

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació

Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació



UNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

**Análisis del discurso sobre la universidad en prensa durante el
período 2010-2013: Universidad y discurso mediático**

TESIS DOCTORAL

PRESENTADA POR:

MARÍA PAZ VILLAR HERNÁNDEZ

DIRIGIDA POR:

BEATRIZ GALLARDO PAÚLS

Catedrática de Lingüística

DOCTORADO 340-L INTERDISCIPLINAR
EN COMUNICACIÓN

VALENCIA, 2015

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I - INTRODUCCIÓN.....	11
1. Presentación y justificación del objeto de estudio.....	11
2. Sobre el período temporal escogido	15
3. Objetivos	18
4. Cuestiones de investigación	19
CAPÍTULO 2 - CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA.....	21
1. Educación Superior y Universidad en España	21
1.1. La Universidad en España: historia y legislación	22
1.1.1. Los primeros <i>Studia Generalia</i>	22
1.1.2. La Ley General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa, Ley 14/1970 (LGE)	24
1.1.3. La Ley de Reforma Universitaria (LRU) de 1983 y otras propuestas	26
1.1.4. La Ley Orgánica de Universidades (LOU), 6/2001	29
1.1.5. La Ley Orgánica 4/2007 de Reforma Universitaria (LOMLOU)	34
1.1.6. Marco legislativo de la educación superior en España (2010-2013).....	37
1.2. Una clasificación de las universidades	38
1.3. La Universidad española del siglo XXI: datos y cifras	41
2. Prensa escrita en España.....	45
2.1. Historia y vida de los medios seleccionados	49
2.1.1. <i>La Vanguardia</i>	51
2.1.2. <i>ABC</i>	62
2.1.3. <i>El País</i>	69
2.1.4. <i>El Mundo</i>	76
3. La Universidad y la Educación en los medios.....	87
3.1. El tratamiento de la educación en prensa	87
3.2. Algunos estudios sobre educación y prensa en España	95
CAPÍTULO 3 - MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA.....	105
1. Introducción	105
2. Marco Teórico	107
2.1. Lenguaje, medios y opinión pública	107
2.1.1. Lenguaje, ideología y poder	107

2.1.2. La relación entre medios y poder: Los efectos de los media	111
2.2. El discurso de los medios: aproximaciones teóricas	127
2.2.1. Escuelas lingüísticas	128
2.2.2. Escuelas de filosofía del lenguaje.....	135
2.2.3. Escuelas de fundamentación sociológica.....	137
2.2.4. Análisis del contenido	138
2.3. La confluencia de enfoques: el concepto de <i>frame</i>	144
3. Metodología: Diseño y elaboración del corpus de datos.....	156
3.1. La selección de medios.....	162
3.1.1. El OJD	165
3.1.2. El Estudio General de Medios	166
3.2. Descripción concreta del corpus de datos seleccionado	167
3.3. Criterios de selección del corpus	168
3.3.1. Difusión	168
3.3.2. Edición digital	168
3.3.3. Ediciones “multilocacionales”	169
3.3.4. Otros rasgos.....	169
3.4. Procedimiento de recogida y análisis de datos	170
3.4.1. La recogida de la muestra	170
3.4.2. El análisis de los datos	173
3.5. Fases en la recogida de la muestra: subcorpus	175
4. Categorías para el análisis de datos	179
4.1. Datos de identificación de la pieza.....	180
4.2. Categorías de encuadre formal, externo	181
4.3. Categorías y estrategias de encuadre informativo/discursivo	185
4.3.1. Encuadre enunciativo: la estrategia léxica.....	186
4.3.2. Encuadre enunciativo: estrategia de selección temática, la agenda	191
4.3.3. Encuadre enunciativo: la estrategia predicativa, actancialidad	197
4.3.4. Encuadre enunciativo: la estrategia intencional.....	199
4.3.5. Encuadre textual: la estrategia estructural	202
4.3.6. Encuadre interactivo: estrategia intertextual.....	206
4.3.7. Resumen.....	208
4.4. Análisis inferencial.....	210
CAPÍTULO 4 - RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN.....	213
1. Resultados del análisis	213
1.1. El encuadre formal, externo.....	213
1.1.1. Fecha de publicación del texto.....	214
1.1.2. Secciones.....	222

1.1.3. Rasgos externos: longitud, paratexto, página	235
1.1.4. Autoría de los textos	238
1.2. El encuadre informativo-discursivo.....	241
1.2.1. Estrategia léxica	242
1.2.2. Estrategia de selección temática, la agenda	250
1.2.3. Estrategia predicativa.....	268
1.2.4. Estrategia intencional.....	281
1.2.5. Estrategia estructural.....	294
1.2.6. Estrategia interactiva.....	297

CAPÍTULO 5 - DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y LIMITACIONES.....303

1. Introducción	303
2. Discusión y conclusiones	306
2.1. Estrategias de presentación y cobertura del tema.....	306
2.1.1. Visibilidad que conceden los medios escritos analizados a la universidad y la educación superior.....	306
2.1.2. Tipo de protagonismo concedido por estos medios al tema universitario.....	309
2.1.3. Secciones en las que estos temas aparecen con mayor frecuencia.....	310
2.1.4. Posibles ciclos temporales en la cobertura del tema universitario	311
2.2. Mecanismos discursivos de encuadre utilizados	312
2.2.1. El tipo de ilocutividad que emplean principalmente los medios al hablar de la universidad	313
2.2.2. La posible relación entre el tipo de ilocutividad empleada y la centralidad o periferia del tema.....	315
2.2.3. La posible relación entre la estrategia predicativa escogida por el diario y la valoración de la universidad y la educación superior.....	316
2.2.4. Utilización de la intextextualidad en la redacción de los temas, y tipos de mecanismos empleados según variables como el género y la valoración de la universidad	318
2.3. Mecanismos vinculados a la creación de opinión pública	320
2.3.1. Universidades y sistemas universitarios más destacados en los medios objeto de estudio.....	321
2.3.2. Posible relación estable entre la valoración de las universidades y/o sistemas universitarios y los medios.....	323
2.3.3. Posible relación entre el género periodístico, la ilocutividad empleada y sistemas universitarios o universidades concretas	325
3. Limitaciones del estudio.....	327

CAPÍTULO 6 - BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DOCUMENTALES329

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Tabla 1. Paralelismo político partido-prensa entre los lectores de prensa española, 1993 (redondeo a la baja). Fuente: Hallin y Mancini 2004, 97.....	46
Tabla 2. Paradigma de Lasswell. Elaboración propia.	117
Tabla 3. Estrategias de encuadre analizadas, a partir del modelo de Gallardo (2014).155	
Figura 1. Ficha del periódico ABC en Lexis-Nexis. Datos extraídos el 25/06/2015. ...	158
Figura 2. Ficha del periódico <i>El País</i> en Lexis-Nexis. Datos extraídos el 25/06/2015	159
Figura 3. Ficha del periódico <i>El Mundo</i> en Lexis-Nexis. Datos extraídos el 25/06/2015	160
Figura 4. Ficha del periódico <i>La Vanguardia</i> en Factiva. Datos extraídos el 25/06/2015	161
Figura 5. Fotografías de portada e interior del ABC del 18/03/2010: activación del encuadre valorativo mediante la imagen que acompaña al texto.....	162
Figura 6: Audiencia de los principales periódicos de información general en España según el Estudio General de Medios. 2010-2013. Fuente AIMC 2014.	163
Figura 7. Datos de la <i>Oficina de Justificación de la Difusión</i> de los medios ABC, <i>El País</i> , <i>El Mundo</i> y <i>La Vanguardia</i> durante los años 2010-2013. Extraídos de Marqués Pascual (2012) y OJD. Elaboración propia.	164
Tabla 4. Porcentaje de la muestra en relación a la audiencia total de todos los diarios en España. EGM. Evolución de la audiencia de los diarios. Penetración en %. Datos procedentes de AIMC (2014).....	164
Figura 8. Ejemplos de textos desechados en la primera lectura del Corpus Inicial....	175
Figura 9 . Comparación del número de textos presentes en el Corpus Inicial (CI) y el Corpus Definitivo (CDe) de los cuatro medios analizados en número de documentos.	178
Figura 10. Número de textos en cada uno de los medios analizados en el CDe. 2010-2013.	178
Figura 11. Presentación de los datos relativos a la paginación de los textos en los periódicos analizados según aparece en la base de datos.	181
Tabla 5. Ficha con datos de identificación de las piezas periodísticas analizadas.	181
Tabla 6. Ficha con las categorías relativas al encuadre externo de las piezas analizadas.	185
Tabla 3. Estrategias de encuadre analizadas, a partir del modelo de Gallardo (2014).186	
Figura 12. Noticia de ABC sobre la Unicyl.....	188
Figura 13. Página de <i>El Mundo</i> , edición impresa, donde fue publicada la noticia “Berzosa, con los “profanadores” de la capilla.....	189
Figura 14. Recorte de la página de la noticia de ABC “Bibiana Aído concede 60.000 euros a unas ‘miembras’ de Castellón”	190
Figura 15. Recorte de la columna de ABC “Sin misa y rebuznando”.	201
Figura 16. Noticia del mismo medio cuyos titulares (versión digital de <i>El País</i>) emplean diferente estrategia estructural.....	203
Tabla 7. Ficha con las categorías relativas al encuadre informativo-discursivo.....	209

Tabla 8. Principales pruebas no paramétricas y situaciones en que se aplican. Extraída de Pérez Yuste et al. (2012, 345).....	210
Tabla 6. Apartado de la ficha referente a los datos de encuadre externo	214
Tabla 9. Publicación por años de los cuatro medios analizados sobre el tema universidad y educación superior. Frecuencias y porcentajes.....	214
Figura 17. Textos que componen el Corpus Definitivo. Período 2010-13. Recuento.....	215
Figura 18. Frecuencia de publicación en ABC. 2010-2013. En porcentaje.....	217
Figura 19. Frecuencia de publicación en <i>El Mundo</i> . 2010-2013. En porcentaje.....	217
Figura 20. Frecuencia de publicación en <i>El País</i> . 2010-2013. En porcentaje.	218
Figura 21. Frecuencia de publicación en <i>La Vanguardia</i> . 2010-2013. En porcentaje....	218
Tabla 10. Comparación de categorías temáticas prioritarias en el mes de marzo en los cuatro diarios.	220
Tabla 11. ABC: porcentaje de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.	224
Tabla 12: <i>El Mundo</i> : porcentajes de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.	227
Tabla 13: <i>El País</i> : porcentaje de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.	229
Tabla 14: <i>La Vanguardia</i> : porcentajes de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.	230
Figura 22. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de ABC. En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).....	231
Figura 23. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de <i>El Mundo</i> . En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).	232
Figura 24. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de <i>El País</i> . En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).....	232
Figura 25. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de <i>La Vanguardia</i> . En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).	233
Tabla 15. Test U comparación longitud y medios.	238
Figura 26. Textos con autoría “Propia” o procedentes de “Redacción o Agencias”. Años 2010-2013.	239
Tabla 7. Ficha con las categorías relativas al encuadre informativo-discursivo.....	242
Tabla 16. Usos léxicos marcados y no marcados según medio.....	244
Tabla 17. Usos léxicos en cada diario, considerando los titulares. Recuento y porcentaje.	244
Figura 27. Noticia a doble página de ABC: usos léxicos reforzados por el paratexto.....	248
Figura 28. La “Universidad” o “Educación Superior” como tema central o periférico en el Corpus Definitivo. 2010-2013	252
Figura 29. Categorías temáticas más presentes en ABC. 2010-2013.....	256
Figura 30. Categorías temáticas más presentes en <i>El Mundo</i> en porcentaje. (CDe. 2010-2013).	259
Figura 31. Categorías temáticas más presentes en <i>El País</i> . 2010-2013.	262

Figura 32. Categorías temáticas más presentes en <i>La Vanguardia</i> en porcentaje (CDe. 2010-2013).....	265
Figura 33. Comparación entre <i>ABC</i> , <i>El Mundo</i> , <i>El País</i> y <i>La Vanguardia</i> de los porcentajes medios de interés de las categorías temáticas en el período comprendido entre 2010-2013.	268
Figura 34. Aparición de los Colectivos universitarios según su estructura en bloques temáticos.	271
Figura 35. Tratamiento predominante del tema universitario en los medios analizados: protagonismos (porcentajes)	273
Tabla 18. Universidades agrupadas según su pertenencia a CC.AA. Datos en porcentaje.	273
Figura 36. Identificación de los textos con universidades pertenecientes a las Comunidades Autónomas indicadas. 2010-2013	274
Figura 37. Estrategia predicativa. Ilustración de la noticia de <i>El Mundo</i> , presentada como ejemplo.	277
Figura 38: Recorte de la noticia de <i>ABC</i> “Obras forzosas en los Colegios Mayores”......	279
Tabla 19. Estrategia predicativa: refuerzo del encuadre estructural dando actancialidad a un actor universitario, según periódicos.....	280
Tabla 20: Recurso a la estrategia predicativa en titulares narrativos, según ilocutividad.	280
Tabla 21. Predominios de la ilocutividad en los titulares de los cuatro diarios.....	281
Tabla 22: Desglose por años de la aparición de textos con intencionalidad crítica (ilocutividad expresiva negativa) en el Corpus Definitivo.....	286
Figura 39. La estrategia estructural aplicada a los titulares del corpus.....	295
Figura 40. Géneros periodísticos a los que pertenecen los textos del Corpus Definitivo.	296
Tabla 7. Ficha con las categorías relativas al encuadre informativo-discursivo.....	305

Agradecimientos

El tiempo de los regalos (publicado por primera vez en 1977) es uno de aquellos libros de viajes que a su autor le llevó décadas escribir. El viaje que emprendió Patrick Leigh Fermor con 18 años desde Holanda a la Constantinopla buscada, fue un viaje iniciático, que comenzó deseoso de conocer mundo y tener la suficiente experiencia como para poder realizar su deseo de convertirse en escritor. ¿Fue su Ítaca particular? Al menos, fue una de ellas.

La Segunda Guerra Mundial y mil y una aventuras se cruzaron en su camino, por lo que dejó su diario en un cajón. Así, su recorrido por villorrios, ciudades y granjas de las Alemania, Austria, Checoslovaquia y Hungría previas a la contienda mundial, dio lugar a ese “tiempo de los regalos” y a su continuación, *Entre el bosque y el agua* (publicado inicialmente en 1986), que llegó después de algunos otros libros y varias décadas más tarde. Y sí, lo convirtió en escritor.

El tiempo de los regalos nos ha acompañado en este trayecto. Lo ha hecho como lectura y, metafóricamente, este tiempo ha sido un regalo por lo aprendido, por lo dejado en el camino y, especialmente, por quienes han compartido con nosotros este viaje, sin el cual esta tesis no estaría aquí.

La experiencia me ha hecho conocer de primera mano la enorme dedicación temporal, personal y familiar que una tesis conlleva, y ello es imposible sin la ayuda, la confianza, el refuerzo y la implicación de aquellos que más cerca tienes, así que esta tesis es parte de la vida de algunas otras personas. Quiero agradecer a Virginia su apoyo constante y su confianza en mí; ella supo que este proyecto era real cuando yo aún dudaba de que fuera factible, como en tantas otras ocasiones. A mi hermana Angélica y a mi cuñado Pedro, que siempre han estado y continúan estando a mi lado. A Pablo, quien aparece y desaparece como el Guadiana. A María. A Carmen, con la que tanto aprendo y sonrío cada día, y a Santi, con quien tantas cosas estoy descubriendo y compartiendo. Gracias a todos por hacer esto y tantas otras cosas posibles.

A mi directora de tesis, la Doctora Beatriz Gallardo Paúls, quien me ha guiado en todo este camino, quiero mostrarle mi más sincera admiración intelectual y profesional. Ella me ha abierto a una nueva área de conocimiento y me ha contagiado su pasión por la investigación. También he de agradecerle su refuerzo constante y su calidad humana y calidez personal, que han hecho tan sencillo algo sumamente complicado. Gracias porque has sido un apoyo permanente sin el cual esta tesis no estaría aquí.

A modo de coda y no sin pretender que esta cita de Antonio Machado despierte los juegos del lenguaje que nos circundan, comparto con ella y quienes quieran leerla esta conversación maireniana, que bien nos puede hacer sonreír antes de acceder al texto:

M.- *¿Recuerda usted, señor Rodríguez, lo que dijimos de las intuiciones y los conceptos?*

R. - Que son vacíos los conceptos sin intuiciones, y ciegas las intuiciones sin los conceptos. Es decir, que no hay manera de llenar un concepto sin la intuición, ni de poner ojos a la intuición sin encajarla en el concepto. Pero unidas las intuiciones a los conceptos tenemos el conocimiento: una oquedad llena que es, al mismo tiempo, una ceguedad evidente.

M. - ¿Y usted ve claro eso que dice?

R. - Con una claridad perfectamente tenebrosa, querido maestro.

A los profesores Sergio Maruenda Bataller, María Angulo Egea y Antonio Méndez Rubio, que en diferentes momentos de este largo proceso me han ayudado con sus recomendaciones técnicas, pericia profesional y comentarios diversos. Gracias por todo.

Por último no quiero dejar de mencionar a todos esos amigos y amigas que me han acompañado en estos tiempos. A todos, mi agradecimiento por tantas conversaciones, sugerencias, llamadas, preocupaciones y risas compartidas, y mi reconocimiento en este escueto preámbulo a la presentación de la tesis.

CAPÍTULO I - Introducción

Decía mi maestro: Pensar es deambular de calle en calleja, de calleja en callejón, hasta dar en un callejón sin salida. Llegados a este callejón pensamos que la gracia estaría en salir de él. Y entonces es cuando se busca la puerta al campo.

(Juan de Mairena, Antonio Machado 2006, 167)

I. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

En 2004 Llera y Retortillo publicaron el estudio *Los españoles y la Universidad. Primera encuesta nacional sobre la imagen pública del Sistema Universitario Español*, una amplia investigación sobre la imagen que la población española tenía de su sistema universitario, sus universidades y su profesorado (Llera y Retortillo 2004), estudio que, pese a insinuar nuevos episodios futuros, no se volvió a repetir.

En 2006, el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) realizó una de sus encuestas¹ prestando especial atención a la educación universitaria y sus instituciones principales en España. En la pregunta 20, el CIS preguntaba de forma concreta al encuestado cuál

¹ Este estudio se corresponde con el Barómetro de Noviembre, Estudio CIS número 2662, realizado en el ámbito nacional a población española de ambos sexos de 18 años o más. El tamaño de la muestra fue de 2.475 entrevistas. El error muestral lo fija para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas) y P=Q, el error real es de $\pm 2,0\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple. Fue realizada entre el 18 y el 24 de noviembre de 2006.

era la representación de las universidades y sus profesionales en los medios. La respuesta mayoritaria fue claramente la de que estaba “Poco” representada, confirmando de esta forma los resultados del trabajo previo de Llera y Retortillo (2004)

Ese trabajo de 2004 conoció otro capítulo en el año 2014, de la mano de Pérez-Díaz y Rodríguez. Ese año aparecieron dos importantes trabajos en este campo: *La comunidad universitaria opina* (en el que recogen las percepciones de los colectivos universitarios sobre esta institución: el personal de administración y servicios, PAS; los estudiantes y el personal docente investigador, PDI) (Pérez-Díaz y Rodríguez 2014a) y, sobre todo, el titulado *Opiniones de los españoles sobre sus universidades. Algunas perspectivas*. Este último muestra las percepciones y la opinión (declarada, que pudiera corresponderse con la publicada o no) y expectativas de la población sobre este sector educativo (Pérez-Díaz y Rodríguez 2014b).

En ese primer estudio quedaron de manifiesto varias cuestiones; entre ellas, que a pesar del elevado interés mostrado por la población sobre los temas universitarios, la información que se ofrecía al respecto era escasa, lo que la convertía en una “institución bastante desconocida” (Llera y Retortillo 2004, 35), y llevaba a los autores a dar un toque de atención a los medios. Pero esa llamada se extendía a las propias universidades, por considerar que la dificultad de acceso no se producía solo por la escasez de información de los medios de comunicación, sino también por la reticencia de estas instituciones para facilitar el acceso a la misma a la población en general. Pese a esa escasez de información manifestada en las encuestas, en 2004 la universidad era considerada sin lugar a dudas como una institución muy importante, por delante de la policía, la prensa diaria y la justicia², y era valorada mayoritariamente de forma positiva³.

Diez años más tarde, Pérez-Díaz y Rodríguez (2014a) presentan un amplio panorama acerca de la opinión que los españoles tienen sobre sus universidades. Las conclusiones dejan traslucir una visión por parte del público bastante próxima a las políticas neoliberales en relación a lo que debe ser la educación superior, probablemente consecuencia de las propias preguntas del cuestionario. Para esta tesis hay dos conclusiones que nos parecen especialmente significativas: una de ellas el elevado porcentaje de personas que consideran que “son pocas o muy pocas las universidades que cuentan con una identidad propia” (2014a, 51) y, por otro lado, el hecho de que “todos estos hallazgos sugieren una visión solo moderadamente positiva de las

² Según esta encuesta, la importancia concedida a la universidad por los encuestados era *Mucha-bastante* en un 90,5%, el mayor porcentaje si se lo compara con las otras cuatro instituciones estudiadas: policía (*Mucho-bastante* en un 81,1%); prensa diaria (en un 76,1%), justicia (en un 70,3%) y televisión (en un 42,8%). (Llera y Retortillo 2004, 36).

³ En el Informe CYD 2012 se informa de que en el Barómetro CYD que realizan periódicamente en el de ese año se ha detectado un deterioro del nivel de mejora del sistema universitario español, si bien confirma la elevada importancia que la sociedad española otorga a la universidad, tanto en relación a la economía como la sociedad. Según indican, en ese año llega a ser superior a la de años anteriores, sobre todo en lo relacionado a la transferencia de tecnología (Parellada coord. 2012, 22)

universidades españolas” (2014a, 51). Lo que el trabajo no desvela, puesto que no es su objetivo, es el papel que los medios han podido tener en esa opinión pública de los ciudadanos acerca de su sistema universitario. Sin embargo, en un artículo de 2015 estos mismos autores, Pérez Díaz y Rodríguez (2015, 4-5) nos recuerdan cómo ha crecido el interés de las universidades por incrementar y mejorar su “reputación” en un panorama de competición continua, en el cual su supervivencia financiera y vital depende esencialmente de la reputación⁴ o imagen pública que sepan presentar y consolidar ante aquellos públicos de los que más depende su supervivencia.

Teniendo presentes esos resultados, y tras otros trabajos que han ofrecido luz sobre partes concretas de esa visibilidad de la universidad en los medios (Pérez Serrano 1984; Nieto Martín 1986, 1989, 1991, 1992; Nieto Báez 2011, 2014; Legerén 2014), el propósito de nuestra investigación fue conocer el tratamiento periodístico que del tema “universidad y educación superior” realizaron cuatro de los principales medios informativos escritos de ámbito nacional durante un período de cuatro años (2010-2013). De esta forma, pretendíamos conocer cuál era su contribución a la creación de un imaginario social sobre esta institución en la sociedad española, es decir, analizar la visión que estos cuatro medios ofrecieron sobre la universidad en el período de análisis indicado.

Somos conscientes de que esos medios no abarcan toda la producción mediática nacional que se realiza alrededor del tema objeto de nuestro estudio y, de igual forma, de que el período analizado constituía un espacio concreto, singular y teñido de características específicas que lo hacen no extrapolable a otro momento histórico; pero el objetivo de nuestro estudio no era presentar resultados que se pudieran ampliar al resto de medios, sino explicar las observaciones y conclusiones que hacemos sobre estos medios y este período. Por otro lado, una parte esencial del trabajo ha sido desentrañar el discurso que estos medios realizan sobre el tema. Utilizando como modelo la propuesta de análisis pragmático del discurso de Gallardo (2013, 2014), hemos querido desvelar los mecanismos lingüísticos utilizados por estos cuando hablan sobre la universidad y educación superior.

Uno de los conceptos teóricos esenciales que subyacen a esta propuesta investigadora es, sin duda, el de opinión pública (Lippmann 1922, 1927; Noelle-Neumann 1973, 1974, 1993; Habermas 1962), pero nuestro interés pretende analizar la configuración de esa opinión pública partiendo del discurso concreto de los medios seleccionados sin atender a los efectos en la audiencia que constituyen, propiamente hablando, la opinión pública. Tendremos para ello en cuenta otras nociones básicas referidas al impacto de los medios en la opinión, como el establecimiento de la agenda, la preactivación, o el encuadre, centrándonos siempre en sus manifestaciones discursivas como punto de

⁴ Estos autores diferencian entiendo que es necesario diferenciar entre este concepto de reputación y otros como “imagen” o “marca”. No es objeto de este trabajo pronunciarnos sobre ello, sino más bien señalar que este es un campo en evolución en estos momentos (Pérez-Díaz y Rodríguez 2015, 21)

partida para la reflexión, y atendiendo sobre todo a su configuración en el acto enunciativo, emisor.

En este primer capítulo presentamos los presupuestos iniciales de nuestro trabajo: los motivos de nuestra selección de medios y temporal, y los objetivos y preguntas de investigación a los que esta tesis pretende dar respuesta.

2. SOBRE EL PERÍODO TEMPORAL ESCOGIDO

El año 2010 fue un hito en el imaginario colectivo de la educación universitaria en España de los últimos años. Era el año sin vuelta atrás, aquel en el que todas las instituciones universitarias debían ya haber adaptado sus planes de estudio a las exigencias del llamado *Proceso Bolonia*; es decir, todos los planes de estudio debían estar ajustados a los criterios establecidos por la Unión Europea para la conformación del *Espacio Europeo de Educación Superior* (EEES). Se trataba, por tanto, de un año relevante, en el que la universidad era claramente una institución susceptible de protagonizar gran parte de los discursos educativos oficiales.

Como ya sabemos, la *Declaración de Bolonia*⁵, firmada el 19 de junio de 1999 por 30 países europeos⁶ (UE 1999), puso en marcha el proceso que recibió el mismo nombre, y a través del cual dichos países europeos se propusieron crear un sistema de grados académicos fácilmente reconocibles y susceptibles de comparación, a través de los cuales se pudiera fomentar la movilidad de estudiantes, docentes e investigadores europeos, garantizar una enseñanza de calidad y prestigio internacional, y adoptar una dimensión europea en la enseñanza superior. Esa inicial declaración institucional fue seguida de muchas otras, que sirvieron de ampliación y explicitación de qué implicaría ese proceso de convergencia europea y cuáles serían los plazos establecidos. Además, también sirvieron de seguimiento del balance de los progresos realizados hasta ese punto. El *Proceso de Bolonia* forma parte de otros objetivos europeos de gran calado, como el de *Educación y Formación 2020* (UE 2009) y *Europa 2020* (UE 2010). Entre las que la siguieron están las *Declaraciones de Praga* (2001), *Berlín* (2003), *Bergen* (2005), *Londres* (2007), *Lovaina* (2009), *Budapest y Viena* (2010) y *Bucarest* (2012).

La incorporación de un país al *Proceso de Bolonia*, implicaba la adquisición de un compromiso para reformar su propio sistema de enseñanza. Era y es este un compromiso voluntario, pero que se adquiere de forma inmediata al firmar la declaración. Esa reforma del sistema educativo no se impuso a los gobiernos nacionales ni a los centros de educación superior nacionales, pero su activación era imprescindible para poner en marcha los desarrollos establecidos en los acuerdos y

⁵ Antes de la firma de esta declaración, varios países europeos, entre los que se encontraban Francia, Alemania, Italia y Reino Unido, firmaron en la Sorbona, una declaración en la que hablaban de la necesidad de trabajar en pro de la creación de un "Espacio Europeo de Educación Superior". Esa Declaración de La Sorbona, así conocida, fue firmada el 25 de mayo de 1998.

⁶ La Declaración de Bolonia la firmaron 30 países europeos. A los 15 Estados miembros de la UE de la época (Austria, Bélgica, Alemania, Dinamarca, Grecia, España, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Suecia y Reino Unido) se unieron posteriormente los diez países que ingresarían en la UE el 1 de mayo de 2004 (Chipre, República Checa, Estonia, Hungría, Lituania, Letonia, Malta, Polonia, Eslovenia y Eslovaquia). Son igualmente firmantes Islandia, Noruega y la Confederación Suiza, así como Rumanía y Bulgaria (Estados miembros de la UE desde el 1 de enero de 2007) y Croacia, Liechtenstein, Turquía, Albania, Andorra, Bosnia y Herzegovina, Rusia, Santa Sede, Serbia, República de Macedonia, Armenia, Azerbaiyán, Georgia, Moldavia, Ucrania, Montenegro y Kazajistán. En la actualidad son firmantes 47 países.

conllevó muchos cambios en el sistema universitario español, susceptibles de recibir atención mediática. En España en concreto, ese compromiso significó la adaptación de nuestro marco legal educativo, lo que se hizo por ejemplo con la publicación de dos leyes orgánicas de las que hablaremos más adelante, la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades (publicada en el BOE número 307, de 24/12/2001 y con entrada en vigor el 13/01/2002) (BOE 2001) y la Ley Orgánica 4/2007 por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades (publicada en el BOE número 89, de 13 de abril de 2007) (BOE 2007). Entre otras cuestiones que más adelante veremos, este nuevo marco legislativo supuso la aprobación de nuevos estatutos universitarios, cambios en la tipología de los estudios y propuestas educativas dirigidas a la calidad y la excelencia universitaria, como las promovidas por programas como el de los Campus de Excelencia Universitaria⁷.

Con este contexto de fondo, nos planteamos cuál es la visión que transmite la prensa escrita española acerca de la universidad y la educación superior en España. Para ello se seleccionó un período de cuatro años, el que se desarrolla entre 2010 y 2013, y que permite incorporar al análisis etapas caracterizadas por dos gobiernos en principio ideológicamente distantes entre sí: el presidido por José Luis Rodríguez Zapatero, del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), y el presidido por Mariano Rajoy Brey, del Partido Popular (PP). De cada uno de ellos analizamos dos años: los dos finales de la legislatura del PSOE (2010 y 2011) y los dos iniciales del gobierno del Partido Popular de Mariano Rajoy (2012 y 2013).

En las elecciones celebradas el 9 de marzo de 2008, el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) fue el partido más votado y su candidato, José Luis Rodríguez Zapatero, sería, semanas después, investido por segunda vez como Presidente del Gobierno para esta legislatura⁸. La IX Legislatura de España se inició así el 1 de abril de 2008 y finalizó el 13 de diciembre de 2011 (Congreso de los Diputados s.a.). La X Legislatura se inició formalmente el 21 de diciembre de 2011, tras las elecciones generales celebradas el 20 de noviembre de 2011 (Gobierno de España s.a.); Mariano Rajoy, presidente del Partido Popular (PP), se convierte en ese momento en Presidente del Gobierno español, como consecuencia de la victoria de este partido en esas elecciones generales⁹. Por lo tanto, podemos decir que prácticamente la mitad de nuestro corpus coincide con un gobierno del PSOE, y la otra mitad con un gobierno del PP; desde el 1 de enero de 2010 hasta el 13 de diciembre de 2011 nuestro corpus

⁷ El primer Programa Campus de Excelencia Internacional se puso en marcha en 2008 y se encuadraba dentro del documento *Estrategia Universidad 2015*. Su objetivo era modernizar la Universidad española, principalmente promoviendo agregaciones estratégicas entre universidades y otras instituciones ubicadas en los campus con el fin de crear "ecosistemas de conocimiento".

⁸ El PSOE gobernaría esa legislatura con mayoría simple, pues obtuvo 169 escaños, es decir un 43,87% de votos, frente a los 154 que obtuvo el segundo partido más votado, el PP.

⁹ El PP obtuvo mayoría absoluta en las elecciones generales de 2011, por lo que gobernaría sin necesidad de pactos con otros partidos políticos. El PP obtuvo 186 escaños (un 44,62% de votos) y el PSOE fue el segundo partido más votado. Obtuvo 110 escaños (28,73% de votos).

coincide con el PSOE como partido en el gobierno, creador y ejecutor de las políticas educativas referidas a la educación superior en España. Acotar el trabajo hasta finales del año 2013 equilibraba las dos fases temporales del corpus (PSOE/2010-2011 y PP/2012-2013), y nos permitía de contar con el tiempo necesario para procesar la información.

Consideramos que este diseño general del corpus nos permitiría analizar cómo la prensa escrita refleja las políticas y los discursos oficiales de estos dos partidos, mayoritarios en el Estado Español, teniendo como variables contextuales para el análisis la diferencia ideológica del ejecutivo español en dos fases distintas del corpus. Sin embargo esto es tan solo uno de los objetivos de este proyecto, en el que, como ya dijimos, pretendemos aplicar al discurso mediático sobre universidad y educación superior el marco teórico establecido por Gallardo para el análisis del discurso político (Gallardo 2013, 2014).

3. OBJETIVOS

Una vez presentado el problema de investigación pasamos a concretar los objetivos que dirigen nuestro estudio, que son los siguientes:

- Conocer el interés mostrado por los medios de comunicación analizados en relación a la universidad y la educación superior, sus características y el tratamiento formal que hacen de esos textos.
- Conocer cuáles son los sistemas universitarios y universidades más presentes en prensa.
- Establecer el grado de prevalencia de los contenidos sobre educación superior y universidad según las secciones y géneros de los medios y analizar las variaciones que se produzcan.
- Conocer si los medios realizan un tratamiento periodístico personalizado de esta información, tratándola por tanto como periodismo especializado.
- Valorar si las temáticas varían en función del medio analizado y si hay coincidencia en la agenda de los medios y/o variaciones y su tipo.
- Analizar si las líneas temáticas tienen alguna relación con la orientación ideológica del gobierno de cada momento y/o con la empresa periodística editora.
- Analizar los recursos pragmáticos empleados por los medios en la presentación de la temática universitaria en prensa.

4. CUESTIONES DE INVESTIGACIÓN

A partir de reflexiones como las que hemos desarrollado en el apartado previo, presentamos las cuestiones de investigación que guían nuestro trabajo organizadas en torno a tres dimensiones básicas: la cobertura del tema que hacen los medios, el encuadre discursivo del tratamiento periodístico de la universidad, y sus posibles efectos en la creación de opinión pública. Para desmenuzar el análisis realizado, cada uno de estos tres ejes genera una serie de cuestiones (una serie de variables) que guiarán el tratamiento de los datos y su posterior discusión:

1. Analizar y conocer cuáles han sido las estrategias de **presentación y cobertura** del tema de la universidad y educación superior en la prensa, en los medios y período analizados. Las variables manejadas para esta cuestión son las siguientes:
 - 1.1. Visibilidad que conceden los medios escritos analizados a la universidad y la educación superior.
 - 1.2. Tipo de protagonismo concedido por estos medios al tema universitario (tema central o periférico).
 - 1.3. Secciones en las que estos temas aparecen con mayor frecuencia.
 - 1.4. Posibles ciclos temporales en los que los textos sobre esta temática estén más presentes en prensa y correlación con acontecimientos determinados o periodos educativos concretos.

2. Conocer y precisar cuáles han sido los **mecanismos discursivos de encuadre** utilizados en el tratamiento del tema universitario en prensa, a través del análisis concreto de:
 - 2.1. El tipo de ilocutividad que emplean principalmente estos medios al hablar de la universidad.
 - 2.2. La posible relación entre el tipo de ilocutividad empleada y la centralidad o periferia del tema.
 - 2.3. La posible relación entre la estrategia predicativa escogida por el diario y la valoración que se hace de la universidad y la educación superior.
 - 2.4. Utilización de la intextualidad en la redacción de estos temas, y tipos de mecanismos empleados según variables como el género y la valoración de la universidad.

3. Analizar y conocer los mecanismos vinculados a la **creación de opinión pública**, mediante el análisis de:
 - 3.1. Universidades y sistemas universitarios más destacados en los medios objeto de estudio.
 - 3.2. Posible relación estable entre la valoración de las universidades y/o sistemas universitarios y los medios que hablan de estos.
 - 3.3. Posible relación entre el género periodístico, la ilocutividad empleada y sistemas universitarios o universidades concretas.

CAPÍTULO 2 - Contextualización del tema

El auge del storytelling no anuncia por lo tanto obligatoriamente el triunfo de una nueva era orwelliana. A través de la conminación a los relatos lanzada por todas las instancias de poder, asistimos en efecto a la emergencia de un nuevo orden narrativo. Pero también se afirman como resistencia unas prácticas simbólicas cuyo objetivo es detener la máquina de fabricar historias, “desenfocando”, desincronizando sus relatos. Nada menos que una contranarración. Como escribía Michael Foucault: “Hay que escuchar el estruendo de la batalla...”.

Este libro quisiera contribuir a ello.

(Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes, Christian Salmon 2007, 225)

En este capítulo planteamos algunas cuestiones de fondo que confluyen necesariamente en nuestra investigación, y que serán determinantes para establecer algunas de las variables en el análisis concreto de la muestra de datos. Hablaremos primero de la Universidad y la Educación Superior en España; describiremos en segundo lugar aspectos relevantes de la prensa escrita en nuestro país atendiendo a la situación de los cuatro periódicos estudiados; y por último, presentaremos un breve estado de la cuestión sobre los estudios previos realizados sobre el tema. Aunque cada uno de estos temas sería susceptible de una monografía completa, hemos creído interesante dedicarles un breve análisis.

I. EDUCACIÓN SUPERIOR Y UNIVERSIDAD EN ESPAÑA

“Universidad” procede del término latino *universitas, -ātis*, que significa “universalidad, totalidad, conjunto”. La Real Academia Española de la Lengua, nos ofrece varios

significados, si bien en este estudio nos atenemos al primero de ellos, el que define la universidad como una:

Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes. Según las épocas y países puede comprender colegios, institutos, departamentos, centros de investigación, escuelas profesionales, etc.

Este término funciona con frecuencia como sinécdoque de “educación superior” concepto que hace mención no solo a la enseñanza que se ofrece en las universidades, sino también a:

las enseñanzas artísticas superiores, la formación profesional de grado superior, las enseñanzas profesionales de artes plásticas y diseño de grado superior y las enseñanzas deportivas de grado superior (MECD s.a.).

Todo ello constituye ese amplio concepto que es la educación superior. Así pues, aunque en esta investigación nuestro interés versaba sobre la universidad, entendimos que para la creación del corpus debíamos incluir ese otro concepto con el que tantas veces se la identifica (Haering Pérez y García Velasco 2008) y realizar búsquedas con ambos términos. El proceso de ajuste lo llevamos a cabo posteriormente, en una exhaustiva revisión del corpus.

Por lo demás, la bibliografía sobre el tema no ha hecho sino crecer en los últimos años. Una búsqueda en la base de datos de los libros editados en España entre 2010 y 2013 nos permite ver la importancia adquirida por el tema: mientras entre 2006 y 2009 se publicaron 19 libros con ISBN, entre 2010 y 2013 tenemos 285 libros con ISBN, y de este cómputo quedan al margen muchos de los informes sobre el sistema universitario español elaborados por instituciones públicas españolas.

1.1. La Universidad en España: historia y legislación

1.1.1. Los primeros Studia Generalia

Corresponde a una ciudad castellanoleonesa, la de Palencia, el honor de haber albergado la primera universidad surgida en España. Corría el siglo XIII y, pareja a la aparición en el resto de Europa de las primeras universidades occidentales (Bolonia, París y Oxford), en los reinos hispanos del norte se constituía ese *Studia Generalia* en el que se enseñaba Teología, Derecho y Artes Liberales. Sin embargo, su vida fue mucho más breve que la del resto de compañeras de viaje, que aún perviven en nuestros días y, según los expertos se redujo al período comprendido entre 1208 y

1214 (Guijarro González 2009, 32). Valladolid después y, posteriormente Salamanca continuaron la senda.

En la actualidad, es la Universidad de Salamanca la que cuenta con el pedigrí de ser la más antigua creada en territorio hispano (existía como Estudio General desde finales de 1218, o principios de 1219 y obtuvo el reconocimiento pontificio en 1255) (Guijarro González 2009, 33). Señala Giner de los Ríos (1990) que “*Salamanca fue, desde el principio, considerada como uno de los cuatro Estudios generales de la cristiandad*”, aunque Thomas Davidson¹⁰—a quien toma como referencia— ni siquiera la nombre, nos dice.

Ese modelo de universidad medieval, de saberes absolutos y escasa presencia del modelo científico, se extiende hasta la llegada de la Ilustración en el siglo XVIII. A partir de ese momento se vive la incorporación del método científico a las rutinas de la investigación y de la transmisión del conocimiento, y es el momento de la aparición de los tres modelos de universidad que han pervivido prácticamente hasta nuestros días: el modelo de universidad anglosajón, el modelo francés napoleónico y el modelo alemán de Humboldt (Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón 2002).

