSA NACIONAL: VALORACIÓN DEL TRATAMIENTO PERIODÍSTICO SEGÚN SU UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CARÁCTER PÚBLICO O PRIVADO

*Adela Lo Celso (Universidad Blas Pascal-Argentina-)
Clara Silvia María Cacciavillani (Universidad Blas Pascal y
Universidad Nacional de Córdoba-Argentina-)*

I. INTRODUCCIÓN

El objetivo general de este trabajo fue indagar la representación discursiva de las universidades argentinas en prensa de tirada nacional, para comparar el tratamiento informativo que reciben según su ubicación geográfica y su carácter público o privado. Hemos sistematizado la mención de las Casas de Estudios en la versión digital de los diarios La Nación (lanacion.com) y Clarín (clarin.com), los dos medios de mayor alcance en Argentina, para observar frecuencia de aparición y contenidos asociados.

Partimos de la hipótesis de que los medios hegemónicos sólo registraban los eventos de universidades del “interior”, es decir, localizadas en provincias distintas de Buenos Aires, cuando se vinculaban con hechos curiosos, violentos o políticos, y no tanto por su producción y enseñanza de conocimientos, propias del quehacer universitario. Por ello, indagamos en qué casos particulares la referencia a dichas universidades se vinculaba con la producción y la difusión académico-científica, entre otras funciones (Ley de Educación Superior 24.521, 2006).

Hemos procurado observar el rol del discurso periodístico sobre una entidad particular del universo social como son las universidades. Entendimos que la prensa ha contribuido a crear en el imaginario colectivo una representación determinada de esas entidades del espacio social (Verón, 1987), diferenciándolas entre sí según pertenecieran a un espacio geográfico u otro, a la esfera pública o privada, asignándoles prestigio o restándoselo, asociándolas con temas propios de sus funciones o ajenos a ellas.

Si cualquier usuario del lenguaje manifiesta en el hablar la manera de percibir y valorar el mundo, para nuestro estudio fue de especial relevancia analizar uno de los discursos, el periodístico, que se constituye como lugar particular donde ese pensar se consolida como hegemónico. La lengua utilizada por la prensa forma parte del proceso social, compone significaciones y, en consecuencia, prácticas sociales: “El periódico mismo no es una institución estanca, sino un lugar donde las opiniones de varias combinaciones de fuerzas y prácticas sociales se articulan, [...] para determinar los términos en que se formula la información y se presenta la realidad social” (Trew, 1979 en Fowler, Hodge et. al., 1979: 189).

II. FUNDAMENTOS TEÓRICOS¹

El trabajo se insertó dentro de las investigaciones sobre medios. Cuando señalamos que los periódicos construyen representaciones, nos guiaron las ideas del Análisis Crítico del Discurso (ACD) en tanto se considera que el uso lingüístico -en nuestro caso, el uso que hace la prensa- es “simultáneamente constitutivo de (i) las identidades sociales (ii) las relaciones sociales y (iii) los sistemas de conocimiento y de creencias” (Fairclough, 2008). Completamos los aportes del ACD (Fairclough, 1989, 1995; Van Dijk, 1999, 2000; Woodack y Meyer, 2003) con los de la Lingüística Crítica (LC) (Fowler et al., 1979; Fowler y Kress, 1993).

Sumamos los aportes de Jäger (2001) quien toma de Link (1983) una definición operativa para nuestra investigación: el discurso se conforma como “un concepto de habla que se encontrará institucionalmente consolidado en la medida en que determine y consolide la acción y, de este modo, sirva ya para ejercer el poder” (Link, 1983:60; citado por Jäger, 2001 en Woodack y Meyer, 2003: 63). Según el ACD, criticar o concebir a los “discursos (dominantes)” como objetos problemáticos es algo que se realiza a través de “su análisis y de la revelación de sus contradicciones, de sus elementos no expresados, y del espectro de lo que, desde ellos, es posible decir y hacer” (Jäger, 2001 en Woodack y Meyer, 2003:63).

Tal como tipificamos el discurso de la prensa en el sentido de Jäger, hemos visto en él un “interdiscurso”, es decir, una confluencia de temas o “hilos

¹ Seguimos la selección e interpretación teórica de un trabajo de investigación previo, inédito, que integró la tesis de Licenciatura de una de las autoras (Cacciavillani, 2017).

discursivos” que reconocemos en “fragmentos”, según la terminología del propio autor: un texto puede abordar distintos temas y, por lo tanto, contener varios fragmentos. Un fragmento es un texto o una parte de un texto que aborda determinado tema, es decir que la combinación de fragmentos discursivos constituye “hilos discursivos”. A su vez, los respectivos hilos discursivos operan en varios planos discursivos (ciencias, política, medios de comunicación, educación, economía, vida cotidiana, administración, en una lista abierta) a los que Jäger (2001) denomina “ubicaciones societales, desde donde se produce el ‘habla’” (p. 83).

La organización de los datos y el análisis de las menciones de las universidades en prensa fue interpretado en relación con esos hilos temáticos presentes (o supuestos pero ausentes) en las notas y los planos discursivos con los que quedaban vinculadas como actores sociales.

