



La agenda temática sobre la universidad española en prensa entre 2010 y 2013. El encuadre informativo-discursivo de *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*

Paz Villar-Hernández¹

Recibido: 23 de julio de 2018/ Aceptado: 14 de agosto de 2018

Resumen. En los últimos años la universidad española ha vivido cambios a nivel político y comunicativo de amplio alcance, consecuencia en parte de su incorporación al Espacio Europeo de Educación Superior y su participación en redes internacionales de excelencia, lo que le ha llevado a transformar su agenda informativa y especializar sus gabinetes de comunicación. En este trabajo se analiza el discurso sobre la universidad y la educación superior en prensa en cuatro de los periódicos de ámbito nacional de mayor difusión: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*, durante un período de cuatro años (2010-2013). El objetivo es conocer el imaginario social que crean acerca de esta institución educativa atendiendo a su construcción del nivel enunciativo de encuadre, en concreto la agenda informativa creada por estos medios. Para ello, empleamos una metodología mixta que combina el análisis de contenido y el modelo de análisis pragmático del discurso de Gallardo-Paúls. Los resultados demuestran que estos medios comparten parte de su agenda informativa, pero mantienen diferencias de criterio informativo en temas y con colectivos especialmente significativos ideológica, cultural o políticamente para ellos. Se observa también la existencia de cierto paralelismo político.

Palabras clave: Encuadre; Lingüística Cognitiva; Agenda Informativa; Pragmática

[en] Thematic Agenda About Spanish University In Press Between 2010 and 2013. Informative-Discursive Frame of *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* and *ABC*

Abstract. The Spanish university has experienced wide-ranging political and communicative changes in recent years. This is consequence in part of its incorporation into the European Higher Education Area, and its participation in international networks of excellence, which has led it to transform its agenda-setting and specialize their communication cabinets. This paper analyses the discourse on the university and higher education in the press in four of the most widely distributed national newspapers in Spain: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* and *ABC*, over a period of four years (2010-2013). The objective is to know the social imaginary they create about this educational institution attending to its construction of the enunciative level of framing, in particular the agenda setting created by these means. For this, we use a mixed methodology that combines the content analysis and the pragmatic analysis model of the Gallardo-Paúls discourse. The results show that these media share part of their agenda setting, but they maintain differences of informative criteria

¹ Universitat de València (España). Correo electrónico: paz.villar@uv.es

on issues and with groups that are especially significant ideologically, culturally or politically for them. The existence of a certain political parallelism is also observed.

Keywords: Framing; Cognitive Linguistics; Agenda-Setting; Pragmatics

Índice. 1. Introducción: 2. Método y procedimiento. 3. Resultados: la estrategia temática en los cuatro diarios. 4. Discusión y conclusiones. 5. Bibliografía.

Cómo citar: Villar-Hernández, P. (2019): La agenda temática sobre la universidad española en prensa entre 2010 y 2013. El encuadre informativo-discursivo de *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 77, pp. 261-280. <http://dx.doi.org/10.5209/CLAC.63290> <http://webs.ucm.es/info/circulo/no77/Villar.pdf>

1. Introducción

La universidad es una institución educativa muy bien valorada por la ciudadanía española y, a la vez, bastante desconocida para el ciudadano medio (CIS, 2006; Llera y Retortillo, 2004; Pérez-Díaz y Rodríguez, 2014).

En las últimas décadas es visible el esfuerzo de esta institución por hacer llegar su mensaje al público general. Por eso ha profesionalizado y ampliado sus gabinetes de comunicación y abierto canales propios de difusión en redes sociales (Paniagua Rojano y Gómez Calderón; Paniagua Rojano, Gómez Calderón, y Fernández Sande, 2012; San Millán Fernández, Blanco Jiménez, y del Arco Prieto, 2008). Ello tiene mucho que ver con el cada vez mayor interés de las universidades por mejorar su reputación (Lee, Wanta, y Lee, 2015; Pérez-Díaz y Rodríguez, 2015) o crear una marca propia (Delgado López-Cózar y Repiso Caballero, 2013; Repiso, Merino-Arribas, y Chaparro-Domínguez, 2016; Wæraas y Solbakk, 2009) en un ámbito educativo donde los rankings internacionales y la atracción del estudiante nacional e internacional condicionan sus estrategias a corto, medio y largo plazo.

En el ámbito educativo el año 2010 fue significativo para los países miembros de la Unión Europea, pues señalaba el momento en el que todos sus miembros debían tener definitivamente adaptadas sus agendas al Espacio Europeo de Educación Superior, que previamente habían definido en la Declaración de Bolonia (1999) y perfilado en las de Praga (2001), Berlín (2003), Bergen (2005), Londres (2007) y Lovaina (2009). Los cambios que ese proceso implicó conllevaron modificaciones legislativas y estructurales, y atrajeron la atención del público. Esta se manifestó en informes de expertos, movilizaciones sociales, críticas y discursos que hicieron que los medios fijaran su atención en esa institución universitaria, cada vez más cercana al modelo de “universidad emprendedora” (Etzkowitz y Leydesdorff, 1998; Etzkowitz, Webster, Gebhardt, y Terra, 2000) que al de universidad clásica. Como señala Orduña Malea (2011) esa “universidad emprendedora” es presentada como motor de desarrollo económico regional (Manjarrés Enríquez, 2009) y recurso estratégico nacional, por lo que la exigencia de responsabilidad se convierte en un elemento consustancial a su nuevo papel socioeconómico.

La implantación del EEES coincidió con un período de crisis económico-financiera a nivel mundial que caló profundamente en España a partir de 2008. Como consecuencia de ello desde principios de 2010 se pusieron en marcha medidas de contención del gasto público en todos los países de la Unión Europea (Jiménez Díaz, 2013).

En este contexto, el PSOE había aprobado en 2007 la Ley Orgánica 4/2007 de Reforma Universitaria (más conocida como LOMLOU), que modificaba la Ley Orgánica de Universidades 6/2001 (LOU) vigente desde 2001. Eso implicó cambios en las normativas universitarias, la aprobación de nuevos estatutos, cambios en la tipología de los estudios y propuestas educativas dirigidas a la calidad y la excelencia, como las promovidas por programas como el de los Campus de Excelencia Universitaria.

De ahí el gran interés de la universidad –pública y privada- por la creación de una comunicación institucional que explicara estos cambios, pues como señala Losada Díaz (2002, p. 96): “cuando los públicos establecen su imagen sobre una organización esa percepción, certera o no, vale tanto como la realidad y, en muchos casos, la sustituye”. Lo que nos lleva al siguiente punto: el interés de las organizaciones, léase en este caso universidades, en aprovechar este aspecto: “tratando de consolidar en la mente de sus públicos ciertos rasgos de identidad institucional lo suficientemente diferenciadores y positivos como para propiciar comportamientos favorables hacia sus intereses.” (Losada Díaz, 2002)

Sabemos que el discurso de los medios de comunicación contribuye a conformar el perfil de estas instituciones ante la opinión pública. Conocedores de ello, se han prodigado en los últimos años trabajos académicos que tratan de analizar estas sinergias, por ejemplo desde instituciones como la ULPGC (Hernández Guerra y Martel Escobar, 2005; Martel Escobar y Hernández Guerra, 2004), la UHU (Nieto Báez, 2014; Nieto Báez y Aguaded Gómez, 2011), la UPV-EHU -a través de los estudios realizados sobre “La proyección social de la UPV-EHU” que el Euskobarómetro realiza desde 1996, la Universidad Pública de Navarra (Palencia-Lefler Ors, 2012) o las universidades andaluzas (Legerén, 2014). A estos, añadimos los más recientes de González-Pedraz, Pérez Rodríguez, Campos-Domínguez y Quintanilla Fisac (2017) o Repiso et al. (2016), que plantean análisis transversales de la universidad española en prensa.

2. Método y procedimiento

Con estas premisas, nos planteamos conocer el tratamiento discursivo que daban algunos periódicos españoles a la universidad atendiendo exclusivamente a sus titulares. Nuestro objetivo principal fue conocer qué temas interesan a los medios sobre la universidad, es decir los temas y subtemas más presentes en cada uno de esos rotativos y, con ello, el imaginario social que crearon sobre esta institución en el período objeto de estudio.