Giner de los Ríos (1990), en su libro *Escritos sobre la universidad española*, señalaba que la universidad española se caracterizó desde el principio por ser secular (ya fuera por haber sido creada por el Estado o los municipios), y no específicamente pontificia, (si bien la Iglesia siempre ocupó un lugar especial en el día a día de esta institución educativa) y, en cuanto a su organización interior, por ser una organización originariamente de estudiantes, como Bolonia, y no tanto formada como corporación de maestros, según ocurrió en París.

Durante los casi ocho siglos transcurridos desde esos orígenes son muchos los altibajos que ha vivido la universidad española. Sin embargo, es a partir de 1968 cuando se inicia una larga etapa de cambios que conducirán a la universidad contemporánea que conocemos (Gómez Ochoa y Reques Velasco 2009) y a esta última etapa dirigiremos los siguientes apartados, empezando por la LGE aprobada en los años finales del franquismo.

¹⁰ Thomas Davidson (1840-1900) fue un filósofo escocés-americano que escribió algunas importantes obras sobre la educación, como: *A History of Education* (1901), *Education of the Wage-Earners* (1904) o *Education as World-Building* (1925). Bascañán indica que en esa primera obra, Davidson apunta tres etapas en la aparición pre-medieval de las universidades, la primera, entre los cristianos del siglo II; la segunda, la correspondiente a las escuelas musulmanas orientales y occidentales; y la tercera, la que supone la transformación de esas escuelas catedrales y de monasterios en universidades, en los siglos XII y XIII (Bascañán Valdés 1960, 10).

1.1.2. La Ley General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa, Ley 14/1970 (LGE)

Nada más llegar al Ministerio de Educación y Ciencia en abril de 1968, el nuevo ministro, José Luis Villar Palasí, mostró su interés en modernizar la universidad, en sintonía con lo que estaba ocurriendo en otros países del entorno y que predicaban los organismos internacionales (MEC, 1969; Díez Hochleitner, Tena Artigas, y García Cuerpo 1977; Milito Barone y Groves 2013). Diferentes informes habían puesto de manifiesto esa necesidad (ME 1962; Ministerio de Educación Nacional - OCDE 1963) para un país en proceso de desarrollo e industrialización. En su evaluación de la situación, el Ministerio estimó necesario reconsiderar todo el sistema educativo en su conjunto y no solo el universitario, hasta entonces regido básicamente por la Ley de 29 de julio de 1943, sobre ordenación de la Universidad española (BOE 1943). Solo una reestructuración coherente podía dar respuesta a las necesidades futuras que se vislumbraban. Según Díez Hochleitner, Tena Artigas y García Cuerpo (1977):

En este planteamiento estaba presente, desde luego, la convicción de que para abordar los problemas académicos de la Universidad es preciso comenzar por resolver los de niveles inferiores del conjunto educativo y no considerar aquélla como un mundo aislado. (Díez, Tena y García 1977, 14).

Hasta ese momento, la universidad española respondía al modelo universitario burocrático o napoleónico y así permanece hasta prácticamente los años 70. Así la definen Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón:

Nuestra Universidad contemporánea y nuestro entero sistema de educación superior hincan sus raíces en la Ilustración y el liberalismo del siglo XIX. En el primer caso, por esa su característica preocupación por la instrucción pública y la enseñanza científica y técnica asumida, por lo demás, por nuestros monarcas ilustrados (...). En el segundo, porque sobre sus claves ideológicas, ya sistematizadas en el Informe Quintana de 1813, se va a construir nuestro sistema educativo contemporáneo, caracterizado desde entonces por la centralización uniformista de toda la enseñanza, la división tripartita de ésta (en primera, segunda y tercera enseñanza) y una concepción utilitaria de la última, la enseñanza superior, dirigida a la formación de las clases dirigentes y profesionales. (Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón 2002, 20).

En esa década de los 70, de movimientos estudiantiles reivindicativos en toda Europa, se producen reformas universitarias en Francia, Holanda o Alemania. En nuestro país, entre las primeras medidas adoptadas estuvo la creación de las universidades autónomas de Madrid y Barcelona en 1968, fruto del Decreto Ley 5/1968, de 6 de junio, sobre medidas urgentes de reestructuración universitaria (BOE 1968), con el que se daba respuesta al acuciante problema de masificación de las universidades históricas de esas provincias. En ese mismo Decreto Ley se creaba como entidad autónoma la

Universidad de Bilbao (posteriormente cambiaría su denominación a Universidad del País Vasco- *Euskal Herriko Unibertsitatea*).

Aun así, persistía ese modelo de universidad que el franquismo había instaurado: centralizada, altamente jerárquica y estamental, alejada de cualquier diálogo con el sistema productivo y con escasas veledades investigadoras. Las estructuras eran, al fin y al cabo, congruentes con un sistema de dictadura como el que el país tenía. Es la “universidad de élite” de los años 50 y 60, a la que accedían aquellos que económica y socialmente podían hacerlo.

El primer cambio llegó con una nueva ley educativa, la *Ley General de Educación y Financiamiento de la Reforma Educativa (LGE)* de 4 de agosto de 1970 que, a juicio de Gómez Ochoa y Reques Velasco (2009), “*tuvo el efecto impremeditado de sentar parte de las bases por las que discurriría la Universidad española de finales del siglo XX y principios del XXI*”. Fue una ley educativa que, como inveteradamente ha ocurrido, no consiguió el agrado de todos (Díez Hochleitner 1992; Gómez Ochoa y Reques Velasco 2009), pero es la ley con la que llegaríamos a la Transición y con la que se llevaron a cabo profundos cambios en nuestro sistema educativo. En palabras de uno de los ideólogos del proyecto, el subsecretario del Ministerio de Educación y Ciencia Ricardo Díez Hochleitner, la instrucción era clara:

la Universidad debía orientar todo el sistema educativo desde los niveles inferiores de éste y promover de modo permanente el perfeccionamiento del conjunto. (Díez Hochleitner 1992, 269).

El mismo autor indicaba que los principios que guiaron la Ley fueron los de “*democratización, igualdad de oportunidades, educación permanente y educación de calidad*”, (1992, 277), desde una perspectiva economicista, añadimos, e imbuidos por las teorías del capital humano tan en boga en esa década (Milito Barone y Groves 2013; Ariño 2008).

Además de la democratización en el acceso de los estudiantes, prácticamente casi toda la educación superior pasó a incorporarse a la universidad; hablamos de las escuelas técnicas superiores y las escuelas profesionales de grado medio. Ello fue parte del movimiento de ampliación y diversificación de los centros universitarios, que dio lugar a su vez a un aumento del número de instituciones de educación superior; aparecen las primeras universidades politécnicas (por la transformación de los Institutos Politécnicos reconocidos por el Decreto Ley de 1968), se inicia el estudio de viabilidad de una posible universidad a distancia, aparecen las primeras universidades “regionales”¹¹ (Gómez Ochoa y Reques Velasco 2009), y se dota de centros

¹¹ Gómez Ochoa y Reques Velasco utilizan este apelativo para aquellas universidades surgidas en comunidades autónomas sin universidad pública en su territorio hasta el momento “*y con una demanda relativamente débil, constituyéndose en la única universidad pública del territorio en el que se ubican*” (2009, 107).

universitarios dependientes de universidades (“colegios universitarios”) a aquellas zonas que geográfica y demográficamente así lo requerían.

La LGE estableció un sistema formativo basado en tres ciclos universitarios (que no se llegarían a desarrollar de la forma en la que estaban planificados), impulsó la investigación científica¹² y estableció la figura del Departamento como sustituto de las viejas “Cátedras” y los clientelares “Cátedros”¹³. Planificada desde el Régimen, desde arriba y sin diálogo con los afectados por sus normas, ni tampoco con otras corrientes internas del franquismo, en su última tramitación parlamentaria se le restaron los medios económicos esenciales para una correcta implementación (Díez Hochleitner 1992; Sánchez Ferrer 1996; Bermejo 2009-2010). Por su parte, De Puelles Benítez (2008, 11) atribuye más a la ejecución de la ley y no tanto a su concepción esos fracasos. Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón, por su parte, atribuyen a los cambios políticos y económicos de los 70 las limitaciones en su implementación, y confirman el hecho de que “*la distancia entre las previsiones de la Ley General de Educación y su cumplimiento efectivo resultó notoria*” (2002, 10).

1.1.3. La Ley de Reforma Universitaria (LRU) de 1983 y otras propuestas

La universidad española no volvería a conocer una nueva ley hasta el año 1983, con la *Ley de Reforma Universitaria*, también conocida como *Ley Maravall*. Sin embargo, previamente, el gobierno de la Unión de Centro Democrático salido de las urnas en el año 1977, trabajó en dos propuestas consecutivas que no concitaron los necesarios apoyos políticos internos y externos para su aprobación. Y ello pese a que el gobierno había recabado la opinión de universidades, y otros ámbitos de opinión tratando de llegar a un consenso (Sánchez Ferrer 1996, 187).

Esa propuesta de ley del gobierno de UCD, la *Ley de Autonomía Universitaria*, conoció la oposición de las universidades catalanas (que querían que se esperara a la aprobación de la Constitución y los Estatutos de Autonomía antes de cualquier decisión de este tipo), de gran parte de la oposición, y de distintas secciones de la UCD. Al final, las presiones de catedráticos, huelgas de PNNs¹⁴, tiras y afloja con los grupos nacionalistas, PSOE y Partido Comunista, dieron al traste con su aprobación. Eran muchos los intereses económicos y políticos afectados y escasos los apoyos que el Gobierno tenía (mientras su propio partido, UCD, vivía su propia y profunda crisis interna) para sacar adelante una ley tan fundamental para el país.

¹² Sánchez Ferrer (1996) entiende que no fue tanto por la Ley sino fruto de las políticas científicas puestas en marcha en ese período.

¹³ Sánchez Ferrer (1996, 43-52) en su tesis doctoral, analiza el funcionamiento de las “Cátedras” en la universidad española de antes de la ley de 1970 y presenta alguna de las problemáticas que se planteaban en ese momento.

¹⁴ *Profesores No Numerarios*, es decir, sin oposición; un colectivo de profesorado que se había incrementado con la masificación de los años 60.

La victoria por mayoría absoluta del PSOE en octubre del año 82 modificó la situación. El nuevo gobierno contaba con la mayoría legislativa necesaria para sacar adelante cualquier ley y, ante los pronósticos electorales, ya en verano Felipe González había puesto a trabajar a su futuro ministro de Educación y Ciencia, José María Maravall en la nueva reforma universitaria (Sánchez Ferrer 1996). La situación de la universidad seguía siendo crítica y cualquier modernización del país debía contar con una universidad acorde con los nuevos tiempos. El equipo¹⁵ no partió de cero y retomó las propuestas de la *Ley de Autonomía Universitaria* de UCD. De hecho, la LRU es, como señala Souvirón Morenilla (1988), un ejemplo de ley educativa de la tradición liberal e ilustrada y, según indica Sánchez Ferrer (1996), carece realmente de “ideología socialista”.

Siguiendo las pautas de la anterior propuesta, la LRU asentó la autonomía universitaria (art. 3.1 y 3.2) reconocida por la propia Constitución en su artículo 27.10¹⁶ y, siguiendo los Estatutos de Autonomía ya aprobados por la Cámara, afirmó el establecimiento de plenas competencias en materia educativa para las comunidades autónomas presentes y venideras. Esto fue bien acogido por los grupos políticos catalanes, con ciertas críticas a su insuficiencia por los peneuvistas vascos, y con gran desacuerdo por parte de la derecha (Sánchez Ferrer 1996). A juicio de Ariño Ortiz esta decisión, si bien lógica por las circunstancias en que se producía, introducía un

grave riesgo: el del provincianismo universitario, el nepotismo creciente, la práctica de una continua endogamia académica (casándose con los de la propia tribu), que se alimiente de su propia mediocridad (Ariño Ortiz 1983, 68).

El proceso de negociación se produjo poco después, y en febrero de 1985 Cataluña disponía del primer decreto de traspaso de competencias de la educación universitaria (RD 305/1985, B.O.E. 13/03/1985). Ese mismo año se publicaba el del País Vasco (RD 1014/1985, B.O.E. 29/06/1985) y la Comunidad Valenciana (RD 2663/1985, B.O.E. 21/01/1986); en 1986 aparecían los de Andalucía (RD 1734/1986, B.O.E. 23/08/1986), y Canarias (RD 2802/1986, B.O.E. 24/02/1987) y el de Galicia en 1987 (RD 1754/1987, B.O.E. 19/01/1988). A través de la Ley Foral 8/1987, Navarra pasó a crear la única universidad pública de esta región, la Universidad Pública de Navarra y, que depende desde ese momento de esta región foral. El resto de universidades formaron lo que en ese momento se conoció como “Territorio MEC”, es decir, dependiente del Ministerio de Educación y Ciencia hasta que cada comunidad autónoma fue recibiendo las transferencias.

¹⁵ Lo componían además del propio José María Maravall, Joaquín Arango, Alfredo Pérez Rubalcaba y Emilio Lamo de Espinosa, a los que posteriormente se incorporaron Camina Virgili, Francisco de Asís, Blas de Aritio, Santiago Varela, Jesús Leguina y Josep Borrell, quienes redactaron el borrador final de la ley universitaria. Su tramitación fue rápida y el 23 de agosto de 1983 se promulgaba la nueva *Ley Orgánica de Reforma Universitaria*, también conocida como *Ley Maravall*.

¹⁶ Tanto la académica y de gobierno, reconocida en ese artículo antes mencionado, como la económica y financiera (señalada en el Título Séptimo. Del régimen económico y financiero de las Universidades).

En 1995 lo hacían Asturias (RD 848/1995, de 30 de mayo, B.O.E. 07/07/1995), Castilla y León (RD 907/1995, de 2 de junio, B.O.E. 01/08/1995), Extremadura (RD 634/1995, de 21 de abril, B.O.E. 17/05/1995), Madrid (RD 942/1995, de 9 de junio, B.O.E. 22/06/1995) y Murcia (RD 948/1995, de 9 de junio, B.O.E. 07/07/1995) y un año más tarde Aragón (RD 96/1996, de 26 de enero, B.O.E. 21/02/1996), las Islas Baleares (RD 2243/1996, de 18 de octubre, B.O.E. 08/11/1996), Cantabria (RD 1382/1996, de 7 de junio, B.O.E. 28/06/1996), Castilla La Mancha (RD 324/1996, de 23 de febrero, B.O.E. 21/03/1996) y La Rioja (RD 95/1996, de 26 de enero, B.O.E. 22/02/1996)¹⁷. Tal y como se señalaba en la Disposición Adicional de la LRU, la UNED quedaba bajo la responsabilidad de las Cortes Generales y el Gobierno.

A estos dos grandes ejes que vertebraron la reforma se añaden otros que, siguiendo a Sánchez Ferrer, son claves para entender lo que la LRU pretendió conseguir en la universidad:

(el) establecimiento de garantías para la igualdad de acceso de los alumnos, (la) puesta en marcha de una auténtica estructura departamental, (la) mejora en los procedimientos de empleo, formación y selección del profesorado universitario, (la) reforma de las titulaciones y planes de estudio, y (el) fomento de la investigación. (Sánchez Ferrer 1996, 223).

Ahondando un poco más en alguno de estos puntos, mencionaremos que en su artículo 8 definió el papel de los Departamentos –figura ya existente en la LGE pero con escaso éxito–; en el artículo 10 presentó las funciones de los Institutos Universitarios –dirigidos al establecimiento de infraestructuras universitarias de investigación en las instituciones– y, en su polémico artículo 11, estableció la capacidad de Departamentos e Institutos Universitarios:

para contratar con entidades públicas o privadas, o con personas físicas, la realización de trabajos de carácter científico, técnico o artístico, así como el desarrollo de cursos de especialización.

Mención aparte merece el hecho de que el artículo 28.3 abría la opción de no solo impartir títulos oficiales y reconocidos por el Ministerio, sino otros propios, de reconocimiento limitado a la propia institución.

En cuanto a la tan complicada hasta entonces gestión de recursos humanos, con catedráticos fuertemente enraizados en la institución y otros órganos de poder, y un gran número de PNNs intentando conseguir la estabilidad laboral, la nueva Ley distribuyó el profesorado en cuatro principales categorías: catedrático/a de universidad, profesor/a titular de universidad, catedrático/a de escuela universitaria y

¹⁷ El Ministerio de Administraciones Públicas dispone de una web con amplia información sobre los Reales Decretos de traspasos a cada una de las autonomías., cf. http://www.seap.minhap.gob.es/es/areas/politica_autonomica/traspasos/reales_dec_traspasos.html

profesor/a titular de escuela universitaria, a los que se podían sumar los profesores asociados y profesores visitantes (art. 33). También estableció un novedoso sistema de selección y promoción del profesorado, para el que ofreció gran capacidad de decisión a la universidad (Título Quinto. Del profesorado). El interés de la ley se dirigió sobre todo a definir el nuevo sistema universitario público español, aunque en el Título Octavo trató el tema de las universidades privadas, escasas hasta ese momento¹⁸. Esto cambió tras la publicación en 1991 del RD 557/1991 de 12 de abril, sobre Creación y Reconocimiento de Universidades y Centros Universitarios (BOE 1991). El efecto fue inmediato, pues en la siguiente década se crearon 19 nuevas universidades privadas. En total, en los últimos 23 años han aparecido unas 35 universidades privadas¹⁹.

Un crítico como Ariño Ortiz dice de la LRU que “*no es una mala Ley; quizá la mejor de las posibles*” (1983, 67). Con ella, el gobierno socialista trató de modernizar la jerarquizada, centralizada y anquilosada universidad española y acercarla a los modelos europeos, cuando en el resto de los países occidentales ya se estaban percibiendo las carencias de ese modelo de universidad tradicional y su imposibilidad de dar respuesta al nuevo modelo económico, social y laboral que las sociedades requerían (Bricall 2000, 22). La LRU se mantuvo en vigor hasta la llegada de un gobierno de un nuevo signo político, lo que ocurrió en la VI Legislatura de la democracia que comenzaba en el año 1996.

1.1.4. La Ley Orgánica de Universidades (LOU), 6/2001

La Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades (LOU) es la ley vigente a día de hoy en la universidad española, si bien fue modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre de Universidades, más conocida como LOMLOU. La LOU 6/2001, aprobada en la segunda legislatura de gobierno de José María Aznar²⁰ no necesitaba de consenso alguno para salir adelante. En las elecciones generales legislativas del 12 de marzo del 2000, el PP obtuvo una holgada mayoría absoluta de 183 escaños y, con esos resultados, en su segunda legislatura, podía llevar adelante cualquier proyecto de ley sin necesidad de acuerdo alguno. Aun así contó para su aprobación, el 20 de diciembre de 2001, con el respaldo parlamentario no solo de su propio grupo, sino también de

¹⁸ Hasta el año 1983 tan solo existían las universidades privadas de Deusto (1886), Pontificia de Comillas (1890), Pontificia de Salamanca (1940) y de Navarra (1952). Desde el 83 hasta el 91 tan solo se creó una nueva universidad, la Ramón Llull (1991).

¹⁹ Según datos extraídos de la web del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), a fecha 27 de abril de 2015: https://www.educacion.gob.es/ruct/listauniversidades?tipo_univ=2&d-8320336-p=1&cccaa=&actual=universidades&consulta=1&codigoUniversidad=

²⁰ La segunda legislatura del gobierno del Partido Popular se inició el 5 de abril de 2000 y finalizó el 1 de abril de 2004.

CiU y Coalición Canaria y, por otro lado, el rechazo de los grupos parlamentarios del PSOE, IU, PNV y Grupo Mixto.

Como ya hemos mencionado, en las legislaturas anteriores se habían producido intentos de modificación de la LRU que no habían terminado de cuajar, al entender que la actual legislación había quedado obsoleta en determinados aspectos. De hecho, un documento como el *Informe Bricall* (elaborado con el apoyo de la CRUE por un grupo de expertos universitarios dirigidos por el profesor Josep María Bricall) apuntaba a la necesidad de cambios en la universidad española que implicaban la realización de modificaciones legislativas. Y así, se llegó al año 2000.

La LOU fue enormemente contestada en la calle con huelgas, marchas y pronunciamientos públicos de unos y otros colectivos²¹. De hecho, tras su aprobación, la CRUE emitió un *Comunicado* (CRUE 2001) en el que se quejaba del trato otorgado por el MEC a los representantes institucionales durante todo el proceso. El documento también mencionaba el ataque que esta ley suponía a la omnipresente “autonomía universitaria”, mencionada continuamente en el texto, y la falta de propuestas de financiación que pudiera contribuir a un justo y equitativo desarrollo de la Ley.

Que el diálogo tampoco había existido con las otras dos leyes anteriores era real, pero el contexto democrático, social y cultural del 2001 era muy diferente. Lo que no había generado ninguna de ellas era tan evidente malestar y tantas manifestaciones públicas contrarias a la misma (Tiana Ferrer 2007). Sin embargo, en una entrevista concedida a *El País* el 24 de noviembre de 2001, la ministra responsable de la LOU, Pilar del Castillo, defendía el procedimiento utilizado y mencionaba algunos apoyos recibidos:

Hay gente que no se ha manifestado y otra que se ha manifestado a favor de la reforma, como la asociación de catedráticos de universidad; los 500 profesores que firmaron una carta con el profesor Gabriel Tortella; los sindicatos CSIF y USO, y muchas cosas que van llegando. Otra cosa es que algunos quieren poner sordina, y si puede ser mordaz, a este apoyo. (Serrano y Pérez de Pablos 21/11/2001).

En cuanto al contenido, el articulado sigue la estructura de la LRU²², la ley que derogó, pero con aspectos clave que permiten hablar de una ley marcadamente no ya

²¹ Y que culminó con una “Marcha contra la LOU”, realizada el 1 de diciembre de 2001, que contó con la presencia de 25 rectores de universidades públicas y otros representantes en los que estos habían delegado, así como otros representantes de la oposición y colectivos sociales. Más información: “Una gran manifestación culmina en Madrid la protesta contra la LOU”, en *El País* 2 de diciembre de 2001, en http://elpais.com/diario/2001/12/02/espana/1007247601_850215.html; “Unas 100.000 personas de toda España se manifiestan en Madrid contra la Ley de Universidades”, en *El Mundo* 3 de diciembre de 2001, en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2001/12/01/sociedad/1007231145.html>

²² Dicen Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón que: “aunque la nueva Ley no es una Ley de mera reforma de la anterior LRU, sino una Ley de nueva planta y distanciada de aquella en lo sistemático y lo conceptual, aun así, su basamento estructural, e incluso muchas veces textual, sigue siendo el de la LRU. Sin duda, porque la LRU constituyó un determinante punto de inflexión y de modernización de nuestra Universidad tradicional que permitió acercar nuestro sistema

neoliberal sino más propiamente neoconservadora, que introducía el pensamiento de la *Nueva Derecha* inglesa²³ en la política universitaria española, según subraya De Puelles Benítez (2005). Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón sintetizan en este párrafo lo que fueron las novedades introducidas por esta ley de nueva planta:

La nueva Ley incide en la regulación de nuestro sistema universitario en toda una serie de apartados capitales: desde la concreción de las competencias del Estado y de las Comunidades Autónomas en la materia, a una profunda renovación del régimen estructural y funcional de la institución universitaria. Así, en lo que respecta al sistema de selección del profesorado universitario funcionario y la creación de nuevas figuras de profesorado contratado; al régimen de admisión de los estudiantes en los diversos centros y estudios; la organización de las Universidades públicas –con un nuevo equilibrio entre el Consejo de Gobierno y el Consejo Social- y la designación de sus órganos –baste evocar el nuevo sistema de elección del Rector de las Universidades públicas por sufragio universal de toda la comunidad universitaria-; la apertura de la regulación de las enseñanzas universitarias a las novedades que se deriven de la construcción del espacio europeo de educación superior; la incorporación decidida de la rendición de cuentas a la sociedad por parte de las Universidades y de los mecanismos de evaluación “ex – post” de la actividad de éstas como corolario natural de su autonomía; la clara integración en el sistema –ahora con una más detallada regulación- también de las Universidades privadas, etc. (Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón 2002, 2).

Las palabras “autonomía universitaria” y “calidad”, así como “evaluación, evaluar, evaluado...” se multiplican por todo el texto. Llegamos a contabilizar más de 50 referencias a “calidad”, y casi el mismo número del otro término, que hasta cuenta con un título propio, el V: “De la evaluación y la acreditación”.

En relación a la autonomía universitaria fueron muchas las críticas recibidas por la ley; la propia CRUE encargó un informe a expertos universitarios para intentar demostrar su inconstitucionalidad. Dicho estudio lleva un título tan significativo como *Informe sobre los aspectos de la Ley Orgánica de Universidades cuya constitucionalidad es cuestionable* (Parejo Alfonso et al. 2002). Ese recurso de inconstitucionalidad fue presentado ante el Tribunal Constitucional por varios partidos políticos y gobiernos regionales²⁴ y se estimaría parcialmente²⁵ cuando había sido ya reformada la Ley. Siguiendo a Leguina y Ortega:

universitario a las exigencias de nuestro tiempo y ha posibilitado así esa revisión o ajuste ulterior, del sistema que al cabo supone la LOU, y que en otro caso hubiera precisado de una transformación más radical”. (2002, 2).

²³ Cf. Nota 82.

²⁴Ver: Agencias, “El Govern balear presenta un recurso de inconstitucionalidad contra la LOU”, en La Vanguardia, en: <http://www.lavanguardia.com/vida/20020327/51262752389/el-govern-balear-presenta-un-recurso-de-inconstitucionalidad-contra-la-lou.html>; Agencias, “Ocho partidos presentan un recurso contra la LOU en el Constitucional”, publicado en *El País*, el 21 de marzo de 2002 y accesible en: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2002/03/21/actualidad/1016665203_850215.html

...las Universidades gozan ex Constitutione de un nivel de autonomía inferior: los poderes normativos, cuya titularidad les corresponde, no alcanzan nunca, por definición, el rango legislativo, sino que se sitúan en un plano simplemente reglamentario, subordinado a las leyes... es una autonomía administrativa (Leguina Vila y Ortega Álvarez 1982, 550).

Es evidente por otro lado que, como indican Infante Díaz (2010) y Ariño Ortiz (1983), la competencia estatal en la definición de los títulos oficiales académicos menoscaba la autonomía universitaria. Pero esta ley lo hacía todavía con mayor intensidad, por una parte al dejar al albur de otras normativas decisiones que, por el carácter constitucional de la autonomía, debieran quedar definidas en la propia ley; y por otra, al tratar con excesivo detalle cuestiones que allí no debieran ser tratadas, según interpretan Parejo Alfonso *et al.* (2002) o Embid Irujo (2011).

Respecto a los conceptos de calidad, evaluación, etc., la LOU está transida de un discurso sobre la calidad –concepto nada unívoco, proveniente del mundo de la empresa–, y la autonomía institucional, con los que pretendidamente se busca abrir el camino de la competencia entre las instituciones de educación superior y ofrecer a las familias y estudiantes herramientas que les permitan una adecuada elección de centro. Como nos recuerda De Puelles Benítez (2004), estos tres elementos son piezas clave del discurso neoliberal sobre la educación tan presente en documentos sobre la educación superior de organismos internacionales en la actualidad. La noción de calidad actúa como recordatorio del objetivo que persigue todo el articulado: “*una docencia de calidad, una investigación de excelencia*” (49400), “*se pretende alcanzar una Universidad moderna que mejore su calidad*” (49401), “*calidad de la gestión*” (49401), etc. Para ello, se establecen organismos, algunos creados expresamente por esta ley, como la *Agencia Nacional de Evaluación de la Actividad Investigadora, ANECA*, (art. 32), o el *Consejo de Coordinación Universitaria* (Título IV), y otros ya existentes, a los que la LOU dota de mayor autoridad, como los Consejos Sociales.

La calidad es, efectivamente, el nuevo mantra que justifica la necesidad de evaluación de todo el sistema para conseguir la eficiencia, eficacia y responsabilidad que le es exigible, según se deduce del texto, porque la idea de una “rendición de cuentas” también lo atraviesa de parte a parte. La introducción de los elementos para la “Garantía de la calidad” (art. 31) y la *Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, ANECA* (art. 32), de la que dependían tantas cuestiones, fueron especialmente críticos, como lo fue el modelo de carrera docente propuesto, o la exigencia, para aquellos que quisieran optar a una plaza de ayudante doctor, de que

²⁵En el “Pleno. Sentencia 131/2013, de 5 de junio de 2013 (BOE núm. 157, de 2 de julio de 2013).”, accesible en: <http://www.tribunalconstitucional.es/es/jurisprudencia/Paginas/Sentencia.aspx?cod=20858> cuando ya había sido modificado por la Ley Orgánica 4/2007.

durante dos años no tuvieran contrato alguno con la universidad a cuya plaza desearan optar (Carabaña 2005)²⁶.

En cuanto a la selección de profesorado, introdujo importantes cambios. La LRU había establecido cuatro cuerpos docentes universitarios (Catedrático/a de Universidad, Profesor/a Titular de Universidad, Catedrático/a de Escuela Universitaria y Profesor/a Titular de Escuela Universitaria) que se siguieron manteniendo en la nueva ley. Además, la LRU dejaba un porcentaje reducido para la contratación por parte de las universidades de personal de carácter laboral, que en unos casos no podía superar el 20% (universidades en general) y en otros (Politécnicas) el 30% del número de Catedráticos y Profesores Titulares de cada universidad (art. 33.3 LRU), razón por la que en muchos casos se ha señalado que la LRU trataba de asentar un modelo de personal docente e investigador principalmente funcionarial. Sin embargo, la LOU planteaba un cambio radical en este sentido, pues según su articulado el porcentaje de personal docente de régimen contractual podía llegar hasta el 49% del conjunto, planteando además que ambos, funcionarios y personal contratado, conformaban el denominado “personal docente e investigador” (PDI) de la institución. De esta forma, se ampliaba la presencia del profesorado contratado –en régimen laboral– hasta casi poder equiparar en número al funcionario, de ahí que fueran muchos los que interpretaron esta propuesta como una precarización de la situación laboral de este colectivo, que ahora se podía ampliar hasta conformar un 49% del profesorado (Carabaña 2005).

El proceso de habilitación del profesorado, que se justificaba por la necesaria calidad de la institución como servicio público, supuso otra importante novedad que fue recibida con recelos inicialmente y luego con sonadas críticas. Por ejemplo, la CRUE hacía público en 2003 (CRUE 2003) un *Informe* dirigido al Ministerio, en el que solicitaba importantes cambios en el proceso de habilitación basándose en lo que a su juicio eran cinco grandes deficiencias del proceso:

1. En algo más de un año de existencia, el sistema de habilitación no ha logrado ponerse en marcha con el ritmo deseable. (...) 2. El sistema de habilitación resulta altamente costoso e ineficiente. (...) 3. La administración no cubre en su totalidad el coste del nuevo sistema de habilitación nacional, que recae sobre las universidades, sin que éstas hayan sido dotadas adecuadamente. (...) 4. La deficiente regulación de las pruebas genera inseguridad jurídica.

Sin embargo, otros autores realizaron una lectura positiva de la propuesta, al entender que la ley otorgaba:

un amplio margen de maniobra tanto a las universidades como a las Comunidades Autónomas. De entrada, la Ley ha venido a establecer una casi parificación real –es

²⁶ Como explica Pilar Choza en el reportaje de El País del 18 de abril de 2006 “Carrera docente sin fondo”, en: http://elpais.com/diario/2006/04/18/andalucia/1145312545_850215.html

decir, en cuanto a su posible significado de facto en las Universidades y dependiendo de lo que éstas decidan- entre el profesorado universitario funcionario y el contratado (cuyas figuras se han ampliado en número y alcance sustantivo respecto de las previstas en la LRU), pues pese al corte legalmente determinado entre los primeros – funcionarios- y los segundos –ahora reconvertidos al régimen laboral-, ha flexibilizado al máximo las posibilidades de definición de su significado real en el sistema, en cuanto a su estatuto efectivo y a su selección, tanto por parte de las Comunidades Autónomas como de las Universidades. (Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón 2002, 18).

Finalmente, fue la ley que más concretó y se extendió sobre el papel y estatuto de la universidad privada en España. En este sentido, la CRUE denunció el hecho de que se reconociera el “carácter propio” de estas instituciones privadas, al entender que ello establecía dos modelos diferentes de universidad regidos por derechos y obligaciones dispares, y violaba con ello la libertad de cátedra y la autonomía universitaria de las privadas, incidiendo en su carácter de negocio frente a su obligación como servicio público (Fabra 16/01/2006).

La LOU fue polémica por muchos aspectos. Como ha señalado De Puelles Benítez (2005), primaba la “excelencia sobre la equidad” lo cual no era un discurso fácil de presentar, al menos no al principio, cuando la idea de una educación comprensiva y gratuita aún estaba muy arraigada en la sociedad española. Sin embargo, De Puelles Benítez (2005, 246) subraya el hecho de que la creación en 1989 de la FAES (*Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales*) como *think tank* del PP, facilitó la creación de un nuevo estado de opinión más propicio a las ideas neoliberales y neoconservadoras.

A día de hoy, la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades sigue vigente, aunque fue modificada por la Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril que se publicó en el BOE núm. 89 de 13 de abril de 2007.

1.1.5. La Ley Orgánica 4/2007 de Reforma Universitaria (LOMLOU)

El Partido Socialista Obrero Español (PSOE) ya había anunciado durante la campaña electoral su intención de modificar la polémica ley si llegaba al gobierno, y así lo puso de manifiesto el nuevo presidente, José Luis Rodríguez Zapatero, en su discurso de investidura²⁷. Su victoria en las elecciones de marzo de 2004 dio un vuelco a la situación y la nueva Ministra de Educación y Ciencia, María Jesús San Segundo, inició el proceso de modificación de la LOU, que culminaría su sucesora en el cargo, Mercedes Cabrera (Carreras 2009). Esta nueva ley fue publicada en el BOE número 89 de 13 de abril de 2007. Además de esas motivaciones políticas provocadas por el cambio de gobierno, se había llegado a otros acuerdos en política de educación superior en la Unión Europea que exigían la adaptación de la legislación española.

²⁷ Se puede leer el discurso de investidura de José Luis Rodríguez Zapatero del año 2004 en la web: <http://estaticos.elmundo.es/documentos/2004/04/15/discurso.pdf>

Al contrario que en proyectos legislativos anteriores, en este se buscó el consenso y, durante todo el procedimiento se sucedieron los contactos con la CRUE, sindicatos del sector y otros colectivos universitarios (Carreras 2009), lo que dio como fruto la ratificación de una reforma que, si bien nacía con críticas, fue aprobada por todos los grupos parlamentarios, excepto el grupo mayoritario de la oposición, el Partido Popular (PP).

En lo sustancial, son aplicables para esta reforma de la Ley las críticas referidas que previamente se habían realizado a la orientación neoliberal de los principios vertebradores de la misma, porque al fin y al cabo se trata de una reforma de los aspectos más críticos de la anterior ley, que sin embargo no modifica lo sustancial de aquella. Como ha señalado De Puelles Benítez (2005), la LOMLOU se aleja del discurso propiamente neoconservador al que derivó la segunda legislatura de José María Aznar, pero conserva las continuas referencias a la calidad de la educación, la excelencia, el rendimiento de cuentas a la sociedad y la necesaria evaluación de sus logros, aspectos repetidos de forma incansable en los informes y recomendaciones de organismos internacionales como la OCDE, la UNESCO, la Unión Europea o diversos documentos nacionales como el *Informe Bricall* (2000).

La Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril, por la que se modificó la *Ley Orgánica de Universidades*, atendiendo las críticas de la CRUE y otros colectivos, cambió el sistema de selección del profesorado a cuerpos docentes universitarios. En la LOU, el acceso a estos cuerpos había quedado articulado alrededor de dos procesos: en primer lugar, la Ley planteaba una fase de habilitación nacional y, posteriormente, una segunda fase de concurso de acceso interno a las universidades. La LOMLOU eliminaba el sistema de habilitación y establecía el de la acreditación (modificación del artículo 57 y siguientes), ajustándose a algunas de las recomendaciones establecidas por la Asamblea General de la CRUE (CRUE 2004) y la CASUE (CASUE 2004).

El sistema de habilitaciones había sido ampliamente criticado como un ataque directo a la autonomía universitaria (Carreras 2007), que con esta nueva norma aparecía más reforzada. La acreditación (que seguía gestionándose desde la ANECA), daba un papel más activo a la universidad en la selección de su propio personal docente. En cuanto al profesorado contratado, la LOMLOU tuvo en cuenta las principales reivindicaciones de la CRUE en relación a los ayudantes y la exigencia de desvinculación de dos años de su universidad de origen, el cambio en el régimen laboral específico del profesorado contratado y la posibilidad de contratación de profesores colaboradores con carácter temporal (CASUE 2004). Se flexibilizó además el sistema de elección del Rector, y se permitió que fueran las universidades las que concretaran el sistema que deseaban poner en marcha en su elección. Por otro lado, establecía un sistema por el que las decisiones de naturaleza académica de las universidades tanto públicas como privadas se adoptaran por órganos en los que el personal docente e investigador tuviera la representación mayoritaria.

La LOMLOU plantea la armonización de los sistemas educativos superiores en el marco del *Espacio Europeo de Educación Superior* y asume la necesidad de una reforma

en la estructura y organización de las enseñanzas, que se basa en tres ciclos: Grado, Máster y Doctorado. Por ello, quizá uno de los apartados más destacados de la Ley fue el relativo al Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES), título que recibe en exclusiva el Título XIII. Con esta ley, se ajustaba definitivamente nuestro ordenamiento legal a los últimos acuerdos en política universitaria europea a los que se había llegado para la creación del EEES; por ejemplo, se habla del Suplemento Europeo al Título o se concreta que la unidad de medida del haber académico será el crédito europeo. Además, la ley modificó lo establecido por la LOU respecto a los organismos de coordinación y sustituyó el *Consejo de Coordinación Universitaria* por dos nuevos organismos: por un lado la *Conferencia General de Política Universitaria* y por otro el *Consejo de Universidades*, el primero referido a cuestiones de política universitaria fundamentalmente y el segundo a cuestiones de carácter académico.

En cuanto a la ANECA, a través de esta nueva ley y de la *Ley 15/2014, de 16 de septiembre, de Racionalización del Sector Público y otras medidas de reforma administrativa*²⁸, se produce un cambio en su estatus legal, por el que pasa de depender del derecho privado al derecho administrativo, al ser ubicada claramente dentro de la Administración pública (Haering Pérez y García Velasco 2008).

Otra cuestión muy relevante de la LOMLOU fue la introducción de obligaciones a las universidades para que actuaran en pro de la igualdad de hombres y mujeres y el apoyo a personas con discapacidad. En la anterior ley ya se había mencionado por primera vez a ese colectivo de forma específica como parte integrante de la comunidad universitaria, pero la LOMLOU es mucho más específica y concreta y modifica su artículo 45 punto 4 de la siguiente forma:

Con objeto de que nadie quede excluido del estudio en la universidad por razones económicas, el Gobierno y las Comunidades Autónomas, así como las propias universidades, instrumentarán una política de becas, ayudas y créditos para el alumnado y, en el caso de las universidades públicas, establecerán, asimismo, modalidades de exención parcial o total del pago de los precios públicos por prestación de servicios académicos. En todos los casos, se prestará especial atención a las personas con cargas familiares, víctimas de la violencia de género y personas con dependencia y discapacidad, garantizando así su acceso y permanencia a los estudios universitarios. (BOE 2007).

En cuanto a los alumnos, la ley propuso la creación de un Consejo de Estudiantes de las universidades españolas, como órgano colegiado de representación estudiantil, y planteaba la creación de un Estatuto para el estudiante universitario que finalmente se

²⁸ La Ley 15/2014, de 16 de septiembre, de racionalización del Sector Público y otras medidas de reforma administrativa a través de su artículo 7 "Modificación del artículo 32 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades" termina de configurar esa modificación del estatuto público de ese organismo y unifica las funciones de evaluación y acreditación del profesorado que hasta ese momento compartía con otro organismo, la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI).

aprobaría en 2010, a través del *Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario* (BOE 2010).