III. METODOLOGÍA

1. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo se ha desarrollado en tres fases, a saber:

A) *Etapa 1. Diseño y armado de una grilla para tipificar los datos*

Se desarrolló una herramienta tecnológica que permitió la inserción de datos para la obtención de un corpus. Para ello, se realizaron numerosas pruebas alcanzando así un instrumento para la cuantificación de las menciones de universidades en lanación.com y clarín.com.

B) *Etapa 2. Carga de datos y obtención del corpus*

Luego se procedió a cargar, –de manera exhaustiva– los artículos periodísticos (noticias, notas de opinión y editoriales) publicados en marzo, abril y mayo de 2015 y 2016 en ambos medios que mencionaran el término “universidad” o expresiones semánticamente equivalentes (Geckeler, 1976).

El barrido de noticias fue meticuloso, aunque trabajamos reconociendo un margen de error propio de toda investigación. El trabajo logró una interpretación acotada a la muestra, sin pretender generalizaciones. Una vez subidas las noticias a la herramienta tecnológica se procedió a depurar la carga, buscando errores y datos coincidentes.

C) *Etapa 3. Análisis, discusión y elaboración de conclusiones*

Luego de la recolección, se buscó explorar la base de datos a través de una serie de preguntas que sirvieron como disparadores para organizar la información obtenida. Consideramos: cantidad y frecuencia de menciones de universidades según medios de comunicación; jerarquización de Casas de Estudio mencionadas en *lanacion.com* y *clarin.com*; eventos y hechos con los que se vincula la vida académica; planos discursivos principales sobre los que se construyen las notas; distinción entre universidades por provincia y según carácter estatal o privado; identificación de noticias que trataran los mismos hechos en ambos medios, para valorar su tratamiento discursivo.

2. CONFECCIÓN DEL CORPUS

Una primera sistematización de las notas relevadas discriminó aquellas que trataban sobre las universidades de Buenos Aires frente a las que mencionaban las del interior del país. Una segunda, separó las notas en las que figuraban universidades estatales frente a instituciones privadas. El criterio obedeció al problema que nos interesó investigar: cómo son representadas las universidades según su ubicación geográfica y su carácter público/privado. Explicamos ahora cómo delimitamos la muestra.

A) *Selección de medios*

Elegimos *La Nación* y *Clarín* porque constituyen diarios de larga trayectoria, que se han publicado en versión impresa durante décadas sin pérdida de continuidad y con una llegada a todo el territorio nacional², más allá de su posterior publicación en portales digitales. El primero fue fundado en 1870. El segundo, en 1945. Por otra parte, ambos diarios mantienen la mayor tirada de ejemplares en la Argentina, según el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC)³.

³ IVC, Boletín 937, junio de 2017. Disponible en: <http://www.revistaairelibre.com.ar/boletin.ivc.pdf> Fecha de consulta: 19/08/2017.

B) *Criterio temporal*

La investigación comenzó en octubre de 2016. Al realizar un corte para la selección de la muestra representativa, se decidió optar por meses cercanos en el tiempo y en los que las universidades hubieran iniciado su año académico. Por eso, elegimos el trimestre marzo, abril y mayo. Luego se decidió incorporar también los mismos meses de 2015 para valorar alguna diferencia que se registrara en el tratamiento discursivo, por haber sido este último un año electoral y bisagra de un cambio de gestión presidencial.

C) *Criterio léxico-semántico*

Para confeccionar la muestra, se definieron las palabras clave con las que se buscarían las noticias. La primera búsqueda exploratoria se realizó con más de veinte términos relacionados con el ámbito académico, pero las noticias arrojadas por el buscador superaron las estimaciones y resultaron repetitivas. Por eso, en una segunda instancia, se optó por delimitar la búsqueda a seis palabras clave: *Universidad; Universitario/a; Educación Superior; UBA; UCA* y *UNLP*. De hecho, fue la palabra “universidad” la que nos permitió acceder a la totalidad de las notas relacionadas con entidades públicas y privadas, de Buenos Aires y del interior del país que finalmente registramos.

D) *Diseño de categorías*

Para tabular los datos generemos campos. A saber:

- a) **Medio:** se indicó la fuente analizada: La Nación o a Clarín.
- b) **Notas:** un mismo artículo periodístico podía mencionar a más de una universidad. Por eso, se incluyó esta columna que se completó sólo con 1 al referirse a una nueva noticia y 0 cuando es la misma noticia detallada en la fila superior. Este desglose permitió afirmar en las conclusiones que se relevaron 1.114 notas periodísticas (sumando todos los 1) en las cuales se registraron 1.328 menciones específicas a universidades argentinas.
- c) **Día:** se completó con los días de la semana.
- d) **Año:** la distinción entre 2015 y de 2016 permitió valorar qué temas principales aparecieron en vinculación con las universidades.
- e) **Fecha:** esto facilitó identificar las notas de contenido similar en ambos medios, durante un contexto temporal cercano.

f) **Universidad:** sólo el nombre propio. Se registraron sólo Casas de Estudios Superiores radicadas en Argentina que dictaran carreras de pregrado, grado o posgrado. Se excluyeron otras entidades que se autodenominan “universitarias”, pero que no cumplen directamente con este rol, reconocido por el Estado. Se unificaron las referencias a hospitales universitarios bajo la Casa de Estudios a la que pertenecen.

g) **Sigla:** identificación abreviada y pública de la universidad.

h) **Púb./Priv.:** clasificamos las universidades en públicas o privadas.