Para llevar a cabo esta investigación empleamos dos enfoques metodológicos complementarios: el análisis de contenido y el análisis del discurso. En relación al análisis de contenido (Krippendorff, 1990) utilizamos técnicas de la estadística descriptiva. En cuanto al análisis del discurso seguimos la propuesta de análisis del encuadre basado en la pragmática de Gallardo-Paúls (2013, 2014), adecuándola al análisis del discurso periodístico. En este trabajo nos centramos solo en el nivel enunciativo del discurso y, de forma específica, en una de las estrategias que permiten construir el encuadre del discurso informativo de los medios: la estrategia de selección temática o de establecimiento de la agenda (ver Tabla 1).

A fin de sistematizar mejor cómo los titulares de periódico manejan esta estrategia enunciativa, diferenciamos tres subaspectos dentro de la misma:

1. el análisis del tratamiento que se ofrece en la noticia respecto a la universidad o educación superior, según este sea central o periférico;
2. la temática de la que trata la noticia –de entre 5 categorías previamente establecidas;
3. los subtemas tratados.

A cada noticia le asignamos un máximo de dos subtemas de entre los 34 previamente establecidos. Somos conscientes, sin embargo, de que esta estrategia no actúa sola y requiere de los análisis léxico, predicativo e intencional para construir el encuadre del nivel enunciativo del discurso periodístico, de lo que hemos hablado en otros trabajos (Villar-Hernández, 2015). El último modelo de Gallardo-Paúls (2018) si bien no modifica el listado de estrategias del encuadre sí modifica su reparto en los niveles pragmáticos. Así, la estrategia de selección temática o creación de agenda que aquí analizamos como perteneciente al nivel enunciativo del encuadre, la incluye en el nivel textual, junto a las estrategias estructural y paratextual.

ENCUADRE INFORMATIVO-DISCURSIVO: NIVEL ENUNCIATIVO		
A. ESTRATEGIA LÉXICA	Sí	Recursos estilísticos e inferencias
		Discurso Repetido
		Relaciones léxicas
No		
B. ESTRATEGIA DE SELECCIÓN TEMÁTICA: LA AGENDA	Tratamiento	Centralidad
		Periferia
	Temas	Misiones de la universidad
		Funcionamiento interno
		Economía y temas vinculados
		Proyección institucional y/o internacional
Otros		
Subtemas		
C. ESTRATEGIA PREDICATIVA: ACTANCIALIDAD	Universidad como sujeto	Sí
		No
		Sin verbo
	Tipo de Colectivo	Universidad individual
		Colectivo de universidades
		Sistema universitario
		Universidades públicas / privadas
	D. ESTRATEGIA INTENCIONAL: ILOCUTIVIDAD	Ilocutividad
Expresiva Positiva		
Expresiva Negativa		
Otras		
Valoración		Positiva
		Negativa
		Neutra
		Positiva con crítica

Tabla 1. Elementos de análisis del nivel enunciativo que constituyen el encuadre informativo- discursivo

Los medios objeto de análisis fueron los cuatro periódicos de información general españoles con mayor difusión y ventas entre 2010 y 2013 según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), es decir: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC* -en 2010, 2011 y 2013 el *ABC* fue superado ligeramente por *El Periódico de Cataluña* y en 2013 también por *La Voz de Galicia* por escasas décimas; la trayectoria histórica del *ABC* nos llevó a decidir su inclusión frente al resto.

Se trata de periódicos nacidos en diferentes momentos de los últimos siglos; en concreto finales del siglo XIX (*La Vanguardia*, 1881) y el XX (*ABC*, 1905; *El País*, 1976 y *El Mundo*, 1989).

Durante el periodo analizado *El Mundo* y el *ABC* eran vinculados con el Partido Popular, mientras *El País* lo era con el PSOE y *La Vanguardia* con Convergència i Unió (Reig, 2011; Sendra i Mestre, 2011). Ese alto nivel de “paralelismo político” se corresponde con el modelo que Hallin y Mancini (2004) identificaron con el tipo “Mediterráneo o Pluralista polarizado” de medios, por lo que hablamos de medios claramente identificados con partidos políticos, de baja profesionalización de la labor periodística, prensa orientada hacia el comentario periodístico y fuerte intervención estatal con tiradas más bien pequeñas. Gunther, Montero y Wert (2000, en Hallin y Mancini 2004, 97) confirmaron la existencia de ese paralelismo político.

La recopilación de la muestra la hicimos empleando dos bases de datos: Lexis-Nexis para extraer los textos relativos a *El País*, *El Mundo* y *ABC*, y Factiva para *La Vanguardia*. Los términos de búsqueda fueron universidad y “educación superior”, que se combinaron con el buscador booleano “or”. El corpus definitivo está formado por 4536 textos de los cuales un 38,6% (n=1751) pertenecen a *El País*, un 35% (n=1588) al *ABC*, un 15,7% (n=713) a *La Vanguardia* y un 10,7% (n=484) a *El Mundo*.

Para el análisis y procesamiento de los datos empleamos los programas *Microsoft Excel* y *SPSS (Statistical Package for Social Sciences)* v. 22; con el primero realizamos el análisis de los datos cualitativos según la ficha de trabajo previamente establecida y con el segundo el tratamiento estadístico.

3. Resultados: la estrategia temática en los cuatro diarios

3.1. La distribución de temas centrales y periféricos

Salvo alguna excepción como *El Mundo* nuestra investigación indica que, cuando se habla de universidad o educación superior en prensa este es el tema central del texto, lo singulariza y topicaliza.

El *ABC* y *La Vanguardia* son los medios en los que la universidad aparece con mayor frecuencia como tema central; vertebrando sus textos periodísticos hasta en un 77% de las ocasiones. No muy distante se encuentra *El País* (73,3%), medio que no guarda gran distancia respecto a los anteriores. *El Mundo* sí equilibra más ese tratamiento entre central y periférico de la universidad (52,3%). De hecho, en este último medio ese tratamiento se invierte y equilibra respectivamente en 2010, cuando la centralidad es de tan solo un 40,5%, y en 2013 (50%).

Cuando se habla del “Colectivo: Equipo de Gobierno” y de “Economía y finanzas” es cuando la universidad es sobretodo protagonista de la información, es decir, es el objeto de interés, el centro de atención. Ello ocurre en *ABC*: “Economía y finanzas” (14,7%) y “Colectivo: Equipo de Gobierno” (11%); *El Mundo*: “Economía y Finanzas” (11,6%) y “Colectivo Equipo de Gobierno” (9,7%); *El País*: un 14,7% de “Economía y finanzas” y 10,1% de “Colectivo: Equipo de Gobierno” y *La Vanguardia* un 12,1% sobre “Colectivo: Equipo de Gobierno” y un 11,8% sobre “Economía y finanzas”.

3.2. La distinción de cinco grandes áreas temáticas

Según se observa en la Tabla 1, cinco fueron los grandes temas bajo los que se agruparon los textos periodísticos objeto de esta investigación; dentro de ellos se plantearon hasta 34 subcategorías temáticas. Cuatro de ellos son claves para entender la actividad universitaria; son los relativos a: las (1) misiones de la universidad; el (2) funcionamiento interno de las universidades; aspectos (3) económicos, su (4) proyección socioinstitucional e internacional. Decidimos incluir una última categoría, la de (5) otras, que recoge aspectos de difícil incorporación en ninguna de las anteriores.

La existencia de esas cinco categorías generales nos permitió simplificar la presentación de resultados y hacer operativo el trabajo estadístico, además de más comprensibles los resultados.

González-Pedraz et al. (2017) apuntan a la investigación, la docencia y la transferencia de conocimiento como las misiones de la universidad, a las que nosotros incorporamos la cultura y la empleabilidad. La segunda, “Funcionamiento interno de las universidades” recoge temas que versan sobre aspectos propios de la acción y protagonistas universitarios propiamente dichos. La tercera, “Aspectos económicos” incorpora lo relativo a la economía y finanzas, las infraestructuras, las tasas académicas o las becas, la sostenibilidad o cuestiones relativas a las diferencias entre instituciones públicas o privadas.

En la cuarta, “Proyección socioinstitucional e internacional” se recoge lo relativo a su vinculación con la empresa, la sociedad, el gobierno, etc., y en la quinta, “Otras”, se incluyeron además de temas religiosos, muy presentes en algunos medios, otros difícilmente vinculados a los ya establecidos (Ver Tabla 2).