1.1.6. Marco legislativo de la educación superior en España (2010-2013)

Como hemos mencionado *supra*, las leyes universitarias actualmente vigentes en la legislación española universitaria son:

- La LOU, Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, publicada en el BOE núm. 307 del 24 de diciembre de 2001, y con vigencia desde 13 de Enero de 2002 y
- La LOMLOU, ley que la reformó parcialmente, es decir, la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, publicada el 13 de abril de 2007 y vigente desde el 3 de mayo de 2007.

Ambas son completadas por otra legislación básica que es la siguiente²⁹:

Para el acceso a estudios universitarios

- Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado. BOE núm. 138, de 7/06/2014, que deroga el Real Decreto 1892/2008, de 14/11/2008.
- Real Decreto 1640/1999, de 22 de octubre (BOE 27/10/1999) modificado y completado por el Real Decreto 990/2000, de 2 de junio (BOE 03/06/2000) y modificado por el Real Decreto 1025/2002, de 4 de octubre (BOE 22/10/2002) por el que se regula la prueba de acceso a estudios universitarios.
- Real Decreto 69/2000, de 21 de enero, por el que se regulan los procedimientos de selección para el ingreso en los centros universitarios de los estudiantes que reúnan los requisitos legales necesarios para el acceso a la universidad (BOE 22/01/2000).
- Real Decreto 1742/2003, de 19 de diciembre, por el que se establece la normativa básica para el acceso a los estudios universitarios de carácter oficial (BOE 22/01/2004).

²⁹ Indicamos aquí la mayor parte de la legislación básica que complementa a esas dos leyes fundamentales, si bien somos conscientes de que continuamente hay procesos de modificación de leyes y que la legislación en muchas ocasiones depende de los gobiernos autonómicos, legislación que aquí no mencionamos.

Legislación básica sobre la estructura de los estudios universitarios y otros aspectos relacionados:

- Orden ECI/2514/2007, de 13 de agosto, sobre expedición de títulos universitarios oficiales de Máster y Doctor (BOE 21/08/2007).
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE 30/10/2007).
- Real Decreto 1509/2008, de 12 de septiembre, por el que se regula el Registro de Universidades, Centros y Títulos (BOE 25/09/2008).
- Real Decreto 99/2011, de 28 de enero, por el que se regulan las enseñanzas oficiales de doctorado (BOE 10/02/2011).

1.2. Una clasificación de las universidades

Según hemos mencionado en el apartado 1.1.1, la bibliografía suele reconocer tres modelos clásicos de universidad: la inglesa/norteamericana, la francesa napoleónica y la alemana de Humboldt.

Como es bien sabido, el modelo *anglosajón* estuvo vinculado inicialmente a la educación de las élites aristocráticas para pasar, en los últimos siglos y con las transformaciones sociales posteriores, a promover una educación basada en la meritocracia, donde la ciencia y la tecnología quedaban al servicio de las necesidades del entorno geográfico y demográfico. Este modelo se ha definido históricamente por su autonomía respecto al poder político y al Estado. A él se opone el modelo *francés napoleónico*, con universidades fuertemente vinculadas al Estado y centralizadas, cuyos profesores son funcionarios al servicio del Estado, al contrario que en el modelo anglosajón. En el modelo *alemán Humboldtiano*, la universidad está al servicio de la ciencia pura y se defiende la universalidad del saber frente a la especialización, aunque los profesores, para un mejor desarrollo profesional y atención al alumno, deban estar preferiblemente distribuidos en departamentos según la propia disciplina que procesen (Souvirón Morenilla y Palencia Herrejón 2002, 3-4).

Aunque desarrollar esta y otras clasificaciones excedería los objetivos de nuestro trabajo, sí creemos interesante presentar la clasificación ofrecida por Gómez Ochoa y Reques Velasco (2009), para señalar que, antes de ver promulgada la primera ley sobre universidades de la democracia, prácticamente toda su propuesta tipológica ya está esbozada. Esta propuesta, basada en la génesis histórica y en la función territorial actual de las instituciones universitarias, plantea una primera distinción entre las

instituciones públicas y las privadas. En un segundo nivel, la propuesta profundiza en ambos tipos, y respecto a las universidades públicas distingue entre:

- Las universidades históricas (creadas antes de 1968): Valladolid, Salamanca, Barcelona, Santiago de Compostela, Valencia, Sevilla, Granada, Oviedo, Murcia y La Laguna.
- A las que se suman, tras la ley de Villar Palasí (1970), las autónomas o de descentralización (fruto del Decreto Ley de 1968): Universidad Autónoma de Madrid, Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Bilbao.
- A partir de 1971 las primeras universidades politécnicas (con la integración de las Escuelas de Ingenieros y otros estudios superiores de este tipo): Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Politécnica de Barcelona y Universidad Politécnica de Valencia (la Universidad Politécnica de Cartagena, que estaría incluida en esta categoría, conoce una creación posterior).
- Las primeras universidades regionales, fruto del proceso descentralizador de la LGE: Universidad de Cantabria (inicialmente Santander, 1972), Extremadura (1973), Islas Baleares (inicialmente Palma de Mallorca, 1978) y la Universidad del País Vasco (con la modificación del nombre de la de Bilbao y tras el proceso de descentralización, 1980). En los 80 y 90 les acompañarán la Universidad de Castilla La Mancha, la Pública de Navarra o la Universidad de La Rioja.
- Las primeras universidades de reequilibrio intra-regional: Universidad de Córdoba (1972), Universidad de Cádiz (1979), Universidad de Alcalá de Henares (1977), Universidad de Alicante (1979), y la Universidad de León (1979). Tras la consolidación del Estado de las Autonomías se crean la Universitat de Lleida, la Universitat Rovira i Virgili, la Universitat de Girona, la Universitat Jaume I y la Universidad de Burgos.
- El último tipo propuesto, las universidades de reequilibrio intra-metropolitano aparecen a partir de los 90 para tratar de equilibrar dentro de ciudades en las que ya existen centros universitarios demanda y oferta. Se trata de la Universidad Carlos III, la Universidad Rey Juan Carlos, la Universidad Pablo de Olavide, la Universitat Pompeu Fabra.

La clasificación de las universidades privadas es mucho más sencilla, pues tan solo se establece una distinción entre las históricas (Deusto, Pontificia de Salamanca y Pontificia de Comillas) y las más recientes, que incluirían el resto, sobre las que señalan que tienen un “marcado perfil intrametropolitano y una presencia con efecto reequilibrador en ese ámbito”.

Dentro de la tipología universitaria presentada por Guy Neave (*apud*. Reques Velasco 2009a), de acuerdo con el mayor o menor control de las admisiones a la universidad,

las universidades europeas responden a tres modelos: el de las universidades determinadas por la demanda, el modelo de acceso determinado por el coste o el modelo intermedio. De entre estos modelos, el español se caracteriza por ser fiel al primero, pues se entiende que quien desee estudiar y consiga llegar hasta las puertas de la universidad debe conseguir las ventajas que le sean necesarias para ver satisfecho su acceso, es decir que promueve la igualdad de oportunidades y justicia social³⁰.

Como dijimos, entre los primeros efectos de la LGE estuvo el de la creación de una red nacional de universidades regionales/autonómicas que operaban dentro de un marco universitario nacional, a la vez que otras ya existentes se convirtieron en universidades de su Comunidad Autónoma, en un proceso de “*regionalización nominativa y orgánica*” (Gómez Ochoa y Reques Velasco 2009). Junto a ello, se produce una segunda descentralización, en este caso de reequilibrio intrarregional. A partir de 1992 se comienza a diseñar el sistema mediante el cual el Gobierno central cede a los autonómicos la competencia de creación de universidades. En 1995 se produce la primera transferencia por parte del Ministerio de Educación y Ciencia. A juicio de Gómez Ochoa y Reques Velasco (2009), este proceso se hizo de forma descoordinada, lo que ha dado paso a una situación en la que coexisten universidades buenas y competitivas con otras no suficientemente buenas, pero que responden al modelo de acreditación de la población del entorno. Estos autores hablan del descrédito de la universidad pública por no haber sabido hacer llegar a la sociedad el reconocimiento de la calidad que ha alcanzado (2009, 103). Y al pie de página añaden:

la Universidad nunca es noticia cuando hace las cosas bien y sin embargo lo es en términos escandalosos cuando se da en ella algún caso de comportamiento perverso, incumplimiento flagrante o conducta ilegal (2009, 103).

Gómez Ochoa y Reques Velasco (2009, 101) cuestionan que en algunos casos se denomine Universidad a estas instituciones, cuando apenas se dedican a escasas áreas del conocimiento. Por otra parte, establecen una importante distinción entre públicas y privadas en cuanto a que las primeras han dirigido más su atención a la investigación y las segundas fundamentalmente (o exclusivamente) a la docencia, es decir, a la capacitación profesional del estudiante.

³⁰ Esta situación depende mucho de los sistemas de becas y ayudas públicas que, como sabemos, han disminuido notablemente en la última legislatura, pero es un tema que no podemos desarrollar porque escapa a los objetivos de este trabajo.

1.3. La Universidad española del siglo XXI: datos y cifras

Según el informe *Datos y Cifras del Sistema Universitario Español. Curso 2010/2011* (ME 2010), al inicio de ese curso el Sistema Universitario Español —que conforman tanto universidades privadas como públicas— estaba formado por 78 universidades. De ellas, 50 eran públicas y 28 privadas. Si bien el número de las públicas no se ha movido en los últimos años, las privadas sí lo han hecho, a un ritmo de más o menos una por año desde el 2001, con lo que a principios del curso 2013-14 se contaba con 32 universidades privadas, 29 el año anterior según el informe del curso 2012-13 (MECD 2013) y 33 a mediados de 2013 (Michavila *et al.* 2013) Por otra parte, la base de datos EDUCAbase del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD 2015) indica que el número de universidades que conformaron el Sistema Universitario Español (SUE) en el curso académico 2014/2015 fue de 83 (50 de titularidad pública y 33 privada), distribuidas en 243 campus/sedes presenciales, y de las cuales únicamente 81 se encontraban impartiendo docencia.

Según hemos visto, el 25 de agosto de 1983 se aprueba la *Ley Orgánica 1/1983*, también conocida como *Ley de Reforma Universitaria de Universidades (LRU)*, que estuvo vigente hasta el 13 de enero de 2002 y que marcó una nueva etapa en la constitución del Sistema Universitario Español (SUE). Al año siguiente comenzó la creación de nuevas universidades, y un año más tarde, en 1985, se inició el proceso de descentralización educativa, que no finalizaría hasta 1994. Desde ese momento y hasta el curso 2012-13 han sido 44 las universidades creadas en España. Como indica Pérez Esparrells (2004, 307):

Desde 1996 todas las universidades públicas están transferidas a los gobiernos regionales, excepto la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP), que continúan dependiendo del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.

La primera universidad privada en España es la Universidad de Deusto, que surge en 1886 y la primera pública aún superviviente es la de Salamanca, que remonta sus orígenes al año 1218. Hasta 1952 había 4 universidades privadas de la Iglesia Católica: Deusto, Pontificia de Comillas, Pontificia de Salamanca y Navarra. En el curso 2012-13 contabilizamos 13 universidades vinculadas a la religión católica en España, varias de ellas apoyadas por las archidiócesis y diócesis locales, reproduciendo el modelo de tantas así creadas en la Edad Media.

El informe del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD 2013) al que hemos hecho mención antes, establece varias categorías a la hora de referirse a estas universidades, que detallamos a continuación junto a los nombres propios que los integran:

-Universidad pública:

ANDALUCÍA
Universidad de Almería, http://www.ual.es Universidad de Cádiz, http://www.uca.es Universidad de Málaga, http://www.uma.es Universidad de Sevilla, http://www.us.es Universidad Pablo de Olavide, http://www.upo.es Universidad de Córdoba, http://www.uco.es Universidad de Jaén, http://www.ujaen.es Universidad de Granada, http://www.ugr.es Universidad de Huelva, http://www.uhu.es
ARAGÓN
Universidad de Zaragoza, http://www.unizar.es
PRINCIPADO DE ASTURIAS
Universidad de Oviedo, http://www.uniovi.es
ILLES BALEARS
Universitat de les Illes Balears, http://www.uib.es
CANARIAS
Universidad de La Laguna, http://www.ull.es Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, http://www.ulpgc.es
CANTABRIA
Universidad de Cantabria, http://www.unican.es
CASTILLA Y LEÓN
Universidad de Burgos, http://www.ubu.es Universidad de León, http://www.unileon.es Universidad de Valladolid, http://www.uva.es Universidad de Salamanca, http://www.usal.es
CASTILLA LA MANCHA
Universidad de Castilla-La Mancha, http://www.uclm.es
CATALUÑA
Universitat Autònoma de Barcelona, http://www.uab.es Universitat de Barcelona, http://www.ub.es Universitat de Lleida, http://www.udl.es Universitat Rovira i Virgili, http://www.urv.es Universitat Pompeu Fabra, http://www.upf.es Universitat Politècnica de Catalunya, http://www.upc.es Universitat de Girona, http://www.udg.es
COMUNITAT VALENCIANA
Universidad de Alicante, http://www.ua.es Universitat de València (Estudi General), http://www.uv.es Universitat Miguel Hernández de Elx, http://www.umh.es Universitat Jaume I de Castelló, http://www.uji.es Universitat Politècnica de Valencia, http://www.upv.es
EXTREMADURA
Universidad de Extremadura, http://www.unex.es

GALICIA
Universidade de A Coruña, http://www.udc.es Universidade de Vigo, http://www.uvigo.es Universidade de Santiago de Compostela, http://www.usc.es
COMUNIDAD DE MADRID
Universidad de Alcalá, http://www.uah.es Universidad Autónoma de Madrid, http://www.uam.es Universidad Carlos III de Madrid, http://www.uc3m.es Universidad Rey Juan Carlos, http://www.urjc.es Universidad Complutense de Madrid, http://www.ucm.es Universidad Politécnica de Madrid, http://www.upm.es
REGIÓN DE MURCIA
Universidad de Murcia, http://www.um.es Universidad Politécnica de Cartagena, http://www.upct.es
COMUNIDAD FORAL DE NAVARRA
Universidad Pública de Navarra, http://www.unavarra.es
PAÍS VASCO
Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea, http://www.ehu.eus/es
LA RIOJA
Universidad de La Rioja, http://www.unirioja.es

-Universidad privada y/o de la Iglesia Católica:

Universitat Abat Oliba CEU http://www.uoa.edu Universidad Alfonso X El Sabio http://www.uax.es Universidad Antonio de Nebrija http://www.nebrija.com Universidad Camilo José Cela http://www.ucjc.edu Universidad Cardenal Herrera-CEU http://www.uch.ceu.es Universidad Católica de Ávila http://www.ucavila.es Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir http://www.ucv.es Universidad Católica San Antonio http://www.ucam.edu Universidad de Deusto http://www.deusto.es Universidad Europea de Madrid http://www.uem.es Universidad Europea de Canarias http://canarias.universidadeuropea.es	Universidad Europea Miguel de Cervantes http://www.uemc.edu Universidad Francisco de Vitoria http://www.ufv.es IE Universidad http://www.ie.edu/universidad Universitat Internacional de Catalunya http://www.uic.es Universidad Loyola Andalucía http://www.uloyola.es Universidad Mondragón Unibertsitatea http://www.mondragon.edu Universidad de Navarra http://www.unav.es Universidad Pontificia Comillas http://www.upcomillas.es Universidad Pontificia de Salamanca http://www.upsa.es Universitat Ramón Llull http://www.url.es Universidad San Jorge http://www.universidadsanjorge.net Universidad San Pablo-CEU http://www.uspceu.com Universitat de Vic http://www.uvic.es
--	---

-Universidades no presenciales

<p><i>Universidad a Distancia de Madrid</i> http://www.udima.es</p> <p><i>Universidad Nacional de Educación a Distancia</i> http://www.uned.es</p> <p><i>Universitat Oberta de Catalunya</i> http://www.uoc.es</p>	<p><i>Universidad Internacional de la Rioja</i> http://www.unir.net</p> <p><i>Universidad Internacional Isabel I de Castilla</i> http://www.uii.es</p> <p><i>Universitat Internacional Valenciana (VIU)</i> http://www.viu.es</p>
--	--

-Universidades Especiales

<p><i>Universidad Internacional de Andalucía</i> http://www.unia.es</p>	<p><i>Universidad Internacional Menéndez Pelayo</i> http://www.uimp.es</p>
---	--

En este período, las comunidades autónomas con un mayor número de universidades eran: en primer lugar la Comunidad de Madrid que contaba con 15 privadas y 6 públicas; en segundo lugar Cataluña, con 12 públicas y 7 privadas y Andalucía, con 10 públicas y, ya en 2013, una privada.

2. PRENSA ESCRITA EN ESPAÑA

Una de las ideas clásicas de la investigación sobre medios, tal y como han señalado, entre otros, autores como McNair (2000), Castells (2009) o Mazzoleni (2010), establece que los medios de comunicación de los países democráticos juegan un indiscutible papel en la preservación y calidad de ese sistema político, tanto en lo que se refiere a la difusión de la información (papel intermediador entre políticos y ciudadanos) como a la creación de opinión pública (papel de actor político *per se*). Tanto periodistas como medios realizan una selección de los elementos de la realidad (se convierten en *gatekeepers*) que finalmente presentarán al público (Hall 1974; Tuchman 1973, 1978, 2002; Gitlin 1980).

Por otra parte, mediante ese proceso de selección de temas (McCombs y Shaw 1972), encuadre de las noticias (Entman 2010), y utilización de unos recursos frente a otros, los medios participan en el proceso de construcción social de la realidad y en la creación de una opinión pública (Lippmann 1922; Habermas 1962). A día de hoy, lo que teóricamente aún es discutible es la forma en la que sus audiencias decodifican (Hall 1973) esa información, esa opinión, esos textos ..., y la influencia que en ellos tienen.

En su libro sobre sistemas políticos y sistemas mediáticos comparados, Hallin y Mancini (2004), encajan el modelo español de medios de comunicación dentro de lo que denominan “*modelo mediterráneo o pluralista polarizado*”. Si bien es cierto que reconocen en las primeras páginas del libro que los continuos cambios que vive la realidad mediática, en proceso de globalización e internalización, conllevan alteraciones e inestabilidades que podrían condicionar la inclusión de algunos de los países analizados dentro de estos modelos, defienden la pertenencia del español a ese modelo por varias razones. Entre ellas, nos fijaremos en algunas que ofrecen datos interesantes para nuestra investigación. En concreto, haremos referencia al alto nivel de *paralelismo político* mostrado por la prensa, o al hecho de que se desarrolle un estilo periodístico donde el comentario ocupa un importante lugar. De hecho, esto tiene relación con otra de las características de este modelo que nos interesa señalar: el vínculo existente entre periodismo y literatura por un lado, y periodismo y política por otro. Hallin y Mancini (2004, 102) se refieren a ello con la siguiente frase (bastante cuestionable, por cierto, y que les exige una amplia explicación posterior): “*el nivel de profesionalización sigue siendo más bajo en los países mediterráneos*”. Como aclaran posteriormente, ello no hace referencia a la formación reglada del periodista en sí, o a su experticia sobre el tema, más bien tiene relación con la inexistencia de organizaciones profesionales fuertes, una ética profesional extendida, institucionalizada y reconocida, y otras cuestiones similares. Nos sirve como explicación un extracto de Padioleau (1985) que Hallin y Mancini utilizan para ilustrar este punto en el caso francés:

(...) *organizaciones profesionales endebles, excepto en la forma de sindicatos competitivos; un limitado reconocimiento social de la prensa como actor social colectivo, legítimo y autónomo; una ética profesional común limitada; una coincidencia limitada en cuanto a las normas de calidad periodística; poco prestigio de las instituciones de formación, etc.* (apud. Hallin y Mancini 2004, 102)

Este aspecto nos conduce al último punto que deseamos mencionar: la mayor instrumentalización que permite este modelo mediático respecto a los otros modelos presentados (el modelo del Norte de Europa o Democrático Corporativo y el modelo del Atlántico Norte o Liberal). Con ello Hallin y Mancini hacen referencia a la menor autonomía del periodista en su trabajo diario, en el que cuentan con presiones externas normalmente próximas al mundo político.

Periódicos leídos con más frecuencia (en %)			
	El País	El Mundo	ABC
Votaron al PSOE	36	13	10
Votaron al PP	14	74	38
Votaron a IU	24	3	21
Votaron a otro partido	7	5	2
No votaron	19	5	29

Tabla 1. Paralelismo político partido-prensa entre los lectores de prensa española, 1993 (redondeo a la baja).
Fuente: Hallin y Mancini 2004, 97.

Por último, antes de dar por finalizado este punto, queremos llamar la atención sobre los datos que reproducimos en la Tabla 1, procedente del trabajo de Hallin y Mancini (2004)³¹, y que se refiere concretamente al paralelismo político entre partidos y periódicos en los lectores de prensa española. En la Tabla 1 no aparece *La Vanguardia*, y los datos son de 1993, pero el trabajo es relevante para las cuestiones de investigación que nos planteábamos al principio y que desarrollaremos en los capítulos 3 y 4.

Desde este planteamiento inicial hemos concebido la elaboración de este trabajo, asumiendo que ambas cosas, información y opinión, se entrelazan inevitablemente en el lector de prensa, al igual que se entrelazan en el periódico³². Respecto a este, coincidimos con Borrat (1989) en su papel de verdadero *actor político*; este medio, mediante su toma de decisiones continuas, se convierte en participante de los hechos que relata: medio y parte. Es “*narrador, comentarista y participante del conflicto político*”

³¹ Información recogida a su vez de la Encuesta CNEP, España 1993, presentada en Gunther, Montero, y Wert (1999).

³² Si bien podemos encontrar matices en la bibliografía específica en cuanto a la definición de periódico y diario, que nos llevan a determinar que todo diario es periódico, pero no todo periódico es de carácter diario, en este trabajo utilizaremos ambos conceptos como sinónimos, siguiendo el criterio de la *Real Academia de la Lengua*, que, en su tercera acepción, define el diario como: “Periódico que se publica todos los días” y al periódico en su sexta acepción, como: “Publicación que sale diariamente”.

(Borrat 1989, 31). Es él quien decide los temas y actores noticiables, quien los jerarquiza y los ofrece al público y quien decide las fórmulas informativas y/o de opinión bajo las cual las presenta (Castells 2009; Enguix 2015a).

Así, los hechos que cada medio selecciona como relevantes informativamente (*establecimiento de la agenda*, McCombs y Shaw 1972) configuran el universo informativo al que pueden acceder las audiencias. Podemos escoger algunos casos ilustrativos de nuestro corpus; por ejemplo, el ABC dedica una serie importante de artículos a la (no) penalización de las prácticas de copia de exámenes por parte de los estudiantes de la Universidad de Sevilla. Tal hecho (que es absolutamente silenciado respecto al resto de las universidades y en el resto de los periódicos), adquiere la categoría de “noticiable” y, por tanto, lleva a esas audiencias a tomar una posición sobre ellos, o sobre los hechos asociados que se presentan (por ejemplo, la dimensión moral de los órganos de gobierno de la Universidad de Sevilla, que se infiere según actúen en este tema concreto³³). Es decir, si la prensa subraya la importancia de un tema, por ejemplo el programa Erasmus en la construcción del espíritu europeísta de las generaciones jóvenes, o si insiste en las quejas de los rectores sobre los recortes presupuestarios en educación e investigación, participa directamente en la construcción del imaginario colectivo y en la creación de identidades (por ejemplo, en la idea de Europa, Díaz Nosty (2002, 15)).

De acuerdo al grado en que los diversos medios contribuyen o no a ese papel de garantes de las democracias, la bibliografía sobre comunicación de masas ha acuñado el concepto de *prensa de calidad*. La noción la propuso John C. Merrill en 1968 (*The Elite Press*, Merrill 1968) y se ha manejado, junto a la expresión de *prensa de referencia* o *periódico de élite* (por oposición a la *prensa popular* (Borrat 2006)), para hacer alusión a los medios que tienen impacto directo en las clases dirigentes de cada sociedad. Se trata en general de periódicos editados por las grandes empresas mediáticas, que pueden abarcar un amplio espectro ideológico, desde la derecha liberal a la socialdemocracia³⁴.

Merrill proponía 5 rasgos definitorios de estos periódicos:

1. Independencia: conseguida a través de la estabilidad financiera, la integridad.
2. Énfasis interpretativo/opinativo y una clara huida del sensacionalismo.

³³ Titulares como: “Sevilla tiene un Rector especial”, “Chuletas cum laude”, “Anulada la norma que permitía copiar”, “Copiar es lo de menos, vigilan los becarios”, “La Hispalense rectifica y deja sin efecto el artículo sobre copiar en los exámenes”, “La Universidad de Sevilla rectifica con los copiones”.

³⁴ “Se trata, en general, de periódicos editados por grandes empresas mediáticas. Tienen una circulación transnacional, atravesando fronteras estatales. Influyen sobre, y son influidos por, las elites políticas, económicas, culturales. Reclutan en estas elites sus más destacados “personajes de la actualidad”, sus fuentes de información preferidas, sus colaboradores estrella. Compone un arco ideológico que se extiende desde la derecha hasta la socialdemocracia. Ganan su prestigio publicando exclusivas, investigando, analizando acontecimientos y procesos en profundidad, erigiéndose en tribuna de ilustrados articulistas y columnistas de variadas tendencias bajo la égida de su propia línea editorial. Son los modelos privilegiados por la enseñanza y la celebración pública del periodismo”, señala Borrat (2006, 189-190).

3. Atención especial a la política, las relaciones internacionales, la economía, el estado de bienestar, asuntos culturales, educación y ciencia.
4. Preocupación por tener, desarrollar y mantener una plantilla potente, formada, amplia, bien cohesionada y técnicamente experta.
5. Especial orientación al servicio y mantenimiento de lectores intelectualmente bien formados dentro y fuera de sus fronteras, de creación de líderes de opinión y élites, es decir, lectores influyentes.

La prensa de calidad debe cumplir un papel esencial para garantizar la democracia, la libertad, la transparencia, el ejercicio de la ciudadanía, la difusión de las inquietudes y necesidades de los más necesitados, la denuncia de la situación de aquellas personas que reciben un trato injusto, la crítica al poder y la cabal comprensión de un mundo especialmente complejo. Es decir, la prensa de calidad, para merecer ese calificativo, tiene que ser útil a la sociedad y preocuparse de las necesidades de los ciudadanos, que son los sujetos de la información. Borrat (2006) critica el uso indiferenciado que Merrill (1968) y otros hacen de esos tres conceptos, al entender que no existe tal sinonimia entre los términos “de referencia”, “de calidad” o “de élite”, sin embargo dejaremos de lado esta polémica para reivindicar la calidad inherente a los cuatro medios analizados, independientemente de que trabajos clasificadores como los de Merrill (1968, *apud.* Merrill y Fisher 1980) o Vidal Beneyto (05/07/2004) o Vidal-Beneyto e Imbert (1986)) reduzcan considerablemente ese universo.

En nuestra era, el periodismo de referencia, también llamado de élite, o, siguiendo a Vidal Beneyto “*de referencia dominante*”³⁵ (Vidal Beneyto e Imbert 1986) sigue siendo aquel que produce impacto en los intelectuales, en los líderes de opinión y en la sociedad civil, pero también el que sobre todo incide en la agenda informativa del sistema mediático. Actúa, por tanto, como faro para muchos otros medios (Vidal Beneyto e Imbert (1986) y como guía para muchos profesionales que, aunque trabajan en un entorno digital, mantienen como cometido principal el relato de los hechos comprobados tras su selección, ordenación e interpretación (López et al. 2008).

En este sentido, y en relación a los cuatro medios que nos competen, hemos de destacar su inclusión en el grupo de “Prensa europea de referencia”, así presentado en el estudio que Díaz Nosty realizó y que se difundió con el título *La Prensa diaria en la UE. Estructura y Proyección digital*. En este trabajo estos cuatro medios son los únicos

³⁵ Vidal-Beneyto e Imbert (1986, 19-20) apuntan que son tres las funciones de un periódico de referencia dominante: “a) la de ser referencia imprescindible para los otros medios de comunicación, tanto escritos como audiovisuales, que no producirían sus propias opiniones o juicios sobre el tema sin tener antes conocimiento de las de estos diarios, refiriéndose o no de modo explícito a ellas; b) la de ser plataforma privilegiada para la presencia y expresión de los grandes líderes políticos, las grandes instituciones sociales, las asociaciones de carácter nacional, etc., cuando quieren dirigirse a los grupos rectores del país; c) la de servir a las cancillerías extranjeras de referencia prevalente sobre la realidad y problemas del propio”.

que gozan de la citada calificación de “de referencia” en relación a España (2002, 28). Con todo este panorama, a día de hoy aún podemos afirmar que:

La prensa diaria, a pesar del dominio de la imagen y del entorno digital, mantiene una posición de centralidad en la cultura europea contemporánea. (...) Se trata del principal soporte en el que las sociedades desarrolladas construyen su propia imagen y pueden reconocer sus factores de identidad. La diversidad social y cultural se manifiesta en los diarios de cada país, que ejercen un papel no sólo determinante sino fundamental en la formación de la opinión pública (Díaz Nosty 2002, 15).

Ese papel de la prensa impresa en la creación de la opinión pública fue señalado ya por Habermas (1962) en su *Historia y crítica de la opinión pública*, donde indica que, desde su aparición a finales del siglo XVII, la prensa ha ocupado un lugar privilegiado en el desarrollo de la opinión pública burguesa.

2.1. Historia y vida de los medios seleccionados

En el siguiente apartado realizaremos una breve presentación de los cuatro medios de prensa escrita que hemos seleccionado para nuestra investigación. Se trata de cuatro periódicos nacidos en diferentes momentos de los últimos siglos; en concreto, finales del siglo XIX (*La Vanguardia*, 1881) y XX (*ABC*, 1905; *El País*, 1976 y *El Mundo*, 1989), que han sido testigos de la historia de nuestro país y del mundo, tomando parte en el relato de los sucesos que han acaecido a nuestro alrededor y participando en la construcción de la realidad social, política y económica. Como hemos señalado anteriormente, para su selección hemos tenido en cuenta cuestiones como su difusión y audiencia, si bien cada uno de ellos ocupa un lugar especial dentro de la historia del periodismo español.

La Vanguardia surgió como diario vinculado a un partido político para profesionalizarse a los pocos años en pro de su supervivencia como periódico independiente y como empresa. Tantas veces cuestionado como medio vinculado a un partido, fue fruto del espíritu emprendedor e innovador de un hombre, Bartolomé Godó junto a su hermano Carlos Godó, conscientes de la diferencia entre independencia y neutralidad ideológica. También *ABC* es un medio centenario, constituido como diario desde 1905, e impulsado por la personalidad de Torcuato Luca de Tena (Castelo 20/02/2011). *El País* apareció mucho más tarde (más incluso de lo que era su pretensión), con lo que surgió desvinculado del régimen dictatorial que había puesto trabas a su nacimiento, motivo por el que muchos lo identificaron con la apertura que propició la Transición. Finalmente, ya en plena democracia apareció *El Mundo*, como epítome del declive de otro de los grandes periódicos de la Transición, *Diario 16*.

Desde sus orígenes, cada uno de estos medios ha vivido su propia historia, y ha sufrido su propia evolución ideológica. Sin embargo, si nos remitimos a las últimas décadas, parece que hay consenso en cuanto a ciertos rasgos ideológicos propios de cada uno de ellos, a los que nos remitiremos más adelante. Sus libros o manuales de estilo nos servirán convenientemente de guía en este punto puesto que, como señala de Fontcuberta (1993, 143):

una de las funciones –que es explícita en algún libro de estilo- es precisamente la fijación de la identidad personal del propio medio, y otra la consolidación de los principios fundamentales.

En cuanto a su estructura empresarial, ya hemos mencionado el hecho de que tanto *La Vanguardia* como *ABC* fueron pioneros en su constitución como empresas periodísticas, que buscaban el rédito económico como objetivo para su subsistencia. En el momento de aparición de *El País* o *El Mundo*, ello era un elemento imprescindible e incuestionable para su supervivencia. Pero los cuatro rotativos han vivido en las últimas décadas momentos de grandes cambios en su estructura empresarial, en su accionariado y también en su estructura interna de trabajo, que comentaremos de forma particular, si bien la tendencia general es la apuntada por autores como (Gómez-Borrero 2010, 21), quien señala que en cuanto a los diarios de referencia, la mayor parte de ellos han optado ya por un modelo más o menos integrado entre la redacción digital y la impresa, extinguiéndose “*la práctica habitual entre las redacciones del papel y la web de ocultarse la información relevante*”.

Paulatinamente se ha ido imponiendo en las redacciones una nueva organización que prioriza estructuras más horizontales, muy alejadas de la verticalización imperante en la prensa tradicional. Salaverría y Negredo (2008, 156) las definen como estructuras con “*menos jefes y más equipos*”, y con periodistas polivalentes, capaces de adaptarse a diferentes funciones (2008, 147). Enguix (2015a, 131-133) ha señalado también la repofesionalización que está imponiendo el cambio digital en las redacciones y los múltiples procesos de convergencia que supone (empresarial, de emisores, de medios y canales comunicativos). En cuanto a la estructura empresarial, la globalización y la apertura de los mercados ha conducido a una tendencia a la concentración del sector, su diversificación e internacionalización, y la entrada de capital extranjero, en la que han participado todos los grandes medios. Como señala Almirón:

(...) el sector de la comunicación requirió y sigue requiriendo de un enorme esfuerzo inversor para asumir los nuevos retos de la digitalización y la globalización, mientras que la banca ha visto en la nueva economía de la información un sector con enormes posibilidades de rentabilidad futura tanto estratégica como productiva. Que la alianza entre ambos se ha fraguado y que, actualmente todos los grandes grupos de comunicación y las grandes entidades financieras mantienen vínculos importantes, lo demuestra, por ejemplo, el grado de endeudamiento de los primeros indicado por Juan Carlos de Miguel (Almirón 2006, 24).

2.1.1. La Vanguardia

2.1.1.1. Breve historia

La Vanguardia es el sello editorial que elige Bartolomé Godó Pie para acompañar el subtítulo de “Diario político de avisos y noticias. Órgano del Partido Constitucional de la Provincia”, que comienza su singladura el 1 de febrero de 1881. El periódico, radicado en Barcelona, y dirigido en sus inicios por Jaime Andreu, estaba vinculado a una fracción del Partido Liberal³⁶. Sin embargo, pronto deja de ser un vehículo de la expresión de un partido para convertirse en un diario independiente, plural y moderno, de la mano de uno de sus primeros directores, el andaluz Modesto Sánchez Ortiz quien se inició en su nueva responsabilidad el 1 de enero de 1888. Otro director posterior, Gaziel (1971, 30), relata esa transformación de la siguiente forma:

Sota el guiatge d'aquell foraster obscur “La Vanguardia” experimenta una transformació completa: d'òrgan ensopit d'un partidisme polític que ja es feia estantís, anà convertint-se en un tipus nou de diari, ben informat, escrit amb vivesa, ple d'amenitat i d'interès i que a més presumia de ser independent, és a dir, de no dependre de ningú més que del seu amo capitalista. (...) El secret de la transformació de “La Vanguardia” era que Sánchez Ortiz, home simpàtic i ple d'entregent, s'havia fet amic de tots els escriptors i artistes barcelonins que despuntaven amb personalitat pròpia, tant a les penyes de l'Ateneu com en els cercles artístics i casinos burgesos, i tingué el bon encert d'atreure'ls cap al seu diari. (Gaziel 1971, 30).

En poco tiempo, *La Vanguardia* pasaría a ser conocida como el periódico de los hermanos Godó³⁷.

El año 1888 supuso un cambio fundamental en el periódico. Tras siete años iniciales en los que se habían sucedido en la dirección varios nombres y el periódico había protagonizado importantes piques y sonados debates con otros medios, como *El*

³⁶ Otros autores (Torrent y Tasis 1966, Desvois 1977; Pizarroso Quintero 2010) sostienen que el fundador fue Jaime Andreu y que son los hermanos Godó, o más en concreto Bartolomé Godó, quien lo compra en 1887. Desvois por su parte atribuye la compra a Carles Godó (Desvois 1977, 16). Josep M. Huertas hace un estudio detallado de este medio en su libro *Una història de La Vanguardia* y a este respecto señala que el primer director de la publicación fue Pere Antoni Torres i Jordi. Respecto a Jaume Andreu señala: “diverses fonts assenyalen uns altres periodistes al front del diari. Per exemple, Joan B. Fauró va signar com a director accidental un manifest contra un altre diari, *La Correspondència Catalana*, el 27 d'abril de 1881. I Jaume Andreu era esmentat, com hem vist, com l'home que duia les regnes del diari”. (Huertas 2006).

En cuanto a su vinculación a una de las secciones del Partido Liberal, Torrent y Tasis (1966, 140) explican que el dominio de Francesc de Rius i Taulet dentro del Partido Liberal en Barcelona era muy amplio. Este contaba con el diario *El Barcelonés*, que funcionaba como órgano de difusión de sus ideas y de propaganda. Entre las familias disidentes del partido sagastino en esta ciudad se encontraban los Godó, junto a los Maluquer i Viladot o los Collaso. Como ya sabemos, los Godó fundaron *La Vanguardia* para hacer oír su voz.

³⁷ Gaziel (1971, 27) dice al respecto de los hermanos Godó que eran: “dos socis del casino liberal barceloní, (...) d'extracció humil i originaris d'Igualada, enriquits a Barcelona amb l'explotació d'una fàbrica de tèxtils de cànem, en el Poble Sec, convertida, gràcies a la influència política, en gairebé un monopoli del jute”.

Diluvio o *El Barcelonés*, esa etapa marcadamente política llegó a su fin, como en ocasiones el propio medio insistía en confirmar (Huertas 2006, 14-24). De esta forma, según señala Castro Sanz:

a finales del siglo XIX —y concretamente a partir de 1888— “La Vanguardia” había dejado claramente de ser un diario de opinión (o de partido, o de clase) —modelo hegemónico hasta mediados de siglo—, y se había inscrito sin reservas en el incipiente modelo informativo, “independiente, profesional, comercial y de servicios”, una orientación que también se apreció en otros diarios barceloneses, adscritos a posiciones de partido. Los géneros empleados (crónicas y abundantes informaciones) refuerzan esta afirmación. (Castro Sanz 2002, 9)

Ese cambio fue fundamental en la reordenación de contenidos y reestructuración del periódico, que supo presentarse en poco tiempo como un diario serio y dinámico. La publicidad había sido una constante desde sus inicios, pero ahora esa orientación se acrecentó. Desde bien pronto, *La Vanguardia* se constituyó como un “negocio más de los muchos que tenía” la familia Godó (Desvois 1977, 16). Por ello, Fuentes y Fernández Sebastián (1997) se refieren a *La Vanguardia* como uno de los “periódicos de empresa” del período de la Restauración (1874-1889), que no solo busca tener lectores, sino rentabilidad, para lo cual aplica las prácticas propias de cualquier empresa que pretenda mantenerse en el negocio. Se trata de anteponer el mercado a la ideología, aunque tampoco es que se pretenda entrar en contradicción con la línea del periódico.

En esta dirección se entienden algunas prácticas comerciales que ha llevado a cabo *La Vanguardia* y que han hecho de él un diario singular. Por ejemplo, la publicación en portada de necrológicas que ocupaban varias páginas³⁸ o la utilización de forma novedosa de los anuncios tarifados o por palabras, ideas que Huertas (2006) atribuye a quien ejerció las funciones de administrador en el período de Sánchez Ortiz como director, Antonio Moreno. De ese mismo período son los folletines de reconocidos autores que el periódico comenzó a publicar y dieron aire al reciente interés mostrado hacia temas literarios. La política de suscripciones puesta en práctica dio también sus frutos e impulsó la expansión del medio.

En cuanto a innovaciones tecnológicas, en 1900 se adquirieron las primeras linotipias y en 1928 se incorporó el huecograbado, lo que para un medio como este, que no solía hacer uso de muchos elementos icónicos, fue toda una novedad. En otro orden de cosas, fue el primer diario español que conectó su redacción con teletipos y que

³⁸ Huertas (2006) llega a indicar que: “El cas és que hi havia dies que la portada estava totalment ocupada per esqueles, i només la capçalera informava que aquell full funerari era *La Vanguardia* (...) “No cal dir que en determinades èpoques, com ara l'epidèmia de tifus de 1914, les esqueles feien que la informació no aparegués al diari fins a la pàgina 5 o 6”.