i) **Lugar:** consideramos pertenecientes a BAIRES, según la denominación adoptada en nuestro trabajo, a universidades del área Metropolitana de Buenos Aires. Incluimos en INTERIOR al resto de los partidos de Buenos Aires y a las otras 23 provincias. El Área Metropolitana de Buenos Aires (BAIRES) coincide con el área geográfica definida por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC, 2010), que aplica criterios de continuidad física. Abarca 35 unidades administrativas sobre un área de 2.681 km². En concreto, se consideraron BAIRES a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) + 34 partidos cuya población y superficie integran total o parcialmente esta área: Almirante Brown, Avellaneda, Berisso, Berazategui, Cañuelas, Ensenada, Escobar, Esteban Echeverría, Ezeiza, Florencio Varela, Gral. Rodríguez, Gral. San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, José C. Paz, La Matanza, La Plata, Lanús, Lomas de Zamora, Malvinas Argentinas, Marcos Paz, Merlo, Moreno, Morón, Pilar, Pte. Perón, Quilmes, S. Fernando, S. Isidro, S. Miguel, S. Vicente, Tigre, Tres de Febrero y Vicente López.

j) **Sección:** clasificación del medio.

k) **Título:** título periodístico de la noticia.

l) **Plano discursivo:** a partir de la noción de Jäger (2001) observamos la vinculación de la nota con algún campo temático, coincidente o no con la categorización realizada por el medio en la volanta o en la sección. De acuerdo con el *qué* de la nota, descubríamos ese plano, campo temático o “ubicación societal”, según el autor, con el que se vinculaba lo dicho. Esta categoría, junto con la Etiqueta (detallada en nro. 17), permitió testear la hipótesis. Estos fueron los planos discursivos detectados: Política, Sociedad, Cultura, Empresa, Saber, Deportes, Educación, Policiales, Internacionales y Turismo.

m) **Bajada/primer párrafo:** la información relevante en cualquier medio se ubica entre las primeras líneas del texto.

n) **Periodista:** se registraron *apellido, nombre o redacción* si no había firma. Cabe aclarar que no se recogieron columnas de opinión o artículos publicados por personas ajenas a los medios de comunicación.

o) **Formato:** las opciones fueron nota o entrevista.

p) **Cita:** se recogieron los párrafos con la mención universitaria.

q) **Etiqueta:** respondió a la pregunta ¿en qué contexto se menciona a la universidad? Permitió valorar finalmente qué tipo de noticias nos interesaba analizar. Se exponen aquí todas las categorías, donde *Investigación* sería la de mayor interés (=producción científica) y *Geográfica* la de menor, por tratarse sólo de ubicación en el mapa. Se fijaron 8 etiquetas agrupadas en dos macro categorías: **Saber** y **Actor**.

Saber: la universidad era percibida como fuente de conocimiento para la sociedad. Estas notas exponían a las universidades en dos dimensiones:

- **Investigación:** todos los estudios y trabajos realizadas por una universidad dados a conocer a través de los medios de comunicación.
- **Fuente:** cita a un académico como autoridad legítima para un tema.

Actor: la universidad y sus miembros eran percibidos como actores de la vida social, como participantes individuales o colectivos.

- **Protagonista:** la universidad constituía el centro del texto. La noticia se refería exclusivamente a algún avance o acción institucional. La fuente citada era alguna autoridad competente.
- **Actividad:** se consideraron eventos pasados y no agenda.
- **Comunidad:** se refería a grupos o personas relacionadas con el ámbito universitario que ejecutaban acciones con distintos fines.
- **Otros:** entidades externas que realizaban acciones que afectaban a la universidad. En la práctica, esta categoría no se utilizó.

Las siguientes dos etiquetas se tipificaron, pero la mención a la universidad fue solo periférica porque el eje de la noticia era otro:

- **Curriculum Vitae (cv):** cuando la universidad servía sólo como garante del certificado expedido a una determinada persona.
- **Geográfica:** la mención funcionaba sólo como designación física.
- r) **Observaciones:** intuiciones que sirvieron para la discusión.
- s) **Link:** hipervínculo a la noticia publicada por La Nación y Clarín.
- t) **Evento:** descripción del hecho para identificar coincidencias.

IV. RESULTADOS OBTENIDOS Y OBSERVACIONES

Se formularon una serie de preguntas a la base de datos para desentrañar datos que pudieran ser relevantes.

1. MEDIOS: ¿CUÁNTAS NOTAS SE REGISTRARON?

Se relevaron 1.114 noticias, en cantidades similares en ambos medios: La Nación (581) y Clarín (533). La Nación presentó casi 50 notas más que Clarín. Esto estaría en consonancia con la idea generalizada de que La Nación es un medio que presenta la información con un estilo discursivo más intelectual, hecho que se observa tanto en el tratamiento discursivo como fotográfico.

2. ¿CUÁNTAS MENCIONES UNIVERSITARIAS SE RELEVARON?

En algunas notas se mencionaba a más de una Casa de Estudio, dato que hemos contabilizado también (cfr. III, 2. D. b). Por eso, podemos afirmar que se han registrado 1.328 menciones a universidades en ambos años (Clarín: 620, La Nación: 708). Nuevamente La Nación respecto de Clarín menciona 100 veces más a las universidades en sus notas periodísticas.