La distribución de esas extensas temáticas en cada medio en el período comprendido entre 2010-2013 se puede ver en el Gráfico 1. El “Funcionamiento interno de la universidad” es lo más presente en los cuatro medios. Estos encuadran la realidad universitaria presentando fundamentalmente lo que ocurre dentro de la institución, la relación entre el personal, el alumnado, y mayoritariamente informando sobre sus equipos de gobierno y sus dinámicas de trabajo. *El País* incide sobre el tema de los asuntos económicos de forma algo superior al resto.

Si observamos cada uno de estos medios (Gráfico 2), vemos que en *ABC* los asuntos de “Funcionamiento interno” son los más noticiables sobre todo en 2010. En 2012 la economía universitaria enmarca su acción enunciativa, superando a los asuntos internos.

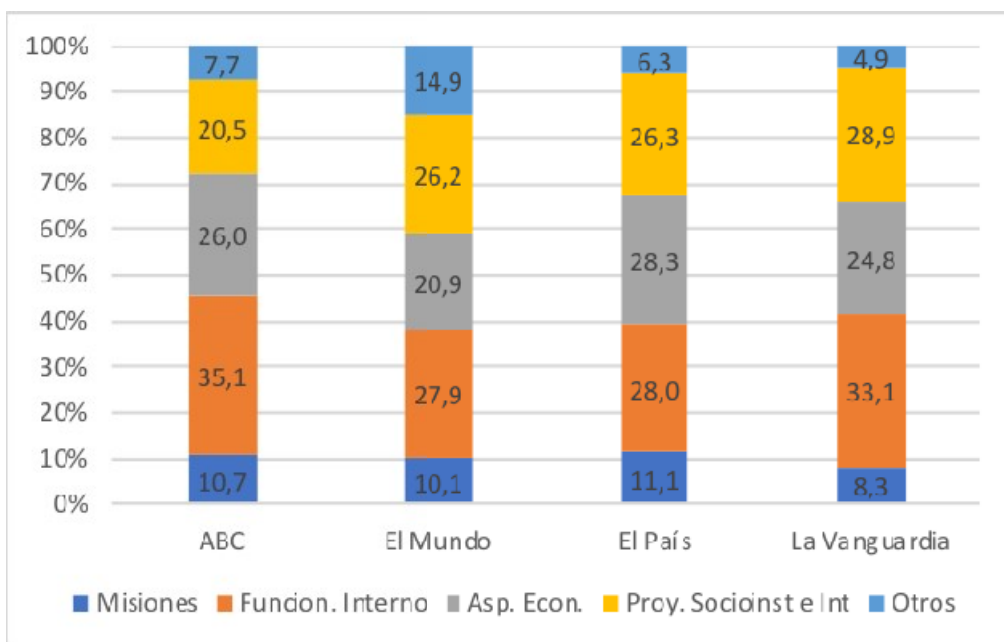


Gráfico 1. Presencia de los cinco temas en los medios analizados, 2010-2013

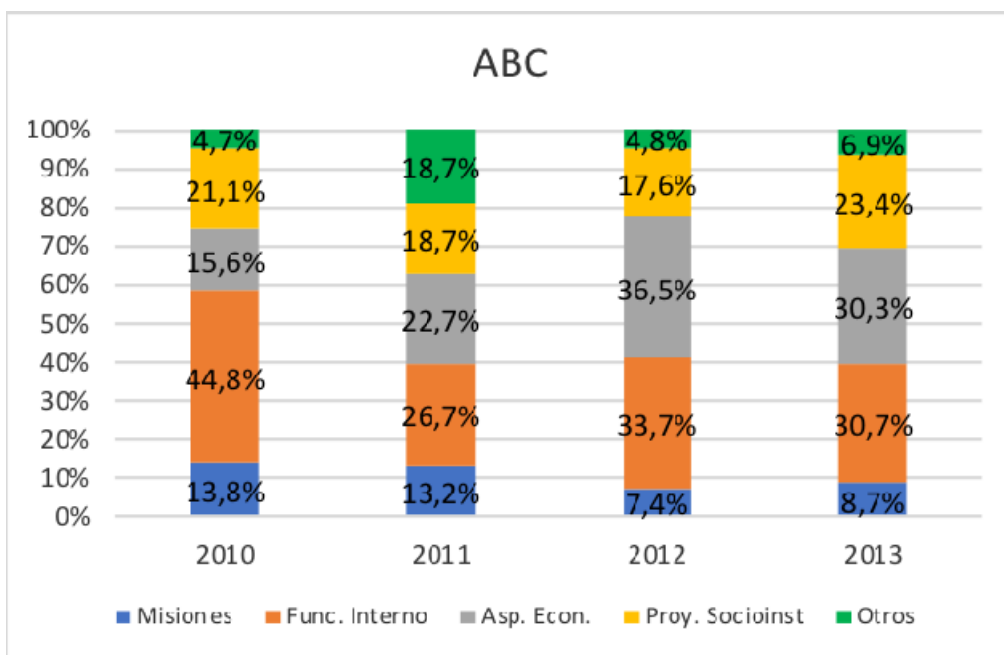
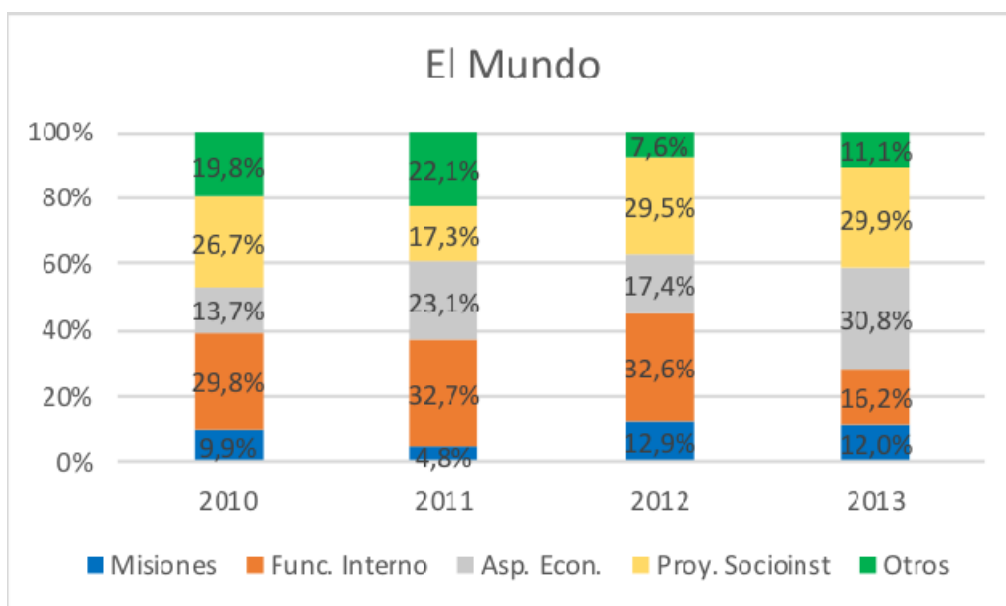
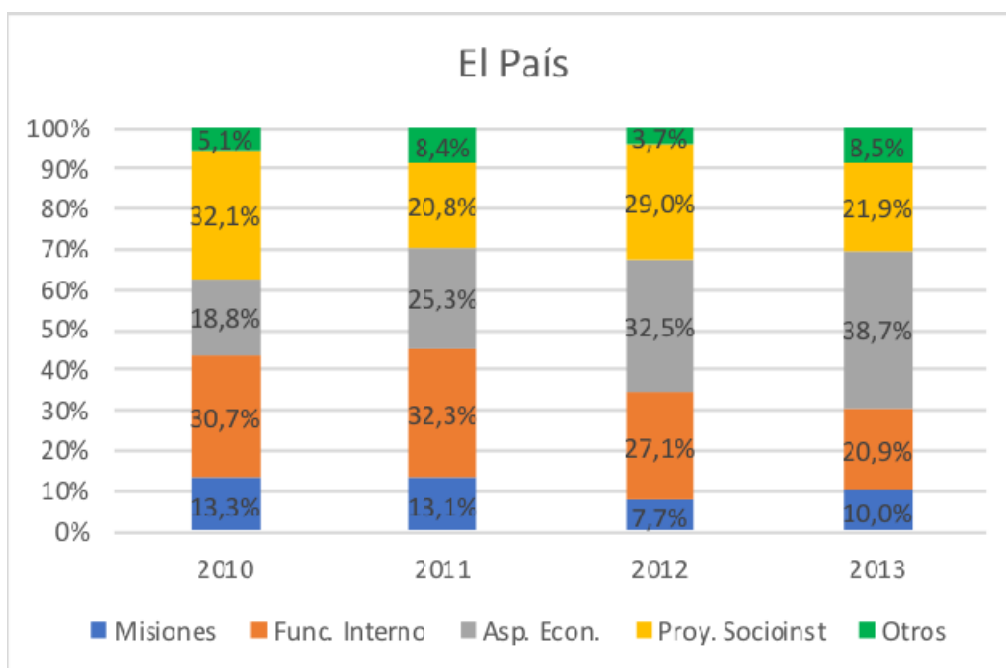


Gráfico 2. Presencia de los cinco temas en ABC, 2010-2013

Esos temas del “Funcionamiento interno” enmarcan el discurso en el caso de *El Mundo* en 2010, 2011 y 2012, y en 2013 esa tendencia se frena frente a otras dos cuestiones que ganan relevancia: los “Asuntos económicos” y la “Proyección socioinstitucional e internacional” (Ver Gráfico 3).