Por su parte, señalaba Gaziel al respecto “Un mort sense esquela no havia mort bé; i, com més grossa i decorativa fos l'esquela, la mort havia estat més modèlica i edificant. Així, publicant-les segons tarifa, el diari de Ramon Godó ingressava diàriament sumes enormes. Tota l'altra premsa de Barcelona es fonia d'enveja davant el mostrar d'enterraments i funerals que cada dia “*La Vanguardia*” publicava en edició prínceps, i de la qual els restants diaris només arribaven a copsar, entre tots, tristes engrunes de tiratges vulgars. No és pas estrany que, un cop acceptat el principi, a “*La Vanguardia*” l'esquela funerària fos com un dogma, un noli me tangere”. (Gaziel 1971, 55).

estableció un contrato con una agencia extranjera. De hecho, llegó a contar con una amplia red de corresponsales, que hacían ver el interés del periódico por lo ocurrido allende las fronteras. Cubría ampliamente lo ocurrido en Madrid y en otras regiones y, más adelante, llegó a recibir noticias de varias de las agencias más importantes del mundo, como *Associated Press*, *Reuter*, *Central Press*, *Havas*, *Fabra* o *United Press* y de otras del ámbito fotográfico, como *Keystone*, *Wide World* y *AP*. Todo ello, dice Castro Sanz (2002, 26) lo convirtió en “*un producto sin apenas competencia en la menguada realidad del periodismo de empresa catalán y español de la época*”.

Con la llegada de la guerra civil, el periódico quedó en manos de un consejo de empresa que propuso a María Luz Morales, ya redactora del medio, hacerse cargo de la dirección, lo que aceptó temporalmente. Pocos días después, su subtítulo era sustituido por “Diario al servicio de la democracia”. Su propietario, Carlos Godó, había huido, y el diario era incautado por la *Generalitat* y puesto al servicio del gobierno republicano. Se produjeron así cambios rotundos que, comenzando con una nueva afinidad ideológica, continuarían con aspectos formales, como la supresión de las rentables necrológicas de portada, la reducción de la paginación (debida a la escasez propia del momento) y la apertura a nuevos colaboradores de perfil antifascista y republicano, como Antonio Machado, José Bergamín o María Zambrano.

No obstante, en poco tiempo, con la finalización de la contienda, *La Vanguardia* se transformaría de un “Diario al servicio de la democracia” en un “Diario al servicio de España y del Generalísimo Franco”. De hecho, el diario retornaría a su propietario, Carlos Godó, convirtiéndose en *La Vanguardia Española*³⁹ y, en un intento por borrar su pasado más reciente, los nuevos responsables retornaron a la numeración con la que el propietario la había dejado previamente a su marcha. Para expurgar su más reciente historia y seguir el tono habitual de la prensa de esos primeros años de “*Victoria*”, el diario se dejó guiar por un tono claramente propagandístico, según apunta Castro Sanz (2002, 37). Pese a ello, *La Vanguardia* siguió tratando de mantener cierta singularidad con su atención a la información internacional, la contratación de corresponsales extranjeros o su sección de firmas, entre las que estuvieron Camilo José Cela, Benavente, Ana María Matute o Carmen Laforet. La carestía de papel o la limitación de los contratos con las agencias informativas, que se redujo prácticamente a una sola, la *Agencia EFE* (durante la II Guerra Mundial también pudo contar con una agencia alemana), caracterizarían el tipo de periodismo que llevó a cabo en esta etapa. Castro Sanz (2002, 43) habla así de “*un periódico informativo trufado por nada sutiles evidencias propagandísticas*”.

En los años 60, coincidiendo con un período de mayor apertura del Régimen franquista, *La Vanguardia* vivió importantes cambios: se reorganizó la redacción⁴⁰,

³⁹ El 28 de enero de 1939 *La Vanguardia* amaneció con ese adjetivo unido a su nombre histórico. La denominación se extendió en el tiempo hasta el 16 de agosto de 1978.

⁴⁰ Dice Almirón (2006, 175) que “*Durante casi cuarenta años, tres empresas editoras -Los Luca de Tena, los Godó y Editorial Católica- monopolizan prácticamente la información no oficial en la España franquista. Tras la muerte de Franco*

aumentó la paginación y la cantidad de informaciones, aumentaron las secciones del periódico y se produjo una aproximación al catalanismo conservador, fruto del cual el diario comenzó a publicar algunos primeros textos en catalán. El éxito de difusión del diario vino acompañado de un período de expansión económica⁴¹ y de la incorporación de innovaciones tecnológicas como el *offset*. Sin embargo algunos apuntan que sus responsables no supieron hacer una correcta previsión de la situación de mercado que estaba por llegar, con lo cual perdieron un tiempo perfecto que hizo que años después, con la entrada de medios como *El País* o *El Periódico de Cataluña* en el mercado de medios catalanes, su difusión se viera profundamente afectada (Huertas 2006).

El diario apareció renovado el 3 de octubre de 1989, fruto del diseño de Milton Glaser y Walter Bernard. Se había incorporado el *offset* y se había retocado la cabecera, pero también se modificaron secciones y se transformaron el suplemento semanal y la contraportada. En 2007 se produjo un nuevo rediseño de *La Vanguardia* que afectó no solo al aspecto formal del periódico, sino también a los contenidos. Ese cambio se pudo ver por primera vez el 2 de octubre de 2007 y lo llevó a cabo el estudio *Gráfica*, dirigido por Pablo Martín. Fue un cambio histórico porque redujo el tamaño que había mantenido desde 1989, *berliner*, al tabloide estándar de otros medios en España; cambió su diseño y rompió con la sobriedad a la que tenía acostumbrado al lector, aumentando los espacios de color (Sabés Turmo 2008, 124).

También las secciones se vieron afectadas y, una tan clásica como la de *Sociedad* pasó a denominarse *Tendencias* para incorporar otro tipo de informaciones. Se incorporaron además nuevos suplementos. En una entrevista a *PR Noticias* (01/10/2007), el subdirector de arte del periódico se refería a esos cambios de la siguiente forma:

La edición impresa de La Vanguardia, lejos de morir, se renueva, e introduce también unas pequeñas variaciones en la estructura de sus secciones, así, veremos que la sección de Sociedad, desaparece, cediéndole el testigo a la nueva sección de Tendencias. En ella los temas más crudos de sucesos, saltan de estas páginas para hacerla más amable: Ciencia, tecnología, relaciones humanas...

Como novedad también encontramos la inclusión de un nuevo suplemento: *Estilos de Vida*, 'ES', cuyo formato será igual que el de *Culturas*, que también se reduce. Los demás suplementos, como el *Magazine*, se mantienen igual, aunque también con cambios en la tipografía. El domingo desaparece el suplemento *Revista*, que tenía formato diario, y se

y con la llegada de la democracia, las tres veteranas cabeceras editoras respectivas de ABC, Ya y La Vanguardia compartirán una problemática común: "una inadecuada estructura profesional y técnica, con plantillas sobredimensionadas, enormes cargas financieras" y gerencias "absolutamente desfasadas" (Alfárez 1987, 19). Su incapacidad para adaptarse rápidamente a los nuevos tiempos las delegaría a posiciones menos destacadas".

⁴¹ Se inauguraron nuevos talleres en Poblenuu destinados a la composición, reproducción e impresión en huecograbado en blanco y negro y color; la empresa editora inició su participación en otros proyectos fuera y dentro del sector editorial.

potencia el de *Motor*, con más páginas, haciéndolo más atractivo. El suplemento de *Casa y Empleo*, también se ha mejorado.

Otro hito indudable fue la publicación de la versión en catalán del medio, que apareció el 3 de mayo de 2011, y que anunciaron durante semanas bajo el lema de “Som com som”. Siguiendo la trayectoria de otros diarios españoles, la fortaleza económica de *La Vanguardia* llevó a su presidente editor, Javier Godó, a plantear la participación en otros negocios mediáticos, lo que comienza en la época de los 80 con la entrada en Antena 3 Radio. Fue el primer impulso para la creación de un *holding* multimedia que es hoy uno de los mayores de España. Nuria Almirón señala que, en el año 1989, el *Grupo Godó* se encontraba entre los nueve grandes grupos editores de la primera etapa de la concentración periodística de este país, junto a *PRISA*, *Correo*, *Recoletos*, *Zeta*, *Prensa Española*, *Prensa Ibérica*, *Unedisa* y *Voz*. En el 1998, Ramón Reig indica que pertenece al segundo gran grupo de empresas informativas y comunicativas de España (*apud.* Almirón, 2006).

2.1.1.2. Principios ideológicos

La Vanguardia nació como un periódico ligado al Partido Liberal de Sagasta hasta su desvinculación definitiva al mismo, lo que se produjo oficialmente el 1 de enero de 1888. En el período de su nacimiento, Barcelona contaba con un influyente periódico próximo a la corriente del Partido Conservador de Cánovas del Castillo, el *Diario de Barcelona* y otro próximo a los carlistas partidarios de Carlos de Borbón, *El Correo Catalán*. En todo el país el bipartidismo era una realidad política y *La Vanguardia* venía a ocupar un lugar como periódico de partido próximo a los liberales barceloneses. Si bien su vinculación fue a un sector de ese partido, en concreto al más alejado de uno de los próceres del partido en Barcelona y quien fue alcalde hasta en cuatro ocasiones: Francesc de Paula Rius i Taulet. Durante ese período inicial ya quedó clara su defensa de los valores liberales y algo que lo ha caracterizado a lo largo de su historia: el respeto hacia la Monarquía, en esos momentos representada en la figura de Alfonso XIII, “lo que constituyó una postura especialmente “valorada” por tratarse de una cabecera liberal y progresista” (Castro Sanz 2002, 7).

Como diario de partido el rendimiento económico no estaba entre sus objetivos primordiales; sin embargo es cierto que publicaba publicidad y ofrecía ventajas y obsequios a sus suscriptores. Aun así el diario tenía pérdidas, por lo que su propietario Carlos Godó, según señala Voltes (1988, *apud.* Huertas), decidió “cancelar la etapa juvenil y belicosa del periódico”. De esta forma, ese mismo día del 1 de enero de 1888, planteaba en sus páginas cuál iba a ser su nueva actitud:

Respecto de nuestra conducta futura, en nuestras relaciones políticas y sociales con los demás estimados colegas, sin quitar ni poner un tilde a la anterior, sino al contrario, reconociéndola en absoluto como nuestra, sólo dos palabras hemos de decir. Creemos que no se desprende de la prensa obra fecunda para el público si los periódicos no se

inspiran en altos ideales y en los principios de una crítica severa. Estos serán, pues, nuestros principios de conducta. Imparcialidad y severidad (Torrent y Tassis 1966, 141).

Huertas (2006) titula uno de los apartados de su libro con el significativo epígrafe “*Un mite: els Godó apolitics*” y es que, como allí apunta, la mayor parte de los trabajos publicados sobre este medio insisten en el carácter apolítico de *La Vanguardia*, aun siendo evidente y pública la vinculación política de sus propietarios, desde los fundadores hasta prácticamente la última generación, con posturas conservadoras o, como mínimo, moderadas. Esto nos recuerda las palabras de Torrent y Tassis, quienes señalaban en 1966 que *La Vanguardia*:

És un òrgan conservador, sempre governamental, però que no pot moure's gaire dels límits d'un apoliticisme poc comprometedor. (Torrent y Tassis 1966, 146).

Esto podría ser una realidad: la no intervención de la familia propietaria en los asuntos periodísticos; pero, como revela la lectura de la relación epistolar entre Horacio y Carlos Godó, o la *Historia de “La Vanguardia”* de Gaziel⁴², esa relación entre lo periodístico y los asuntos familiares se ha mantenido en un tira y afloja, en el que el director del diario pondría los límites, muy claros en el caso de Sánchez Ortiz y más relajados en otros casos, lo que llevó a la familia editora a buscar fórmulas de equilibrio entre la dirección y los editores⁴³ (Huertas 2006). Huertas insiste en esta idea, la de la conciliación de la familia Godó y su medio central, *La Vanguardia*, en las últimas décadas del siglo pasado con los gobiernos de turno, sobre todo desde la dictadura.

A grandes trazos, *La Vanguardia* ha sido un periódico históricamente monárquico, excepto cuando lo incautaron en el período de la República, recordaba Javier Godó (Presidente a día de hoy del Grupo Godó) en una entrevista concedida a María Mérida en 1978, en la que también señalaba su filiación liberal-conservadora (Cachan Alcolea 1995; Desvois 1977; Huertas 2006). Por otra parte, el periódico se ha declarado catalán y catalanista, como expresa en su Estatuto de Redacción aprobado en 2001 (art. 1.5):

⁴² Gaziel, observador enormemente crítico con el heredero de los Godó, señala que son dos los principios fundamentales a los que se fijó *La Vanguardia* de Ramón Godó: “*Acatament automàtic a les institucions triomfants. Defensa, sense discursió possible, de l'ordre establert.*” (Gaziel 1971, 66-67)

⁴³ En este sentido, los Godó durante algunos años se decidieron por fórmulas de varios directores, con la finalidad de repartir la influencia de estos dentro del diario, bajo la fórmula del “divide y vencerás”. Así lo relatan Gaziel 1971 y Huertas 2006. De hecho, con alguno de los directores, como Gaziel, la familia editora impuso una fórmula en el contrato de trabajo que especificaba que “la marcha política del periódico irá de acuerdo con las ideas del Propietario” (Huertas 2006). En concreto este tema le valió Carlos Godó Valls la apertura de un expediente contra él por parte de las autoridades franquistas. El motivo: la orientación ideológica que el diario había tenido durante la República. El conde quedó absuelto.

Fiel a sus orígenes y a su propia tradición, “La Vanguardia” es un diario al servicio de los valores, aspiraciones e intereses generales de la sociedad de Cataluña, de la que procede y forma parte activamente como institución periodística con un amplio reconocimiento social. (La Vanguardia 2001, 3).

Sin embargo es esta una declaración que debemos entender en el tiempo en el que se enmarca, pues anteriormente el periódico recibió muchas críticas que le echaban en cara la escasa vinculación con su tierra. Josep Pla o Carles Sentís así lo señalaban en los años 60 (Huertas 2006). Más adelante, acorde con el espíritu acomodaticio y práctico con el que se ha identificado a la burguesía industrial catalana a través de su historia, se ha mostrado conservador, emprendedor y pragmático. Hallin y Mancini (2004, 97) lo vinculan con el partido nacionalista catalán Convergència i Unió.

Por otro lado, siguiendo su Estatuto de Redacción, *La Vanguardia* se declara como diario de servicio, fórmula a la que en los últimos años se han abonado gran parte de las publicaciones periódicas en su interés de captar lectores y aproximarse a sus intereses y gustos⁴⁴, pero que en un principio inauguraron *La Vanguardia*, *El Sol* y *El Observador*, como señalan Alberdi, Armentia Vizuete, Caminos y Marín Murillo (2002).

En definitiva, y pese a la larga historia del periódico, *La Vanguardia* se ha regido siempre por unos ideales liberales, monárquicos y conservadores –a excepción del período de la República–. Por otro lado, ha sido una constante su preocupación por el rigor informativo y gramatical, y su compromiso ético con el lector, por lo que ha contado con varios libros de redacción o documentos de cariz similar. El más temprano data de 1903, y es un ensayo que escribió su director en ese momento, Modesto Sánchez Ortiz. Posteriormente ha contado con el Libro de Redacción de *La Vanguardia*, de 1986, y en 2004 se elaboró y amplió un nuevo Libro de Redacción, que incluía el Estatuto de Redacción y el Estatuto del Defensor del Lector. En estos, expresa sus principios ideológicos y compromisos con el lector, que van desde la independencia ideológica hasta el compromiso con la veracidad y opinión libre y plural, que debemos entender desde el concepto de “intersubjetividad” (Rodrigo Alsina 1993, 2003).

2.1.1.3. Estructura organizativa actual

El periódico *La Vanguardia* está transido de grandes nombres de las letras catalanas, que Torrent y Tassis (1966) recuerdan en el apartado que le dedican a este medio

⁴⁴ Alberdi, Armentia Vizuete, Caminos y Marín Murillo (2002) explican que el diario de servicio: “viene a llenar ese hueco donde el periódico, aun manteniendo su función originaria, seduce al lector a través de su diseño, de la pedagogía de sus imágenes, de las informaciones que buscan la “verdad” y su bienestar. Cada uno es responsable de su propia vida, de su capital estético, afectivo o psíquico, el diario de servicio está ahí para ayudarnos administrar este capital. Es en este nuevo concepto de medio donde, como dice Lipovetsky, la desocialización y la socialización se identifican. Al final de este desierto social nos encontramos al individuo soberano, libre, informado y prudente. Este proceso de personalización nos lleva hacia una nueva forma de socialización donde el individuo se integra gracias a la persuasión invocando salud, seguridad, y racionalidad”.

dentro de su *Història de la premsa a Catalunya*. El historiador Josep Coroleu, Santiago Rusiñol, Bonaventura Bassegoda, Bartomeu Amengual, Josep Comas i Solà, Joan Maragall, Artur Masriera, Pere Anton Torres o Salvador Genís forman parte de su historia. Pero esto es tan solo una escasa enumeración, a la que se podrían incorporar nombres como Antonio de Senillosa, Carlos Barral, Julián Marías, Indro Montanelli, Terenci Moix, Ramón Trias Fargas, Joan Fuster, Jorge Edwards, Raymond Aron, José Donoso, Claudio Sánchez Albornoz, Baltasar Porcel o tantos otros.

Al tratarse de un medio nacido en el siglo XIX, es muy extenso el listado de los directores que han tomado a su cargo esta responsabilidad. Aún más en este caso, dado que durante algunos períodos de su historia puso en marcha una fórmula prácticamente insólita dentro del periodismo español, y es la compatibilidad en el cargo de dos, tres y hasta cuatro directores. Los motivos los desgranan Gaziel (1971) o Huertas (2006) en algunos de sus escritos, y tienen que ver con la intención de la familia editora de evitar que el director de turno se hiciera fuerte en su cargo, y de esta forma propiciar su intervención en asuntos concernientes a la redacción y los contenidos editoriales del medio.

Previamente hemos comentado las dudas que existen en torno a quién fue su primer director: algunos indican que fue Jaume Andreu y otros señalan que el que tuvo esa responsabilidad inicial fue Pere Antoni Torres i Jordi. Además, por el cargo han pasado los siguientes responsables:

- Alfredo García López, militante del Partido Liberal, que se mantuvo en el cargo desde julio de 1882 hasta enero de 1883.
- Josep Maria Guilló director desde enero de 1883 hasta marzo de 1883.
- Josep Roger i Miquel desde 1883 hasta 1887. Es este un momento de bajas ventas, motivo que, Huertas (2006) indica, fue el detonante del abandono de la idea de un periódico de partido.
- Emilio Sánchez Pastor, responsable del periódico tan solo unos meses, desde diciembre de 1887 a enero de 1888.
- Modesto Sánchez Ortiz, el periodista que dirigió durante 13 años *La Vanguardia*, desde enero de 1888 al 14 de octubre de 1901. La impronta de Sánchez Ortiz transformó el periódico que pasó a tomar entidad en un entorno de muchos diarios, como el de Barcelona. El enfrentamiento de los últimos años del director con Ramón Godó y su madre, Antonia Lallana hizo que, como sucesor, los Godó buscaran más de un nombre.
- De esta forma, fueron dos directores los que se hicieron cargo de este medio: Ezequiel Boixet y Alfredo Opisso, y un tercero, al que se le propuso formar una terna algo más tarde, en el año 1906: Miquel dels Sants Oliver. Ezequiel Boixet murió en febrero de 1906 y fue sustituido por Manuel Rodríguez

Codolà. Sin embargo, dice Huertas (2006) que era este último, Miquel dels Sants Oliver quien llevaba la dirección⁴⁵. Oliver fue director hasta su muerte, que se produjo el 9 de enero de 1920.

- En 1920 la dirección se ofrece a cuatro redactores, que son: Manuel Rodríguez Codolà, Josep Escofet, Dídac Priu, y Gaziel (seudónimo con el que se conocía a Agustí Calvet). Según Huertas (2006) Dídac Priu renunció desde los primeros momentos a ejercer su cargo y lo mismo ocurrió con Rodríguez Codolà, por lo que a mitad de los años 20 eran tan solo dos los directores: Josep Escofet y Gaziel. Gaziel atribuía ese reparto de funciones directivas al interés de los Godó por el “divide y vencerás”.
- En marzo de 1933 Gaziel se convirtió en el único director de *La Vanguardia*. El contrato entre el conde y el periodista establecía que: “la marcha política del periódico irá de acuerdo con las ideas del Propietario” (Huertas 2006), algo que daría algún quebradero de cabeza al Conde de Godó durante los primeros años de la Dictadura franquista.
- María Luz Morales tiene el honor de ser la primera directora de un periódico en España, y lo fue a su pesar, pues aceptó la propuesta siempre y cuando fuera un cargo provisional. Ella misma se encargó de que ello fuera así. Morales ocupó su cargo en agosto de 1936 y se mantuvo en él durante unos seis meses.
- Le sucedió en él el hasta entonces director del diario madrileño *La Voz*, Paulino Masip i Roca, quien era a su vez militante del partido del presidente de la República, Manuel Azaña. Se mantuvo hasta noviembre de 1937.
- Fernando Vázquez Ocaña fue el siguiente director, también de transición.
- Manuel Aznar Zubigaray se inició en el cargo en enero de 1937, ya cuando *La Vanguardia* pasó a ser denominada *La Vanguardia Española*. Josep Pla fue la segunda cabeza visible de *La Vanguardia* durante este período.
- Luis de Galinsoga llegó en mayo de 1939 procedente del ABC de Sevilla y permaneció en el cargo hasta unos incidentes en los que el director estuvo involucrado⁴⁶ y que afectaron la publicidad y mermaron los ingresos de *La Vanguardia*, por lo cual la dimisión o marcha de Galinsoga se hizo realidad en el mes de febrero de ese año, 1960.

⁴⁵ Dice en un pie de página Huertas que: “La Vanguardia. Suplement del centenari. 1 de febrer de 1981. Atribueix a Oliver la direcció única dels de 1911, però aquell any 1911 el diari mostrava encara els tres directors reunits al voltant de la taula. Sembla que va ser a la mort d’Escofet, el 1916, quan Oliver va ser de fet director en solitari, tot i que mai no es va explicitar.” (Huertas 2006).

⁴⁶ Los incidentes tuvieron que ver con una visita a la iglesia de Galinsoga. En ella, el sermón era en catalán –escasos en ese tiempo, pero autorizados de forma minoritaria- y Galinsoga mostró su desacuerdo con ese hecho, y lo mostró de malas formas. El asunto llegó a más por la propia actitud del director y ello generó una campaña en contra del medio que dirigía, con lo que afectó la economía de *La Vanguardia* e hizo saltar las alarmas –hubo bajas de suscriptores y de anunciantes-. Finalmente y pese a la renuencia de Galinsoga, este dejó de ser director en el mes de febrero (Huertas 2006).

- Manuel Aznar volvió a la dirección en marzo 1960 y se mantuvo en ella hasta su nombramiento como embajador en Rabat en el año 1963. Durante ese período, Godó constituyó la empresa TISA (Talleres Industriales, S.A.) que a partir de ese momento sería la empresa editora de *La Vanguardia*.
- Xavier de Echarri Gamundi fue quien sustituyó a Aznar en enero 1963. Su inesperada muerte en octubre 1969 obligó a la empresa editora a nombrar a un nuevo responsable.
- Horacio Sáenz Guerrero se inició en la dirección en octubre 1969 y hasta el 31 diciembre de 1982. Según explica Huertas (2006): “era un home de confiança de Carlos Godó i de Manuel Aznar, però no era el director desitjat per Javier Godó, el fill de Carlos, que començaba a tenir un paper destacat al diari”.
- Lluís Foix era hombre de confianza de Javier Godó (actual propietario de *La Vanguardia*) y había sido director adjunto con el anterior director. Fue nombrado el 1 de enero de 1983 hasta su cese, en septiembre de 1983.
- Francesc Noy Ferré lo sustituyó en septiembre de 1983 y se mantuvo en el cargo hasta noviembre de 1987. Este director, bien visto por el poder político de la Generalitat Catalana, se hizo acompañar por Manuel Ibáñez Escofet en el cargo de director adjunto y juntos formaron un tándem bien avenido del que muchos decían que era realmente Ibáñez el que tomaba las decisiones (Huertas 2006).
- Juan Tapia Nieto, sería director desde noviembre de 1987 hasta marzo del año 2000.
- José Antich, director desde el año 2000 hasta el 2013.
- Màrius Carol, director actual de esta publicación desde diciembre de 2013. Anteriormente había estado vinculado al Grupo Godó como Director de comunicación y columnista de *La Vanguardia*.

Desde su fundación en 1881, señala Sabés Turmo que *La Vanguardia* ha vivido cuatro grandes modificaciones, “todas ellas impulsadas por los cambios en las tecnologías de impresión y de edición” (2008, 123). Las dos últimas las podemos identificar claramente como la vivida en 1989, con la llegada del *offset* y el rediseño de Milton Glaser; la última es la del año 2007, con un nuevo rediseño del equipo Gráfica, como hemos comentado anteriormente.

La versión digital de *La Vanguardia* aparece pronto en la red; tan solo un año más tarde de la irrupción de *El Temps* –primero de los periódicos españoles en hacerlo⁴⁷ (Díaz

⁴⁷ Salaverría (2005, 9) en referencia a los que denomina “cibermedios” es decir, los medios de comunicación en internet, señala que el primero en su categoría pudo no ser *El Temps*, sino el Boletín Oficial del Estado, porque este pudo ser consultado de forma diaria desde principios de 1994. Sin embargo, hay dudas al respecto, si bien

Noci y Meso Ayerdi 1999, 20). Así, en 1995 comenzó su proyecto digital y en 1997 se constituyó *La Vanguardia Digital*, S.L. como empresa. Entre las fórmulas de negocio de lo digital, *La Vanguardia* también ha llevado a cabo sus propias experiencias, y en 2003 se iniciaba en la fórmula de pago; en este caso, de algunos de sus servicios.

2.1.1.4. Estructura empresarial

El fenómeno de la empresa familiar en el ámbito mediático es algo extendido no solo en España, sino también en Europa, América y Asia (Campos Freire 2007, 143). La fortaleza de la empresa familiar en el sector de la publicación de medios es enorme en España, y tan solo hace falta revisar los medios que hemos seleccionado en nuestro estudio para ver que ello es así (*El País*-Polanco; *ABC*-Luca de Tena, Bergareche; *El Mundo*- las italianas Rizzoli- Agnelli- Arnauld- Tosi y *La Vanguardia*-Godó). Los datos hablan por sí mismos. Señala a este respecto Campos Freire que:

En España quince empresas de propiedad familiar controlan el 95% de las cabeceras periodísticas que actualmente se editan a nivel estatal y más del 85% de la difusión de la prensa en general. (Campos Freire 2007, 144)

La familia Godó está vinculada a *La Vanguardia* desde sus orígenes como prensa de partido, y posteriormente fueron los artífices de su conversión a empresa periodística. Dicen en este sentido Fuentes y Fernández Sebastián (1998, 323) que se trata del “paradigma de la empresa familiar bien gestionada”. Como ya hemos dicho, en 1961 esta familia constituyó una sociedad anónima con el nombre de Talleres de Imprenta S.A. (TISA) que se convirtió en la editora de *La Vanguardia*, y en 1995, el diario inició su andadura en internet, para lo que se creó otra empresa específica, Iniciativas Digital Media S.L. La versión digital se denominaba *Lavanguardia.es* y en octubre de 2003 contaba con:

una parte dedicada a la actualización constante de las noticias, a la que se sumaban numerosas secciones que bien reproducían la versión impresa o bien publicaban informaciones propias, algunas de ellas de pago. (Salaverri et al. 2005, 132).

El Grupo Godó, como holding de la comunicación, se creó en junio de 1998 y, al igual que otras empresas de la comunicación españolas ha ido creciendo, internacionalizándose y diversificándose en los últimos años. El Grupo Godó de comunicación, perteneciente prácticamente en su totalidad a la familia Godó⁴⁸, cuenta

coincidimos con él en que, “(s)ea como fuere, parece que los meses finales de aquel año supusieron el pistoletazo de salida definitivo para la historia de los medios españoles en internet”.

⁴⁸ Baratech (20/05/2014) indica que hasta un 90,58% de la propiedad del Grupo Godó de comunicación es de la familia Godó.

en la actualidad con empresas en los siguientes sectores: Diarios (*La Vanguardia*, *Mundo Deportivo*) y publicaciones especializadas (*Vanguardia Dossier* y *Vanguardia Grandes Temas*); Revistas y suplementos del grupo: *Magazine*, *Historia y vida*, *Què Fem?*, *Cultura*s, *Tvmanía*, *Salud y vida*, *Guías QF*, y Monográficos especiales; Emisoras radiales: RAC I, RAC 105 FM y un porcentaje de Prisa Radio; Servicios audiovisuales: 8tv, RAC 105 TV, GDA Pro y Nueva Veranda; Productos digitales como: *LaVanguardia.com*, *MundoDeportivo.com*, *Yaencontre.com*, *EnMemoria.com*, *Anuncios Express* y *VivirVip.com*; de Publicidad: *Publipressmedia* y otras empresas de servicios, como son: CRE-A, Marina BCN Distribuciones, DYRSA y GDP⁴⁹.

2.1.2. ABC

2.1.2.1. Breve historia

En 2013, durante la celebración de sus 110 años de historia, el periódico *ABC* publicó una serie de artículos que permiten conocer más detalles y anécdotas de la historia del periódico fundado en 1905 por Torcuato Luca de Tena, el empresario sevillano que en 1890, interesado por el mundo de la edición, había marchado a Alemania para conocer la organización de la revista *Fliegende Blätter*. A su regreso, Luca de Tena crearía la revista *Blanco y Negro* (en 1891) y, pocos años después, el 1 de enero de 1903 haría lo propio con el *ABC* que, dadas las dificultades iniciales, se comenzó a publicar de forma semanal. A partir de junio de 1905 se convertiría en diario, adquiriendo así un nuevo compromiso temporal con sus lectores.

Como relatan Fuentes y Fernández Sebastián (1998, 172), el proyecto del *ABC* fue ambicioso desde el principio, por su profuso y moderno empleo de la fotografía, las características de su diseño, su tamaño, el tipo de reportajes que ofrecía a sus lectores, ... y para ello, no dudaron en ofrecer “generosas retribuciones a sus redactores – cincuenta duros al mes-, muy superior a la habitual en la prensa española del momento” (1998, 172).

Al igual que *La Vanguardia*, el *ABC* también fue ejemplo pionero de los primeros periódicos de empresa que comenzaban a asentarse en el país (Iglesias 1980, 59). Son periódicos que tratan de distanciarse definitivamente del periodismo ideológico y de partido que había caracterizado el periodo anterior y que tratan de conseguir que el medio subsista por sí mismo, lejos de vinculaciones políticas o nombres propios. Para ello, les dotan de una estructura empresarial y jurídica acorde con sus objetivos; buscan nuevas fórmulas de financiación que atraigan al público y también nuevos capitales en forma de anuncios, o accionistas que apoyen el proyecto, etc.

⁴⁹ Información obtenida de la página web del Grupo Godó: <http://www.grupogodo.net/actividades/index.html> . Actualizada, según informa esa misma web en el año 2013 y revisada el 02/06/2015.

Como señalara Iglesias (1996, 28), la consolidación de las empresas de prensa no hubiera sido posible sin otro tipo de cambios de tipo educativo y social, que permitieron que el ciudadano sintiera interés por la información, quisiera participar en la vida pública, y, deseara comprar periódicos, es decir, participara de la creación de opinión pública. Esto permitía incrementar los ingresos por venta imprescindibles, junto a la publicidad, para dar visos de continuidad a esas empresas periodísticas (Gifreu 1996, 83; Enguix 2015a, 65).

Luca de Tena fue un hombre muy innovador en los negocios periodísticos y en el ABC dio muestras de ello en muchos sentidos (Camacho 20/02/2011). Siguiendo la estela de su publicación hermana, *Blanco y Negro*, ABC primó el elemento gráfico en su diseño. Un ejemplo de ello fue la manera en la que introdujo la fotografía. Por otra parte, también utilizó un formato novedoso en la época, más reducido de lo habitual y un diseño nada usual. Para la captación de lectores, el empresario sevillano ideó estrategias curiosas, algunas muy criticadas por la competencia. Allí están los concursos con premio, los sistemas de cupones o bonos, la estrategia de suscripciones reembolsables o propuestas de captación de medios que iban más allá de la publicidad clásicamente entendida. En esta línea, en 1906 aparecieron las esquelas como producto de facturación, o los anuncios por palabras, para los que planteó nuevos criterios de facturación al cliente.

En 1909, y tras algunos que otros altibajos económicos que fue superando, Torcuato Luca de Tena constituyó la empresa *Prensa Española* con un capital inicial de 3 millones de pesetas (Iglesias 1980, 87). Esta nueva empresa se convertiría en la editora de *ABC* y *Blanco y Negro*, además de otros tantos proyectos periodísticos que el inquieto e innovador Luca de Tena puso en marcha: *Gente Menuda*, *La Mujer* y *La Casa*, *Actualidades*, *Gedeón*, *Los Toros*, *El Teatro* o *Ecos* son tan solo algunos de ellos.

En cuanto a su equipo de trabajo, ya en su época eran de sobra conocidos y aireados los elevados sueldos que pagaba a los redactores anónimos: ni más ni menos que 3000 pesetas, cuando el del resto de publicaciones rondaba las 1500, nos dice García Venero (*apud.* Iglesias 1980, 66), así como las ventajas en especie que ofrecía al personal de talleres. Eso sí, entre las cláusulas de los contratos incluía la imposibilidad de que estos pertenecieran a asociación de trabajadores alguna, con lo que el medio no se vio afectado por algunas de las huelgas de prensa más significativas de principios del XX. A cambio, les ofrecía algunos elementos complementarios al sueldo que no eran frecuentes en la época. Iglesias nos habla de la participación —con condiciones— en los beneficios, el incremento de sueldo según la antigüedad, servicio médico o farmacéutico en caso de enfermedad, pago íntegro del jornal durante períodos de enfermedad, seguro contra la vejez o préstamos sin interés. En esta dirección en 1918, los talleres de *Prensa Española* fueron los primeros en poder disfrutar de la jornada de 8 horas (Iglesias 1980, 100).

Prensa Española S.A. fue la editora del periódico hasta que en 2001 llamó a su puerto el *Grupo Correo* —editor de *El Correo Español/El Pueblo Vasco*— y ambas compañías se

unieron para dar lugar a *Vocento*, marca que se convirtió automáticamente en la nueva empresa editora del periódico.

Una idea del éxito del ABC nos la da el hecho de que solo ABC, junto a *La Vanguardia* y casi *El Liberal* de Madrid, consiguieron alcanzar los 100.000 ejemplares de tirada regular antes de la Primera Guerra Mundial (Seoane 1996, 55). Para hacernos una idea de su significado en el contexto español, diremos que tan solo en los años 20 algunos diarios volverían a superar esa cifra (*ABC* y *La Vanguardia* se seguían ubicando entre estos)⁵⁰.

2.1.2.2. Principios ideológicos

Ideológicamente, ABC siempre ha tenido un perfil más bien liberal y conservador (Olmos 2002, 684), y ha sido claro defensor del catolicismo y la unidad de España. Pero ante todo se ha manifestado como adalid de los valores monárquicos, lo que ha sido una tradición a lo largo de su más de un siglo de historia (Iglesias 1980; Fuentes y Fernández Sebastián 1998; Canel 1999; Olmos 2002; Pizarroso Quintero 2010). Aun así, siempre ha reivindicado su independencia:

ABC –vamos a verlo a continuación (sic)- se proclamó siempre periódico independiente, a la vez que monárquico-liberal. Sus contradictores le negaron, casi por sistema, la primera parte de la declaración, y en medio de las pugnas políticas no llegaron a admitirla o reconocerla. El apoyo al ideal monárquico, en cambio, resultaba más evidente: nadie lo puso en duda. En cuanto a la postura liberal, sí que fue puesta en entredicho en diversas ocasiones. (Iglesias 1980, 104-105).

Y algunos de estos principios se mantienen incólumes hasta el día de hoy. No hay más que echar un vistazo a algunas de las recientes Memorias del grupo Vocento para comprobarlo:

ABC refuerza la potencia de su marca defendiendo los valores cristianos, el rico acervo cultural, la unidad nacional y la Monarquía parlamentaria y constitucional (VOCENTO 2010).

Lo cierto es que la vinculación de liberal sagastino de su fundador, coleó durante mucho tiempo para sus críticos, aunque ABC no cesó nunca de reivindicar su independencia de cualquier grupo político. En un artículo de 1999, Gunther, Montero y Wert informaban sobre una investigación del CNEP del año 1993, en la que se especificaba que:

⁵⁰ Somos conscientes de la dificultad de conocer con fiabilidad cuál era la tirada de los medios, tal y como han manifestado los trabajos de Seoane (1996), por las estrategias que utilizaban los medios para abultar estos mismos datos.

ABC has a much more clearly partisan profile, with 60 percent of its readers (n=38) regarding the conservative daily as having a partisan bias, and half of its readers specifying that the Partido Popular was the favored party. These biases were confirmed by a systematic evaluation by a trained coder of newspaper articles dealing with the 1993 campaign. (Gunther, Montero, y Wert 1999, 19)

Aproximándonos a fuentes más recientes, encontramos que Reig y Mancinas Chávez (*apud.* Reig 2011, 209) subrayan diferentes tendencias de los principales medios de comunicación en las elecciones generales españolas de 2008, para los cuales *El País* respondía a una tendencia PSOE, y *El Mundo* y *ABC* actuaban apoyando propuestas del PP. Eso es algo que *ABC* ha reconocido en sus propias páginas, si bien indicando que su proximidad al PP no es incompatible con el ejercicio de la crítica (*ABC* 10/11/2013).

2.1.2.3. Estructura organizativa actual

Hacer un repaso a la historia de *ABC* es recorrer los textos de algunos de los mejores escritores y periodistas de los siglos XIX y XX en España. En sus páginas han escrito Azorín, Wenceslao Fernández-Flores, Emilia Pardo Bazán, Ortega Munilla, Mariano de Cavia, D'Ors, Pérez de Ayala, Juan Ramón Jiménez, Maeztu, Blasco Ibáñez o Manuel Machado, entre muchos otros.

En cuanto a la dirección del medio, su larga trayectoria vital hace que sean ya más de una quincena los directores que han llevado las riendas de esta publicación. El primero fue su fundador, Torcuato Luca de Tena y Álvarez Ossorio, quien permanecería en ese cargo hasta su muerte, el 15 de abril de 1929. Los siguientes fueron:

- Juan Ignacio Luca de Tena y García de Torres, desde el 15 de abril de 1929 hasta marzo de 1936.
- Luis Martínez de Galinsoga de la Serna, desde el 31 de marzo de 1936 hasta el 20 de julio de 1936.
- Augusto Vivero fue director de *ABC* desde el 25 de julio de 1936 hasta el 13 de agosto de 1936.
- Elfidio Alonso Rodríguez fue director de *ABC* desde agosto de 1936 hasta el 7 de noviembre 1936.
- Mariano Espinosa fue redactor jefe en funciones de director de *ABC* desde noviembre de 1936 hasta el fin de la guerra civil.
- Juan Ignacio Luca de Tena y García de Torres, tras la guerra volvió a la dirección, que ocuparía hasta que se marchó a su nuevo destino como embajador de Chile en 1940, para el que fue nombrado por Franco.

- José Losada de la Torre⁵¹, quien fue director de ABC desde el 11 de enero de 1940 hasta el 21 de febrero de 1946.
- Ramón Pastor Mendivil, ocupó ese cargo desde el 22 de febrero de 1946 al 12 de octubre de 1952.
- Torcuato Luca Tena y Brunet, del 13 de octubre de 1952 a septiembre de 1953.
- Luis Calvo Andaluz fue director de ABC desde septiembre de 1953 hasta octubre de 1962.
- Torcuato Luca Tena y Brunet, volvió a la dirección el 5 de octubre de 1962 hasta el 6 de marzo de 1975.
- José Luis Cebrián Boné, desde marzo de 1975 hasta el 5 de octubre de 1977.
- Guillermo Luca de Tena y Brunet, director de ABC desde octubre de 1977 hasta el 12 de enero de 1983.
- Luis María Ansón, el posteriormente fundador de *La Razón* fue director de ABC desde el 13 enero de 1983 hasta el 16 de junio 1997.
- Francisco Giménez-Alemán, director de ABC desde junio de 1997 hasta el 9 de septiembre de 1999.
- José Antonio Zarzalejos fue director de ABC desde septiembre de 1999 hasta el 9 de septiembre de 2004.
- Ignacio Camacho, desde septiembre de 2004 a septiembre de 2005.
- José Antonio Zarzalejos⁵² regresó a la dirección en septiembre de 2005 hasta febrero de 2008.
- Ángel Expósito Mora, quien en febrero de 2008 dejaba la dirección de Europa Press para convertirse en director del ABC, cargo que ocuparía hasta septiembre de 2010.
- Bieito Rubido Ramonde, dejó su cargo como director editorial de Medios Regionales de Vocento para ocupar el cargo de director del ABC.