3. ¿CUÁLES FUERON LAS 20 CASAS MÁS MENCIONADAS?

Universidad	Abreviatura	Provincia	Menciones
Universidad Nacional de Buenos Aires	UBA	Baires	422
Universidad Católica Argentina	UCA	Baires	113
Universidad Nacional de La Plata	UNLP	Baires	93
Universidad Torcuato Di Tella	UTDT	Baires	79
Universidad de San Andrés	UDESA	Baires	50
Universidad Nacional de San Martín	UNSAM	Baires	43
Universidad Nacional de Córdoba	UNC	Córdoba	35
Universidad Nacional de Rosario	UNR	Santa Fe	32
Universidad Austral	Austral	Baires	29
Universidad Tecnológica Nacional	UTN	Baires	25
Universidad Nacional de Tres de Febrero	UNTREF	Baires	23
Universidad Abierta Interamericana	UAI	Baires	22
Universidad Favaloro	Favaloro	Baires	20

Universidad del Salvador	USAL	Baires	18
Universidad Argentina de la Empresa	UADE	Baires	17
Universidad de Palermo	UP	Baires	16
Universidad de Belgrano	UB	Baires	15
Universidad Nacional del Litoral	UNL	Santa Fe	15
Universidad Nacional de Cuyo	UNCuyo	Mendoza	14
Universidad Nacional de Mar del Plata	UNMDP	Baires	14

Vimos que las universidades de BAIRES ocupan 16 de las 20 universidades más mencionadas. Recién en el séptimo lugar aparece la UNC nombrada 35 veces. Cabe recordar nuevamente el número total de menciones relevadas en esta investigación: 1.328, es decir que la UNC, a pesar de ser la universidad del interior del país mejor posicionada, representa tan solo el 2,7% del total. Luego figura la UNR con 32 menciones. La UNL se ubicó en el puesto 18 y en el 19, la UNCUYO, con 14 menciones. Coincidentemente, estas cuatro universidades del interior se desarrollan en las tres provincias con mayor concentración demográfica después de Buenos Aires⁴.

Este primer corte permitió demostrar que la hipótesis manejada en la investigación es parcialmente válida, ya que las universidades del interior del país no figuran casi en prensa de alcance nacional. Luego de obtener los resultados, indagamos por qué aparecieron más algunas Casas de Estudios y qué hechos particulares las llevaron a figurar en los medios.

Universidad de Buenos Aires

De las 1.328 menciones universitarias recogidas, 422 pertenecen a la UBA, (31,8%). Es la que más figura con amplísima diferencia respecto al resto. Su presencia se observó en todas las categorías de análisis.

Universidad Nacional de Córdoba

Si indagamos por qué la UNC apareció más veces mencionada en 2016 respecto de 2015, descubrimos que las notas sobre esta Casa se multiplicaron durante la época de elección y asunción del nuevo Rector.

⁴ Buenos Aires: 15.625.084 habitantes; Córdoba: 3.308.876; Santa Fe: 3.194.537; Mendoza: 1.738.929. Datos proporcionados por el INDEC, “Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001 y 2010”, Disponible en: http://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135. Fecha de consulta, 9/08/2017.

4. UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS: ¿CUÁLES FUERON LAS QUE MÁS APARECIERON NOMBRADAS?

De las 1.328 menciones sobre las universidades registradas en medios de difusión nacional, el 66 % correspondió a públicas distribuidas por todo el país –aunque principalmente en Buenos Aires– mientras que el 34% se dedicó a privadas. Este resultado estaría en coincidencia con la masa crítica de alumnos registrada en el sector público y privado de nuestro país, según estadísticas de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU), organismo descentralizado que funciona en jurisdicción del Ministerio de Educación de la Nación.

5. ¿QUÉ MEDIO CITA MÁS A CADA TIPO DE UNIVERSIDAD?

Medios	Menciones
Clarín	620
privadas	192
públicas	428
La Nación	708
privadas	258
públicas	450
Total general	1328

Tanto La Nación como Clarín registraron cantidad de menciones similares en lo que se refiere a universidades públicas. En cambio La Nación fue el periódico que otorgó más espacio a las universidades privadas, con 66 menciones más que Clarín. De las 258 que nombra a universidades privadas, casi un 28% (equivalente a 71 menciones) correspondió sólo a la UCA.

Universidad Católica Argentina (UCA)

De las 71 menciones referidas a la UCA, 55 se dedicaron al Observatorio de Deuda Social que desde el año 2004 publica una medición del índice de la pobreza. Es interesante observar que de las 55 veces que es nombrado el Observatorio, 14 se producen en 2015 mientras que 41 figuran en 2016. Es decir, la bandera de la pobreza en Argentina se enarbola sobre todo durante el gobierno de Macri que, desde su discurso de campaña, promete la pobreza cero para el país. La Nación, utilizando la herramienta de la UCA, se adueña del tema, lo instala y denuncia (no necesariamente contra el gobierno actual

sino con la herencia recibida) desde distintos aspectos que se refieren a índices de marginalidad. Clarín también se refiere a estos resultados, pero en menor medida. De sus 192 menciones a univ. privadas, 42 corresponden a la UCA, de las cuales sólo 15 mencionaron dicho centro de investigación. Vale aclarar que los meses analizados en esta investigación (marzo, abril y mayo) coinciden con el trimestre en el que la UCA año a año ofrece sus resultados. De mantenerse en el tiempo, este índice seguirá cobrando fuerza pública.