En 2010 la “Proyección socioinstitucional” es lo más relevante para *El País* junto al “Funcionamiento interno”, mientras en 2012 y 2013 gana relevancia la situación económica universitaria; sobre todo en ese último año. En 2012, son los asuntos internos los prioritarios en su agenda informativa junto a lo económico (Ver Gráfico 4).

Gráfico 3. Presencia de los cinco temas en *El Mundo*, 2010-2013Gráfico 4. Presencia de los cinco temas en *El País*, 2010-2013

En *La Vanguardia* los asuntos relativos al “Funcionamiento interno de la universidad” son muy relevantes durante esos cuatro años, sobre todo en 2010, 2011 y 2012. En 2013 en su agenda enunciativa hay principalmente temas relacionados con la “Proyección socioinstitucional” y algo menos con los “Asuntos económicos” (ver Gráfico 5).

Las dos temáticas a las que claramente menos atienden los medios son las relativas a las “Misiones” de esta institución educativa y las incluidas en la categoría de “Otros”. Los “Asuntos económicos” son motivo de escasa preocupación durante 2010, pero van ganando terreno en años posteriores.

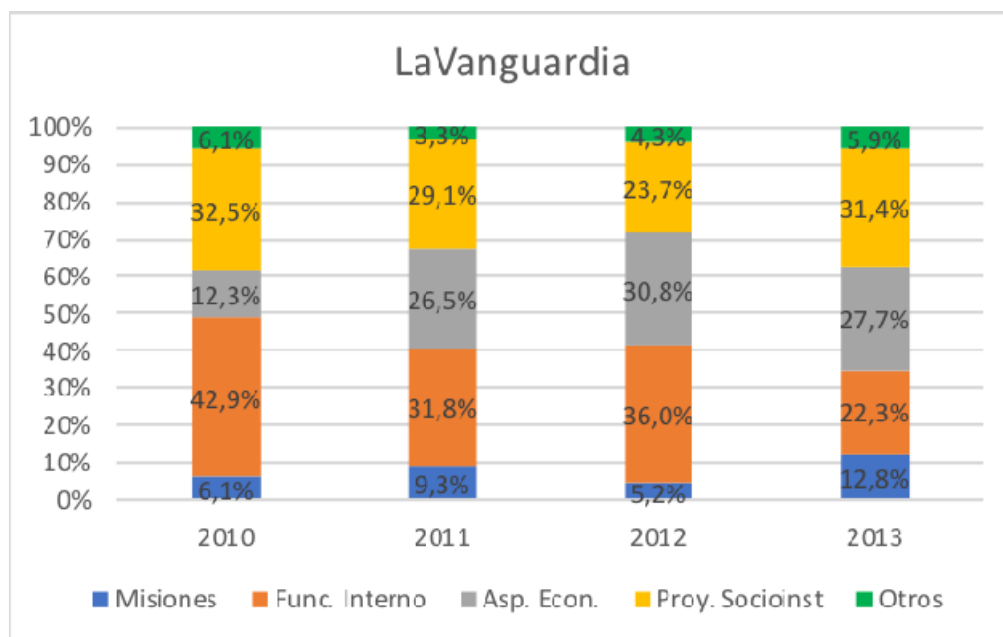


Gráfico 5. Presencia de los cinco temas en *La Vanguardia*, 2010-2013

3.3. Distribución de temas y subtemas

Pese a que los cuatro periódicos retratan la universidad de la misma época, se observan discrepancias en el plano enunciativo temático, pero también coincidencias (Ver Tabla 2 en la página siguiente).

Por ejemplo, tanto el *ABC* como *El País* y *La Vanguardia*, publican durante 2010 multitud de informaciones sobre el “Colectivo: Equipo de Gobierno”, que tratan fundamentalmente de las elecciones a Rector/a (“Cuatro candidatos para sustituir a Tomás en la UV”, *ABC* 13/01/2010; “Esther Giménez-Salinas, reelegida rectora de la Universitat Ramon Llull”, *LV* 21/07/2010, o “Una amante enciende el rectorado”, *EP* 11/05/2010, noticia esta última en la que las elecciones a Rector de la Universidad de Vigo dan para la creación de un vídeo de lo más polémico, en el que el lema “Eo por Tano mato” nos muestra cómo la agresividad y lo audiovisual también ha llegado a la política universitaria).

En los tres medios, es este el subtema más importante de ese año, que en *La Vanguardia* se equipara con el de “Acceso a la universidad” (10,4%). Este último, está muy presente en el periódico barceloní por la introducción de modificaciones en la ponderación del nuevo modelo de selectividad que afectó de forma específica a Cataluña, y la eliminación de los cupos de entrada para los estudiantes procedentes de los ciclos de formación profesional (FP), pero apenas es relevante en el resto. El segundo tema para *La Vanguardia* es de hecho otro que apenas aparece en el resto de agendas: el de “Rankings / Evaluación” (6,1%), que estará muy presente en este medio, sobre todo en 2010 (6,1%), 2011 (5,2%) y 2013 (5,8%). Su interés en los rankings universitarios de Shanghai (“La UB escala en la lista Shanghai”, *LV* 27/08/2013) o el QS (“Sólo la UB y la UAB destacan en el ranking de universidades QS”, *LV* 09/09/2010), el cuestionamiento de su utilidad (“Rankings ¿De qué sirven?”, *LV* 11/09/2010) o su análisis específico de la presencia de las universidades catalanas en ellos ocupa muchas páginas (“El liderazgo científico de las universidades catalanas”, *LV* 29/09/2013).

El segundo subtema más relevante para el *ABC* (9,6%) y *El Mundo* (10,1%) en 2010 es el del “Colectivo: Estudiantes”, que en el caso del periódico de los Luca de Tena se produce por temas para otros medios inexistentes, pero para él capitales como son las modificaciones en la normativa del estudiante de la US, que lleva a pronunciarse hasta al entonces presidente de Andalucía (“Griñán: «El que copia hace trampas y el tramposo no es un ciudadano respetable», *ABC* 21/01/2010), al ministro de Educación (“Gabilondo defiende la seriedad de la US”, *ABC* 26/01/2010), o al propio rector, que finalmente “rectifica”: “El rector de Sevilla da marcha atrás: los alumnos que copien saldrán del examen (*ABC* 26/01/2010)”.

En el caso de *El Mundo*, el protagonismo del estudiante parte de otra preocupación: la de los colegios mayores madrileños, pendientes de una decisión de cierre, de reforma o de conversión en mixtos: “¿Cierra la Complu sus colegios?”, EM 04/06/2010 o “No quieren colegios mixtos”, EM 23/03/2010. Estos temas, recogidos bajo la categoría “Otras”, serán muy importantes en *El Mundo* (15,5%), si bien son residuales en el resto de medios. El periódico de Unidad Editorial recoge aquí sucesos universitarios (“Gaseados en la Facultad de Medicina”, EM 16/04/2010, lo que responde a una protesta que tiene lugar en ese edificio contra los centros de menores gestionados por la Comunidad de Madrid), asuntos polémicos (“El Supremo acusado de torturas entre aplausos de la izquierda”, EM 14/04/2010), y otros de cariz político (“Encerrados para evitar una «nueva victoria de Franco»”, EM 14/04/2010).