Desde sus orígenes, ABC ha sido un periódico innovador en lo tecnológico y lo formal. En el último trimestre de 1995 puso en marcha su proyecto de periódico *online*,

⁵¹ Fue Serrano Súñer, Ministro del Interior, quien impuso a este periodista como director del diario, si bien Juan Ignacio Luca de Tena prefería a Francisco de Cossío (Sinova 1989, Olmos 2002).

⁵² Algunas destituciones, como en este caso la de José Antonio Zarzalejos, ha dado pie a páginas que forman ya parte de la intrahistoria del periodismo y las tortuosas relaciones entre periodismo y política. En este caso, recientemente Zarzalejos publicó un libro en el que explicaba los motivos y las personas que condujeron a su destitución como director del ABC (Zarzalejos 02/05/2010).

directamente en Internet. Al igual que ocurría en otros periódicos, el buque insignia de *Prensa Española* en aquel momento había barajado otras opciones informáticas, pero fue el adjunto al consejero delegado de Prensa Española, Guillermo Olivie, quien se decantó directamente por la versión en Internet, que luego es la que, como sabemos, triunfó como fórmula de trabajo para la prensa *online* (Salaverría coord. 2005, 29).

Así, en 2010 se puso en marcha un ambicioso proyecto de rediseño que afectó al aspecto formal de la publicación y su estructura. En junio de ese año, y siguiendo las tendencias marcadas por otros medios, cambió su imagen no solo en el diario en papel, sino también en la versión web y las versiones existentes para dispositivos móviles (VOCENTO 2010). El rediseño fue realizado por el estudio de Alfredo Triviño, quien ya había colaborado con Vocento anteriormente (233grados.com 10/06/2010).

Siguiendo la estela histórica del diario, la parte gráfica fue especialmente tenida en consideración, pues el diseño incorporó más elementos gráficos en su edición en papel, con fotografías a mayor tamaño, dibujos, fotonoticias e infografías. Se trató de un rediseño integral, que no solo abarcó la parte formal del diario, es decir, la maquetación, o incorporación de recursos multimedia, etc., sino también la nueva estructura organizativa del trabajo, siguiendo una estrategia aplicada ya por muchos medios; una técnica, según López et al. (2008, 209) que:

consiste en situar a Internet como eje editorial y centro de operaciones del conglomerado de empresas de comunicación. Esto implica pensar en la integración de las salas de redacción –la impresa y la digital- y en reforzar el campo multimedia de la edición digital y la participación de los ciudadanos en los dos productos –impreso y digital.

A partir de ese momento, ABC comenzó a realizar conjuntamente sus versiones para papel, versión *online* y dispositivos móviles. El planteamiento implicaba diferenciar los contenidos que se publican en el medio impreso y el *online* (VOCENTO 2013, 23), a la vez que integrar las plantillas de redactores de ambas ediciones.

La idea final, que se conseguirá en el transcurso de unos meses y gracias también a varios cursos de capacitación, es que las secciones sean "bimedia", es decir, que un único jefe lleve cada sección temática tanto en la edición en papel como en la digital y que sus redactores se sientan cómodos en ambos campos (233grados.com 04/03/2010). Con este objetivo se modificó hasta el mobiliario y la distribución de las sillas y mesas de los redactores, que a partir de esa transformación comenzaron a trabajar alrededor de una mesa circular y central:

Allí estarán sentados los subdirectores de Información, Internet y Cierre, bajo el mando de la directora adjunta de ABC Ana Isabel Pereda. Ellos serán los encargados de asignar recursos a cada historia y decidir, en cada caso, qué lenguajes utilizar y en qué plataforma publicar los contenidos, entre otros detalles. (233grados.com 04/03/2010).

En este proceso de mejora, ABC rediseñó y creó nuevas secciones (VOCENTO 2010) e incorporó nuevos canales temáticos, como los del *Real Madrid*, *Atlético de Madrid*, *Tecnología*, *Viajar* o *Defensa* (VOCENTO 2013). El contenido de sus ediciones también salió reforzado, sobre todo de las regiones que han sido más significativas para el ABC, como Sevilla o Madrid (VOCENTO 2010).

En este sentido, el ABC sigue esa doble tendencia apuntada por López *et al.* (2008, 190-191) para los medios digitales de apostar por lo global por un lado, pero también por lo local, entendiendo en este caso lo local como una aproximación a los mercados locales, y el interés del ciudadano por lo que ocurre en su entorno próximo, dado que:

los escenarios de proximidad se han convertido en estratégicos para los diarios que, en muchos casos, desean implicarse más en la vida local y buscar mecanismos que les permitan recuperar credibilidad. Por ello los principales grupos de comunicación españoles mantienen una estrategia muy orientada a los mercados locales.

En relación a las Comunidades Autónomas en las que se publica, es de reseñar la relevancia del ABC de Sevilla⁵³ en la historia y la trayectoria del diario. El ABC de Sevilla se viene publicando desde el 12 de octubre de 1929, con los mismos textos que la edición principal, pero mucho más exhaustivo en la información local y de proximidad.

ABC cuenta con siete ediciones regionales, que son: ABC Cataluña (se inicia en 1988), edición de Castilla y León y edición de la Comunidad Valenciana (ambas en 1990), edición de Canarias y edición de Galicia (ambas en 1999) (Bustamante coord. 2002), ello sin contar con el histórico ABC de Sevilla que, como hemos señalado, constituye la edición más relevante.

2.1.2.4. Estructura empresarial

Prensa Española S.A. fue durante casi un siglo la empresa editora del diario ABC. La escritura de constitución fue otorgada el 7 de enero de 1909 por Torcuato Luca de Tena, quien aportó todo el patrimonio a la nueva empresa. Como relata Iglesias (1980, 91), los inicios fueron en ocasiones muy duros y la inicial emisión de obligaciones hipotecarias ayudó a continuar adelante con el proyecto editorial, pero puso en muchas ocasiones en dificultades a la empresa, hasta el punto de que en algún momento, Luca de Tena declaró a sus allegados su intención de venderla. Sin embargo, *Prensa Española* continuó siendo controlada en su accionariado por los Luca de Tena hasta su extinción en 2001. Ese año se producía la absorción de *Prensa Española* por parte del grupo vasco *Correo* en casi un 79% de las acciones para formar una nueva empresa que adquiriría el nombre de *Vocento* (Alfonso Albornoz 2002, 143). Este nuevo grupo se convirtió de esa forma en el grupo editor de esta cabecera centenaria.

⁵³ Es especialmente importante la edición de Sevilla, lo cual tiene repercusiones en la elaboración del corpus, como veremos, especialmente al eliminar noticias duplicadas de la selección automática inicial.

Vocento reúne a un extenso número de publicaciones diarias, entre las que destaca ABC —su “buque insignia”— pero donde también se encuentran cabeceras regionales históricas como: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El Diario Montañés*, *La Verdad*, *Ideal*, *HOY*, *Sur*, *La Rioja*, *El Norte de Castilla*, *El Comercio* y *Las Provincia* o la agencia *Colpisa*. Pero se trata de un grupo multimedia con ramificaciones dentro del negocio del audiovisual y radiofónico, entre cuyas firmas se encuentran: *NetTV*, *COPE*, *Veralia*, *Boca a Boca producciones*, *euroTV* o *hillvalley* (VOCENTO 2013)⁵⁴. Como ya hemos indicado, la aparición de *Vocento* se enmarca dentro del fenómeno de concentración empresarial que ha caracterizado el ámbito mediático en España y prácticamente el resto del mundo occidental en las últimas décadas.

Por otra parte, y al igual que ha ocurrido con otros grupos editoriales, también *Vocento* ha tenido en su breve vida conflictos entre el accionariado, gran parte del cual pertenece a familias históricas del periodismo español, como son los Luca de Tena (ABC) y las familias Echevarría, Bergareche y de Ybarra (*El Correo Vasco / El Pueblo Español*). Así, 2011 fue un año difícil en lo económico y lo empresarial que condujo a algunos cambios en la organización de este *holding*, en concreto a la reducción de su Consejo de Administración, que supuso una nueva distribución de fuerzas entre las familias (Gómez 23/04/2012; Noriega 24/04/2012; Lardiés 19/02/2014). Además, las deudas contraídas por el *holding* con diferentes acreedores ha llevado a situaciones complicadas, como la venta de propiedades históricas y la puesta como garantía ante aquellos de algunas de sus cabeceras históricas (Forcada 26/02/2015, 09/03/2015, 12/06/2015). De hecho, entre las posibles opciones de salida a la complicada situación económica que desde hace años vive la mayor parte de los grupos de comunicación españoles, *Vocento* y *Unidad Editorial* —grupo editor de *El Mundo*— barajaron recientemente la posibilidad de fusión entre ambos grupos (Toledo 05/09/2014, 18/09/2014, 30/09/2014). La operación, llevada con gran sigilo, ocupó algunos titulares en prensa especializada, pero la realidad es que esa opción no llegó a buen puerto.

2.1.3. El País

2.1.3.1. Breve historia

En 1972 nacía un proyecto empresarial periodístico al que se vincularía con el proceso histórico que estaba por llegar, la Transición española; nos referimos a *El País*. Este periódico, que publicó sus primeras páginas el día 4 de mayo de 1976, fue fundado por el hijo del filósofo y escritor José Ortega y Gasset, José Ortega Spottorno, a quien acompañó en esas primeras gestiones Carlos Mendo y Darío Valcárcel (Castro Torres

⁵⁴ Los cambios en la propiedad de los medios son vertiginosos en los últimos años. No hay más que comparar las Memorias de *Vocento* de los años 2010 y 2013 para ver que esto es así. En esta información hemos optado por ofrecer los datos de *Vocento* presentados en su Memoria anual de 2013.

2010, 213). Tras inscribir la marca de *El País*, el 1 de agosto de 1971 en el Registro de la Propiedad Industrial, procedieron a constituir la empresa Promotora de Informaciones S.A. (PRISA), lo que hicieron el 17 de enero de 1972.

Reig (2011, 217) menciona entre sus fundadores o impulsores no solo a los ya mencionados, sino también a Manuel Fraga —gran amigo del ya nombrado Carlos Mendo—, Ramón Tamames (conocido profesor universitario y político, entonces en el aún ilegalizado Partido Comunista) y José María de Areilza (ministro de Asuntos Exteriores con Carlos Arias Navarro, fundador del PP, declarado monárquico y miembro de la nobleza). Seoane y Sueiro (2004, 18) nos indican que los tres primeros sumaron al proyecto a Juan José de Carlos y a Ramón Jordán de Urríes, quienes juntos constituyeron la entidad PRISA y fueron durante un tiempo los únicos componentes de los órganos sociales.

Según Miguel Ángel Aguilar (24/08/2010), Carlos Mendo fue el primer director *in pectore* del periódico que estaba por llegar, aunque para cuando recibió de las autoridades pertinentes la autorización para su publicación⁵⁵, el nombre ya era el de Juan Luis Cebrián⁵⁶. El retraso en esa autorización para su inscripción en el Registro de Empresas Periodísticas, que una y otra vez no llegaba, hizo que realmente *El País* apareciera con la Transición, en un momento de cambio y sin la mancha de haber participado en las políticas informativas dictadas por el régimen. Dice Mendo, en una entrevista realizada en 1999, que eran tres las tendencias políticas que confluían en el medio en sus orígenes:

(...) los reformistas de dentro del Régimen y todos los que creíamos que el Régimen se tenía que reformar, encabezados por Fraga y Castiella. Los monárquicos de Estoril representados por Darío Valcárcel y la vieja tradición liberal concentrada en torno a la Revista de Occidente con los intelectuales liberales que quedaban, como Julián Marías, que encabezaba José Ortega (Castro Torres 2010, 215).

Ya en los inicios del proceso, tanto Fraga como también los liberales orteguianos y otros, comienzan a mirarlo con recelo. El nuevo medio era una completa amalgama de tendencias políticas, si bien y paradójicamente dado su posicionamiento ideológico posterior, “no había nadie del PSOE” (Seoane y Sueiro 2004, 7).

La nueva empresa tuvo que realizar varias ampliaciones de capital para poder continuar adelante con el negocio periodístico, aunque ninguno de los nuevos accionistas en principio, superó el 10% del capital social. Quizá por ello, el conflicto entre las diferentes tendencias fue evidente desde el primer momento y se extendería hasta prácticamente el año 83. En ese año, Seoane y Sueiro, relatan lo que fue el proceso de

⁵⁵ Su inscripción en el registro oficial no fue posible hasta septiembre de 1975 (Castro Torres 2010, 213).

⁵⁶ Empezó su carrera periodística en Pueblo, con Emilio Romero, había formado parte del equipo fundador de Cuadernos para el Diálogo y posteriormente había formado parte del diario Informaciones, del que era subdirector en 1970. En febrero de 1974 es nombrado director de los Servicios informativos de TVE, donde estuvo unos meses y regresó a Informaciones, antes de asumir la dirección del nuevo medio (Seoane y Sueiro 2004, 52).

compra de un amplio número de acciones por parte de Jesús de Polanco a García Trevijano, quien llevaba un tiempo tratando de realizar una operación de control del periódico. Este movimiento de compra llevó a Polanco a convertirse en el accionista mayoritario de *El País* tras unos años de guerra más o menos abierta por el control accionarial (2004, 277).

Finalizaba así el primero de los cuatro períodos en que Rost, Bohigas y Repoll (*apud* Rost 2006) distribuyen la historia del periódico *El País*. Estas etapas serían:

1. La etapa de creación y consolidación del nuevo periódico (que abarcaría desde 1972 a 1984),
2. En 1984 daría comienzo su entrada en el mundo audiovisual, lo que acabaría en 1989.
3. En 1989 se produce la constitución de *PRISA* como holding y el inicio de su internacionalización (etapa que abarca según estos hasta 1999)
4. A partir de 1999 comenzaría su diversificación y un crecimiento espectacular (esa etapa se extendería al menos hasta el año 2001, en el que estos autores firman su comunicación).

Quizá a esta pudiéramos añadir una nueva etapa, que se corresponde con el último quinquenio, en la que *El País* ha vivido una profunda crisis económica, ha entrado con fuerza el capital extranjero, sumergiéndose en lo que Alcolea Díaz *et al* (2012, 33) han denominado “complejo sistema de “financiarización” y ha ampliado su internacionalización. Pero de ello hablaremos más adelante.

2.1.3.2. Principios ideológicos

El País ha contado siempre con el marchamo de ser el periódico de la Transición española por antonomasia, categoría que compartió con *Diario 16*, por ejemplo, pero que, con la desaparición de este último en 2001 le dio todo el protagonismo.

Gaitán Moya recuerda que el discurso editorial de *El País* siempre ha reivindicado la democracia, considerada indistintamente como “una forma de Estado, un régimen político, una forma o sistema de gobierno, incluso una forma de vida” en un planteamiento “identificable con la doctrina del capitalismo de rostro humano (la fórmula: *humanismo cristiano, socialdemocracia y liberalismo económico*)” (Gaitán Moya 1992, 150). Con su aparición surgió “una nueva forma de hacer periodismo en España” (Armentia, Elexgaray, y Pérez Fuentes 1999, 97).

José Ortega Spottorno explicaba en 1977 en estos términos el sentido que debía fundamentar esa nueva empresa periodística que ponían en marcha:

El País debe ser un periódico liberal, independiente, socialmente solidario, nacional, europeo y atento a la mutación que hoy se opera en la sociedad de Occidente.

Liberal, a mi entender, quiere decir dos cosas fundamentales: el estar dispuesto a comprender y escuchar al prójimo aunque piense de otro modo, y a no admitir que el fin justifica los medios. Liberal implica también en nuestro tiempo el reconocimiento de que la soberanía reside en el pueblo, es decir, en el conjunto de todos y cada uno de los ciudadanos, titulares de iguales derechos.

Debemos, pues, defender la democracia pluralista, ejercida mediante el sufragio universal, como el procedimiento menos malo inventado hasta ahora para el ejercicio de esa soberanía, la aceptación de los derechos fundamentales de la persona humana y la denuncia de cualquier clase de totalitarismos es la consecuencia ineludible de esta postura.

El País debe ser también un periódico independiente, que no pertenezca ni sea portavoz de ningún partido, asociación o grupo político, financiero o cultural, y aunque debe defender la necesidad de la libre empresa, y aunque su economía dependa del mercado publicitario, el periódico rechazará todo condicionamiento procedente de grupos económicos de presión. (PRISA 2014, 17).

Las circunstancias del momento hicieron que naciera ya en democracia, tras la muerte del dictador, algo de lo que se ha jactado en numerosas ocasiones, así como de defender los valores democráticos por antonomasia, si bien ello no le exime de una orientación ideológica que, desde los inicios le ha llevado a ser identificado con el PSOE (Vidal Beneyto 05/07/2004; Castro Torres 2010; Seoane y Sueiro 2004; Hallin y Mancini 2004) y ello pese a que, tal y como ya hemos mencionado, entre sus iniciales fundadores y accionistas no había ningún miembro de ese partido político.

Así, de la denominación de “periódico gubernamental” con la que lo tildaron sus críticos durante los años del PSOE en el gobierno, pasó a ostentar el de “azote” del gobierno popular de José María Aznar. De hecho, siguiendo a Seoane y Sueiro “La ya tradicional sintonía de *El País* con el PSOE se hizo más intensa tras la pérdida del poder por el partido” (2004, 509).

Sin embargo, hay otros muchos matices ideológicos con los que se han identificado sus páginas. Decía Vidal Beneyto en 2004 que la ideología de un diario de referencia:

*tiene como núcleos duros los valores y prácticas dominantes en la sociedad a la que pertenecen”, y *El País*, ya lo sabemos (Imbert y Vidal Beneyto 1986) cumple las condiciones para ser denominado “diario de referencia”.*

Y continúa:

En la Europa actual, se trata del corpus ideológico conocido como “pensamiento único”, cuyos componentes esenciales son el capitalismo de mercado, la democracia parlamentaria de partidos, el pluralismo limitado por la unanimidad de los medios y la opción social-liberal aplicada a los ámbitos social y de vida cotidiana. (Vidal Beneyto 05/07/2004).

El periódico de PRISA se ha mostrado liberal en lo económico, pero socialdemócrata en lo laboral. Ha sido favorable a la construcción europea y a la participación española en organizaciones internacionales, como la OTAN, pero a veces con tibieza y denuncia, por lo que se ha hablado de su “atlantismo moderado, discontinuo y, en ocasiones, crítico” (VidalBeneyto 05/07/2004). Es un periódico laicista, que ha defendido la separación entre Iglesia y Estado y que se ha pronunciado en contra de la pena de muerte, a favor de los derechos de la mujer (por ejemplo, de la despenalización del aborto y su adaptación a la normativa europea), a favor de una legislación civil en relación al divorcio, de las autonomías y una política familiar y sexual moderna (Seoane y Sueiro 2004). En una encuesta de 1993 que vio la luz en 1999, Gunther, Montero y Wert señalaban que:

El País was perceived by 62 percent of its readers (n=95) as objective and not favoring any particular party, but the great majority of those who perceived bias (30 of 36) believed it favored the governing PSOE. (Gunther, Montero, y Wert 1999, 19).

Sin embargo, en los últimos años han sido diferentes voces las que han apuntado a un cambio ideológico en su rumbo. Por un lado, ya Reig (2010) ha alertado de ciertas modificaciones en su estructura empresarial y las dificultades económicas por las que el medio ha pasado en los últimos años para renegociar su deuda, algo que resultó vital para su subsistencia pero que modificó ostensiblemente su accionariado. Por otro lado, compañeros de profesión han acusado abiertamente al diario de virar hacia la derecha (Sáenz de Ugarte 24/02/2014; Soteras 16/02/2014) y ceder a la presión de intereses económicos espurios (Ramos del Cano 2011).

2.1.3.3. Estructura organizativa actual

Desde su aparición, ya han pasado por la dirección de *El País* cinco directores. Ya hemos mencionado a Juan Luis Cebrián (1976-1988), el primer director, al que sucedió Joaquín Estefanía (1988-1993), posteriormente Jesús Ceberio (1993-2006), y desde 2006 y hasta 2014 Javier Moreno. El 4 de mayo de 2014 tomó las riendas quien hasta ese momento había sido el corresponsal en Washington de *El País*, Antonio Caño (Soteras 18/02/2014).

Volviendo a Rost, Bohigas y Repoll (*apud.* Rost 2006) lejos quedan esas cuatro iniciales etapas⁵⁷ que mencionaban para el periódico. En las últimas décadas, el diario ha cambiado para tratar de adaptarse a una nueva realidad que pasa por lo digital, la

⁵⁷ En 2004 Seoane y Sueiro plantean otro tipo de distribución. Desde 1971-1976 estaría la puesta en marcha del proyecto; 1976-1982, bajo el título de “*Aquellos maravillosos años*” evocan la salida del periódico y su éxito entre la prensa española, además de las guerras de accionistas que finalizarán con la compra mayoritaria de la familia Polanco del mayor paquete accionarial de PRISA; desde 1982-1996, *El País* en la era socialista, con marcada tendencia progubernamental y finalmente entre 1996-2000, *El País* se convierte en el periódico de oposición al gobierno, a la vez que toma parte decididamente en la “*guerra del audiovisual*”. Seoane y Sueiro (2004).

internacionalización y la búsqueda de la supervivencia económica en un entorno de crisis general.

Un año clave en esta reciente historia de *El País* fue 2007, momento del rediseño⁵⁸ de la versión *online*, que corrió de parte del equipo de Ally Palmer y Terry Watson, de Edimburgo (quienes ya habían trabajado en el rediseño de algunos grandes periódicos europeos, como *Le Monde* o *Politiken* (*El País* 14/10/2007). El que había sido “Diario independiente de la mañana” durante 31 años, cedió su subtítulo al de “Diario global en español”, en su interés por reflejar mejor el nuevo carácter internacional, que el medio se fijaba como objetivo. Ese mismo año, en septiembre de 2007, Lydia Aguirre había sido nombrada directora de *elpais.com*, la versión digital del periódico, siguiendo con la estrategia de diferenciación entre el periódico impreso y el periódico en papel que seguía hasta ese momento. Aguirre, junto a Vanessa Jiménez⁵⁹, fue la encargada de coordinar el proceso de integración de las ediciones digital e impresa del medio (*El País* 07/09/2007; *El País* 17/12/2009).

La redacción del diario vivió profundos cambios de nuevo en 2010 (PRISA 2010, 65). Ahora tocaba el momento de hacer una reorganización administrativa y profesional. Siguiendo la tendencia de los últimos tiempos, dicha reorganización condujo a la integración total de la redacción en un equipo periodístico que se encargaría de la elaboración de todos los productos digitales o analógicos bajo la misma marca, la de *El País* y en todos los soportes en los que se presenta, ya sea papel, *online* o versión para móviles y tabletas (PRISA 2011, 46). El objetivo final era virar “el centro de gravedad de la redacción: antes estaba en el papel, ahora está en lo digital”, siguiendo el modelo de *digital first* (PRISA 2012, 61).

Como señalan García, Clemente y López (2013), la convergencia de redacciones de la edición digital e impresa del medio se ha convertido en:

una de las medidas más habituales de adaptación a la nueva era del periodismo propiciada por Internet. (...) No es considerada, por tanto, como una mera maniobra empresarial destinada a incrementar la productividad y reducir costes, aunque el nuevo modelo implique en sí mismo la consecución de estos dos últimos objetivos, con las consecuencias que este hecho haya podido tener en los criterios de selección de personal y la composición de las nuevas salas de redacción. (García, Clemente, y López 2013, 143)

⁵⁸ El primer diseño de *El País* fue obra de Reinhard Gäde y, a juicio de Armentia Vizueté y Caminos Marcet (2003, 157) “supuso el inicio de la renovación formal de la prensa en España”. El nuevo periódico optó por el uso de la letra Times en gran parte de tipografía y se comenzó editando ya en offset y en formato tabloide, cuando gran parte de la prensa española del momento utilizaba rotativas tipográficas y el formato sábana. En este sentido Armentia Vizueté y Caminos Marcet (2003, 157) señalan que la influencia de *El País* en el resto de la prensa del país se tradujo en: la consolidación del tabloide como formato de la prensa de prestigio, la pauta de las 5 columnas, homogeneidad tipográfica, empleo de la cursiva en los titulares opinativos, distribución modular de las páginas, aparición de secciones como las de Sociedad o Cultura, la fotografía adquiere una nueva entidad por su mayor tamaño, uso de los recursos visuales de forma moderada (para separar claramente la prensa de prestigio en la que se sitúa el nuevo medio con la sensacionalista).

⁵⁹ Había sido nombrada también en septiembre de 2007 subdirectora de *elpais.com*.

Los cambios afectaron también a las secciones y, en la Memoria de 2012, se corroboran esas modificaciones. Así, apareció una nueva sección, la de *Política*, con autonomía propia y se reestructuraron temáticamente las de *Internacional, Sociedad, Cultura, Economía, Opinión, Tecnología, Televisión y Deportes* (PRISA 2012, 61). Como él mismo anuncia, si se desea entrar en algún número del periódico anterior al 7 de febrero de 2012, *El País* cambió:

su sistema de trabajo y publica sus informaciones y artículos de manera indistinta en la edición digital e impresa, por lo que podrá encontrar todo nuestro contenido en la Hemeroteca de EL PAÍS⁶⁰.

Esa reestructuración también afectó al sistema de trabajo de las ediciones autonómicas, existentes desde los 90 y que son las de Andalucía (1995), Cataluña⁶¹ (1982), Comunidad Valenciana (1995), Galicia (2006), Madrid (1993), País Vasco (1997)⁶². En 2015 este diario anunció el cierre de algunas de estas delegaciones.

2.1.3.4. Estructura empresarial

El *Grupo PRISA* sigue siendo la empresa editora del diario *El País*. En 1989 la inicial entidad *PRISA* se convirtió en un holding de empresas que derivó en otra empresa la publicación: *Diario El País, S.A.* (Sendra i Mestre 2011; PRISA 2008).

Rosique (2011) señala que el paso a la internacionalización de este grupo comenzó en el año 2001, con la adquisición del 100% de una editorial de libros educativos brasileña, *Moderna*. A partir de ese momento, *PRISA* continuó realizando multitud de acuerdos estratégicos con grupos de Colombia (2002), Argentina (2004), Los Ángeles y el sur de California (2005), Brasil (2005), Francia (2005), Chile (2006), Brasil (2008) y la República Dominicana (2009)(Rosique 2011, 5) que dan pie a hablar de esa internacionalización.

El 2010 fue un año de profundos cambios para el periódico, no solo porque entró en su capital la sociedad *Liberty Acquisitions Holdings Corp.* (PRISA 2011; Alcolea Díaz et al, 2012), sino también por la reestructuración organizacional que el periódico llevó a cabo. En 2015, es la unidad de negocio del *Grupo PRISA*, denominada *PRISA Noticias*, la que tiene este cometido. En esta unidad se integran también los diarios: *Cinco Días, As, El Huffington Post y MeriStation* y, como parte de *PRISA Revistas*, publicaciones como *Cinemanía, Car, Rolling Stone o ICON* (PRISA 2014).

⁶⁰ Ver cita en la Portada de la Edición Impresa del diario: <http://elpais.com/diario/>

⁶¹ La edición catalana apareció el 6 de octubre de 1982, dirigida por Antonio Franco. La idea era combinar los contenidos procedentes de Madrid y que se correspondían con la edición general del periódico, con noticias de proximidad.

⁶² Página web donde se encuentra información sobre las ediciones actuales de *El País*, en: http://www.prisabs.com/sopgrupos_soportes/index/12/seccion:soportes-diaros-suplementos Consultado: 15/03/2015

Tras la *Edición Global* que durante años ha mantenido *El País* en América (que se imprime y distribuye en Buenos Aires, México, Santiago de Chile, Santo Domingo o Miami), en marzo de 2014 puso en marcha su primera gran propuesta del año: la edición *online* americana de *El País*, a la que denominó *El País América*⁶³, y que es una edición diferenciada, orientada a captar la audiencia del público latinoamericano. En noviembre de 2014 anunció el segundo gran proyecto con vocación internacional: la edición en portugués de *El País Brasil*⁶⁴, con sede en Sao Paulo y también edición diferenciada del producto original.

La estrategia de crecimiento del Grupo PRISA en Latinoamérica, España y Estados Unidos, junto a su deseo de expansión en prácticamente todos los sectores de la comunicación (prensa, radio y televisión), se sitúan como algunos de los principales motivos de su enorme deuda, que se multiplicó por cuatro entre 2005 y 2006 (Almirón 2007, 115). Alcolea Díaz et al. (2012, 35) apuntan a las estrategias de “diversificación y concentración” como los motivos de esa situación de endeudamiento. Esa realidad, sumada a la incipiente crisis financiera y social que ya asomaba por el horizonte, hicieron que la situación no mejorara. Las cuentas presentadas a la CNMV correspondientes a 2009 señalaban que “sus beneficios se recortaban un 39,2 por 100 con respecto al año anterior (...) y su deuda al cierre de 2009 era de 4.857 millones de euros” (Serrano 2010, *apud.* Ramos del Cano 2011, 6).

La situación urgía encontrar una solución y esta vino de la firma de Martin E. Franklin y Nicolas Berggruen. El nuevo socio del Grupo PRISA es una SPAC (Special Purpose Acquisition Company), acrónimo con el que se denomina a un tipo de compañía que se encarga de buscar oportunidades de inversión a sus socios. Sin embargo, la estructura empresarial del grupo cambiaba de nuevo en 2012 con una nueva firma que daba entrada a un grupo de bancos acreedores, entre los que se encontraban Santander y HSBC (Toledo 06/06/2012), también lo hizo en 2014 (Lardiés 07/07/2014), y en 2015 todo anunciaba la entrada de capital qatari (Forcada 27/02/2015).

2.1.4. *El Mundo*

2.1.4.1. *Breve historia*

El más joven de todos estos medios impresos es *El Mundo del siglo XXI*, más conocido popularmente como *El Mundo*. Este medio comenzó su andadura el 23 de octubre de 1989 de la mano de Pedro J. Ramírez, su director hasta febrero de 2014, quien hacía poco había sido destituido de ese mismo cargo en *Diario 16*. Esta aventura editorial la comenzó el propio Pedro J. (nombre con el que se le conoce en el mundo

⁶³ Disponible en la dirección: http://elpais.com/elpais/portada_america.html?cp=2

⁶⁴ Accesible en la dirección: <http://brasil.elpais.com/?cp=3>

periodístico) junto a otros ex directivos de aquel medio: Alfonso de Salas, también destituido de su cargo de Director general de Inpresa, empresa editora de *Diario 16* y Director General del grupo⁶⁵; Balbino Fraga, Director General de Publicidad, y Juan González, Director General de Planificación⁶⁶. Este grupo, junto a otros miembros de *Diario 16*, que también abandonaron en ese momento, configuró la primera redacción del nuevo medio. Nos referimos entre otros a Francisco Umbral o Forges, a los que progresivamente se unieron Carmelo Caderot, Alfonso Rojo, Manolo Hidalgo, Melchor Miralles y Juan Carlos Laviana (García-Alonso Montoya 1995; Teruel Rodríguez 2006). Aquel grupo formó lo que fue la empresa editorial de la nueva cabecera, *Unidad Editorial*.

Una de las primeras decisiones tomadas por el grupo fundador fue que los inversores no superaran un porcentaje limitado de contribución al nuevo medio, fijado en un 10%, todo ello con la finalidad de preservar la independencia que tanto preocupaba a sus fundadores. Entre esos inversores estaban Pedro Ballvé, Francisco Gayá y personas cercanas al círculo de Alicia Koplowitz. También se unieron pequeños accionistas procedentes de las gestiones llevadas a cabo por las agencias de asesoramiento Asesores Bursátiles e Iberagentes, y mucha gente vinculada a los medios de comunicación, como Manuel Martín Ferrand, Luis Ángel de la Viuda, Antonio Herrero, José María García y Manuel Leguineche, junto a otras vinculadas al mundo del espectáculo, como Luis Eduardo Aute, Joaquín Sabina o Ana García Obregón (Teruel Rodríguez 2006, 77). Entre los inversores iniciales se encontraba también el tabloide británico *The Guardian*, con un 10%. En palabras de Pedro J. Ramírez, el objetivo era claro:

EL MUNDO será en la práctica de sus lectores porque el bloque promotor del periódico que es titular del primer paquete accionario y tiene encomendada la gestión del empeño lo integramos un largo número de profesionales, unidos por una idea común: el ejercicio del periodismo es un fin en sí mismo y no un medio para acceder a ninguna otra plataforma de lucro o vanidad social. (Ramírez 23/10/1989).

El límite de contribución fijado en un 10% impidió la entrada de algunos capitales, como el del Grupo Zeta. El segundo límite, como explica García-Alonso Montoya (1995) fue que:

todos los socios deberían destinar el veinticinco por ciento de su inversión a abonar las acciones liberadas que debían permanecer sindicadas en manos de los periodistas de EL MUNDO. El fin de ambas medidas era evitar que el control del periódico pudiera en ningún momento escapar a los criterios verdaderamente informativos de los redactores, en beneficio de otros intereses comerciales o políticos de los financiadores.

⁶⁵ La destitución se debió a desavenencias mantenidas con el editor de *Diario 16* y hermano de Alfonso Salas, Juan Tomás de Salas, en relación al tratamiento que el periódico debía dar a determinados temas, entre los que se encontraba los relativos a los GAL.

⁶⁶ <http://www.elmundo.es/sociedad/unidadeditorial/grupopromotor.html>

De esta forma, con una inversión inicial superior a la prevista y un apoyo de compañeros del oficio, *El Mundo del siglo XXI* vio la luz en octubre de 1989. La versión impresa del periódico apareció en 1996. Según Alfonso Albornoz (2005, 189), esta versión ha tenido dos grandes etapas: la que comenzó con su aparición en 1996 y la que se desarrolló a partir del 2000. La primera fue una etapa más de experimentación y la segunda es la del diseño actual. En el caso de *elmundo.es*, los contenidos son exclusivos de la redacción *online* del medio.

La historia de *El Mundo* ha ido durante muchos años de la mano de quien fue su primer director, Pedro J. Ramírez, un hombre de fuerte personalidad. Bajo su dirección, *El Mundo* publicó numerosas denuncias de corrupción que se convirtieron en denuncias de prácticas del partido en el poder, el PSOE. La fórmula periodística empleada en estos y otros casos fue la del periodismo de investigación, que les permitía llegar al quid de la cuestión en todos estos temas (García-Alonso Montoya 1995), si bien otros han criticado que lo que realmente hay detrás de todas estas denuncias son prácticas de una ética cuestionable.

El diseño original del periódico fue obra del director de arte del nuevo rotativo, Carmelo Diderot, salido también de *Diario 16*, quien tuvo poco tiempo para diseñar este nuevo medio. Una de las cuestiones que resaltaban era su formato, tabloide de mayor tamaño al habitual y la utilización de los recursos gráficos, con los que pretendía que el lector pudiera hacer una lectura rápida del periódico. En este caso, fue pionero, junto a *La Vanguardia*, en la introducción de la infografía en prensa, por la que obtuvo algunos importantes premios internacionales (García-Alonso Montoya 1995, 128).

En 2014 vio la luz un rediseño de la versión impresa del periódico, con motivo de la celebración de su 25 aniversario. En este caso, el logotipo pasaba de verde a azul y a alinearse a la izquierda, cambian los titulares y las tipografías, que son ahora en tipografía *sans serif*. Otra de las cuestiones más destacadas es el regreso de la sección de Sociedad y el impulso al cuadernillo EM2, que denominan:

un periódico dentro de otro con su propia portada, con una apuesta por los temas más sociales y reportajes propios que engloba las secciones de Sociedad, Ciencia, Cultura y Comunicación. (...)

"Lo que intentamos con EM2 es sorprender con apuestas informativas propias y un diseño y una edición muy cuidados, lo que supone una reivindicación de las posibilidades del papel", opina Pedro G. Cuartango, adjunto al director (EM2/Cultura). "Es una apuesta por la cultura de verdad, por aquella que no perecerá, frente a la moda, los intereses de la industria editorial o la frivolidad dominante. Hay que ir más allá de la actualidad o de lo obvio", en palabras de Javier Vidal, jefe de diseño (apud. El Mundo 19/10/2014).

En resumen, un cambio que *El Mundo* (19/10/2014) presentaba así:

La predominancia del color azul, una primera página más legible y versátil, un producto final más limpio y elegante, y la apuesta de dos periódicos en uno, con la potenciación

de EM2 -que incluye la recuperación de la sección de Sociedad-, son algunas de las señas de identidad de esta apuesta.

2.1.4.2. Principios ideológicos

Son numerosas las ocasiones en las que se ha indicado que la destitución de Pedro J. Ramírez en *Diario 16* fue debida a presiones gubernamentales por la publicación en este medio de noticias relacionadas con los GAL, si bien las versiones varían según el interlocutor (Teruel Rodríguez 2006, 75). Quizá por ello, es significativa la inclusión entre el articulado del Estatuto de Redacción de *El Mundo* (dentro del apartado de Principios ideológicos del medio) una cita en la que el nuevo medio se compromete a rechazar:

de modo tajante, la presión de cualquier persona, institución, o grupo político, económico, ideológico, o religioso, que trate de poner la información al servicio de sus intereses (El Mundo 1990).

En esta línea, la ya citada primera Carta del Director con la que Pedro J. Ramírez inauguró su sección el 23 de octubre de 1989, era también una clara declaración de intenciones:

*Nuestros propósitos iban encaminados a conseguir un periódico que fuera riguroso, influyente y sólido, pero a la vez ameno, fácil de leer e innovador desde el punto de vista formal. Además queríamos que respondiera a la idea del 'periódico de dos velocidades' en cuanto a los hábitos de lectura. Un periódico en el que por un lado se pudiera captar lo más importante a base de una mera lectura de los titulares -...-, pero que luego ofreciera, además, artículos de opinión, reportajes y entrevistas largas a los que quisieran hacer una segunda lectura más reposada. En definitiva, queríamos lograr que nuestro periódico fuera un 'quality paper' más ameno que *El País*, pero más serio y de mayor calidad que *Diario 16*. (Ramírez 23/10/1989).*

El Estatuto de Redacción aprobado por *El Mundo* en el año 90 presenta también varias ideas claves que sirven para entender sus principios fundacionales, entre los que se encuentran su intención inamovible de objetividad fuera de presiones políticas, su vínculo con el progreso técnico y científico y su defensa de la ciudadanía, "el equilibrio ecológico y el medio ambiente". Además, se declara:

un periódico progresista, comprometido con la defensa del actual sistema democrático, las libertades públicas y los derechos humanos recogidos en la Declaración Universal promulgada por las Naciones Unidas y en la Convención Europea de los Derechos Humanos.

Volviendo a la primera Carta del director, firmada por el carismático Pedro J. Ramírez, hay en concreto un párrafo relevante para entender la posición que el periódico

mantuvo con el gobierno socialista de Felipe González y que configuró su postura editorial. Criticaba allí su director la naturaleza actual de la democracia española; decía:

Creemos que la democracia española precisa de un profundo impulso regeneracionista que restituya a los ciudadanos el ejercicio práctico de la soberanía popular, secuestrada por las camarillas dirigentes de los grandes partidos y por los grupos de presión económica. Para ello abogaremos indismayablemente por la aplicación de medidas concretas que sirvan para llenar de contenido los derechos de participación política. (Ramírez 23/10/1989).

Y es que, tras su fundación en 1989, la postura del nuevo medio fue muy crítica con el gobierno socialista de Felipe González (Teruel Rodríguez 2006; Cotarelo 1996; Reig 2011). En la hemeroteca queda constancia de su denuncia de los casos de corrupción y uso excesivo de poder que salpicaron durante los 90 la política española y con los que criticaba la acción del gobierno socialista: caso Juan Guerra⁶⁷, caso GAL⁶⁸, caso Filesa⁶⁹, caso Roldán⁷⁰, caso Ibercop⁷¹ o las escuchas del CESIC⁷². El enfrentamiento llegó a ser de tal cariz, que ha dado lugar a una notable bibliografía (Sinova 1989; Esteban 1995; Palomares, 2005; Cotarelo, 1996).