- Universidad Abierta Interamericana

Es interesante el caso de la UAI (22 menciones). Esta Casa de Estudios ofreció a los medios los resultados de una serie de encuestas sobre temas cotidianos, que sirvieron de insumo para la producción periodística. No parecen estar agrupadas en ningún observatorio. En las notas no se explica la metodología académica. Cabe señalar que cada medio manejó exclusividad en los datos, y que la información recogida no repercutió en otros artículos.

6. ¿CUÁLES FUERON LOS CAMPOS DISCURSIVOS RECURRENTE?

De las 1.328 menciones relevadas, casi un 28% se asociaron con temas políticos, es decir que las universidades sobresalen no por la producción de conocimiento sino por su accionar político: son clave en la configuración social y suelen ser consultadas como fuentes de opinión.

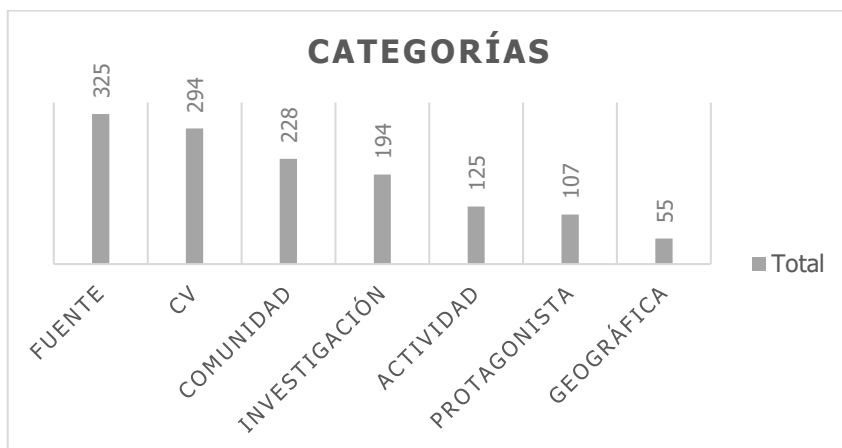
7. PÚBLICAS O PRIVADAS: ¿QUÉ TEMAS PREDOMINAN?

Resultó interesante observar la superioridad del tema político cuando se nombraban universidades públicas. En las notas analizadas, fueron vistas como instituciones clave de la coyuntura política y económica: no se representaban como simples espectadoras de lo que sucedía en el contexto socio-político sino que estaban obligadas a participar o, incluso a través de sus autoridades, muchas de ellas tomaban postura política. En este sentido, la producción y difusión del conocimiento quedaron relegados a planos secundarios, confirmando una vez más la hipótesis de este trabajo.

Respecto de las universidades privadas, vale resaltar que, siendo que se registraron muchas menos menciones en comparación con las públicas (cfr. III, 3, 5), los hilos discursivos vinculados con el plano “empresa” recogió casi la misma cantidad en ambos tipos de universidades: privadas, 32 y públicas, 39. Es decir, en la universidad privada la vinculación al mundo empresarial es más fuerte que en la pública, donde pesa más lo político y lo social.

8. ETIQUETA: ¿CON QUÉ CAMPOS TEMÁTICOS SE VINCULARON?

La columna Etiqueta es quizás la que más interesante nos ha resultado dentro de nuestra investigación ya que, como se explicó anteriormente, se valoró en cada nota el rol que el periodista le asignaba a una Casa de Estudios determinada. Categorizamos y cuantificamos algunos datos:



Como se observa en el gráfico, de las 1.328 menciones a universidades, 325 correspondieron a **Fuente**, es decir, un 24% de notas periodísticas citan a alguien como opinión legítima.

El segundo puesto correspondió a la etiqueta **CV**. El 22% de las notas relevadas mencionaban a las universidades sólo en este rol, como aval de la formación profesional de la persona citada en el artículo. Aquí la Casa de Estudios figuraba como espacio de acreditación pública. Esta recurrencia nos recordó la noción de capital cultural institucionalizado de Bourdieu (1997) quien sostiene que los diplomas son tomados como si se trataran de una posesión que otorga prestigio a los sujetos o legitimación a su palabra.

La **Comunidad** representada por sus actores internos o grupos (docentes, alumnos, sindicatos, centros de estudiantes, asambleas) figura en tercer lugar.

La **Investigación** ocupa entonces el cuarto lugar. Este resultado se ubica en consonancia con la hipótesis de la investigación, en la que se sostiene que las universidades figuran en la prensa no tanto por su producción científica sino como actores sociales. A su vez, las investigaciones que sobre todo llegan a los medios se refieren solamente a datos cuantitativos, resultados de encuestas que miden algún tema de interés social. Consideramos que el periodista acude y publica números que sean impactantes para llamar la

atención de sus lectores, no en un sentido inocente o aséptico, sino construyendo algún tipo de dimensión de lo real: el dato cuantitativo se utiliza para formar opinión, más allá de la información que arrojan los números.