En *El País*, lo relativo a la “Economía y Finanzas” universitaria ocupa una segunda posición en 2010 (9,6%) y seguirá en un lugar destacado, ya sea por los recortes generales en financiación (“La regresiva financiación”, EP 01/05/2010; “Aguirre pide a los rectores que se aprieten el cinturón otra vez”, EP 11/05/2010; “El sistema universitario gallego es de los peor financiados de España en relación al PIB”, EP 15/05/2010), o por protestas de colectivos concretos: “La Complutense avisa que tiene problemas para pagar las nóminas”, EP 10/06/2010; “La UPF también sufre el recorte universitario, de siete millones”, EP 23/09/2010 o “La UPV reduce sus presupuestos para el próximo año casi un 8%”, EP 23/12/2010). En el *ABC* y *El Mundo*, este tema si bien importante, queda algo más relegado, pues ocupa un tercer y quinto lugar respectivamente.

Un año después, en 2011, los cuatro medios coinciden en parte de su encuadre temático. El “Colectivo: Equipo de Gobierno”, las “Infraestructuras” universitarias, la “Religión” y la “Economía y finanzas” son objetos de su atención enunciativa, con variados matices de intensidad.

El “Colectivo: Equipo de Gobierno” es el tema más importante en *El Mundo* y *El País* en 2011, el segundo en relevancia para *La Vanguardia* y el tercero para el *ABC*. Las elecciones a Rector/a tienen la respuesta. La “Economía y Finanzas” será el asunto más noticiable para *La Vanguardia* (13,4%), el segundo para *El País* (11,7%), el tercero para *El Mundo* (12,9%) y el cuarto para el *ABC* (8%). Otra coincidencia se produce en relación a las “Infraestructuras”, primero en el *ABC* (13,3%), tercero en importancia en *El País* (7,7%) y quinto para *El Mundo* (6,1%). En el *ABC* esa atención responde a un foco muy concreto: el que protagoniza la sentencia sobre la demolición de la Biblioteca del Prado de la Universidad de Sevilla, que tanta protesta ciudadana motivó (“El Supremo no permite construir la biblioteca en los Jardines del Prado”, *ABC* 23/06/2011), o el perjuicio que ocasionó

una grúa pluma durante las obras en el parking sobre el que se levantaría la Facultad de Enfermería de esa misma universidad y que llevó al desalojo de edificios enteros (“Las familias de Renfe volverán a sus casas a finales de mayo”, *ABC* 25/04/2011. El tema es noticiable para *El País* o *El Mundo* (“El Supremo tumba la biblioteca universitaria de Hadid en Sevilla”, EP 23/06/2011 o “Demolición para la biblioteca de Hadid en Sevilla”, EM 07/06/2011) pero de forma mucho más contenida.

En el caso de *El Mundo* esa atención a “Infraestructuras” recae en temas que transcurren entre aceradas críticas a la gestión de la UCM (“Sobrecostes Complutense”, EM 27/01/2011; “«Ese embolado no es mío»”, EM 03/02/2011) y en *El País* pasa por otros asuntos, como las referencias a cesiones de la Generalitat Valenciana a universidades privadas: “Valencia cambia el uso escolar de un solar a petición de la Universidad Católica”, EP 24/02/2011; “Castellón recalifica un solar para que el CEU imparta Medicina”, EP 03/05/2011, u otros: “La Universidad coruñesa exige una residencia pública EP 22/06/2011”.

ABC y *El Mundo* llevan ese año a primera página la “Religión” (segunda en importancia para el *ABC* (13,3%) y cuarta en *El Mundo* (6,8%), lo cual sorprende por la escasa presencia que tiene en el marco temático del resto de medios. Prácticamente toda la atención recae en dos aspectos: la protesta por la existencia de capillas en la universidad pública y la actuación de un grupo de alumnos en la UCM y otro en la UB contra las capillas en esos espacios educativos públicos.

La ilocutividad y la alineación perceptible en los titulares también es diferente y mientras *ABC* opta por un léxico rotundo y con claras inferencias negativas como el “sacrilegio”, la “profanación”, “ataques laicistas”, etc., alineándose con la postura del Partido Popular en su crítica a esas acciones (“Declaración del PP a favor del cristianismo tras los ataques laicistas en la UB”, *ABC* 29/01/2011; “Desnudas en la capilla de la Universidad Complutense”, *ABC* 11/03/2011; “Condena unánime al sacrilegio en la capilla”, *ABC* 12/03/2011; “El PP exige la detención de los profanadores de la capilla”, *ABC* 15/03/2011), *El Mundo* plantea otra postura.

El periódico de Unidad Editorial señala las discrepancias existentes por la existencia de capillas en universidades públicas, manteniendo cierta distancia pero destacando la polémica vivida en la UCM y personalizada en la figura de su rector, Berzosa, tantas veces criticado por *El Mundo*: “Un profesor critica que la Iglesia esté en la Universidad”, EM 19/03/2011; “Concentración a favor de las religiones”, EM 21/03/2011; “Berzosa, con los 'profanadores' de la capilla”, EM 23/03/2011; “La región con más iglesias en las universidades”, EM 23/03/2011; “Aguirre 'entra' en la capilla”, EM 25/03/2011; “Querella criminal contra la «profanación» de la capilla”, *ABC* 26/03/2011.

En 2011 *La Vanguardia* actúa informativamente de forma autónoma, siguiendo un marco enunciativo propio alejado de influencias en el que destacan la “Gestión universitaria” (9,3%), las “Tasas” (6,7%) o las “Protestas” (6,2%) por este orden. El protagonismo y la acción legislativa del gobierno catalán condicionan la agenda enunciativa de este medio radicado en Cataluña y atento sobre todo a sus lectores catalanes. La “Gestión universitaria” pasa informativamente por la apertura de un diálogo en esta región sobre otros modelos de gobernanza (“Rectores y consejos sociales acuerdan consensuar una propuesta sobre gobernanza”, LV 12/01/2011;

“Ofensiva catalana para pactar un nuevo sistema de gobernanza”, LV 18/01/2011; “Catalunya inicia la reforma del control de las universidades”, LV 15/09/2011; “Los rectores, mejor con cultura directiva, aunque vengan de fuera”, LV 14/12/2011). Las “Tasas” provocarán una mayor atención por su parte debido a la subida propuesta por el gobierno catalán (“Universitats quiere subir el precio de los masters y la financiación por objetivos”, LV 23/02/2011; “Un estudiante pagará el próximo curso hasta 100 euros más de matrícula”, LV 22/06/2011) y las “Protestas” serán protagonistas, como consecuencia precisamente de esas subidas y otros recortes (“Trabajadores de la UAB boicotean el consejo de gobierno”, LV 13/04/2011).

De esta forma, *La Vanguardia* adelanta una acción comunicativa, las “Protestas”, que serán el tema más destacado en 2012 en *El Mundo* (14,7%), y el segundo en el *ABC* (11,9%) y *El País* (13%). El año 2012 queda enmarcado informativamente entre las protestas y la crisis económica, expresada a través del gran interés por temas relacionados con la economía y las finanzas. Ambos temas aparecen rodeados de un léxico claramente evocador de esa crisis: “recortes”, “quiebra”, “financiación”, “retrasos” o “suspensión de pagos”.

Los siguientes titulares son un ejemplo: “Comienzan las protestas educativas”, EM 12/10/2012; “3.500 estudiantes se quejan por las tasas”, EM 12/10/2012; de esta forma en *ABC*: “Profesores y alumnos boicotean la apertura del curso universitario”, *ABC* 03/09/2012, “Los alumnos plantean consensuar sus protestas a nivel nacional”, *ABC* 23/09/2012 y así *El País*: “Las protestas por los recortes llegan a la Universidad”, EP 25/01/2012, “La universidad se suma a la protesta”, 25/01/2012, “Los recortes educativos sacan a la calle a miles de estudiantes en toda España”, EP 01/03/2012.