A través de los personales y personalistas editoriales de su director y también de otros textos, *El Mundo* ha dejado siempre bien clara su opinión en cuanto a cuestiones políticas y sociales. Por ejemplo, a través de su publicación desde el año 1993 de varios especiales que recogen la iniciativa de defender la democracia constitucional realizando propuestas en esa dirección. Esos especiales han sido publicados en *El Mundo*, coincidiendo con elecciones celebradas en nuestro país y suponen una renovación de su ideario político a partir del diálogo con el lector. La iniciativa se ha abierto a la participación del lector, pero, como señalaban en su propuesta de 2011: “Las hemos considerado todas, pero hemos incorporado aquellas que se ajustan a nuestro ideario y nuestro proyecto intelectual” (*El Mundo* 01/11/2011, 3). En ellas se puede ver la progresión que en este sentido ha tenido el diario. Si para las elecciones generales del 14 de marzo de 2004 hablaban de “100 propuestas para la regeneración democrática”,

⁶⁷*El Mundo* presenta el caso en uno de sus especiales de la siguiente forma: “Juan Guerra abre despacho en el patio de monopolio”, por Francisco Rosell, <http://www.elmundo.es/especiales/2007/10/comunicacion/18elmundo/juanguerra.html>

⁶⁸ “El batallón de la muerte del ministro del Interior”, por Melchor Miralles, <http://www.elmundo.es/especiales/2007/10/comunicacion/18elmundo/gal.html>

⁶⁹ “La trama ilegal que usó el PSOE para financiarse”, por Agustín Yanel, <http://www.elmundo.es/especiales/2007/10/comunicacion/18elmundo/filesa.html>

⁷⁰ “Roldán tiró de la manta y contó interioridades”, por Antonio Rubio, <http://www.elmundo.es/especiales/2007/10/comunicacion/18elmundo/roldan.html>

⁷¹ “La corrupción del poder económico y sus amigos”, por Francisco Justicia, <http://www.elmundo.es/especiales/2007/10/comunicacion/18elmundo/ibercop.html>

⁷² “Los espías del Gobierno grababan hasta al rey”, por Juan Luis Galiacho, <http://www.elmundo.es/especiales/2007/10/comunicacion/18elmundo/cesid.html>

en 2011 se referían a “100 propuestas para defender y fortalecer la democracia”. En este sentido hay reivindicaciones coincidentes en el tiempo, como la reforma del sistema electoral o de los Estatutos de Autonomía, y otras que se ajustan a las circunstancias del momento. De cualquier forma, su lectura ofrece una muy amplia información sobre el ideario del periódico.

En relación a la educación, señalaremos las propuestas que presentó para las elecciones generales del 2011 en España:

- Pacto de Estado y recuperación de competencias en Educación
- Libre elección de lengua vehicular
- Cultura del esfuerzo y exámenes
- Recuperar las Humanidades y dominar el inglés
- Menos universidades y catálogo de titulaciones
- Calidad de la educación en la Universidad
- Libros de texto pagados por el Estado

2.1.4.3. Estructura organizativa actual

En el nacimiento de este nuevo diario estuvieron algunos nombres de periodistas de renombre que fueron afianzando el prestigio del periódico. Entre ellos se encuentran algunos columnistas que salieron de *Diario 16*, como Francisco Umbral o Gallego y Rey, y otros, como Raúl del Pozo, Luis Antonio de Villena, Martín Prieto, Carmen Rigalt o Antonio Gala, listado al que en los últimos años se han sumado otros muchos, como Victoria Prego, Raúl Rivero, Luis María Ansón, Isabel San Sebastián, F. Sánchez-Dragó, Federico Jiménez Losantos, Lucía Méndez o Arcadi Espada.

El Mundo del siglo XXI ha presentado hasta fechas recientes una doble estructura, si bien el diario *online* depende fuertemente de la edición impresa. Por un lado está el diario impreso, en la actualidad dirigido como ya hemos comentado por David Jiménez y, por otra parte el diario *online*, cuyo responsable es Agustín Pery, vicedirector responsable de *elmundo.es* y, dentro de la mancha actual de *El Mundo*, director adjunto encargado del área de Información⁷³. En la última remodelación del periódico de *Unidad Editorial*, se produjeron algunos cambios, pues además de Agustín Pery, Iñaki Gil y Pedro G. Cuartango fueron nombrados directores adjuntos: Gil como responsable de *Suplementos y Fin de semana*, y Cuartango del área de *Opinión*. En esos últimos cambios, Virginia P. Alonso, procedente del periódico gratuito *20 minutos*, se convirtió en la adjunta al director en el área digital (E.M. 29/06/2015).

⁷³ Datos todos ellos de agosto de 2015.

El Mundo, uno de los primeros diarios en estar disponible también en Internet (lo haría de forma completa hacia finales de 1995, pues antes había probado otras fórmulas) (Mas 2007), no contaba al principio con una redacción propia para esa versión *online*; tan solo dos personas se hacían cargo en exclusiva de ello, aunque contaban con la colaboración de la otra redacción (Salaverría coord. 2005).

En mayo de 2015 *Unidad Editorial* informó que comenzaba un proceso de reorganización de sus redacciones, que tenía como finalidad la reestructuración y adaptación al mundo digital de los equipos que forman parte de sus cabeceras, entre otras *El Mundo*, *Marca* y *Expansión*. El proceso, para el que se buscaría el consenso con todos los accionistas implicados, comenzaría el 1 de junio y tenía como fecha de conclusión el 30 del mes siguiente, julio (PR Noticias 29/05/2015).

Hasta ese momento, el sistema de trabajo era el convencional, en el cual los periodistas redactaban en primer lugar las noticias para el diario impreso y esas mismas noticias son las que luego aparecían en la edición electrónica. Sin embargo, el planteamiento del nuevo director y del grupo editorial incide en priorizar el medio digital (elconfidencialdigital 06/07/2015), de la siguiente forma:

los periodistas del generalista de Unidad Editorial redactarán sus noticias a lo largo del día para la versión web. Más tarde, la dirección decidirá qué textos se adaptan a la edición en papel y cuáles se redactan específicamente para el periódico convencional. La redacción comenzará a escribir las noticias para el papel a última hora de la tarde, para que salgan impresas al día siguiente. (PR Noticias, 29/05/2015).

Desde su fundación en el año 1989, *El Mundo* ha vivido dos grandes rediseños. La primera propuesta formal de este medio respondía a lo que en diseño se denomina “modelo híbrido informativo-sensacionalista” (Armentia Vizuet y Caminos Marcet 2003, 155), que se aplica a los diarios informativos pero que recurre a ciertos recursos formales de la prensa sensacionalista para destacar determinados textos. Veinte años más tarde llegaría el primer rediseño completo de *El Mundo*. Fue en el año 2009 y supuso cambios en el formato impreso y digital, si bien a juicio de algunos blogueros destacados del mundo del diseño, no fueron cambios tan radicales como prometía la propia publicidad que los anunció (Areso 11/01/2009; Fernández González 12/01/2009; Piqué i Fernàndez 11/01/2009; Oca 10/01/2009). De hecho, algunos diseñadores lo acusaron de aproximarse en lo formal a *El País*. Según informaba el propio diario en sus páginas, el rediseño destacaba el uso del color y las imágenes y modificó la tipografía, tratando de hacer un periódico muy visual y atractivo a la mirada del lector (elmundo.es 12/01/2009, 11/01/2009). Ese es uno de los aspectos que destacan parte de los responsables de ese rediseño, miembros del blog *En Caja Baja*, quienes señalaron que:

El nuevo periódico apuesta por una edición de la información mucho más directa y ágil, potenciando la imagen, hasta el punto de convertirla, si informativamente lo merece, en la piedra angular sobre la que recae todo el peso de la página. Los temas ahora son

más arrevistados, mucho más poderosos gráficamente, y los clásicos formatos modulares de composición se reservan para la cola de las secciones, de modo que el ritmo de las mismas (del que ya nos duele la boca de hablar aquí) es notablemente mayor y lo que es mejor, mucho más fácil de apreciar para el lector y de controlar para el maquetador. (Benito y Vidal 20/01/2009)

El otro rediseño de calado se produjo en octubre de 2014 y afectó exclusivamente al diario impreso. Su diseño había comenzado bajo la dirección de Pedro J. Ramírez, pero culminó con García Abadillo como director. En su presentación oficial, el medio hablaba de versatilidad y de necesidad de adaptación a la experiencia de lectura en diferentes formatos. Por otra parte, *El Mundo* potenció una sección, la de EM2, que a partir de ese momento engloba las secciones de *Sociedad, Ciencia, Cultura y Comunicación*. En esta ocasión también modificó alguna tipografía e incorporó el color azul como elemento singular de algunas de sus secciones. Según 233grados.com entre estos cambios se encuentran la introducción del color azul en la cabeceras y cambios en su disposición (pasó de utilizar el clásico verde al azul, y a aumentar su tamaño y alinearse a la izquierda), en la presentación de la firma del periodista de la noticia, en las cabeceras de las secciones, cambia la tipografía de los titulares y de la entradilla y la contraportada clásica, que tenía una disposición vertical, pasa a ser horizontal. (233grados.com 20/10/2014).

Esta nueva propuesta, dirigida por Rodrigo Sánchez, fue mejor recibida por el mundo del diseño profesional, y Areso (21/10/2014) señalaba a este respecto:

la evolución gráfica de El Mundo está llegando a un afortunado punto intermedio entre la disciplina del diario y la sorpresa de la revista, y el rediseño presentado el lunes es a la vez el remate final de un proceso iniciado hace meses y el inicio de un diseño asentado y sólido al que le esperan muchos días de gloria. (Areso 21/10/2014).

La dirección del medio impreso la ejerció desde sus inicios el periodista riojano Pedro J. Ramírez, pero en 2014 diferentes desencuentros con el grupo propietario y algunos otros contratiempos —que algunos⁷⁴ achacan a la intervención directa del gobierno de España— llevaron a su destitución. Lo sustituyó Casimiro García Abadillo, hasta entonces subdirector del medio, quien se hizo cargo de la dirección en 2014 y fue a su

⁷⁴Cf., por ejemplo, informaciones como las siguientes: [elconfidencialdigital.com](http://www.elconfidencialdigital.com) (07/10/2013) "El Gobierno maniobra para "cargarse" a Pedro J. Ramírez, domesticar a laSexta y mantener neutralizado El País", en: http://www.elconfidencialdigital.com/politica/Gobierno-Pedro-Ramirez-neutralizado-Pais_0_2139386041.html; [republica.com](http://www.republica.com) (30/01/2014) "Pedro J. señala al Rey y a Rajoy como culpables de su destitución en 'El Mundo'", en: <http://www.republica.com/2014/01/30/pedro-j-senala-al-rey-y-a-rajoy-como-culpables-de-su-destitucion-en-el-mundo/#> ; PR Noticias (06/04/2015) "La revolución digital de Unidad Editorial: nuevos fichajes, rediseño de expansión.com y microvídeos", en: <http://pnoticias.com/prensa/20139493-la-revolucion-digital-de-unidad-editorial-nuevos-fichajes-redisen-de-expansion-com-y-microvideos> ; [elconfidencialdigital](http://www.elconfidencialdigital.com) (10/08/2015) "Pedro J. Ramírez prepara un 'otoño caliente' contra el Gobierno Rajoy" en: http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Pedro-Ramirez-caliente-Gobierno-Rajoy_0_2541345845.html y Maraña (01/02/2014): http://www.infolibre.es/noticias/opinion/2014/02/01/diez_apuntes_una_postdata_sobre_cese_pedro_13050_1023.html

vez cesado el 30 de abril de 2015⁷⁵, dejando el cargo en manos de David Jiménez (E.M. 30/04/2015), quien en esos momentos disfrutaba de una beca Nieman de la Universidad de Harvard en Estados Unidos, pero que había estado vinculado al periódico desde prácticamente sus inicios en esta profesión (Jiménez 30/04/2015).

El objetivo de *Unidad Editorial* con estos cambios era una renovación estructural del medio, en la que primara lo digital. Así lo presentó el presidente ejecutivo, Fernández Galiano, a los trabajadores de *El Mundo*, en el correo que les envió anunciándoles el nuevo nombramiento:

El nombramiento de David supone un impulso al proceso de transformación digital de El Mundo que venimos desarrollando entre todos desde hace dos años. (elconfidencialdigital.com 30/04/2015)

Si bien ya en el corto período de García Abadillo como director se había llevado a cabo un rediseño del periódico y se había reorganizado la redacción, a partir del nombramiento de Jiménez se han emprendido una serie de acciones conducentes a modificar el sistema y la distribución de trabajo, como ya hemos señalado, con el fin de contribuir a ese “proceso de transformación digital”.

2.1.4.4. Estructura empresarial

Unedisa, fue la empresa editora creada para la publicación de *El Mundo*, que en 2007, tras su fusión por absorción del *Grupo Recoletos* (editor del periódico deportivo *Marca* y del diario económico *Expansión*), daría lugar a *Unidad Editorial S.A.*,⁷⁶ sociedad actualmente editora de este diario. No era la primera vez que ambas compañías, *Unedisa* y *Recoletos*, establecían vínculos, pues ya en 2000 tanto *Recoletos* como otra compañía española, *Telefónica*, aparecían como accionistas minoritarios del diario (Reig 2011).

Unedisa se formó en abril de 1989 para dar pie a la aventura editorial iniciada por el grupo de periodistas salidos de *Diario 16* y entre los que se encontraba Pedro J. Ramírez. Se formó con capital italiano principalmente, del grupo *Fiat-Rizzoli Corriere della Sera* (Reig 2011, 222). De igual forma, la nueva empresa formada por la absorción del grupo *Recoletos*, *Unidad Editorial S.A.*, es una empresa participada principalmente por socios italianos, pues pertenece mayoritariamente al grupo *RCS MediaGroup*. Por lo que

⁷⁵ Sería director de *El Mundo* durante 14 meses, desde la destitución de Pedro J. Ramírez hasta su propia (20 minutos 30/01/2014). El día 24 de mayo de 2015 se produjo su salida oficial. Este periodista llevaba vinculado al medio desde su fundación, pues al principio se incorporó como redactor jefe y corresponsal económico y poco después, en 1997, García Abadillo había sido nombrado adjunto al director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, y desde octubre de 2004 era Vicedirector de ese medio (eldiario.es 30/04/2015). Cf. PR Noticias (13/05/2015) “Casimiro García Abadillo será director de ‘El Mundo’ hasta el 24 de mayo”, en: <http://pnoticias.com/prensa/20141177-casimiro-garcia-abadillo-el-mundo>

⁷⁶ Más información en: “Unedisa ha muerto, viva Unidad Editorial” (*El Mundo* 03/07/2007).

respecta a la estructura empresarial de la versión digital, en un principio, y con la creación de *Elmundo.es* en 1995, se creó una empresa como editora del diario *online*, *Mundinteractivos S.A.*, que con reestructuraciones posteriores se integró también en el grupo *Unidad Editorial*.

Desde su creación en 1989, *El Mundo* había vivido un largo período de bonanza económica que se truncó inesperadamente en 2007, precisamente tras la compra de *Recoletos*. Según expresaba recientemente el presidente ejecutivo del grupo Antonio Fernández-Galiano, el problema no fue que la operación de compra estuviera mal diseñada, sino que nadie se esperaba la sorprendente crisis que estaba por llegar y que truncó el proyecto de expansión, no tan solo de esta sino de tantas otras empresas. Toledo (22/10/2014) da esta explicación:

Según las cuentas anuales consolidadas presentadas cada año por la compañía al Registro Mercantil, Unidad Editorial registró beneficios por más de 104 millones de euros durante todo el siglo XXI y hasta el año 2007, cuando se cerró una transacción que incorporaba al perímetro publicaciones como Expansión y Marca a costa de abonar 1.100 millones de euros. (Toledo 22/10/2014)

Desde ese momento, y al igual que ya hemos visto a propósito de otros medios, el proyecto de creación de un conglomerado mediático al estilo de *Prisa* o *Vocento*, que había comenzado en 2007, sufrió los envites de la crisis.

En cuanto a las marcas que forman parte de *Unidad Editorial*⁷⁷, algunas de ellas cuentan con algunas de las mayores audiencias entre su sector, por ejemplo el periódico deportivo *Marca* y el económico *Expansión*. También se encuentran otros de notable tirada, como *Diario Médico*, *Correo Farmacéutico* y *Estadio Deportivo*. Entre las revistas especializadas se encuentran *Telva*, *YoDona*, *Marca Motor*, *Actualidad Económica*, *el Cultural*, *La luna de Metrópoli*, *La aventura de la historia*, *Siete Leguas* y *Fuera de Serie*. Y dentro del sector radiofónico se encuentra el sello *Radio Marca*. El propio diario cuenta con productos específicos que han extendido su participación en el *ecommerce* y que beben de la marca principal. Como ejemplo están los portales *Mundovino.es*, *OchoLeguas.com*, *Suvienda.es* o *Latienda de elmundo.es*. Además, cuenta desde finales de 2009 con una edición para los hablantes latinoamericanos: *elmundo/america*, que hasta entonces contaba con una redacción en Miami, pero que ese año se eliminó. Sin embargo, el proyecto continúa a través de una red de corresponsales y coordinada desde la sede en Madrid (Toledo 29/12/2011).

En su proceso de diversificación y regionalización, en los 90 abrió delegaciones territoriales en España y algunas otras locales, en cooperación con medios ya existentes. De esta forma, fueron apareciendo las ediciones singulares de Madrid,

⁷⁷ Los datos han sido extraídos de la web de *Unidad Editorial*, que ha sido revisada el día 5 de junio de 2015. Dados los cambios constantes del mercado, estos datos se han modificado mucho en los últimos años. Por ejemplo, en 2000 Unedisa hacía realidad su deseo de contar con participación en un proyecto televisivo como *VeoTV*, televisión que en 2010 era ya totalmente de la compañía *Unidad Editorial* (Reig, 2011).

Cataluña, Andalucía, Baleares, Comunidad Valenciana, Baleares, País Vasco y Comunidad Valenciana. La delegación de Castilla y León, abierta en 1993, fue cerrada en el año 2013 y otras han seguido su estela, como las de Valladolid y León (PR Noticias 22/03/2012; elconfidencialdigital.com 19/03/2012). Galicia fue un caso diferente, pues la delegación digital se abrió en 2010 y no llegó a superar los dos años de subsistencia, pues cerró en 2012 (*El Mundo* 25/06/2010). Las ediciones regionales del medio *online* son las de Madrid, Andalucía, Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana y País Vasco.

En los últimos años, la crisis también ha hecho mella en las cifras de venta de este medio, y ello ha afectado la situación de la compañía, que ha debido recurrir a préstamos con sociedades vinculadas a la matriz (Toledo 08/02/2012, 12/09/2012).

Por último, y como ya hemos indicado al hablar del grupo *Vocento*, recientemente ambos mantuvieron conversaciones dirigidas a una integración entre los dos grupos, identificados con el segmento ideológico de centro-derecha (Reig 2011; Campos Freire 2007), que finalmente no dieron sus frutos⁷⁸. Los expertos en este caso explicaban las enormes deudas que ambas compañías mantienen y que dificultaban la operación por el significado que ello implicaba necesariamente en cuanto a cambios de accionariado.

⁷⁸ Sin embargo, a principios de 2015 algunos periodistas comenzaron a hablar de nuevas conversaciones entre *Vocento* y el grupo *Unidad Editorial*, dirigidas a lograr la fusión buscada un año antes (elconfidencialdigital.com 23/03/2015; 08/06/2015; Forcada 12/06/2015; Del Puerto 12/06/2015; PR Noticias 15/06/2015).

3. LA UNIVERSIDAD Y LA EDUCACIÓN EN LOS MEDIOS

A la hora de llevar a cabo cualquier investigación, el repaso a la bibliografía existente sobre esa temática se convierte en algo imprescindible y necesario. Lo cierto es que, parafraseando a Bernardo De Chartres, Isaac Newton, y tantos otros, para ver un poco más lejos —y por poco que esto sea— es imprescindible “subirse a los hombros de gigantes”, de aquellos que anteriormente han investigado, reflexionado, inferido y deducido acerca de esas mismas cuestiones.

La sociedad de la información hace fácil la búsqueda y localización de esos materiales, aunque lo difícil, enormemente difícil, es convertirlos en propio conocimiento. La sobresaturación de datos y textos nos obliga a seleccionar aquello que pensamos es más significativo para nuestro estudio y a jerarquizarlo para poder trabajar con ello.

Dada la naturaleza de nuestro tema de estudio, que desde el principio hemos concebido como la confluencia entre los estudios sobre el discurso y sobre la comunicación, vimos necesario hacer una revisión bibliográfica que abarcara ambas cuestiones, en su vinculación con las peculiaridades del tema de la universidad en nuestro país, y del discurso mediático sobre educación.

3.1. El tratamiento de la educación en prensa

En los años 90, en paralelo a los estudios de van Dijk sobre la carga ideológica presente en las noticias de la prensa y su afectación a los procesos cognitivos y psicosociológicos de creadores y receptores de la información, surgen investigaciones que analizan el papel de los media en la configuración de las políticas educativas nacionales. En 1993, Wallace publica un artículo novedoso en ese momento, que pone el acento en la acción de los media en la configuración de las políticas educativas; de hecho, parte de la idea de que “the significance of the mass media may have been underplayed in studies of the education policy process”.

Por otro lado, también señala:

Awareness of central government education policies among most members of the public is based on media coverage and the media are an important source of information for education professionals and other interested groups. (Wallace 1993, 322).

A partir de un programa televisivo de la cadena pública británica BBC, en el que la educación calificada como “progresista” es puesta en entredicho, Wallace nos habla de los procesos de autorización de la grabación, la producción del documental, y habla con el profesorado para reflexionar y cuestionar las prácticas y procesos que llevaron

a productores y periodistas a ofrecer una imagen parcial y negativa de ese tipo de educación. En un momento en el que el gobierno conservador se mostraba muy crítico con la misma, esto podría ser considerado una maniobra del mismo pero, aun consciente de que ello a veces ocurre, Wallace se muestra convencido de que ese papel no depende del deseo del gobierno o del poder en sus múltiples representaciones, sino que son otros elementos los que hacen que el periodista y/o el medio decida compartir la visión dominante o retarla. Prima, a su juicio, la ideología del medio en la creación informativa. Sin embargo, en una conferencia que presenta un año más tarde al *Annual Meeting of the American Educational Research Association* incide en el gran vínculo existente entre los media y el Estado, y su contribución para la estabilidad del sistema capitalista (Wallace 1994).

En el texto de 1993, Wallace enfatiza el papel de la creación y utilización de ideas preexistentes sobre la educación progresista —a las que denomina *mitos* siguiendo a Bailey (1977), en esencia simplificadores— y que se pueden utilizar como apoyo o crítica de una postura. El mito se convierte así en un elemento de distracción del contenido y los argumentos; la narrativización gana terreno a la argumentación.

Ese interés en entender la relación entre la prensa, la educación y el profesorado (de forma independiente o como conjunto) y las políticas educativas, tiene algunas manifestaciones en trabajos que van apareciendo en los siguientes años, como los de Baker (1994), Cunningham (1992) o Warburton y Saunders (1996). En esta misma línea se encuentra el artículo de Pettigrew y MacLure (1997) en el que presentan las conclusiones de un estudio sobre el tratamiento que la prensa hace del fenómeno de las *grant maintained schools* británicas (colegios públicos financiados por el gobierno central).

Al igual que nosotros, Pettigrew y MacLure toman la muestra de una base de datos, en su caso FT Profile —lo que les impide también analizar cuestiones tipográficas del paratexto, como la ubicación de la noticia o la utilización de fotografías— y analizan cuatro periódicos impresos (*Times*, *Daily Telegraph*, *Guardian* e *Independent*), en un período comprendido entre enero de 1987 y octubre de 1995. Son periódicos con ese marchamo de “de calidad” del que ya hemos hablado en apartados previos, lo que justifican al entender que son estos los que más espacio dedican a la educación y a las investigaciones que versan sobre la investigación educativa y la opinión de los expertos. Una de sus preocupaciones era el trato negativo que los gobiernos conservadores estaban dando a profesorado y educadores, trato que estaba teniendo reflejo en la prensa.

Trabajos previos ya habían incidido sobre ese tratamiento periodístico crítico con el profesorado (Esteve Zarazaga y Fracchia 1984; Baker 1994; Cunningham 1992; Warburton y Saunders 1996), y otros posteriores también lo harán tomen o no como objeto de análisis la prensa (Thomas 2003, 2005; Anderson 2007; Cohen 2010; Ulmer 2014). En España más recientemente se han hecho otros estudios (ASP 2012; Pérez-Díaz y Rodríguez 2013a, 2013b) que vienen a completar y ampliar desde un punto de

vista interdisciplinar y omnicompreensivo percepciones que la población española tiene sobre el profesorado. Entre estos destaca la investigación de Hansen (2009), quien ya a principios del s. XXI hace una amplia retrospectiva del tratamiento periodístico sobre el profesorado en titulares de prensa publicados entre 1991 y 2005 (su análisis incluye periódicos denominados “de calidad”, “populares” y “regionales”). El estudio permite ver una progresión que, si bien coincide con lo que aquellos otros artículos apuntaban en los años 80 y 90, es decir, un tratamiento informativo negativo de la figura profesional del educador, se va modificando con los años y mostrando progresivamente un trato de respeto y estima por esos profesionales.

La investigación de Ulmer (2014), radicada en los Estados Unidos, contradice este último estudio. Tomando como referencia las publicaciones de algunos de los más importantes periódicos estadounidenses que entre otros documentos publicaron los resultados de una evaluación de la actividad docente del profesorado de determinados ciclos educativos con nombres y apellidos⁷⁹, plantea la situación de vulnerabilidad en la que esta acción los coloca. El encuadre en el que los medios presentan estos datos, centrado a su juicio en las ideas de la responsabilidad, rendición de cuentas, evaluación, transparencia y medición cuantitativa de los resultados de su desempeño profesional, es cuestionado por Ulmer (2014). Señala que el marco interpretativo en el que se inserta el discurso de los medios es el del “*discourse of inadequacy*”, es decir, la crítica a la escasa adecuación del profesorado para cumplir correctamente su función, por lo que las críticas y el cuestionamiento de su trabajo es continuo. Por ello, propone al profesorado escapar de ese encuadre discursivo a través de su participación activa en estos y otros medios, y la utilización de contradiscursos (*counter-narratives*, Bamberg y Andrews 2004; Mutua 2008):

By facilitating the localized stories of teachers–practitioners, counter-narratives may serve not only to contrast with a discourse of inadequacy but also serve to deconstruct and disassemble the metanarrative of ineffective teaching itself. (...) Rather than remain within journalistic frames of conflict, teachers might instead find and enter hospitable public spaces, engage in policy conversations, and describe their craft, practice, and contributions to education within a variety of platforms. (Ulmer 2014, 8-9).

Regresando al estudio de Pettigrew y MacLure (1997) su amplitud temporal les permitió descubrir cambios progresivos en el comportamiento del medio, y vincularlo con acontecimientos y manifestaciones políticas específicas. Lo inusual de que el tema se mantenga vivo en prensa durante tanto tiempo lo justifican por su éxito en la creación de un discurso interno de contestación e inestabilidad continua, aspecto que daba pie a esa noticiabilidad sostenida. Entre sus técnicas, y al igual que nosotros

⁷⁹ Ulmer (2014) menciona que la iniciativa partió del diario *The Angeles Times* en 2010, pero otros periódicos publicaron datos similares de su Estado poco después, en 2012: *The New York Times*, *New York Post* y *Wall Street Journal*.

haremos, emplean el análisis del discurso, no solo aplicado a titulares, sino también a los textos completos.

La investigación presentada en MacMillan (2002) sobre un grupo de periódicos tabloides nacionales británicos es la ampliación de un trabajo previo del grupo de la *Loughborough University* dirigido por Edwards sobre “Information and Democracy”⁸⁰ (ESRC s.a.). En él, MacMillan subraya que la cobertura que esos tabloides hacen de los temas educativos es fundamentalmente sensacionalista y está marcada por creencias (prejuicios) presentes en esos medios acerca de la decadencia social y los problemas que generan la falta de normas y disciplina en la sociedad. Es decir, que estos medios enmarcan su discurso educativo dentro de una ideología social propia que comparten con sus lectores. En el artículo, MacMillan incide en el hecho de que los medios son los que crean el discurso acerca de la educación —y no el gobierno u otros organismos⁸¹—; un discurso que se inserta, se enmarca, dentro de otro macrodiscurso que es el que rige la postura del medio. MacMillan define ese discurso general con el nombre de “*sign of the times*” (o signo de los tiempos) marcado por la idea de declive social, ruptura con la disciplina y el orden o decadencia de los valores. Las informaciones y opiniones del medio sobre la educación se enmarcan en esta metanarrativa, de manera que cualquier excusa (cualquier anécdota) puede servir para incrementar ese tipo de noticias y, en el período analizado, estas llegan desde el colegio Ridings (Halifax); pero MacMillan habla precisamente de eso, de excusas, que sirven para analizar las informaciones sobre la educación y sus actores como síntoma o signo de declive y decadencia que marcan los medios, lejos de actores políticos o sociales. Dice:

An analysis of news reports in the national press produced a pattern of recurrent themes with reports on the behaviour and attitudes of school pupils, their parents, teachers unions, local authorities, and government, frequently illustrating what we subsequently termed a “sign of the times” metanarrative. This framed the news content in such a way as to comment on the state of society in general, and to provide an overview that inevitably supported the political and ideological message of the newspaper concerned. These views are based on fundamental assumptions through which the news media shape news reports. (MacMillan 2002, 29).

Si bien con importantes matices, el artículo de Warmington y Murphy (2004) también critica el tratamiento informativo simplista, predecible, ritualizado y basado en modelos fijos preestablecidos con que la prensa trata un tema educativo fundamental en Gran

⁸⁰ Se trató de una investigación de dos años (entre octubre de 1996 y septiembre 1998) que abarcó diez diarios, nueve periódicos dominicales, tres boletines vespertinos de noticias diarias y un programa de radio matutino diario. En él emplearon las técnicas del análisis de contenido y del discurso para conocer las temáticas, ciclos y patrones informativos de los medios. Más información en Golding (s.a.)

⁸¹ De hecho señala que, pese a que estos medios, según su investigación, llegan a utilizar entre un 43% y un 80% de notas de prensa gubernamentales o institucionales para dar pie a sus textos, las reelaboran de tal forma que les sirven como agenda informativa, pero modificada.

Bretaña, los *A-level exams* (o exámenes avanzados, los exámenes que hay que superar para acceder a la universidad u otros estudios superiores, una especie de “selectivo”). Crítica similar es la que presenta Stack (2006) respecto a las pruebas PISA 2000: simplificación y narrativización del mensaje.

En este análisis se repiten parcialmente algunos de los resultados de otras investigaciones de años anteriores y posteriores sobre el tema (Murphy y Warmington 2003; Warmington y Murphy 2003; Warmington, Murphy, y McCaig 2005) pues destacan que, pese a la existencia de matices, una de las denuncias más presentes es la del deterioro de los estándares de la prueba, idea que se convierte en uno de esos “mitos” señalados por Wallace (1993). De nuevo ellos hablan de “mitos” y de categorías polarizadas alrededor de las cuales se propicia el discurso mediático en torno al tema.

Warmington y Murphy (2004) también tratan otro tema frecuente entre los investigadores: la crítica que hacen profesores e investigadores de la materia al tratamiento que recibe el tema educativo en la prensa. La solución, a su juicio, pasa por un mayor conocimiento de los procesos de creación informativa, convenciones y necesidades de los medios y su participación individual o a través de organizaciones en ese proceso. Junto a estos, Cohen (2010) incidirá en esa necesidad de conocer los procesos de producción textual y los marcos de producción informativa que los periodistas emplean habitualmente en su trabajo, para poder reconfigurar las relaciones de poder establecidas. A juicio de Cohen (2010), y con ella coincide Ulmer (2014), la atención a los medios de comunicación convencionales no debe estar reñida con la utilización de otras formas alternativas de comunicación surgidas en los últimos años, en las que tanto profesorado como investigadores necesitan también hacer oír su voz.

La idea de un sistema educativo británico en crisis llegó a ser motivo de un simposium que, con el título *The Real and Imagined Crisis* se realizó en 2004 dentro de la Conferencia BERA (*British Educational Research Association*). Sin embargo, no es algo exclusivo de Gran Bretaña, pues esa idea pervive en gran parte de la bibliografía, principalmente anglófona, que analiza el tratamiento informativo recibido por la educación pública de finales del s. XX y principios del XXI (Blackmore y Thorpe 2003; Thomas 2003; Warmington y Murphy 2003, 2004; Warmington, Murphy, y McCaig 2005; Anderson 2007; Cohen 2010; Gardin 2015). Los sucesivos intentos de reformas educativas hacia sistemas educativos más competitivos, de cariz neoliberal, donde priman las ideas de excelencia y calidad sobre las de equilibrio social parecen ser el motivo; hemos reflejado esta problemática al hablar de las sucesivas reformas de leyes educativas en nuestro país.

Blackmore y Thorpe (2003) recurren a Luhmann para entender la acción de los media como activos participantes en la construcción de las políticas educativas a través de dos acciones: la problematización de los asuntos, y el planteamiento de la resolución de los mismos. A través de ese tipo de discurso los media consolidan su papel social. El artículo reivindica el papel de los medios como mediadores (*mediat-ing*) entre las

instituciones educativas, gobiernos y audiencias; median porque privilegian unas perspectivas ideológicas y no otras, porque reelaboran y transforman los iniciales discursos.

El planteamiento y el análisis en sí no distan en exceso de lo analizado en trabajos anteriores, pues lo que Blackmore y Thorpe (2003) plantean es que los medios durante los 90 se convirtieron en transmisores de los discursos dominantes de la Nueva Derecha⁸² utilizando precisamente esos dos criterios: problematizando los asuntos relacionados con la educación (calidad del profesorado, tipo de alumnado, alfabetización, estándares, rankings, etc.), y sugiriendo las soluciones plausibles. De nuevo aparecen las dualidades o conflictos en la representación mediática, la simplificación de los discursos, la narrativización; la polarización discursiva servía a esos fines.

Su investigación tiene como protagonista la política australiana del gobierno neoliberal de Kennett (en Victoria), primero durante su campaña en la oposición y posteriormente en el gobierno. Consideran que los medios contribuyeron a forjar una nueva identidad del profesorado y a movilizar la atención de todos los actores educativos hacia aspectos concretos de esos procesos, mostrando qué constituía un asunto de interés educativo y cuál era, en cada caso, la solución deseable. Sin embargo, en su análisis Blackmore y Thorpe anotan el hecho de que los medios tienen sus propios intereses económicos, sociales y políticos, y que su acción responde a ellos, y no a ningún otro interés político; pese a ello, ponen de manifiesto que, en esa ocasión particular, el gobierno de Victoria supo actuar con los medios de forma que anuló su capacidad crítica y de reacción o contestación.

Blackmore y Thomson (2004, 314) vuelven a incidir en ese papel de los medios como reproductores de la ideología dominante; “Media is complicit in the (re)production of privilege”, señalan. Incluso aun deslizando críticas a ese discurso, estas simplemente son el elemento que les permite hablar de una postura de “equilibrio” o “neutralidad”. Blackmore desde Australia y Thomson desde Reino Unido, construyen y ponen en común su análisis del tratamiento en prensa recibido por la educación y, muy especialmente, los directores de los centros, pieza destacada por los periodistas en los últimos años. Quizá este aspecto sea el más destacado del artículo, el protagonismo adquirido en prensa por la figura del director, tanto para celebrarlo como para demonizarlo como responsable de los males que aquejan a la educación: “There has been an individualization of responsibility that puts the head at the centre of schooling” (Blackmore y Thomson 2004, 316). No deja de ser esta una táctica eficaz de simplificación del mensaje acerca de la educación, en este caso a través de la

⁸² El movimiento de la Nueva Derecha en los principales países anglófonos, como son Estados Unidos, Reino Unido y Australia, puso en marcha políticas de privatización de la gestión de la educación y llevó a cabo la reestructuración de la educación pública. Esta reestructuración se caracterizó en la mayor parte de las ocasiones por la privatización de colegios o institutos, o parte de su gestión, el tratamiento de la educación como un producto, la profesionalización del gobierno y la administración de este tipo de instituciones y desde los gobiernos se favoreció la creación de instituciones privadas.

personalización de los bienes y males que le aquejan en una sola figura, convertida en protagonista del relato (un recurso que en nuestro análisis analizaremos en la estrategia predicativa).

En esa misma línea de investigación de las estrategias de comunicación utilizadas por algunos gobiernos en las últimas décadas se encuentra el artículo de Franklin (2004) sobre el gobierno laborista de Tony Blair. En él, denuncia estrategias que recuerdan otras seguidas por gobiernos de nuestro entorno no necesariamente en relación a la educación, si bien este es el tema que centra su investigación. La relexicalización de términos, el uso de sinónimos benignos o, lo que podríamos calificar de redesignaciones léxicas eufemísticas, el reempaquetado de la información (presentación como novedoso de algo que no lo es, pero que se “vende” como tal), el uso de fondos públicos para dar publicidad a sus políticas, la utilización de programas de entretenimiento para llegar a nuevas audiencias, la pretensión de incorporación de mensajes en los guiones de series o programas de entretenimiento, el uso de extractos o fragmentos simplificados y simplificadores frente a un discurso complejo y completo sobre la materia, son algunas de las estrategias anotadas por Franklin para describir lo que denomina ‘Packaging of politics’ (Franklin 1994, 2004). Ungerleider (2006), por su parte, propone el término de “message box”⁸³; es decir, el gobierno empaqueta la información para el consumo de los medios y las audiencias, dejando poco margen a la interpretación o la crítica.

El artículo de Stack (2006) acerca de la presentación de las pruebas PISA⁸⁴ en algunos medios canadienses⁸⁵, ya mencionado anteriormente, incide en el discurso neoliberal presente en la cobertura que la prensa hace de esos resultados, que se basa principalmente, según pone de manifiesto, en notas de prensa y fuentes gubernamentales que *enmarcan* el discurso que servirá de interpretación para la audiencia. En lugar de reproducir ese marco elegido por las instituciones, los media podrían optar por contextualizar esos resultados y vincularlos con las políticas educativas desarrolladas por los gobiernos pero, según indica, han eludido esta función: “around the results of the PISA, government sources dominated” (Stack 2006, 65).

Stack (2006) denuncia que la estadística se ha convertido en instrumento de poder, utilizada por los medios en estas y otras tantas pruebas de manera que su simple uso ya parece introducir un valor de verosimilitud y realidad a los resultados; observaciones similares encontramos en análisis de otro tipo de discursos (Van Dijk

⁸³ Dice Ungerleider (2006, 71) que “message box”, se refiere a “communicating messages consistent with government’s position on the issue or topic at hand. Staying within the box means communicating clearly the main message and avoiding comments that deviate or distract from the message government wishes to convey”.

⁸⁴ Desde Latinoamérica, el Grupo de Trabajo sobre Estándares y Evaluación (GTEE) de PREAL mostró su interés en este mismo tema y, con la finalidad de facilitar la interpretación de los resultados de estas pruebas de evaluación a los medios, elaboró un informe. El firmante del informe (Ravela 2003) señala los continuos errores que se producen en prensa en la presentación de los datos y, sobre todo, la fijación de los medios por destacar principalmente el aspecto negativo de los resultados (algo propio de los medios también en otros campos).

⁸⁵ Estos medios son el *National Post* y el *Globe and Mail*.

2005b; Gallardo 2014). Pero a esos datos, pretendidamente objetivos, les falta la contextualización y la interpretación, que solo los expertos pueden ofrecer para hacer una lectura completa e informada de los mismos:

Statistics are presented as an objective measure of progress; yet who decides whether it is important that a child learns marketable skills, or that a child is accepting of diverse ways of being and knowing, is based in power relations. So, too, are the statistics that become the common sense framework of how policymakers discuss the various and competing purposes of education as well as the performance of the education system. The issue is not statistics or testing but the interpretation of them. The issue is that statistics provide the media with a simple mechanism of appearing to report reality, which is made into a story with the use of emotional anecdotes and/or expert quotes that lend verisimilitude to the numbers. (Stack 2006, 64).