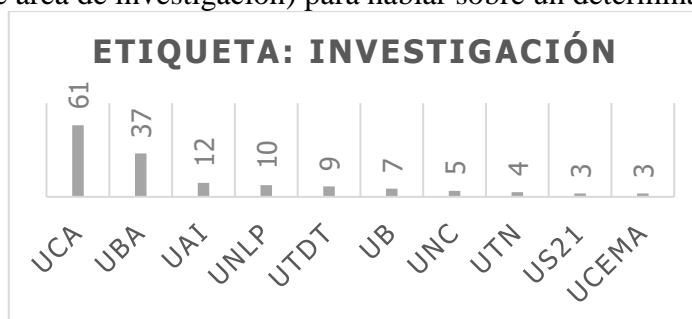
Luego sigue **Actividad** en un quinto lugar con 125 menciones. Cuando lo filtramos junto con la columna Tema vimos que los eventos culturales han sido los más cubiertos periodísticamente. Sin entrar a analizar cada nota podemos afirmar que no han sido congresos u actividades propias de la vida académica lo que más ha sobresalido, sino la otra faceta de la Casa de Estudios: la Extensión. Según se deriva de la de Educación Superior 24.521 (2006) y de los criterios que aplica la CONEAU, la investigación, la extensión y la docencia son las tres dimensiones propias del quehacer universitario.

En **Protagonista** hemos recogido todas las notas que tienen como personaje a la misma universidad. Ese rol protagónico se vincula con el tema Educación, que la mayoría de las veces se refirió a oferta académica.

Como dijimos **Geográfica** fue la etiqueta menos interesante ya que aquí mencionaban a la universidad como contexto físico de algún hecho ocurrido en las inmediaciones. La referencia a la Casa de Estudios se exponía para ubicar al lector en el lugar en el que se desarrolló el eje de la noticia.

9. ¿CUÁLES FUERON LAS PRIMERAS DIEZ UNIVERSIDADES QUE APARECEN EN INVESTIGACIÓN Y FUENTE?

En la etiqueta *Fuente* fue muy interesante observar el valor periodístico que se les dio a las universidades privadas, ya que de las 10 Casas de Estudios, 6 pertenecían a tal tipo de gestión: Universidad Torcuato Di Tella, Universidad del Salvador, Universidad Católica Argentina, Universidad Favaloro, Universidad Austral y la Universidad Abierta Interamericana. Recordemos nuevamente que consideramos *Fuente* cuando el periodista menciona alguna opinión experta de la universidad (generalmente un docente o director de área de investigación) para hablar sobre un determinado tema.



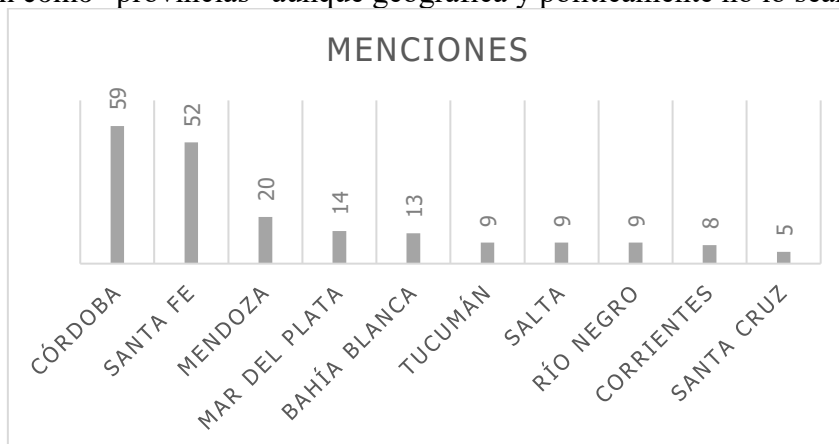
En cambio, en Investigación encontramos otras Casas que encabezan la lista. Resultó llamativo que en primer lugar se ubicara la UCA, antes que la UBA, pero es concordante con lo descrito en la pregunta 5.

10. ¿QUÉ DATOS SE ASOCIAN CON INVESTIGACIÓN?

Observamos que las universidades agrupadas dentro de la categoría Investigación, desarrollan o impulsan Centros, Observatorios que, periódicamente, ofrecen resultados frutos de una herramienta cuantitativa, ya instalada y aceptada socialmente. De hecho, la encuesta es el instrumento investigativo más mencionado para dar a conocer problemáticas sociales.

11. ¿CUÁLES SON LAS PROVINCIAS QUE MÁS APARECEN?

Otras localidades (Luján, Mar del Plata, Bahía Blanca) son consideradas “del interior” (cfr. II, d.9) aunque se encuentren dentro de Buenos Aires. Se tabularon como “provincias” aunque geográfica y políticamente no lo sean.



Los resultados de Córdoba o Santa Fe son muy parejos en cuanto a menciones universitarias se refiere. Veamos el resto de las provincias:

- Mendoza: aparece en el tercer lugar con 20 menciones, de la UNCUYO, principalmente. De las 14 apariciones de esta Casa de Estudios, sólo dos se refieren a investigación y dos a fuente.
- Mar de Plata: las 14 menciones se refieren a la Universidad Nacional de Mar del Plata y la mitad de ellas están etiquetadas en comunidad.

De esas 7 menciones, 5 son publicadas sólo por Clarín y se refieren a un fallo polémico del Juez Piombo, docente de la UNMDP.