Junto a las “Protestas” el tema más importante en 2012 es el de “Economía y Finanzas” (primero para *ABC*, 18,2% y *El País*, 15,3%, y segundo en *La Vanguardia*, 10,5% y *El Mundo* 10,6%). Los efectos de la crisis y los recortes y la falta de financiación que provoca en las universidades serán causa de noticia y opinión, a través de titulares como en *ABC*: “La universidad catalana pasa de la excelencia al borde de la quiebra”, *ABC* 31/01/2012, “La Hispalense sufre ya los retrasos en los pagos de la Junta”, *ABC* 20/03/2012; en *El País*: “Las universidades piden dinero a los bancos para pagar sus gastos”, EP 10/08/2012; “El 5% de los fondos para la universidad será por objetivos”, EP 21/09/2012; “El Consell aplaza la financiación de las universidades dos años por la crisis”, EP 25/09/2012 o en *El Mundo*: “¿Suspensión de pagos en las universidades?”, EM 18/01/2012; “La Politécnica de Valencia 'se alquila' para financiarse”, EM 20/01/2012 o “Los recortes en educación no vacían las aulas”, EM 23/05/2012.

El “Colectivo: Equipo de Gobierno” sigue siendo en 2012 un tema destacado en *La Vanguardia* (primer lugar, 10,9%), *El País* (cuarto, 6%) y *ABC* (quinto, 7,7%). De nuevo, las elecciones a Rector/a generan páginas y páginas de información y opinión revelando que, para la prensa quién gobierna la universidad es relevante informativamente hablando. El imaginario social acerca de la universidad pasa inevitablemente por este tema.

La Vanguardia, como viene siendo habitual, hace especial énfasis en el área catalana (“El vicerrector de economía de la UAB dimite y disputará el rectorado a Ripoll”, LV 26/01/2012; “Ferran Sancho, elegido rector de la UAB con el apoyo de

los profesores”, 01/06/2012; “Josep M. Garrell, nuevo rector de la Ramon Llull”, LV 27/07/2012; “Castells, Pagès y Tarrach seleccionan el candidato a rector de la UOC”, LV 06/10/2012; “El rector de la UB se decidirá entre Girona y Ramírez”, LV 23/11/2012).

El *ABC*, dada la fuerza de sus ediciones locales, habla de un gran número de universidades regionales, especialmente las andaluzas como la US o la UPO: “Arellano pide una apuesta “nítida” por las universidades públicas”, *ABC* 14/03/2012; “Registran una iniciativa pidiendo el sufragio universal en la Hispalense”, *ABC* 13/04/2012; “Luis Pérez-Prat, candidato a rector de la Olavide”, *ABC* 13/03/2012; “La Universidad Loyola nombra a su futuro consejo de gobierno”, *ABC* 02/06/2012; “Tres candidatos disputan hoy a Ramírez el rectorado de la UB”, *ABC* 21/11/2012

De nuevo, en 2012 es *La Vanguardia* quien coloca en un lugar destacado un subtema apenas significativo para los otros medios y que singulariza su agenda. Se trata del que denominamos “Futuro”, (7%, 4º lugar), que tiene que ver con propuestas acerca del presente y futuro de esta institución académica (“La URV, camino de futuro”, LV 10/02/2012; “Universidades virtuales”, LV 12/02/2012). En *El Mundo* esta personalidad propia la marca un subtema como “Otro” (8,8%), que llega a ocupar la tercera posición a través de titulares conflictivos como: “Denuncian una agresión homófoba en la Complutense”, EM 26/06/2012; “Favores a ETA en la Universidad”, EM 16/05/2012; “El fiscal pide 8 años de inhabilitación a 2 cargos de la UPV por ayudar a etarras”, EM 16/05/2012; “La Policía, tras los que insultaron a Aguirre”, EM 06/09/2012.

Al siguiente año, 2013, la “Economía y Finanzas” vuelve estar presentes en los cuatro medios con diferente intensidad. Tanto para el periódico de Vocento como el del Grupo Godó y *El País*, es el subtema más importante (respectivamente 14,4%, 9,3% y 11,3%).

El de “Becas” aparece con fuerza en *El Mundo* (primera posición, 12%), *El País* (segundo tema, 10,7%), *ABC* (tercero 8%) y *La Vanguardia* (8,4%). Y también el de “Protestas”, en *El País* (tercero, 7,7%) y *La Vanguardia* (tercero 8%) y *ABC* (quinto, 5,9%).

El subtema “Otras” aparece con fuerza en *La Vanguardia* en 2013 con titulares en los que se desliza la polémica como: “La UPC denuncia ante la fiscalía a una academia por filtrar un examen”, LV 06/03/2013 o “Una profesora dice que la mujer debe amar al maltratador”, LV 28/03/2013.

Irrumpe con fuerza ese año el “Colectivo: Recursos Humanos” en *La Vanguardia* (cuarto, 7,5%), *El País* (cuarto, 7,1%) y *ABC* (segundo, 8,2%) a través de cuestiones que evocan la crisis económica, como los “tijeretazos” salariales (“Tijeretazo en los sueldos de la USC”, *ABC* 21/05/2013); las bajadas salariales: (“Universitats calcula más ahorro bajando sueldos de la UPC que echando interinos”, LV 03/05/2013) y los despidos (“La Politécnica propone bajar los despidos de 301 a 276”, EP 09/03/2013”; “La UPC paraliza los despidos que el rector pactó con la Generalitat” LV 25/04/2013).

Si bien ese año las diferencias en el enmarque enunciativo temático proceden fundamentalmente de *El Mundo*, con noticias relativas a la “Relación universidad-gobierno y viceversa” (4,9%) en aspectos como: “El Gobierno quiere acabar con el veto policial en la Complutense” EM 11/12/2013 o “Figar sustituye a Juaristi por

una economista en Universidades”, EM 02/08/2013, y otros relacionados con la “Legislación” como los de la subida de tasas universitarias (Pérez Rubalcaba: "Destroza la vida de muchos jóvenes" en relación al decreto de becas aprobado por el PP ese año), los de “Ranking / Evaluación” (“Ninguna universidad española figura entre las 200 mejores”, EM 16/08/2013; “¿Miente la Universidad de Shanghai?”, EM 13/09/2013) y la relación “Universidad / Empresa”, los tres últimos con una presencia del 4,2%. Ninguno de ellos es objeto de gran interés en el resto de medios.

4. Discusión y conclusiones

La estrategia discursiva de la selección temática analizada en este trabajo, se puede relacionar con la teoría del establecimiento de la agenda (o *agenda setting*) (McCombs, 2004; McCombs y Shaw, 1972). Si bien la teoría clásica hace énfasis en los efectos que el establecimiento de esa agenda tiene para el público lector, nuestro interés reside en analizar la manera como el establecimiento de una agenda concreta, contribuye a encuadrar el discurso periodístico desde el que hablan los medios y el periodista, y conocer cómo influyen las características de un medio para determinar los *frames* de una noticia. Nos situamos, siguiendo a Amadeo (2008), en los procesos de enmarcado que se producen durante la elaboración de la noticia; al priorizar un tema frente a otro, sitúan al lector ante una manera de observar la universidad diferente a otra.

Este proceso forma parte del nivel enunciativo del discurso (Gallardo-Paúls 2014), porque la cabecera en la que se enuncian hace gala de un posicionamiento ideológico que adecúa los temas que se exponen y cómo se habla de ellos. Dicho posicionamiento o paralelismo observamos que no solo es político; responde en ocasiones a filias o fobias a instituciones concretas. Así se manifiesta por ejemplo en la crítica continua de *El Mundo* y *ABC* a la UCM presidida por Berzosa, o la menos incisiva pero real de *El País* a la Universidad Católica de Valencia (UCM). Este “sesgo informativo” ya analizado en otros trabajos (Kenney y Simpson, 1993), responde a posicionamientos ideológicos previos de esos medios, por ejemplo a la proximidad entre Berzosa y una parte de la izquierda española o a la laicidad de *El País*. Siguiendo a McLendon y Peterson (1999) nos preguntamos aquí por la relación entre el contenido de las noticias sobre universidad en prensa y de qué forma responden a la visión editorial del medio.

Teniendo en cuenta las ediciones regionales, *El País* y *ABC* son los medios que más interés muestran por la universidad, que más informan y opinan al respecto. Detectamos así dos dinámicas de publicación: una de mayor interés por esta institución de educación superior, que es la que corresponde a *El País* y *ABC* y otra de menor interés que corresponde a *La Vanguardia* y, sobre todo, a *El Mundo*. En una investigación llevada a cabo una década antes sobre la presencia de la universidad en prensa, Barroso (2000) también apuntaba a *El País* como el periódico donde el tema universitario estaba más presente; por debajo se encontraba *ABC*.