Siguiendo a Stack (2006), también Ungerleider (2006) subraya el carácter neoliberal de la mayor parte de los medios canadienses, que se ha manifestado entre otras cosas en su crítica voraz a la escuela pública, sobre la que han cuestionado su mal uso de fondos públicos y escasa eficiencia. Varios estudios anteriores, realizados en otras latitudes (Baker 1994; Cunningham 1992; MacMillan 2002; Blackmore y Thomson 2004) habían señalado eso mismo y Ungerleider (2006) incide en esa visión parcial de los medios.

Los artículos de Ungerleider (2006) y Levin (2004) son interesantes porque ofrecen una visión inusual. Ambos son investigadores educativos que han desarrollado cargos políticos y han debido tratar con la prensa, por lo que sus investigaciones posteriores están marcadas por esa experiencia personal. Desde este conocimiento experto y realista, ambos han señalado la difícil relación entre medios y gobierno. Levin (2004) subraya la sensación de incompreensión mutua existente por ambas partes, políticos y medios. Aunque al igual que otros autores, critica la acción simplificadora de los media en la generación de discursos educativos (Wallace 1993; Blackmore y Thorpe 2003; Warmington y Murphy 2004; Stack 2006), su interés por la espectacularización (Anderson 2007), y por el relato de los acontecimientos a corto plazo, Levin reivindica que la educación no recibe un tratamiento exclusivamente negativo por parte de los medios. Aun cuando critica prácticas concretas del periodista en busca de una cobertura sensacionalista, basada en el conflicto, los errores e interpretaciones sesgadas, reconoce la existencia de otro tipo de tratamiento informativo y lo reivindica, en pro de la importancia de los media en nuestra vida democrática:

My hope would be to find ways to focus more media attention, and, therefore, more public attention, on issues of long-term importance, in ways that build public understanding and contribute to healthy political debate on things that matter. Strengthening the media contribution in these areas would be a service to us all, even if it did make the lives of politicians and civil servants more difficult. (Levin 2004, 282).

El artículo de Taylor (2007), si bien no analiza la prensa ni los media, continúa una vía de acción ya iniciada en otros campos por Luke (1997) —y apuntada como necesidad

en Baker (2000) o Warmington y Murphy (2004)— en relación al uso del análisis crítico del discurso para romper con las construcciones discursivas dominantes acerca del poder y la acción. La posibilidad de una acción que rompa con discursos neoliberales establecidos y lo haga a través de las herramientas que ofrece el lenguaje es el objetivo de su investigación, en la que analiza varios documentos pertenecientes al programa *Queensland State Education 2010*.

Opfer (2007) plantea una crítica a gran parte de la investigación hecha hasta el momento. A su juicio, en estas se ha partido de equívocos, pues se ha magnificado la influencia de los medios en las percepciones de sus audiencias sobre el tema educativo y, por otra parte, han incidido en los aspectos negativos de la educación o acontecimientos educativos, sin tener en consideración otros temas. Esta autora cuestiona esas investigaciones por el método utilizado, su falta de sistematicidad y visión ahistórica y basada en el contexto, y por otro lado la acusa de hacer interpretaciones erróneas de algunas correlaciones. En este sentido ofrece algunos datos, como el hecho de que los más implicados con los media son quienes mayor capacidad de discernimiento muestran en relación a la cobertura recibida y suelen ser los más comprometidos con las instituciones públicas; también menciona estudios que indican que precisamente aquellos ciudadanos que más media consumen son los que mayor juicio crítico muestran a la hora de enfrentarse a los mensajes de los media. En el centro de su crítica hay una reivindicación del papel de los medios como instituciones participantes en la construcción de la democracia, y fruto de ello plantea la necesidad de una complementariedad metodológica en la aproximación a este tipo de investigación.

3.2. Algunos estudios sobre educación y prensa en España

Como ya hemos señalado anteriormente, el planteamiento de nuestro trabajo ha consistido en realizar un análisis de contenido y del discurso de algunos periódicos españoles en relación a la universidad y la educación superior. Hemos querido saber la forma en que la prensa “habla” de la universidad, de qué tipo de universidad, de qué universidades, de qué temas y qué tratamiento textual les otorga.

En relación al uso de la metodología de análisis del contenido, es bien sabido que ese tipo de investigación tiene ya una notable tradición. Pérez Serrano (1984, 61)⁸⁶ menciona como antecedentes las investigaciones de Karin Dovring sobre la Suecia del siglo XVII (Dovring 1956, 1959), señalando que constituyen lo que se podría denominar como los primeros análisis de contenido, referidos a los motivos de la censura en Suecia. La misma autora nos remite a los años 50, precisamente el

⁸⁶ También lo hace Krippendorff (1980, 16).

momento en el que, tras el impulso recibido por esta metodología durante la Segunda Guerra Mundial, florece un innumerable número de investigaciones que, utilizando el análisis de contenido, investigan el funcionamiento de los medios de comunicación. Barcus (*apud.* Pérez Serrano 1984, 62) contabiliza más de 1.700 referencias bibliográficas que utilizan el análisis de contenido en el período 1900-1958.

Berelson y Lazarsfeld en la revisión de su obra original *The Analysis of Communication Content* (1948), hacen su propio repaso histórico, que inician en el período 1921-25. La fase inicial corresponde a lo que ellos denominan “Early applications (to the 1930’s)” del análisis de contenido. El renacimiento de la metodología y su perfeccionamiento llega a partir de los 30 en un país, Estados Unidos, interesado por el estudio de la propaganda. Harold D. Lasswell —mentor de Karin Doving— y Paul F. Lazarsfeld serán dos de los autores de referencia de esos iniciales estudios con técnicas propias del análisis de contenido aplicadas a los medios de comunicación, que pronto encontrarán su aplicación comercial. En 1927 aparece el libro *Propaganda technique in the World War*, de H. Lasswell y en 1949 *The language of politics: studies in quantitative semantics*, dos obras clásicas del estudio de la propaganda y del análisis de contenido.

En España, una investigación significativa respecto a nuestro objeto de estudio lo es sin duda la tesis doctoral ya mencionada de Pérez Serrano (1984), quien analizó la imagen de la UNED en los medios durante dos períodos, el 73-74 y el 81-83. Para el análisis contó con un corpus de 859 recortes de prensa (305 del primer período y 554 del segundo), procedentes de 56 periódicos de información general y ámbito local, regional, nacional e internacional (y aun otros no mencionados). En conjunto, fueron 10 las variables genéricas analizadas y 7 las específicas. Las diez categorías de tipo general trabajadas por Pérez Serrano (1984) son:

1. grado de difusión según el volumen de tirada,
2. género periodístico,
3. forma de presentación,
4. relevancia tipográfica,
5. página en que aparece el texto,
6. volumen de palabras,
7. ámbito de referencia,
8. signos de opiniones y actitudes de cada texto, fuente,
9. perspectiva científica del tema.

Las seis 6 variables de análisis referidas específicamente a la UNED son:

1. órganos de gobierno,
2. alumnos,
3. servicios administrativos,

4. material didáctico,
5. profesores y centros asociados e investigación.

Posteriormente, Nieto Martín (1986) realizó un estudio con un planteamiento similar para conocer el tratamiento que hacía de los temas educativos durante el año 1983 un periódico: *El Norte de Castilla* (Valladolid). Planteó un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo en el que trabajó 1.220 textos y para el que creó un instrumento categorial de 10 variables, muy similar al de Pérez Serrano (1984), que eran:

1. grado de difusión,
2. ámbito de referencia,
3. forma de presentación,
4. relevancia tipográfica,
5. página del periódico,
6. fuente informativa,
7. signo de opinión,
8. perspectiva científica,
9. género periodístico,
10. temática específica.

Posteriormente, Nieto Martín continuó realizando investigaciones del mismo cariz, y en 1992 presenta un análisis de correspondencias múltiples para el que selecciona tres de las variables que había trabajado en otra de sus investigaciones (Nieto Martín 1989) en la que, en la misma línea, había estudiado el tratamiento informativo que recibía la educación en los algunos diarios editados en Castilla y León⁸⁷. En concreto se trata de: *Diario de Burgos*, *Diario de León*, *Diario Palentino*, *El Adelantado de Segovia*, *El Adelanto* (Salamanca), *El Correo de Zamora*, *El Diario de Ávila*, *El Norte de Castilla* (Valladolid) y *La Gaceta Regional* (Salamanca). Las variables con las que realizó un análisis de correspondencias múltiples fueron las de:

1. signo de opinión,
2. perspectiva científica de los textos,
3. género periodístico.

⁸⁷ Ese trabajo es su tesis doctoral, dirigida por la profesora Pérez Serrano, en el que plantea un análisis de contenido sobre la prensa castellano-leonesa. La tesis lleva por título: *La incidencia de la educación en la prensa castellano-leonesa: análisis de contenido* (Nieto Martín 1989). Previamente había realizado otra investigación, que dio como fruto el libro: *La temática educativa en la prensa: análisis de contenido* (Nieto Martín 1986) y en 1991 presentó otro artículo en el que siguió esta misma línea de investigación, pero centró su foco de interés en la Universidad de Salamanca (Nieto Martín 1991).

En este sentido, es muy interesante su aplicación de un análisis de correspondencias, técnica multivariada, a esos datos. Esa técnica que, según indica, ha sido escasamente utilizada hasta el momento, tiene gran potencial en trabajos futuros, dado que:

ante la aparente contundencia de datos nominales, o de porcentajes por cada categoría, que suelen ocultar el significado real del fenómeno en estudio (dado que en el ámbito socio-educativo parece ilusorio que haya una sola causa por cada efecto), el análisis de correspondencias aporta la posibilidad de nuevos órdenes de observación, sin limitar, a priori, el número de variables. (Nieto Martín 1992, 188).

Una de sus conclusiones es que hay gran homogeneidad entre los medios impresos en cuanto al género periodístico preferido para tratar los temas educativos y, por el contrario, heterogeneidad en cuanto al "signo de opinión" y la "perspectiva científica" de los temas. Por otra parte, los resultados le llevan a señalar que:

el ámbito estrictamente pedagógico, no "merece" la consideración crítica y valorativa que, opinamos, debería tener, manteniéndose dentro de un signo de clara neutralidad, dándose, por el contrario, la más que curiosa circunstancia de una línea de opinión-política-positiva, y otra, de valoración-cultural-negativa. (Nieto Martín 1992, 199).

A partir del año 1995, Cabero y Loscertales publican diferentes trabajos (Loscertales Abril et al. 1995; Cabero Almenara et al. 1995; Cabero Almenara y Loscertales Abril 1995, 1996; Loscertales Abril, Cabero Almenara y Pérez Díez de los Ríos 1996; Loscertales Abril 1995, 1996, 1997, 1998) donde van desbrozando la investigación que llevaron a cabo sobre la imagen de la educación y algunos de sus actores en los medios de comunicación, y que fue financiada por el CIDE a través del *Concurso Nacional de Proyectos de Innovación Educativa*. En dicho proyecto realizaron un análisis de contenido para conocer cuál era la imagen proyectada sobre el profesorado y la enseñanza en prensa (estudio longitudinal), televisión (transversal) y en un spot publicitario institucional que la Junta de Andalucía emitía sobre la función del profesorado.

En su trabajo sobre prensa (Cabero Almenara y Loscertales Abril 1995) analizaron un total de 15.613 documentos procedentes principalmente —hasta 12.740— de periódicos (*El País*, *ABC*, *Diario 16*, *El Correo de Andalucía*, *Ideal de Granada*), revistas (*Interviú*, *Cambio 16*, *Tiempo*, *Panorama* y *Época*) y semanarios dominicales (*Blanco y Negro*, *Semanario de Diario 16* y *El País Semanal*). El instrumento de investigación estaba formado por 8 categorías que incorporaban 41 subcategorías de análisis con un alto índice de fiabilidad, según indican, y para el que siguieron el procedimiento establecido por Krippendorff (1980). Estas eran las categorías manejadas:

1. Datos de identificación del análisis.
2. Aspectos generales del documento.

3. Aspectos generales del contenido del documento (Localización espacial-temporal del contenido del documento/Temática general del contenido/Referencias generales).
 4. Aspectos concretos del contenido del documento, relacionados con el sistema escolar (Nivel educativo a que se refiere el documento/Tipo de centro/ Calidad de la enseñanza impartida/Volumen de medios/Calidad de los medios...).
 5. Aspectos relacionados, en el documento, con el profesorado (Valoración general de la actividad realizada por el profesor/Formación y calidad de la formación recibida/Motivos que le llevaron a elegir la profesión docente/Cualidades más importantes de la profesión docente/Consideración social del profesorado/Razones que dificultan su tarea docente...).
 6. Aspectos contemplados en la LOGSE y la LRU.
 7. Adjetivos.
- (7 bis) Frases estereotipadas que pronuncian los locutores y personajes en directo — en el caso de la televisión—.
8. Otros aspectos.

Según señalan los autores, en las tres primeras categorías y en la 7 bis se incluyeron algunas modificaciones para adecuar el instrumento al medio televisivo. Por otro lado, en cuanto al análisis publicitario se elaboró una metodología específica. (Cabero Almenara y Loscertales Abril 1995, 112).

El estudio les permite presentar resultados diversos: una cronología del momento de mayor aparición de este tipo de noticias en prensa; una comparación entre los medios en los que ésta aparece con mayor o menor frecuencia; el tipo y tamaño de estos documentos; el género textual predominante; o el tipo de imagen —positiva, negativa, neutra o indeterminada— que se ofrece del profesorado de todos los ciclos formativos analizados, aspectos algunos de ellos, que nosotros también nos proponíamos investigar.

En su estudio sobre la televisión analizaron los informativos de las televisiones que se recibían en Andalucía, comunidad donde radicaba el grupo de investigación. Las cadenas escogidas eran tanto de titularidad pública como privada⁸⁸ y se incidió en dos períodos muy significativos en el ámbito educativo: el inicio y final del curso académico (final del curso académico 1993-1994 (45 días) y comienzo del curso académico 1994-95 (45 días). En total fueron unos 1.650 los informativos analizados (Cabero Almenara y Loscertales Abril 1997).

⁸⁸ Las cadenas televisivas escogidas fueron tres de titularidad pública: VI, TV2 y Canal Sur TV, y tres privadas: AT3; Canal Plus y Tele 5. El objetivo del grupo, según declaraban era conseguir una representación ideológica amplia y diversa, donde se vieran representadas todas las opciones existentes (Cabero Almenara y Loscertales Abril 1997).

Fruto de esta ambiciosa investigación inicial surgieron interesantes y consistentes estudios. Por ejemplo, trabajos sobre otro medio específico como es el cine (Loscertales Abril *et al.* 1995), o sobre el tratamiento en prensa de una ley recientemente aprobada como la LOGSE y el profesorado no universitario (Feria 1997; Núñez-Domínguez 1998, 1999; Núñez-Domínguez, Loscertales y Sánchez del Villar 1994), o sobre la universidad de forma específica (Barroso 2000).

Nos detendremos en este último trabajo, por ser especialmente relevante para nuestra investigación. Como explica su autor, el trabajo adapta el instrumento de análisis utilizado por previamente por Cabero Almenara y Loscertales Abril (1998, 433-445). Las dimensiones que considera son seis (2000, 47):

1. Datos de identificación del análisis.
2. Aspectos generales del documento.
3. Aspectos generales del contenido del documento.
4. Aspectos concretos del contenido, del documento relacionados con la enseñanza impartida.
5. Aspectos relacionados con el profesor.
6. Aspectos contemplados en la LRU.

Por otro lado, los periódicos analizados son exactamente los mismos⁸⁹, si bien varía el período escogido (desde enero de 1987 a diciembre de 1997, es decir 10 años) y con él la muestra, compuesta por 5.109 documentos. Los resultados llaman la atención en cuanto a su similitud en algunos aspectos con trabajos anteriores, en referencia al momento de aparición del mayor número de textos —marzo, abril, junio y octubre—, el medio en el que más aparecen, la extensión media de los mismos, etc. En cuanto a los resultados, hay algunos significativos como la mayoritaria aparición de la universidad en prensa sobre todo en sus funciones administrativas y de gestión, y la escasez de referencias a temas docentes y de investigación; señala que cuando estos temas surgen se presentan:

desde ópticas más cercanas a los aspectos administrativos relacionados con estas funciones, como pueden ser: número de alumnos, malas infraestructuras, o en un estado no adecuado para desarrollar las distintas actividades para las que son necesarias. (Barroso 2000).

Barroso señala también las escasas referencias al profesorado en relación a su actividad profesional y el hecho de que este no es un tema preferente para los medios

⁸⁹ Esos cinco diarios de información regional, local y nacional son: *El País*, *ABC*, *Diario 16*, *El Correo de Andalucía* y *El Ideal de Granada*. Esa muestra de 5.109 textos, implica una media de 510 textos publicados sobre la universidad anualmente o, lo que es lo mismo, 102 textos por periódico durante esos 10 años.

analizados —la extensión es escasa, los titulares de menor tamaño que el resto de noticias, etc.—; habla además de la poca especialización en la presentación del tema, lo que atribuye al hecho de que la mayor parte de las noticias sean firmadas por “colaboradores y reporteros”. El género periodístico por excelencia es, sin lugar a dudas, la noticia. Destaca también diferencias en relación al tratamiento que cada medio realiza del profesorado; así, mientras *El País* tiende a ofrecer una imagen más neutra, la de *Diario 16* era negativa. En relación a la enseñanza, las posturas de *ABC* y *Diario 16* eran las más negativas, frente a la mayor neutralidad mostrada por *El País* y las posiciones positivas de *El Correo de Andalucía*.

Otro trabajo interesante es el de Marín Sánchez, Nuñez Domínguez, y Loscertales Abril (2000). Estos continúan la investigación de la imagen social que se ofrece del profesorado en prensa y televisión, a través de un análisis de contenido por un lado y un análisis estadístico por otro, de un total de 4.203 documentos de prensa y 1.650 informativos de televisión por otro. El trabajo es una continuidad lógica de la progresión que ambas autoras están llevando en relación a este tema. En esta ocasión, la investigación se inicia también en octubre de 1990 (al igual que en Núñez-Domínguez (1998, 1999⁹⁰)) y finaliza en octubre de 1998 en relación a la prensa, si bien para la televisión son dos los años escogidos: 1994 y 1995. Los materiales en este caso proceden de las televisiones públicas La 1, La 2 y *Canal Sur* (por ser esta la cadena pública de la región en la que se ubican los investigadores) y las privadas *Antena 3*, *Tele 5* y *Canal Plus*.

Como se puede ver, el trabajo que los investigadores del Grupo de Tecnología Educativa de la Universidad de Sevilla han desarrollado en esta dirección es muy amplio.

Bajo el título *Prensa y educación en el proceso de integración europea* Fuentes Romero (2003), utiliza el análisis de contenido para estudiar el papel desempeñado tanto por la prensa como por la educación en el proceso de integración europea. Con este objetivo, toma las muestras de trabajo de tres periódicos de información general españoles en dos períodos de tiempo: septiembre, octubre y noviembre de 1993 y septiembre, octubre y noviembre de 1998. En total, trabajará con una muestra de 1.453 documentos con el que elaborará una base de datos con 9 campos y casi 100 opciones de registro. En este caso, el análisis de la prensa no incluye la educación como objeto de estudio, pues Prensa y Educación se presentan como dos campos diferentes a través de los que se pretende conocer la contribución que han hecho de forma paralela al proceso de integración europea.

La siguiente propuesta es producto de la investigación que llevaron adelante Piñuel Raigada y Gaitán Moya (2004) para el CNICE (Centro Nacional de Información y

⁹⁰ Los estudios de Núñez-Domínguez (1998, 1999) en relación a la prensa finaliza en octubre de 1995, ya que, nos explica, que “en el curso 1995-1996 queda implantada totalmente la Educación Primaria en nuestro país” si bien el proyecto también analizó los textos legales y realizó grupos de discusión de profesores no universitarios de Infantil, Primaria y Secundaria (Núñez Domínguez 1999, 52).

Comunicación Educativas). Tal y como explican, el proyecto es más extenso que el informe que presentan en el citado estudio (2004), donde hacen un análisis de contenido de la imagen que sobre las TIC ofrecen siete diarios españoles de información general: *El País*, *ABC*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *El Correo*, *La Razón*, y *Estrella Digital*. El estudio abarca 11 meses (desde diciembre de 2001 hasta octubre de 2002) y ofrece resultados comparativos entre los medios y entre el tratamiento que se da sobre las TIC, dependiendo del nivel educativo que se menciona.

Martel Escobar y Hernández Guerra (2004), desde sus responsabilidades en el Gabinete de Comunicación de la ULPGC realizaron un análisis cuantitativo de la presencia de dicha universidad en la prensa local durante cuatro cursos académicos (del 1999-2000 al 2002-2003)⁹¹. El trabajo continúa realizándose, y es accesible en su web⁹² bajo el título colectivo “Estadísticas de la ULPGC en la Prensa”. El estudio les permitió conocer no solo esa presencia en prensa de la ULPGC, sino la relación entre las informaciones ofrecidas por el Gabinete de Comunicación (en forma de notas informativas, ruedas de prensa, convenios, etc.) y su impacto en cada medio⁹³. Entre otros resultados, en ese primer informe destacan la extraordinaria presencia de esa universidad en los medios (con unas tres noticias por día de media) y el hecho de que la mayor parte de los textos sean de “elaboración propia” del medio en cuestión.

En cuanto a los temas, priman las informaciones de tipo institucional frente a las relativas a la investigación y es muy escasa la que califican como de “conflicto”, es decir, crítica con la institución (Martel Escobar y Hernández Guerra 2004). El informe analiza 12 indicadores (2004, 7-9), que continúan en observación a día de hoy en su web (ULPGC 2014-2015):

1. Notas remitidas por el Gabinete de Comunicación;
2. Presencia U.L.P.G.C. en periódicos;
3. Presencia U.L.P.G.C. en periódicos según fuente de la noticia;
4. Presencia U.L.P.G.C. en periódicos según temática de la noticia;
5. Presencia U.L.P.G.C. en periódicos según valoración de la noticia;

⁹¹ Tal y como explican, se trata de los diarios que se publican en la isla: *Diario de Las Palmas* –que se integra en la cabecera madre de *La Provincia*–; a su vez *La Provincia*; *La Tribuna* –que cierra en 2001–, *La Gaceta de Canarias*, que se ofrece encartado dentro del diario *El Mundo y Canarias 7*.

⁹² Ver en: <https://www.ulpgc.es/actualidad>

⁹³ El Gabinete de Comunicación ha continuado su actividad de investigación en esta dirección y en el año 2008, durante la I Jornada sobre Calidad en los Gabinetes de Comunicación, presentaron una continuación de la misma (Hernández Guerra y Martel Escobar 2006). Actualmente su análisis recoge los datos de catorce cursos académicos completos desde el 1999-2000 hasta el 2013-14 (sin datos en el 2000-01), lo que nos permitió cierta comparación con nuestro corpus. Sus datos revelan una media global de 1.668,5 textos publicados por anualidad y de 834,25 textos por diario (son dos los diarios analizados durante el período coincidente con el nuestro, *La Provincia y Canarias 7*, pues antes de septiembre de 2008 había otro medio que también era contabilizado, *El Mundo – La Gaceta de Canarias*).

6. Presencia U.L.P.G.C. en periódicos según impacto de la noticia;
7. Índice de notas publicadas y su relación con las notas remitidas;
8. Índice información publicada y su relación con las notas remitidas;
9. Artículos de opinión según su valoración;
10. Breves de opinión según valoración;
11. Cartas al Director según valoración;
12. Anuncios según la temática.

Nieto Báez (2014) vuelve al estudio de la imagen de una universidad española –la Universidad de Huelva-, y en este caso centra su investigación en la prensa local de la ciudad y en un plazo extenso de 8 años (2002-2009). Utilizando la técnica del análisis de contenido, repasa todas las informaciones publicadas por la prensa onubense de tres medios de comunicación⁹⁴, lo que le ofrece una muestra de 10.456 textos. Entre los resultados, Nieto Báez señala que hay una presencia amplia de la UHU en los medios —con una media de 3,5 noticias publicadas por día— cuyo mayor nivel se sitúa en los meses de inicio de curso y otros dos trimestres, que ubica en abril, mayo y junio y enero, febrero y marzo. Las noticias aparecen distribuidas en diferentes secciones, y es la “redacción” quien principalmente las firma, aunque también haya un elevado número de firmas propias. Por otra parte, son los textos con valoración neutra o positiva los mayoritarios en el corpus. En cuanto a las diferencias entre medios, pese a haber señalado previamente los matices ideológicos que separan a unos diarios de otros, en relación a la universidad, Nieto Báez, confirma que el tratamiento informativo de cada uno de esos tres medios es muy similar y ninguno destaca en su trato desfavorable o favorable a esta institución educativa.

En un estudio previo Nieto Báez y Aguaded (2011) habían presentado parte de los presupuestos de ese trabajo posterior y un completo sistema categorial para la realización de un análisis de contenido para una investigación sobre la imagen de la universidad en la prensa impresa diaria. De este sistema queremos destacar su énfasis en la ubicación, extensión y el apoyo gráfico recibido por el texto –sea cual sea su género- y el hecho de que incorpore hasta 17 temáticas generales susceptibles de responder al tipo de texto aparecido.

El de Legerén (2014) es un trabajo diferente; como ella misma señala, se trata de “una tesis doctoral inédita y original” (Legerén 2014, 279), pero es también una tesis centrada en la universidad y la prensa. Su objetivo es conocer cuál es la presencia pública en Internet de cada una de las universidades andaluzas, para lo que utiliza el agregador de noticias *Google News*, que recoge las informaciones producidas por los medios *online*. Esos datos los compara con otras variables de estas instituciones para

⁹⁴ Los diarios son: *Huelva Información*, *Odiel* y *El Mundo Huelva Noticias*.

conocer la correspondencia de su presencia en este tipo de medios. El enfoque de trabajo es novedoso, pues plantea el uso de técnicas bibliométricas para el análisis de la marca de una institución educativa (*branding*). Legerén parte de la premisa, generalmente aceptada en el mundo científico, de que el impacto de un investigador viene dado por la cantidad de citas que tiene en revistas consideradas “de impacto” y plantea ese mismo criterio para analizar el impacto público de las instituciones académicas, analizando en este caso “los enlaces que la interrelacionan con otros recursos a través de la Red”. (Legerén 2014, 22).

Especialmente interesada en relacionar la producción científica de las instituciones de educación superior con su visibilidad nacional e internacional, destaca entre sus conclusiones que las universidades que mayor presencia tienen en la web son aquellas que cuentan con mayor producción científica; de hecho, los medios internacionales son los que más reflejan ese prestigio científico, mientras los nacionales se muestran más interesados en cuestiones de proximidad como “la Educación Superior, la Investigación, la Economía, el Deporte, la Religión o la Política entre los temas más frecuentes” (Legerén 2014, 282). En relación a la tipología de los medios *online*, señala que los considerados “tradicionales” (diarios, revistas y radio) son los que suelen presentar temáticas más generalistas, frente a los portales, webs y blogs, con contenidos más especializados.

Hasta ahora hemos hecho mención a algunos estudios que de forma intensiva y extensa investigaron acerca de tres de las claves de nuestra investigación: el análisis de contenido, la prensa de información general española y la educación. Pero los estudios mencionados no agotan el listado de las investigaciones que han utilizado el análisis de contenido para investigar la presencia de la educación o el docente en la prensa; un listado completo sería, con todo, inabarcable (Boronat Mundina 1993, 1995; Echazarreta Soler 2002; Civila Salas 2005; Silva 2014; de Pablos Pons y Ballesta Pagán 2011). Sin embargo, esos trabajos nos han servido como aproximación al estado de la cuestión.

CAPÍTULO 3 - Marco teórico y metodología

Se equivoca quien cree entender mejor el mundo mediante el periodismo de titulares. Ningún medio puede anular la reflexión, pero sí puede desplazarla y confundir con la emocionalización. ("Tendencias y características de los discursos periodísticos", Vicente Romano 1999, 96)

Tal y como indican Wimmer y Dominick (1991, 6), “la investigación es un proceso sin fin”, que suele finalizar con algunas respuestas y siempre aún más preguntas, probablemente porque la ciencia repite una y otra vez el mantra socrático de “solo sé que no sé nada”, para seguir aupándose sobre hombros de gigantes en su mirada al futuro.

I. INTRODUCCIÓN

Una vez acotados los aspectos más externos de la investigación, necesarios para la contextualización de nuestro tema de interés, abordamos ya las cuestiones específicamente teóricas y metodológicas que le dan soporte. Aunque algunas nociones y categorías básicas las presentaremos según resulten pertinentes en el apartado de análisis de los datos, exponemos brevemente a continuación las bases teóricas generales asumidas en el análisis que, dado el carácter de nuestros datos, proceden tanto de la lingüística como de la teoría de la comunicación.

Efectivamente, la naturaleza mediática de los datos elegidos nos lleva a tener en cuenta tanto las nociones clásicas del análisis del discurso desarrollado en el ámbito lingüístico, como las nociones que proceden de la tradición de análisis del contenido

desarrollado en el ámbito de los estudios sobre medios. Desde un planteamiento estrictamente lingüístico, cabría pensar que el análisis del contenido es un tipo concreto de análisis del discurso, centrado en los aspectos semánticos de los textos; esto, sin embargo, no significa que tales estudios carezcan de calidad o interés. Por el contrario, veremos que la confluencia de nociones desarrolladas en ambos campos de investigación proporciona mayor solidez a nuestro estudio. En la medida de lo posible presentaremos separadamente las dos líneas de investigación y señalaremos la confluencia de conceptos cuando sea apropiado, especialmente a propósito del concepto de *frame*/encuadre.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Lenguaje, medios y opinión pública

2.1.1. Lenguaje, ideología y poder

Dado el carácter de nuestros datos hemos creído necesario introducir como elemento necesario de contextualización la problemática referida a medios de comunicación y opinión pública, lenguaje y poder, discurso e ideología, pues la pregunta básica que impulsa esta tesis es, precisamente, cómo los medios escritos configuran una opinión pública sobre la universidad en la sociedad española.

Resulta ya un lugar común afirmar que utilizamos el lenguaje no solo para dar sentido a la realidad, sino también para comprenderla y construirla. Desde estos planteamientos⁹⁵, el lenguaje natural es el instrumento que empleamos en nuestros procesos mentales y cognitivos para dar sentido al mundo, y lo utilizamos doblemente: para expresarnos (pensamiento) y para poner en marcha el proceso comunicativo (interacción). Pero el lenguaje no es sólo estructura gramatical, es decir, un elemento vacío o aislado, sino que está transido de creencias, opiniones e ideologías. Como señala Wodak (2007):

language is seen as intricately connected with ideological means without being ideological per se. Communication and language can be ideological but do not need to be; language can be political but does not need to be (Wodak 2007, 1).

Es por ello que el lenguaje es un instrumento imprescindible para nuestras vidas en sociedad. Sin embargo, estamos de acuerdo con Fairclough (2003, 8) en que, aunque muchas teorías actuales fuertemente atraídas por el constructivismo social han destacado el papel del discurso en la construcción del mundo, ello no debe hacernos olvidar que existen otros factores contextuales que actúan en ese proceso.

Estamos ya hablando de discurso sin haber mencionado previamente la polisemia del término, reconocida ampliamente por la bibliografía (Foucault 1966, 1969; Levinson 1983; Stubbs 1983; Potter y Wetherell 1987; Maingueneau 1991; Sarfati 1997). Sin pretender entrar en debates intelectuales acerca de la definición del discurso y sus

⁹⁵ El tema es, en sí mismo, susceptible de múltiples enfoques, y remite en el ámbito psicológico a la problemática pensamiento-lenguaje (polémica Piaget-Vigotsky), pero en el ámbito sociológico a la problemática estructuras gramaticales-estructuras ideológicas (hipótesis Sapir-Whorf y relativismo lingüístico). En este apartado no podemos profundizar en estos planteamientos, y atendemos básicamente a los elementos que nos parecen más relevantes en la tradición de estudios sobre medios de comunicación.

vínculos con otros conceptos próximos como *lengua*, *oración*, *enunciado* o *texto*, en este trabajo nos adherimos a la definición que desde las ciencias sociales proponen Íñiguez y Antaki (1994) para quienes:

Un discurso es un conjunto de prácticas lingüísticas que mantienen y promueven ciertas relaciones sociales. El análisis consiste en estudiar cómo estas prácticas actúan en el presente manteniendo y promoviendo estas relaciones: es sacar a la luz el poder del lenguaje como una práctica constituyente y regulativa. (Íñiguez y Antaki, 1994 apud. Íñiguez ed. 2006, 105).

En cuanto a la delimitación del concepto de discurso en relación al de texto, asumimos la sinonimia expresada por Van Dijk (1977), al entender que, si bien ambos han caminado en paralelo durante varias décadas, en los últimos años son muchos los autores que, desde la pragmática, los emplean prácticamente como sinónimos. El matiz utilizado a veces que reserva *discurso* para la oralidad y *texto* para la escritura no nos parece relevante en una investigación como la que presentamos en esta tesis. Por lo tanto, si bien hay quien aún diferencia entre *texto* (como una manifestación escrita u oral desprovista de contexto) y *discurso* (como aquella muestra comunicativa dinámica y provista de datos contextuales) procederemos a hablar de *texto* y *discurso* de forma unívoca.

La problemática global de discurso y sociedad, o comunicación y poder, remite inevitablemente a otro tema relacionado, que es el de las funciones del lenguaje. Como es sabido, en la tradición estructuralista de la sistémica, Halliday (1978, 1994) atribuía al lenguaje tres funciones fundamentales⁹⁶: la ideacional (que nos facilita nuestra comunicación sobre aspectos del mundo, ya que representa la relación del hablante con el mundo real que lo rodea), la interpersonal (que nos permite establecer relaciones sociales con nuestros iguales), y la textual (al conectar partes de diferentes textos, dotarlos de coherencia y sentido y contextualizarlos):

Halliday posits that language serves three major functions: to communicate about events and processes in the world, and the entities involved in these ('ideational function'); to express a speaker's attitude to these propositions, and to express a speaker's perceived relation with an interlocutor ('interpersonal function'); and to present these in coherent, adequate and appropriate texts ('textual functions'). (Fowler et al. 1979, 188).

Desde una aproximación más sociológica, Fairclough (2003) prefiere hablar de tipos de significado (*types of meaning*) en vez de funciones, que guardan cierta similitud con las expuestas con Halliday, pero también mantienen diferencias, y son: acción, representación e identificación. En este caso, la *representación* es la más próxima a una de las funciones de Halliday, pues se corresponde prácticamente con la función

⁹⁶ Adelantamos aquí que esta diferenciación de tres funciones es compatible con nuestro análisis en tres niveles pragmáticos: el enunciativo (función ideacional), el textual (función textual) y el interactivo (función interpersonal).

ideacional; en cuanto a la *acción*, hace referencia a la posibilidad de establecer relaciones con nuestros iguales, si bien centrándose más en la textualidad; mientras la *identificación* también tiene que ver con la posibilidad de expresión y relación interpersonal.

En la actualidad, la investigación conduce inextricablemente a vincular el lenguaje con la ideología y el poder. Pero este hecho tan claro en el siglo XXI no lo era tanto a finales del XX, hace tan solo unas décadas. Fue Michael Pêcheux quien, con la publicación en 1975 de su libro *Les Vérités de la Palice*, (traducido en 1982 a la lengua inglesa como *Language, Semantics and Ideology*) identificó el discurso como la forma lingüística material más importante de la ideología, señalando la inscripción del poder en el discurso, a la vez que desarrolló los instrumentos necesarios para poder realizar estudios empíricos de discursos. En 1989, cuando Fairclough publicó su libro *Language and Power*, acusaba una falta de preocupación entre los lingüistas por la relación existente entre el concepto de “ideología” dentro de las discusiones sobre lenguaje y poder (1989, 2); efectivamente, la lingüística de la segunda mitad del siglo XX, especialmente la de planteamientos generativistas, se caracteriza por un énfasis en la gramática que en cierto modo bloqueaba la eclosión de la sociolingüística y la pragmática. El libro de Fairclough fue probablemente un punto de inflexión en la investigación sobre estos temas, aunque no hay que olvidar otros trabajos previos que prepararon el camino, como Fowler *et al.* (1979), Van Dijk (1987), o los realizados desde la tradición de la etnografía de la comunicación (Gumperz 1982).

Tratar de llegar a un punto de encuentro en torno al concepto de ideología resulta prácticamente imposible, pues se cuentan por miles las páginas que se han escrito para tratar de definir este concepto desde múltiples planteamientos disciplinares (Marx y Engels 1846; Lukács 1923; Mannheim 1929; Popper 1948; Althusser 1970; Hall 1977a, 1977b; Hirst 1979; Voloshinov 1976; Larrain 1979; Rossi-Landi 1978; Geuss 1981; Thompson 1984, 1990; McLellan 1986; Eagleton 1991; Laclau y Mouffe 1985; Ricoeur 1989; van Dijk 1980, 1995, 1996, 1998). Su aparición se ubica en el período de la Revolución Francesa, y su primer uso se suele atribuir al filósofo francés Antoine Destutt de Tracy, que lo empleó para tratar de explicar los hechos acaecidos en junio de 1789 a través de una ciencia, a la que denominó “ideología”, y cuyo objeto de análisis era conocer cómo se producían los procesos de formación de las ideas. Las acepciones de ideología son, por lo demás, múltiples: es considerada por algunos autores como pensamiento falso, irreal e irracional —la *falsa conciencia* apuntada por los marxistas principalmente—; o como el sistema de ideas o creencias de un grupo social; como un sistema de ideas más o menos desarrollado y consciente; o en último término, como modo de conducta habitual más o menos consciente. Como es habitual en tantos conceptos de las ciencias humanas y sociales, coexisten varias definiciones. Apuntando a cierta búsqueda de orden en estas múltiples acepciones, Payne (1996, 393) menciona la propuesta de Elliott, que distingue entre la visión de la ideología como epistemológicamente “negativa”, la socialmente “relativa”, la “ideología teórica” y la “ideología práctica”.

Dejando de lado las amplias discusiones teóricas acerca del concepto, nuestra aproximación al mismo es próxima a la visión crítica de Fairclough (2003), quien señala que:

Ideologies are representations of aspects of the world which can be shown to contribute to establishing, maintaining and changing social relations of power, domination and exploitation. (Fairclough 2003, 9).

El vínculo entre lenguaje, ideología y poder se hace por lo tanto manifiesto (Fairclough 1989; Jäger 2001; Wodak 2007), al ser el lenguaje el vehículo por medio del cual se expresa la ideología; como señala Méndez Rubio (1997), lo ideológico es un elemento central de la teoría social porque permite que los conceptos puedan funcionar como arma política. En el caso del individuo, esa expresión se produce en un espacio y tiempo definidos y acotados, mientras en el universo mediático tiene un efecto ecoico.

En este sentido, como punto de confluencia entre lenguaje, ideología y medios de comunicación, queremos señalar la importancia del concepto de *debate social* (Bañón 2006a, 260). La idea de debate social incorpora a los conceptos de ideología y discurso un matiz dinámico, procesual, que nos parece muy relevante, pues permite superar las visiones monolíticas, y reflejar la complejidad y la inestabilidad que puede llegar a tener la *opinión pública* (otro concepto relacionado, probablemente más global, que abordamos más adelante).

Por otro lado, a fin de evitar otros reduccionismos, conviene insistir también en que, como es sabido, si bien el poder no solo se ejerce a través del lenguaje, el lenguaje es uno de los medios para ejercer el poder:

Power is the relational capacity that enables a social actor to influence asymmetrically the decisions of other social actor(s) in ways that favor the empowered actor's will, interests, and values. Power is exercised by means of coercion (or the possibility of it) and/or by the construction of meaning on the basis of the discourses through which social actors guide their action. Power relationships are framed by domination, which is the power that is embedded in the institutions of society. The relational capacity of power is conditioned, but not determined, by the structural capacity of domination. Institutions may engage in power relationships that rely on the domination they exercise over their subjects. (Castells 2009, 10).

Siguiendo a Thompson (1995) —quien a su vez nos remite a las obras de Mann (1986), Gellner (1988) y Giddens (1985)— podemos hablar de cuatro tipos de poder, a saber: el económico, el político, el coercitivo y el simbólico. De entre ellos, el poder simbólico es el vinculado a la comunicación interpersonal y mediática; es decir, a la comunicación en un sentido omnicompreensivo y amplio, pues es el que se ejerce con la producción, transmisión y recepción de las formas simbólicas. Una de sus instituciones “paradigmáticas” son indefectiblemente las industrias mediáticas.