- Santa Cruz: las 5 menciones recogidas son publicadas por el diario La Nación en 2016 y se refieren a la UTN. Tres menciones relevan un allanamiento por una investigación al ex ministro Julio De Vido y dos comentan una investigación sobre los glaciares.

Si continuamos con el resto de las provincias, veremos que la situación es similar: ninguna destaca por producción de conocimiento o alcance académico. Las provincias que no figuran son: Chaco, Formosa y La Rioja.

V. CONCLUSIONES

1. EL CONOCIMIENTO EN UN DATO

Como resultado de nuestra investigación, resultó interesante ver cómo las universidades han sido representadas por los medios como fuentes válidas de información, es decir, citando algún agente individual como legitimado para hablar sobre un tema por su pertenencia a alguna Casa de Estudios. De manera preponderante, observamos este uso cuando se trata de datos cuantitativos. Interpretamos que para instalar un determinado tema, el periodista necesitaba mostrar números que impactaran y se reprodujeran en el imaginario colectivo.

El amor periodístico por los datos cuantitativos tiene larga data. Ya en 1973, Philip Meyer hablaba sobre el “periodismo de precisión” buscando afanosamente aparentar objetividad en el tratamiento periodístico de la información. El autor explicaba cómo las herramientas cuantitativas de investigación en las ciencias sociales podrían y deberían ser aplicadas a la práctica del periodismo. Aludimos a dicha referencia ya que, fuera de las investigaciones cuantitativas, resultó más bien escasa la presencia universitaria en los medios de comunicación de mayor tirada de la Argentina.

2. LA FUNCIÓN PÚBLICA DE LAS CASAS DE ESTUDIO

De las 1.328 menciones a Casas de Estudios relevadas en La Nación y Clarín durante marzo, abril y mayo de 2015 y 2016, sólo 228 corresponden a universidades del “interior” del país, es decir, un 17%. Y si tomamos solamente las que se corresponden al Saber veremos que se registran apenas 73 menciones asociadas a producción de conocimiento (investigación) u opinión autorizada (fuente). Por eso, siguiendo con el estilo de preguntas...

¿Cuáles son entonces los disparadores que permiten a una universidad del interior del país figurar en prensa de alcance nacional? Aquí unos ejemplos: la visita de un personaje político a la sede de la universidad (caso UNR); un docente universitario que realiza una acción polémica (caso UNMPlata); un hecho policial (caso UNRC); una encuesta de temas cotidianos.

Como hemos visto a lo largo de la investigación, el contenido universitario se asocia principalmente a temas políticos, luego a temas sociales y recién en tercer lugar se encuentra el saber, como eje central de la noticia. El rol universitario queda circunscrito principalmente a su participación en la vida política y social. ¿Y qué diremos de las Casas de Estudios que se ubican en otras provincias, fuera de Buenos Aires, capital de la Argentina? Retomemos para ello la hipótesis inicial de este trabajo de investigación. Los medios hegemónicos sólo registran los eventos de universidades del “interior del país” cuando se vinculan con hechos curiosos, violentos o políticos, y no tanto por su producción de conocimiento, propio del quehacer universitario. Esta hipótesis investigativa queda plenamente demostrada.

3. COBERTURA LOCAL VS. NACIONAL

Tanto Clarín como La Nación tienen su sede en la Capital argentina. Por lo tanto, observamos que existe una marcada tendencia de dichas compañías a la cobertura de acontecimientos que involucran a instituciones de educación superior geográficamente cercanas. Sin embargo es preciso destacar que ambos periódicos en su versión digital tienen alcance nacional, es decir, que un lector en San Martín de los Andes, Neuquén o en Ledesma, Jujuy, consumirá información que, en la mayoría de los casos, no puede ser catalogada como local ni nacional, sino bonaerense. Por lo tanto, pese a ser Argentina un país formalmente federal, el modelo de información que adoptan ciertos medios responde más a una estructura centralizada, en la que la capital adquiere mayor relevancia que el resto de los núcleos urbanos.

Por otro lado, no debemos ingenuamente atribuir estas diferencias “capital-interior” a una mera arbitrariedad. Es de público conocimiento que la ubicación estratégica de Buenos Aires, sumada al puerto allí construido, la convirtieron en un punto clave dentro de las rutas del comercio internacional, por consiguiente de la política y la economía nacional, dos campos temáticos fundamentales en el contenido de los periódicos analizados. A su vez, el rol que obtuvo a lo largo de la historia la llevó a convertirse en una fuente de

trabajos. Resulta lógico que haya más menciones de universidades ubicadas en Buenos Aires, ya que allí se concentra el 46,15% de la población nacional⁵.

Se dice que una de las tácticas para recuperar audiencia en el mundo es la búsqueda de información local. Así lo afirma The Future of News en su informe multimedia generado para la BBC⁶. Por eso, quizás la alternativa superadora a la información centrípeta ofrecida actualmente por La Nación y Clarín sea la de generar información local colaborativa con modelos innovadores que la tecnología lo permiten.

4. APORTE

El trabajo permitió reconocer qué espacio se les asigna en los medios a las instituciones educativas y productoras de conocimiento de ese nivel universitario en cuanto a su rol propio o si se las representa a través de su participación, central o tangencial, en otras acciones del contexto social. Además de aportar un exhaustivo relevamiento organizado bajo criterios de lectura e interpretación de los datos, la investigación sumó contenidos a la afirmación de que los medios de prensa construyen representaciones sociales. Desde la perspectiva práctica, se pretendió obtener una descripción de cómo aparecen las universidades argentinas en prensa nacional, especialmente las del "interior" del país, qué función se les asigna, con qué campos temáticos se las vincula, qué relevancia se les otorga en calidad de difusión de su hacer.