Siguiendo a Repiso et al. (2016) nuestra investigación nos permite afirmar que: “cada ciudadano tiene una visión del sistema universitario de su país diferente de acuerdo a los medios de noticias que consulta”.

Nuestros resultados indican que, cuando aparecen la universidad o la educación

superior en prensa son las protagonistas de la acción. La única discrepancia se produce en *El Mundo*, donde durante alguna anualidad esa tendencia llega a invertirse (2010 y 2013). De hecho, es *El Mundo* el medio que más claramente rompe con una agenda temática coincidente. El otro medio que construye un marco temático diferenciado es *La Vanguardia*, si bien es su ubicación geográfica en este caso la que condiciona su agenda informativa, sus protagonistas y sus discursos. En este último caso nuestra investigación confirma lo apuntado por Repiso et al (2016) sobre el carácter regional de la presencia en prensa del sistema universitario español, también apuntado por otros (García Rivas, 2003; Martel Escobar y Hernández Guerra, 2004; Nieto Báez, 2014). En el caso de *La Vanguardia* y la universidad catalana -entendiendo como esta el conjunto de su sistema universitario y cada una de ellas de forma particular- corroboraríamos ese trato de favoritismo cuantitativo en el tratamiento periodístico entre el medio y la universidad, que se extiende al ámbito cualitativo, al verificar la ilocutividad mayoritariamente positiva con la que es tratado. El hecho de no contar aquí con los datos de todas las ediciones regionales de estos rotativos nos impide comparar estos resultados.

El marco temático enunciativo general pasa principalmente por la preocupación económica por las malheridas finanzas de esta institución y las elecciones al Rectorado, temas comunes a todos los periódicos analizados. Pero la homogeneidad no es absoluta; son precisamente esos matices los que permiten construir la singularidad de cada uno de estos rotativos.

La investigación de González-Pedraz et al. (2017) ofrece resultados muy interesantes, si bien su sesgo temático, más centrado en asuntos relacionados con la investigación universitaria, nos impide contrastar datos.

En cuanto a singularidades el *ABC* incide en un tema prácticamente silenciado en el resto: las “Infraestructuras” universitarias (sobre todo en 2011 y 2012). Recordamos aquí su extenso tratamiento informativo de la cuestionada biblioteca de la Universidad de Sevilla anulada por el Supremo, y proyectada en los jardines del Prado de San Sebastián, que movilizó a vecinos, partidos políticos y asociaciones contra el gobierno del alcalde socialista, Alfredo Sánchez Monteseirín. En esta polémica se alinea claramente con el Partido Popular, en la oposición en esos momentos, y que en las próximas elecciones de 2011 ganaría la alcaldía.

Otro de sus temas clave es el de la religión en la universidad. *ABC* le dedica una amplia cobertura durante 2011, ya sea con motivo de los movimientos de protesta de estudiantes que impedían la realización de misas en la capilla de la Facultad de Económicas de la UB o con las movilizaciones que continuaron en otras universidades españolas. Su postura, favorable a la continuidad de capillas en la universidad pública, es acorde con su ideario católico (VOCENTO, 2010).

El Mundo pone el énfasis en algunos temas que resultan ajenos al resto de medios analizados, ocupando esos “Otros” la primera posición en 2010, la segunda en 2011 y 2013 y la tercera en 2012. Entre esas noticias, el periódico de Unidad Editorial habla de 2010 del ataque a Rosa Díez, líder de UPyD en la UAB antes de una conferencia que no pudo llevarse a cabo, o del acto en la UCM de apoyo al juez Baltasar Garzón, y que el periódico calificó de “acto guerracivilista a favor de Garzón”. En 2011 en ese “Otras” el protagonismo recae en la UCM, a través de los

ataques estudiantiles al rector Berzosa por parte de miembros de los Colegios Mayores de la Complutense, los ataques a alguna de sus capillas, y actos de botellón y robos que llenan de páginas y crítica a esa universidad. En 2012 también la UCM y Berzosa vuelven a ser protagonistas en esta categoría y es que es ostensible la discrepancia del medio con la figura del rector. Ofrece así *El Mundo* una agenda universitaria diferenciada, incidiendo en temas conflictivos, polémicos y donde la mirada a la universidad no es nada complaciente, de hecho en algunos escritos editoriales ya había cuestionado la institución en su forma actual (*El Mundo*, 2011).

Ya hemos señalado cómo en *El Mundo* resulta significativa la escasa centralidad de la universidad, y la presencia de temas y subtemas secundarios para otros, como la “Relación universidad-empresa”, la existencia de los “Rankings” y evaluaciones universitarias o el tema “Otras”. Y al fijarnos en su ideario observamos cómo ello es coherente con su modelo de universidad emprendedora y liberal. Los temas recogidos en la categoría “Otras” nos descubren una percepción de la universidad española donde campan la corruptela, la endogamia, y no se respeta la libertad de expresión; en definitiva, una universidad susceptible de transformación.

Respecto a la singularidad de *La Vanguardia*, se construye con temas casi anecdóticos para el resto. Por ejemplo, con aquellos relacionados con el acceso a la universidad, que copa la primera posición en 2010 o el interés por los rankings y/o evaluaciones internacionales, que en el periódico del Grupo Godó en 2010 llega a ser el segundo tema en importancia. Y también sucede con la subcategoría de la “Gestión universitaria”, tan tratada por el medio en 2011 y tan próxima a la idea de universidad emprendedora que señalábamos antes al hablar de *El Mundo*.

Concluyendo, podemos subrayar la existencia de similitudes en el encuadre enunciativo temático de nuestra muestra, una homogeneidad que apuntaba Enguix Oliver para otros contenidos (2015, p. 26), pero también singularidades de las que hemos hablado.

En cuanto a la relación entre temas y el posicionamiento ideológico del medio, los resultados aquí presentados desvelan ligeros sesgos que confirman su existencia. La combinación de estos datos con los de otras estrategias de encuadre como la intencional o la predicativa podrían ofrecer resultados más precisos (Villar-Hernández, 2015). Por otro lado, queda reflejado el especial interés del *ABC* por los temas religiosos, el distanciamiento crítico de *El Mundo* respecto a un modelo de universidad clásica, y el interés de *La Vanguardia* en temáticas relacionadas con la gobernanza universitaria y nuevos estilos de gestión.

Esta investigación evidencia que la imagen de la universidad española que recibe el ciudadano depende del periódico que lee, pero aún queda mucho trabajo por realizar. La universidad española ha mejorado sus gabinetes de comunicación y su presencia en redes sociales consciente de la importancia de ofrecer una buena imagen de sí misma, y sabiendo que su futuro pasa por la necesidad de diferenciarse del resto de instituciones y conseguir crear una marca universitaria propia, valorada e identificada con la calidad y el prestigio. Por ello sería interesante continuar esta investigación en años posteriores y ampliarla a nuevos medios en los que se incluyan algunos ejemplos de prensa regional.

Agradecimientos

Este artículo se ha desarrollado gracias al proyecto PRODISNET: Procesos discursivos en Internet: confluencia de partidos, medios y ciudadanos, Ref. FFI2015-67668-R, del Ministerio de Economía y Competitividad y con financiación FEDER.

Referencias bibliográficas

- Amadeo, Belén. 2008. Framing: modelo para armar. En María Teresa Baquerín de Ricciteli (Ed.), *Los medios ¿Aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*. Buenos Aires, EDUCA.
- Barroso Osuna, Julio. 2000. Los medios de comunicación como creadores de imagen social. La imagen de la universidad en la prensa. *Revista de Enseñanza Universitaria* 16, 39-55.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. 2006. Barómetro noviembre 2006. (2662). Centro de Investigaciones Sociológicas, http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=6077
- Losada Díaz, José Carlos. 2002. Los medios de comunicación como generadores de imagen corporativa: los públicos internos. *Comunicación y Sociedad* XV(2), 95-113, https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=345
- Delgado López-Cózar, Emilio, y Repiso Caballero, Rafael. 2013. El impacto de las revistas de comunicación: comparando Google Scholar Metrics, Web of Science y Scopus. *Comunicar* 21(41), 45-52, <https://doi.org/10.3916/C41-2013-04>
- El Mundo. 2011. 100 propuestas para la defender y fortalecer la democracia. *El Mundo del S. XXI*. Madrid, El Mundo, <http://www.elmundo.es/especiales/2007/12/espana/100propuestas/>
- Enguix Oliver, Salvador. 2015. *Periodismo político. Fundamentos, práctica y perspectivas*. Bellaterra-Castelló de la Plana-Barcelona-València: Universitat Autònoma de Barcelona-Universitat Jaume I- Universitat Pompeu Fabra-Universitat de València.
- Etzkowitz, Henry, y Leydesdorff, Loet. 1998. A Triple Helix of University—Industry—Government Relations: Introduction. *Industry and Higher Education* 12(4), 197-201, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/095042229801200402>, <https://doi.org/10.1177/095042229801200402>
- Etzkowitz, Henry; Webster, Andrew; Gebhardt, Christiane, y Terra, Blanca Regina Cantisano. 2000. The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy* 29(2), 313-330.
- Gallardo-Paúls, Beatriz. 2013. Niveles pragmáticos y cognición: estrategias lingüísticas de encuadre en el discurso político. *Anthropos* 239, 191-210.
- Gallardo-Paúls, Beatriz. 2014. *Usos políticos del lenguaje. Un discurso paradójico*. Barcelona, Anthropos.
- Gallardo-Paúls, Beatriz. 2018. *Lingüística Viva. Ejercicios, prácticas, testimonios*. Valencia, Universitat de València, <https://bit.ly/2ViKvnT>
- García Rivas, Marta Isabel. 2003. Presente de la información institucional de la Universidad española. El caso de la Universidad de Murcia. *Comunicación y Sociedad* 16(1), 29-56, <https://bit.ly/2ONHnxg>
- González-Pedraz, Cristina; Pérez-Rodríguez, Ana Victoria; Campos-Domínguez, Eva, y Quintanilla Fisac, Miguel Ángel 2017. Análisis comparativo de la presencia de las universidades españolas en prensa digital nacional y local. *Revista Latina de Comunicación Social* 72, 861-882, <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1197/47es.html>, <http://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1197>

- Hallin, Daniel C., y Mancini, Paolo. 2004. *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona, Hacer.
- Hernández Guerra, Adelaida, y Martel Escobar, Pablo. 2005. Propuesta de un conjunto de indicadores para el análisis de la presencia informativa de la universidad en la prensa escrita: el caso de la ULPGC. Comunicación en el *II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria*, Granada, <http://dialogo.ugr.es/cicu2005/com/com-42.pdf>
- Jiménez Díaz, José Francisco. 2013. Crisis económica, confianza institucional y liderazgos políticos en España. *Barataria. Revista de Castellano-Manchega de Ciencias Sociales* 15, 125-141, <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i15.87>
- Kenney, Keith, y Simpson, Chris. 1993. Was Coverage of the 1988 Presidential Race by Washington's Two Major Dailies Biased? *Journalism & Mass Communication Quarterly* 70(2), 345-355, <https://doi.org/10.1177/107769909307000210>
- Krippendorff, Klaus. 1990. *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona, Paidós.
- Lee, Youngah, Wanta, Wayne, y Lee, Hyunmin. 2015. Resource-Based Public Relations Efforts for University Reputation from an Agenda-Building and Agenda-Setting Perspective. *Corporate Reputation Review* 18(3), 195-209, <http://dx.doi.org/10.1057/crr.2015.6>
- Legerén, Elena. 2014. Visibilidad de las universidades andaluzas en los medios de comunicación on-line a través de Google News. Tesis, Universidad de Granada, <http://bit.ly/tesisLegeren>
- Llera, Francisco José, y Retortillo, Alfredo. 2004. Los españoles y la universidad. Primera encuesta nacional sobre la imagen pública del Sistema Universitario Español, Madrid, <http://www.uaoc.eu/es/conocenos/calidad/sistema-garantia-interna-calidad/enlaces/aneca/los-espanoles-y-la-universidad>
- Manjarrés Enríquez, Liney Adriana. 2009. Las relaciones universidad empresa y su efecto sobre la segunda misión universitaria. Tesis, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, http://www.ingenio.upv.es/sites/default/files/tesis/te21_1_tesis20liney20manjarro3a9s.pdf
- Martel Escobar, Pablo, y Hernández Guerra, Adelaida. 2004. ¿Qué ofrece la ULPGC en la prensa?, Informe, <https://bit.ly/2MAewyM>
- McCombs, Malcolm. 2004. *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, UKMalden, USA, Polity Press.
- McCombs, M Malcolm, y Shaw, Donald L. 1972. The agenda-setting function of mass-media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McLendon, Michael K., y Peterson, Marvin W. 1999. The Press and State of Policy Making for Higher Education. *The Review of Higher Education* 22(3), 223-245.
- Nieto Báez, Cristina. 2014. La imagen de la Universidad de Huelva en la prensa. Comparativa de los diarios "Huelva Información", "Odiel" y "El Mundo Huelva Noticias" (2002-2009). Tesis, Universidad de Huelva, <http://www.tdx.cat/handle/10803/132976>
- Nieto Báez, Cristina, y Aguaded Gómez, José Ignacio. 2011. Aprender a analizar los medios. Instrumento para el análisis de la imagen de la universidad en la prensa, Comunicación en el *EDUMED. Educación Mediática y Competencia Digital*, Segovia, <https://bit.ly/2MinWMq>
- Orduña Malea, Enrique. 2011. Propuesta de un modelo de análisis redinformétrico multinivel para el estudio sistémico de las universidades españolas (2010). Tesis, Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, <http://hdl.handle.net/10251/14420>
- Palencia-Lefler Ors, Manuel. 2012. La Universidad Pública de Navarra en la prensa escrita (2008-2010). Estudio sobre percepción y realidad en el discurso periodístico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(1), 37-351, http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n1.39374
- Paniagua Rojano, Francisco Javier, y Gómez Calderón, Bernardo J. Hacia la comunicación 2.0. El uso de las redes sociales por parte de las universidades españolas. *Icono 14. Revista de*

- comunicación y tecnologías emergentes*, 10(3), 346-364.
<http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v10i3.473>
- Paniagua Rojano, Francisco Javier; Gómez Calderón, Bernardo J., y Fernández Sande, Manuel. 2012. La incorporación de los departamentos de comunicación de las universidades españolas al entorno digital. Un análisis cuantitativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, Número especial (noviembre): La enseñanza de la Comunicación en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), 691-701.
- Pérez-Díaz, Víctor, y Rodríguez, J. C. 2014. *Opiniones de los españoles sobre sus universidades: algunas perspectivas*. Madrid, Studia XXI- Fundación Europea Sociedad y Educación - Santander Universidades.
- Pérez-Díaz, Víctor, y Rodríguez, Juan Carlos. 2015. La reputación de las universidades. Conferencia presentada en *Building Universities' Reputation*, <https://bit.ly/2ONFO2m>
- Reig, Ramón. 2011. *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona, Gedisa.
- Repiso, Rafael; Merino-Arribas, Adoración, y Chaparro-Domínguez, María Ángeles. 2016. Agrupación de las universidades españolas en la prensa impresa nacional. *Revista Española de Documentación Científica* 39(2), <http://dx.doi.org/10.3989/redc.2016.2.1292>
- San Millán Fernández, Elvira; Blanco Jiménez, Francisco J., y del Arco Prieto, José Carlos. 2008. Comunicación corporativa 2.0 en la Universidad Rey Juan Carlos. Conferencia presentada en *Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa. International Conference*, Salvador de Bahía, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2752466.pdf>
- Sendra i Mestre, M. Assumpta. 2011. Tractament de la Pau a la premsa escrita. Mediació i accions a favor de la pau davant dels conflictes a través de l'anàlisi de notícies internacionals a La Vanguardia, El País i Avui des del setembre de 2008 al setembre de 2009. Tesis, Universitat Ramon Llull, <http://www.tdx.cat/handle/10803/63200>
- Villar-Hernández, Paz. 2015. *Análisis del discurso sobre la universidad en prensa durante el período 2010-2013: Universidad y discurso mediático*. Tesis, Universitat de València, Valencia, <http://roderic.uv.es/handle/10550/50571>
- VOCENTO. 2010. Memoria anual. <http://www.vocento.com/pdf/vocento-memoria-2010/sources/projet/memoria-vocento-2011.pdf>
- Wæraas, Arild, y Solbakk, Marianne. 2009. Defining Essence of a University: Lessons from Higher Education Branding. *Higher Education*, 57, 449-462, <https://ssrn.com/abstract=2384881>, <https://doi.org/10.1007/s10734-008-9155-z>