En tal sentido, relevar la manera en que son representadas las universidades locales, nacionales y provinciales, públicas y privadas, permitió vislumbrar qué cognición social, por influencia en la opinión pública, se construyó acerca de dichas instituciones, y qué distancia o cercanía se formó en el sentido común respecto de las funciones, establecidas por ley y estatutos internos, que les corresponden de manera específica.

⁵ Instituto Geográfico Nacional de la República Argentina sobre la base de los resultados definitivos del Censo de Población, Hogares y Viviendas 2010 (INDEC), disponible en: <http://www.ign.gob.ar/NuestrasActividades/Geografia/DatosArgentina/DivisionPolitica> Fecha de consulta: 22/07/2017.

⁶ Harding, James, "The Future of News". Enero de 2015. Disponible en <http://www.bbc.co.uk/news/resources/idt-bbb9e158-4a1b-43c7-8b3b-9651938d4d6a> Citado por Bazán, Cecilia (2016) en "Periodismo Disruptivo", libro escrito por Gastón Roitberg (editor de lanacion.com) y Franco Piccatto (editor de lavoz.com).

El trabajo propuesto brindó una descripción exhaustiva sobre el posicionamiento discursivo que alcanzan las universidades argentinas en los medios más importantes del país: Clarín y La Nación. Tal y como dice Ducrot (2001), un texto se distingue de otros tipos de expresiones por su mayor complejidad: está plagado de elementos “no dichos”. “No dicho” significa no manifiesto en la superficie, en el plano de la expresión. Esos no dichos son los que deben reconocerse en la etapa de la actualización del contenido.

Esta investigación pretendió desentrañar algunos de esos significados no dichos utilizando en primer lugar una herramienta tecnológica que permitiera cuantificar los datos. No obstante, la propia construcción de la muestra de notas, en su organización temática, permitió arrojar líneas para leer presencias y ausencias de las universidades, jerarquización realizada por los periódicos, vinculación de cada universidad nombrada con temas sociales, políticos, económicos o propiamente educativos y científicos. Todo esto se planteó a través de un diálogo teórico con autores de la rama del Análisis del Discurso Crítico. Sin lugar a dudas el proyecto confirmó una vez más la función de los medios en la construcción de representaciones sociales.

VI. BIBLIOGRAFÍA

1. FUENTES ANALIZADAS: *Clarín* y *La Nación*: selección de notas publicadas en clarín.com y lanacion.com entre marzo y mayo de 2015 y 2016.

2. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu P. (1997) *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Cacciavillani C. (2017) *La concepción del Estado a través de los procesos de privatización y reestatización en la Argentina y su construcción ideológica en el discurso periodístico de opinión*. (Tesis inédita de Licenciatura). Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba (Argentina).
- Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) (2012) *La CONEAU y el sistema universitario argentino: memorias 1996-2011*. Recuperado de: http://www.coneau.edu.ar/archivos/publicaciones/documentos/La_CONEAU_y_el_sistema_universitario_argentino.pdf
- Ducrot O. (2001) *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Edicial.
- Fairclough N. (1989) *Language and Power*. London: Longman.
- -----(1995) General introduction (Traducción y adaptación de Federico Navarro), en *Critical discourse analysis. The critical study of language*. London and New York: Longman (pp. 1-20).

- Fairclough N. (2008) El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: Las universidades. (Traducción de Elsa Ghío), en *Discurso & Sociedad*, Vol. 2(1) 2008 (pp. 170-185).
- Fowler R. et al. (1979) *Lenguaje y control*. México: FCE.
- Fowler R. & Kress G. (1993) *Language as Ideology*. Londres, Routledge.
- Geckeler H. (1976) *Semántica estructural y teoría del campo léxico*. Madrid: Gredos.
- Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), Boletín 937, junio de 2017. Recuperado de: <http://www.revistaairelibre.com.ar/boletin.ivc.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) (2003). ¿Qué es el Gran Buenos Aires? Recuperado de: <http://www.indec.gov.ar/nuevaweb/cuadros/4/folleto%20gba.pdf>.
- ---- (2010). *Resultados definitivos. Censo 2010. Población total por sexo e índice de masculinidad, según edad en años simples y grupos quinquenales de edad*. Recuperado de: <http://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/Estadistica/censo2010/censoresultdefinitivoexcel.html>
- Jäger S. (2001) Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos, en Woodack R. & Meyer M. (Comps.) *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa (pp. 61-100).
- Ley de Educación Superior 24.521 (Julio de 1995). Recuperado de: <http://servicios.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/25394/texact.htm>
- Meyer Ph. (1973) *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods* Bloomington. Indiana: University Press.
- Van Dijk T. (1999) *Ideología. Una aproximación interdisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk T. (ed.) et al. (2000) *El discurso con interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón E. (1987) La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política, en AA.VV. *El discurso político*. Buenos Aires: Hachette, 1987. (pp. 11-26).
- Woodack R. & Meyer M. (Comps.) (2003) *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.