2.1.2. La relación entre medios y poder: Los efectos de los media

En este apartado haremos referencia a una idea inherente a nuestra investigación; de una manera poliédrica, compleja, en ocasiones cuestionada, exacerbada o menguada, los medios —y dentro de ellos la prensa escrita— influyen sobre amplios aspectos de nuestra vida: nuestros procesos cognitivos, nuestra forma de entender el mundo, nuestras opiniones, nuestras ideologías o valores, y nuestro comportamiento.

Investigamos la prensa, como creadora, distribuidora y emisora de discursos desde una perspectiva pragmática pero no podemos dejar de lado este otro fenómeno que, si bien no es central en nuestra investigación, sí lo toca de soslayo, por lo que lo atenderemos brevemente. En este sentido, resultan aclaratorias las palabras de Igartua y Humanes (2004, 183) en relación a qué es lo que entendemos a día de hoy por efectos. Cuando hablamos de efectos mediáticos no solamente nos referimos a los efectos sociales, sino también a aquellos vinculados a los procesos cognitivos, afectivos o conductuales. Efectivamente, en las últimas décadas nos hemos acostumbrado a leer acerca de los efectos cognitivos de los medios —desde el ya clásico libro de Saperas (1987) a otros trabajos más recientes como Bandura (2002)—, en oposición (y a veces en consonancia) con otro tipo de efectos, como los afectivos y los de comportamiento o conducta, aunque con los años esas diferencias se han ido diluyendo (McQuail 1985, 503-504).

Desde que se comenzara a investigar sobre los efectos mediáticos, algo que McQuail (1985, 495) y Mattelart y Mattelart (1997) sitúan a finales del s. XIX, son numerosas las investigaciones realizadas, desde múltiples orientaciones y presupuestos (Lazarsfeld 1940; Lazarsfeld, Berelson, y Gaudet 1948; Iyengar y Kinder 1987; Entman 1993; Iyengar 1991; Noelle-Neumann 1993; Cappella y Jamieson 1997; Scheufele 1999; McCombs 2004; Entman 2010; Scheufele 2000; Opfer 2007). McQuail nos remite a los casos más sencillos y diarios para ejemplificar la existencia de tales efectos: la compra de un producto visto en un anuncio, el vestirnos de acuerdo a la información meteorológica que vimos el día anterior, etc., si bien este autor se muestra muy cauto en su interpretación del poder de los media como instrumento de cambio profundo o ejecutor de efectos:

Las fuerzas que históricamente obran en las sociedades, y en el mundo en general, son más poderosas que los media o que la influencia inmediata que puedan ejercer. (McQuail 1985, 29).

Y en otro punto señala:

Los media raramente serán la única causa necesaria o suficiente de unos efectos y resulta sumamente difícil evaluar las contribuciones relativas. A pesar de estas incertidumbres, parece haber suficientes conocimientos pragmáticos, derivados de la experiencia, como para que los media, y sus clientes, sigan operando como si supieran obtener efectos. (McQuail 1985, 494).

Este planteamiento prudente, abierto a las matizaciones, enlaza con las teorías relativistas clásicas de autores como Berelson (1949):

Algunas clases de comunicación, sobre cierta clase de temas, que se presentan para llamar la atención de cierta clase de personas bajo determinadas circunstancias, tienen cierta clase de efectos (Berelson 1949, apud. Merrill et al. 1990, 43)

Desde otra perspectiva más próxima a la teoría social, Thompson (1995) insiste en esa misma idea:

Debemos abandonar la suposición de que los destinatarios de los productos mediáticos son observadores pasivos cuyos sentimientos han estado permanentemente aletargados por la continua recepción de mensajes similares. Debemos abandonar la suposición de que el proceso de recepción por sí mismo está exento de problemas, de que se trata de un proceso carente de perspectiva crítica a través del cual los productos son absorbidos por los individuos, como la esponja absorbe el agua. Suposiciones de este tipo tienen poco que ver con el carácter actual de las actividades receptoras y con las complejas formas en que los productos mediáticos son aceptadas por los individuos, interpretadas por ellos e incorporadas a sus vidas. (Thompson 1995, 45).

En muchas ocasiones se ha tratado de especificar los tipos de cambios que los medios pueden provocar en sus lectores o audiencias. McQuail⁹⁷ nos recuerda que Klapper (1960) distinguía entre *conversión, cambio menor, y refuerzo*. Wolf (1985, 69) habla de un cambio en el punto de mira, que se fija al principio en los problemas de manipulación, posteriormente en los de persuasión, luego en la influencia de los medios y, más adelante, en tratar de determinar las funciones de los medios.

Lo que existe, de cualquier forma, es un convencimiento de la existencia del poder de los medios, un poder en el ámbito simbólico que resulta indefinido. Para resumirlos nos remitiremos a McQuail (1985) quien dice que estos pueden provocar cambios intencionados, pero también no intencionados, pueden provocar cambios menores (tanto de forma como de intensidad), pueden facilitar los cambios de forma intencionada o no, contribuir a reforzar lo que existe o impedir los cambios. Montero señala la complejidad de este campo de estudio, que obliga a no poder hablar de un único tipo de influencia, sino múltiples y variadas, y dificulta la sistematización del objeto de estudio:

La panoràmica de l'estat actual de la investigació condueix més aviat a afirmar que no es pot pensar en una classe única d'influència, sinó múltiples, relativitzades per l'àmbit on es produeixen, el context polític i social, els tipus particulars d'acció de la premsa,

⁹⁷ En realidad Klapper (1960) hablaba de cinco tipos principales de efectos, que son: "a) crear opiniones o actitudes entre personas que previamente no en tenían cap sobre el tema en qüestió; b) reforçar (és a dir, intensificar o afermar) actituds ja existents; c) disminuir la intensitat de les ja existents, sense dur a terme realment una conversió; d) canviar el punt de vista que tenien les persones a un d'oposat; o e) (almenys de manera teòrica) anul·lar-ne l'efecte". (apud. Montero 1994, 85).

ràdio, televisió, etc. Són formes d'influència que abasten des de la capacitat general dels mitjans per a modelar les formes de coneixement en la societat, fins a la d'establir dia rere dia el temari d'allò que es considera o no important públicament, o organitzar la vida privada i la comunicació interpersonal. (Montero 1993, 75).

Para entender los planteamientos que han dado lugar a las teorías de los media, McQuail plantea un esquema que se construye alrededor de dos ejes, que dan respuesta a dos formas actuales de entender la función de los media en la sociedad: un enfoque mediacéntrico y otro sociocéntrico y, por otro lado, un enfoque culturalista y otro materialista. El enfoque mediacéntrico, como su nombre indica, entiende que la mayor fortaleza entre media y sociedad reside en el proceso comunicativo, mientras el sociocéntrico entiende que los medios responden a un conjunto de fuerzas y poderes políticos, económicos y sociales y que actúan subordinados a estas. El enfoque culturalista enfatiza el papel de la cultura y las ideas y el materialista el de los elementos materiales y económicos. A partir de esos dos ejes surgen cuatro tipos de enfoques que son los que aglutinan a la mayor parte de las teorías o explicaciones sobre los efectos de los media aparecidos en los últimos años. Estos son:

- Los enfoques media-culturalistas
- Las visiones media-materialistas
- Las perspectivas socio-culturalistas
- La visión socio-materialista

Sin embargo, no queremos cerrar este apartado sin hacer mención a una tipología de los efectos de los media que nos gusta especialmente, y es la presentada por Montero (1993). Esta gira en torno a tres criterios que se combinan entre sí:

- Temporalidad: si se trata de efectos a corto o largo plazo
- Impacto: si son efectos que afectan al individuo o a la sociedad en su conjunto
- Modalidad: si son efectos directos o indirectos

En conjunto, Montero (1993, 88-89) habla de hasta siete combinaciones posibles que sostienen las teorías actuales sobre los efectos de los medios, a saber:

- Efectos a corto plazo, individuales e indirectos: planteados por algunos defensores de la teoría de los usos y gratificaciones.

- Efectos a corto plazo, individuales y directos: como los que plantean la teoría del establecimiento de agenda.
- Efectos a corto plazo sociales e indirectos: de los que hablan aquellos que hacen análisis de audiencias y análisis de los procesos de decodificación de los mensajes de los medios.
- Efectos a corto plazo sociales y directos: como los que provocan los medios ante situaciones políticas o de actualidad.
- Efectos a largo plazo individuales e indirectos: como los que plantean teorías como la de la dependencia de los individuos de los medios (DeFleur y Ball-Rokeach 1966).
- Efectos a largo plazo, sociales e indirectos: como los efectos de los medios sobre la actividad institucional y la lógica de comunicación de las instituciones estatales.
- Efectos a largo plazo, sociales y directos: como los provocados por los media como agentes de socialización política, si bien Montero (1993) señala que no existe una teoría como tal que estudie este efecto de forma específica, sí reivindica que está integrada en gran parte de las que analizan los efectos a largo plazo, como la teoría del cultivo de Gerbner (1967, 1969, 1977), Gerner *et al.* (2002) y Gerbner y Gross (1974).

2.1.2.1. Etapas en la investigación de los efectos de los medios

La investigación sobre los efectos de los medios de comunicación ha pasado por distintas etapas que cada investigador ha clasificado en torno a criterios diferentes. Profundizando en esta dirección, Muñoz (1989) llama nuestra atención sobre la diferente vertiente intelectual e histórica en la que se han detenido los dos grandes paradigmas de investigación de la actividad comunicativa, es decir, el norteamericano y el europeo. Si bien el norteamericano ha apuntado hacia las teorías de los efectos, el europeo, asentado en la tradición teórica de escuelas intelectuales previas, actúa para redefinir “el concepto clásico de ideología a la luz de las prácticas comunicativas mass-mediáticas”:

En la base de esta contraposición late un problema de finalidad del objeto de estudio. Es, pues, en el marco de la epistemología donde se deben matizar las diferencias. El problema de la persuasión o, para ser más precisos, los efectos planificados y los efectos accidentales articulan la finalidad del paradigma norteamericano. En cambio, en el paradigma europeo la órbita de las técnicas y prácticas ideológicas sistematiza y define el empleo del concepto de comunicación masiva. (Muñoz 1989, 3).

Wolf (1985) prefiere utilizar el concepto de teorías para referirse a la investigación que podríamos denominar clásica acerca de los efectos. Así, remite a diferentes propuestas

explicativas⁹⁸, que no necesariamente aparecen de forma consecutiva en el tiempo, pues a veces se solapan⁹⁹: la teoría hipodérmica, la corriente empírico-experimental o “de la persuasión”, los estudios empíricos sobre el terreno o “de los efectos limitados”, la teoría funcionalista de las comunicaciones de masas, la teoría crítica, la teoría culturoológica, los *cultural studies* y las teorías comunicativas, a las que añade tres nuevas tendencias actuales que no reciben el calificativo de teoría propiamente, y que son: la “agenda-setting”, el “gatekeeper” y el “newsmaking”.

En este sentido, no es que su referencia a una teoría signifique la existencia de un discurso bien definido, sin discrepancias o sin matices, sino que incorpora dentro de ese paraguas investigaciones que siguen la misma dirección, enfatizan los mismos aspectos o llegan a conclusiones similares, aun cuando se puedan visualizar en su interior diferentes corrientes de trabajo. Es decir, que en ocasiones constituyen propiamente una teoría, pero en otros casos, reconoce, “la utilización del término ha sido un poco forzada” (Wolf 1985, 22).

Por su lado, McQuail (1985) prefiere hablar de cuatro grandes momentos que define como:

- 1º etapa, de media *todopoderosos*, ubicada entre finales del XIX y últimos años de 1930.
- 2ª etapa, de *comprobación* de la teoría de los media *todopoderosos*, que sitúa entre mediados de los años 30 del siglo XX y principios de los 60.
- 3ª etapa, de *redescubrimiento* de los media *todopoderosos*, que comenzaría en los 60 y se confirmaría con la obra de Noelle-Neumann (Noelle-Neumann 1973, 1974, 1993), sobre el regreso de los media poderosos.
- 4ª etapa, de influencia *mediática negociada*, que se habría iniciado con mayor intensidad en los años 70 del pasado siglo, aunque McQuail remite a momentos pasados de la investigación que habrían sentado las bases de esta nueva mirada

⁹⁸ La tradición de estudios sobre los efectos de los medios es inmensa, y su descripción escapa a los objetivos de un apartado de contextualización como es este. Lo habitual es, efectivamente, presentar un itinerario cronológico que suele tomar como punto de partida las teorías de Lasswell sobre la “aguja hipodérmica” en los años 30, y evoluciona según lo hacen los propios medios de comunicación y las teorías sociológicas y comunicativas. Wolf (1985, 67) cita un fragmento de Carey (1978) que da justificación sociológica a esta sucesión de teorías en las décadas centrales del s. XX: “Los efectos de los media eran considerados importantes en los años treinta a causa de la Depresión y del hecho de que la situación política que determinó la guerra creaba un terreno fértil para la producción de un cierto tipo de efectos. De la misma forma, la tranquilidad de los años cincuenta y sesenta llevaba a un modelo de efectos limitados. Al final de los años sesenta, un período de conflictos, tensiones políticas y crisis económica contribuyó a hacer vulnerable de forma fundamental la estructura social y a hacerla permeable respecto a la comunicación de los mass media”.

⁹⁹ Wolf (1985, 21-22) aclara que su presentación no sigue únicamente un criterio cronológico pues, si bien trata de seguirlo, tiene en consideración cuestiones relativas al contexto social, histórico y económico en el que estos modelos surgen, el tipo de teoría social con el que se le relaciona y el modelo comunicativo que establece. Además, también recuerda que algunas de estas teorías coexisten en el tiempo.

a los medios; en concreto hace referencia a la obra de Gerbner (1967, 1969, 1977; Gerbner y Gross 1974; Gerbner et al. 2002) y Noelle-Neumann (1973, 1974, 1993). Aquí se encontrarían propuestas sobre los efectos como la *agenda-setting*, la teoría del *priming* y el *framing*.

Cacciatore, Scheufele e Iyengar (2015) incorporan a las cuatro etapas de McQuail (1985) una nueva, como consecuencia de los cambios que se están produciendo en el ámbito mediático, con formas de comunicación nuevas y cambiantes, mayor globalización, etc. Se refieren a esta etapa como *preference-based effects model*, es decir, modelo de efectos basados en la preferencia.

Trabajos más próximos a nosotros son los de De Moragas Spà (1981, 1986), Benito (1982), Saperas (1987), Rodrigo Alsina (1989a, 2001), Muñoz (1989), Montero (1993), Monzón (1996), Valbuena de la Fuente (1997), Igartua y Humanes (2004), o Méndez Rubio (2004). Uno de los investigadores pioneros en España fue el profesor de la Autónoma de Barcelona, De Moragas Spà (1981, 1986). En su revisión de 1981, *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*, propuso un recorrido histórico y metodológico alrededor de cuatro grandes áreas geográficas, comenzando por la investigación en Estados Unidos, para continuar por los desarrollos teóricos en Europa, Latinoamérica después y, finalmente, ubicarse en España. Saperas (1987) por su parte habló de un tipo de efectos muy concreto en su libro del año 1987: los de tipo cognitivo, entre los que analiza la *agenda-setting*, la tematización y la *Gap-Hypothesis*. En su manual de 2001, Rodrigo Alsina (2001) contempla la evolución de las teorías de la comunicación en torno a tres perspectivas: la interpretativa, la funcionalista y la crítica. También Montero (1993) habla de tres grandes paradigmas clásicos: el funcionalista, el correspondiente a la perspectiva interpretativa y el de la perspectiva marxista, además de presentar algunas de las grandes teorías actuales, que distribuye alrededor de un criterio de clasificación según los tipos de efectos.

2.1.2.2. Primeros pasos de la investigación

Lo que se vislumbra tras las múltiples propuestas de clasificación es la progresión temporal de planteamientos que tienen sus orígenes formales en los años 20 en Estados Unidos, pero que, como hemos señalado, aparecen ya a finales del siglo XIX (Mattelart y Mattelart 1997; McQuail 1985), a partir de algunos estudios sobre la psicología de las masas que realizan, entre otros, Scipio Sighele (1868-1913) y Gustave Le Bon (1841-1931), y que continúa con investigaciones que, si bien están más

próximas a la sociología, como ocurre con la Escuela de Chicago, no pierden de vista el complejo mundo de la comunicación¹⁰⁰.

Las dos Guerras Mundiales suponen un revulsivo en muchos campos, y entre ellos está la comunicación. Las primeras investigaciones sobre el poder y los efectos de los medios surgen del interés en conocer cómo ha funcionado la propaganda durante la Gran Guerra y cuál ha sido su impacto en las audiencias. Recuerda Monzón (1996, 161):

Los usos políticos de los medios y su influencia en la opinión pública quedarán patentes en las campañas electorales y en otras formas de comunicación política, pero serán las demandas militares (propaganda política), las que contribuyan con un interés especial a la innovación tecnológica y a los estudios de los efectos de los medios. La prueba de ello se encuentra en las relaciones que mantuvieron con la guerra y la propaganda autores de la “Communication Research”, como H. Lasswell (War Communications Research Project of the Library of Congress), C.I. Hovland (Research Branch of the Army’s Information and Educational Division) o W. Schramm (Office of War Information). Finalmente, destacar el apoyo que la administración dará (el New Deal) al surgimiento de fundaciones e instituciones privadas que investigarán en el campo de la comunicación, principalmente en efectos y audiencias.

Esos primeros estudios están influidos por la psicología conductista en boga en la época. Es el momento de publicaciones clave para la teoría de la comunicación: Tönnies (1922) publica su libro *Kritik der öffentlichen Meinung*, Lippmann (1922) *Public Opinion*, y Lasswell (1927) *Propaganda Techniques in the World War*. El modelo predominante se centra en la visión del emisor, y entiende que la audiencia es un receptor vacío que responde, como el perro de Pavlov, al criterio de estímulo-respuesta más básico; se tiene una visión de los medios como todopoderosos (McQuail 1985).

Preguntas	Elementos del proceso comunicativo	Tipo de análisis
Quién	Comunicador	Análisis de control
Dice qué	Mensaje	Análisis de contenido
En qué canal	Medio	Análisis de medios
A quién	Receptor	Análisis de audiencias
Y con qué efecto	Efecto	Análisis de los efectos

Tabla 2. Paradigma de Lasswell. Elaboración propia.

Surgen aquí los trabajos que dan pie a Wolf para hablar de la *teoría hipodérmica* (también conocida como *bullet magic theory* o *hypodermic needle model*), y cuya idea central es la existencia de una conexión directa entre una exposición a los mensajes de

¹⁰⁰ Por ejemplo la Escuela de Chicago atenderá a cuestiones propias de la comunicación en su intersección con la sociedad, en sus estudios sobre la creación de la opinión pública, la construcción de la realidad a través de las noticias o los efectos que el cine tiene en sus audiencias.

los medios y un cambio en el comportamiento. Según este enfoque, los medios de comunicación provocan grandes efectos en el comportamiento de las audiencias (Lippmann 1922; Lasswell 1927). A partir de esta idea se va constituyendo la *Mass Communication Research* como corriente de investigación, cuyo modelo más conocido y universal se basaba en cinco preguntas, formuladas por Lasswell (1948) y aún populares en nuestros días: quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Cada una de estas cuestiones responde a un elemento del proceso comunicativo, y al centrarnos en cada uno de estos elementos, decía Lasswell, hablamos de un tipo de análisis específico, tal y como aparece en la Tabla 2. Este modelo comunicativo, que guió el estudio de la comunicación durante muchas décadas, ha recibido muchas críticas por su carácter cerrado y unidireccional (Rodrigo Alsina 1989b; Klapper 1960; De Moragas Spà 1981; Montero 1993).

Con la II Guerra Mundial, Lasswell y su equipo continúan sus investigaciones alrededor de la propaganda y tras la guerra se suceden nuevas prácticas, como sondeos de opinión para conocer la influencia de los mensajes políticos en el votante (Lazarsfeld, Berelson, y Gaudet 1948), estudios cuantitativos sobre el lenguaje político (Lasswell y Leites 1949) o, posteriormente, encuestas para conocer el comportamiento del consumidor (Katz y Lazarsfeld 1955). Tras los primeros trabajos que consideraban a los medios como poderosos en cuanto a su capacidad de imposición de su poder simbólico, en los 40 se cuarteaba esa visión. Nuevos estudios empíricos comienzan a plantear dudas acerca de ese poder omnímodo con que se les había investido y se empieza a mirar a la audiencia, antes considerada “sociedad de masas”, como parte de ese proceso que, por otro lado cuenta con intermediarios susceptibles de ser también observados.

La observación del comportamiento del consumidor lleva a Lazarsfeld, Berelson, y Gaudet (1948) a proponer la teoría conocida como *two step flow* (o de los dos escalones de la comunicación), en la que las audiencias se dividen en esos dos niveles: en el primero están aquellos individuos más expuestos al poder de los medios y que, como poseedores de información especial se convierten en líderes de opinión; en el segundo estarían aquellas personas que frecuentan menos los medios y que buscan a las anteriores para estar informadas. Esta nueva mirada sobre los efectos reconoce el fracaso que algunas ocasiones rodea al acto comunicativo y relativiza esa inicial mirada determinista. De esta forma se abandona la idea de una comunicación mediática unidireccional de una sola fase.

En 1957, al hilo de esta vía abierta, Festinger (1957) plantea la teoría de la disonancia cognitiva. Esta responde a ideas recientes acerca de la exposición, percepción y recepción selectiva de la audiencia, el oyente o el lector. Festinger plantea que todo individuo mantiene un estado de coherencia interna (su ideología, actitudes, conocimientos acerca de lo que le rodea) y ese estado es vital en su relación con su entorno y también con los medios, porque si el mensaje recibido rompe esa

coherencia interna, el individuo actuará adecuándola y reubicándola para, de nuevo, volver a encontrar esa coherencia vital (Rodrigo Alsina 1989a, 59).

Otra teoría que incide en esa corriente de minimización del poder de los medios es la que Monzón (1996) denomina “redescubrimiento del grupo primario”. Esta teoría plantea que las personas forman parte de grupos sociales y, entre ellos está su grupo primario, que es el de referencia. La comunicación mediática llega a este grupo y es tamizada por sus miembros, pues comparten una mentalidad colectiva identitaria: “crean una comunicación interna (tanto vertical como horizontal) que los medios deben utilizar si quieren conseguir sus efectos” (Monzón 1996, 189).

En 1960 Joseph Klapper publicó el libro *The Effects of Mass Communication*, en el que exponía la teoría de los efectos limitados¹⁰¹, donde relativizaba de una manera radical la influencia de los medios hasta el punto de que algunos lo interpretaron como un reconocimiento de la ineficacia de los medios. Sin embargo no era esa la postura de Klapper, quien ponía el proceso comunicativo en contexto y hablaba de factores intermedios e intermediarios que contribuyen a la consolidación o rechazo del mensaje. Lo que planteaba era la dificultad de los medios para modificar o cambiar comportamientos o valores, y limitaba su papel más al refuerzo de los mismos. En las cinco generalizaciones iniciales de su análisis señalaba que:

1. *Las comunicaciones de masas no constituyen, normalmente, causa necesaria y suficiente de los efectos que producen sobre el público, sino que actúan dentro y a través de un conjunto de otros factores e influencias.*
2. *Los factores intermediarios son tales que convierten típicamente las comunicaciones de masas en agente cooperador, pero no en causa única, en el proceso de refuerzo de las condiciones existentes (...).*
3. *En las ocasiones en que las comunicaciones de masas favorecen los cambios, probablemente se dará una de estas dos condiciones:*
 - a. *los factores intermediarios serán inoperantes y el efecto de los medios de comunicación de masas, directo; o bien*
 - b. *los factores intermediarios, que normalmente refuerzan las condiciones existentes, estarán en esa ocasión actuando a favor del cambio.*
4. *Existen situaciones en que las comunicaciones de masas parecen producir efectos directos o satisfacer directamente y por sí mismas ciertas funciones psicofísicas.*
5. *La eficacia de las comunicaciones de masas, ya como agente cooperador o como agente de efectos directos, se ve influida por varios aspectos de los medios y de las comunicaciones mismos o de la situación de comunicación.*(Klapper 1960, 9-10).

Como apunta McQuail, ese mensaje “suscitaba muchas reservas” entre los que veían en los medios fuentes de fuerte influencia social (caso de Lang y Lang 1959; Mills 1959; Key 1961 o Habermas 1962).

¹⁰¹ También conocido como enfoque “situacional”, “funcional” o “fenoménico” (Klapper), de los “efectos mínimos”, “efectos limitados”, de las “diferencias individuales” (De Fleur), de los “factores intermedios”, de “empirismo abstracto” (Mills), “paradigma dominante” (Gitlin), “modelo reduccionista” (Lemert) o “investigación administrada” (Lazarsfeld), cf. Monzón (1996, 180).

Entre los años 50 y 60, como consecuencia de la popularización del nuevo medio televisivo, se prodigaron investigaciones que lo tomaban como referencia. Ya decía Klapper, en las últimas páginas de su estudio, que había escasos estudios sobre la televisión, lo que cambió en las décadas posteriores. Tras estudios como los de Herzog (1944), Waples, Berelson, Bradshaw (1940), Suchman (1942), Wolfe and Fiske (1949), Berelson (1949) y Katz, Gurevitch y Haas (1973) entre otros, sobre cómo las audiencias buscan la satisfacción de sus necesidades en su aproximación a los medios y acerca de cuáles son los tipos de necesidades que los media pueden satisfacer, en 1973-74 Katz, Blumler y Gurevitch reformulan la teoría de los usos y gratificaciones. Esta reformulación surge porque el objetivo ya no es conocer qué hacen los medios con la audiencia, sino qué hace la audiencia con los medios. Como señala Wolf (1985), en esta propuesta el receptor se revaloriza, al ser considerado parte activa del proceso de selección e interpretación del mensaje. La perspectiva de la “persuasión” que hasta entonces primaba, dejó paso a la idea de la “gratificación” que los usuarios reciben en su contacto con los medios, lo que produce un desplazamiento del efecto, que ahora se fija en todo el contexto comunicativo, también en la audiencia que según aceptan, utiliza los medios según sus intereses y motivaciones.

Esta teoría contaba con diferentes vías de estudio, aunque la investigación inicial prefirió fijarse más en el contenido:

Studies have shown that audience gratifications can be derived from at least three distinct sources: media content, exposure to the media per se, and the social context that typifies the situation of exposure to different media. Although recognition of media content as a source of gratifications has provided the basis for research in this area from its inception, less attention has been paid to the other sources. (Katz, Blumler, y Gurevitch 1973, 514).

En cuanto a sus presupuestos, Katz, Blumler y Gurevitch (1973) los resumen en cuatro aspectos, a saber: que las audiencias son activas en su relación con los medios; que su exposición a los medios depende de sus intereses, deseos y motivaciones personales; que los medios de comunicación no son los únicos instrumentos con los que las audiencias buscan esa gratificación personal y que utilizan los medios para aumentar sus conocimientos y mejorar su juicio crítico acerca de lo que estos le pueden ofrecer. Esta teoría, que Wolf (1985) incluye dentro de las de carácter funcionalista, y aún estudiada en nuestros días (LaRose y Eastin 2004), puso de manifiesto el valor activo de la audiencia y la complejidad del proceso comunicativo.

A finales de los 70, con el afianzamiento de las audiencias televisivas, se produce un cambio en la mirada hacia los medios. En los últimos años se habían extendido las tesis de la selectividad y los efectos limitados de los medios, por lo que una vez se había cuestionado la capacidad de estos para modificar comportamientos, la atención se había fijado en su acción en la construcción de significados y la forma en la que productores y audiencias negociaban esa situación.

Wolf (1985, 158), rescatando un texto de Noelle-Neumann (1983), destaca que las principales diferencias en ese momento en la investigación sobre los medios eran las siguientes: por un lado, que no se estudian casos individuales, sino que se realiza una cobertura más amplia de los media; por otro que las metodologías empleadas en la investigación son más complejas que las iniciales entrevistas al público o encuestas; y, finalmente, que no se atiende tanto a los cambios de actitud y de opinión a corto plazo, como a efectos que se entienden a largo plazo, como cambios en los procesos cognitivos.

Pero ese marco de investigación de efectos débiles pronto será cuestionado. Un momento clave es el congreso de la *Asociación Internacional para el Estudio de las Comunicaciones* realizado en 1976, en el que Noelle-Neumann reivindica la influencia de los medios en las audiencias. En ese momento se alternan varias corrientes y, dentro del modelo de efectos fuertes defendido por Noelle-Neumann en 1976, se encuentran no solo su *teoría de la espiral del silencio* sino también la *teoría del cultivo* o la de los *desniveles de conocimiento* (Noelle-Neumann 1976). No obstante, y sin lugar a dudas, la más conocida es la teoría de Noelle-Neumann conocida como la *espiral del silencio*.

En 1973 esta autora alemana, fundadora de dos institutos demoscópicos alemanes —el *Institut Demoskopie Allensbach* y el *Institut für Publizistik*, del que sería directora— publica “Return to the Concept of Powerful Mass Media”, cuyo título es más que explícito respecto a lo que planteaba. A su juicio, los medios eran potentes instrumentos de influencia social en la conformación de la opinión pública. La idea que subyace a su teoría es la de que el ser humano tiene miedo al aislamiento, no quiere ir a contracorriente, y muchos de sus comportamientos se guían por ese miedo innato e irracional pues, según ella:

(...) para no encontrarse aislado, un individuo puede renunciar a su propio juicio. Esta es una condición de la vida en una sociedad humana; si fuera de otra manera, la integración sería imposible. (Noelle-Neumann 1993).

Y la espiral de la que habla surge de ese ciclo en el que entra el individuo cuando se siente impelido a mantener una postura de silencio (cuando siente rechazo a su alrededor) o reafirmación (cuando se siente fortalecido por compartir la idea de la colectividad dominante). Esa espiral de los primeros, la del silencio, es la que contribuye a la consolidación de una opinión pública dominante en la que hay pocas voces discordantes, por lo que define la opinión pública como:

(...) aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones, y en la cual puede fundarse la acción llevada adelante en público. (Noelle-Neumann 1993, 201).

Si bien la formación y expresión de la opinión pública es el tema vertebrador de la teoría de Noelle-Neumann, las implicaciones sobre la capacidad de persuasión de los medios son enormes porque, aunque existan otros tipos de comunicación del individuo con su entorno, son los medios los que demuestran tener una mayor

influencia, bien estableciendo las opiniones más relevantes, silenciando o cuestionando otras o explicando cuáles se pueden mantener en público sin caer en el aislamiento. Como señalan Igartúa y Humanes (2004, 238), la teoría de la espiral de silencio remite a otros tres planteamientos teóricos: la *agenda setting* (capacidad de los medios de señalar aquellos temas que serán objeto de interés y de discusión para las audiencias), el *framing* (capacidad de los medios para presentar un tema dentro de un marco u otro, con el fin de favorecer o influir en la lectura o decodificación que haga el receptor), y el *priming* (capacidad de activar pensamientos y emociones iniciales y repentinas mediante lazos mentales asociativos).

Sin embargo, antes de tratar esas últimas corrientes, volveremos la vista hacia otro tipo de propuesta desarrollada, igual que la de Noelle-Neumann, en los 70, pero que establece distancia con aquella. Se trata de los *Cultural Studies* surgidos a partir de la creación del *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) de Birmingham en 1964. Una de las claves del CCCS era su ruptura con la distinción existente hasta el momento entre cultura de masas y de élite, cultura popular y alta cultura, para precisamente dedicar sus investigaciones al estudio de este tipo de manifestaciones culturales tan denigradas hasta el momento. Así, en lo referente al análisis de los medios de comunicación se interesaron sobre todo por dos cuestiones: analizar las prácticas empleadas por los medios para crear y distribuir esos contenidos, y conocer los procesos de recepción de la audiencia.

En 1973, Stuart Hall —Director del CCCS desde el 69— presenta una ponencia en un congreso del Consejo de Europa que titula “Encoding and decoding in Television discourse” (Hall 1973); en esta ponencia propone un modelo comunicativo novedoso que rompe con las interpretaciones del proceso comunicativo propuestas desde el funcionalismo, el mecanicismo o el estructuralismo, y conceptualiza el proceso en términos de estructura. Así, no habla de los clásicos emisor, receptor, mensaje o contenido, sino de la producción, circulación, uso y distribución, estadios relativamente autónomos uno de otro:

(...) it is also possible (and useful) to think of this process in terms of a structure produced and sustained through the articulation of linked but distinctive moments - production, circulation, distribution/consumption, reproduction. (Hall 1973, 91).

Esa “relativa autonomía” de cada uno de estos procesos implica límites preexistentes en su propio desarrollo y en la siguiente etapa. During (1993, 90) lo clarifica especificando las diferencias entre *polisemia* y *pluralismo*: “messages are not open to any interpretation or use whatsoever -just because each stage in the circuit limits possibilities in the next”. Y ello precisamente tiene que ver con otra de las claves del modelo expuesto por Hall: su propuesta teórica acerca de la existencia de tres tipos de códigos de aproximación a la decodificación del mensaje:

- el código hegemónico, dominante o preferido (asociado a los discursos de quienes detentan el poder);

- el código negociado (que toma argumentos de los discursos hegemónicos, pero los combina con otros que pueden proceder de la experiencia propia y ello le lleva a una creación propia negociada);
- el código oposicional (de lectura crítica con el mensaje hegemónico).

Hall reivindica el lugar de la audiencia como receptora y recreadora del discurso, de manera que la decodificación no es solo un proceso unidireccional. En este modelo se encuentran dos de los conceptos que impregnan gran parte de la producción del CCCS: los conceptos de ideología y hegemonía gramsciana. La ideología, a su juicio, impregna todas las manifestaciones culturales y comunicativas, y la hegemonía es la capacidad que tiene un grupo social de mantener su poder sobre el resto de grupos. Lo novedoso de la propuesta gramsciana es que ese poder se constituye a través de la utilización del poder simbólico, que conduce a un acuerdo social más o menos negociado.

El trabajo de Hall se enmarca dentro del desarrollado por el CCCS de Birmingham, que abrió amplias vías de trabajo en la investigación sobre medios. Relevantes son por ejemplo los trabajos de David Morley sobre el consumo televisivo y los procesos de recepción de estas audiencias, con libros como: *Everyday Television: "Nationwide"* (con Charlotte Brunsdon, 1978), *The Nationwide Audience* (1980), *Family Television* (1986), las publicaciones de Chris Baker como *Global Television: An Introduction* (1997), o las de Angela McRobbie (1991, 1994) sobre la representación femenina en magazines.

2.1.2.3. Perspectivas teóricas actuales

Pese a esa revivificación del poder de los medios que supuso la irrupción de los estudios de Noelle-Neumann sobre las formas de construcción de la opinión pública, en los últimos años ha habido una heterogeneidad enorme en los planteamientos. La coincidencia ha estado en ver la acción de los medios más a largo plazo y en dar más importancia a los efectos de tipo cognitivo y no tanto a los conductuales. Las propuestas teóricas surgidas a partir de la investigación han sido amplias: desde una de las más conocidas, como la del establecimiento de la agenda (McCombs y Shaw 1972), pasando por la *Gap-Hypothesis* (Tichenor, Donohue y Olien 1970, 1980), la tematización (Rositi 1978; Marletti 1982, 1983, 1985; Grossi 1983, 1985; o Boeckelmann 1975), la hipótesis del *gatekeeper* (Lewin 1947; White 1950), el *newsmaking* (Warner 1971; Elliot 1972; Epstein 1973; Altheide 1976 o Tuchman 1978), o las ya citadas del encuadre (*framing*) o la preactivación (*priming*).

Como ya hemos mencionado, en fecha reciente Cacciatore, Scheufele e Iyengar (2015) han defendido la idea de que nos encontramos en un nuevo momento de la investigación, que se caracteriza por una combinación de efectos fuertes y débiles al mismo tiempo. El *preference-based effect model* (o modelo de efectos basados en la preferencia) que proponen combina ambos tipos de efecto.

Los efectos débiles responden a ese comportamiento tan habitual en las audiencias *online* que consiste en consumir contenidos adaptados a sus gustos, tendencias o postura ideológica, y que se ve incrementado por las estrategias utilizadas por esas mismas redes sociales, medios de comunicación, buscadores sociales y hasta tiendas *online* que personalizan los mensajes tras indagar en el propio historial del consumidor digital. Sin embargo, este modelo reivindica la existencia de otro tipo de efectos fuertes, de ruptura y persuasión y que denominan *tailored persuasion*, es decir, *persuasión a la carta o a medida*. Los modelos de comunicación de las más recientes campañas políticas les sirven como ejemplo; a través de una recopilación de datos del comportamiento del consumidor, audiencia o receptor llegan a construir un mensaje *ad hoc* para conseguir la persuasión deseada. Se trata de un contexto de “persuasión elaborada a medida”.

Dentro de este ámbito de efectos se encuentra el *framing* (Iyengar y Kinder 1989; Iyengar 1990, 1994; Scheufele 1999, 2000; Scheufele y Tewksbury 2007), que desarrollaremos en el Capítulo 3, apartado 2.3 de esta tesis. Según estos autores, la fortaleza del encuadre como efecto consiste en su capacidad para moldear el modo en que se puede presentar el mensaje periodístico, de opinión o de entretenimiento, para producir la influencia buscada:

Most important in the context of this essay, however, is the role that framing can play in the context of tailored persuasion. In other words, is it possible to increase the effectiveness of a message by changing the way the information is presented and – therefore – which cognitives schema audiences use when making sense of the information? (Cacciatore, Scheufele, y Iyengar 2015, 18).

En otro lugar Scheufele y Tewksbury (2007) señalaban los dos niveles existentes en el reconocimiento del encuadre como efecto: un primer nivel, el psicológico, basado en gran parte de los trabajos de Kahneman y Tversky (1979, 1984), y otro sociológico, en el que destacan los trabajos de Goffman (1974) y Gamson (1992a, 1992b). El primero se refiere a la capacidad que tiene un medio de modificar la comprensión de un tema por la audiencia a través de la presentación de ese tema concreto en un marco semántico u otro; el encuadre puede lograr la activación en el receptor de un conjunto de significantes y con ello favorecer un tipo de interpretación u otra. En el nivel sociológico, el *framing* tiene que ver con el proceso de recepción y la utilización por parte del receptor de marcos primarios para la comprensión de nueva información y datos. No obstante, sobre la capacidad de acción de este efecto, como vemos a continuación existen discrepancias:

Zaller (1992), Kahneman and Tversky (1984), and Iyengar (1991), among others, suggest that on most matters of social or political interest, people are not generally so well-informed and cognitively active, and that framing therefore heavily influences their responses to communications, although Gamson (1992) describes conditions that can mitigate this influence. (Entman 1993, 56).

Algunos teóricos han vinculado los efectos del encuadre con los que activan otros dos conceptos relacionados: la *agenda setting* antes mencionada y el *priming* (Amadeo 2008).

Es habitual que las referencias a los inicios de la investigación sobre la hipótesis de la *agenda-setting* conduzcan a la obra de McCombs y Shaw y, en concreto, al artículo “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, publicado el verano de 1972 en la revista *The Public Opinion Quarterly*. Pero, como muchos nos recuerdan (Wolf 1985; Saperas 1987; Singh 2010), esa misma idea aparecía en las obras de Lippmann (1922), Park (1922), Lasswell (1948), o Cohen (1963), o en McCombs (1977). De hecho, de Bernard C. Cohen (1963) es una de esas frases que explica con sencillez el trasfondo que presenta esta hipótesis, al indicar que la prensa no tiene éxito muchas veces cuando dice a sus audiencias qué pensar, pero sí lo tiene diciendo a sus lectores sobre qué tienen que pensar:

[the media] may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about. (Cohen, apud. McCombs y Shaw 1972, 177).

La frase, habitualmente repetida en la bibliografía, resume lo que McCombs y Shaw desarrollarían en 1972 a partir de una investigación sobre el comportamiento de los votantes de un pueblo del estado de Carolina del Norte, Chapel Hill, en la campaña presidencial estadounidense de 1968. En ella confirman la hipótesis de partida y establecen que, a través de las rutinas periodísticas, los medios deciden aquellos temas políticos a los que dan prioridad, y que demuestran ser aquellos con los que los votantes conforman su idea de la situación dada, aquellos a los que dan más relevancia. Con esa sencilla acción, consiguen que la agenda pública coincida con la agenda mediática.

La selección temática que se produce implica, además, una toma de partido ideológica por parte del medio, lo que también ocurre cuando jerarquizan los contenidos que se colocarán en la primera página o en página impar de un periódico, o en los titulares de salida en un noticiero televisivo para presentarlos a la audiencia.

No obstante, Igartúa y Humanes (2004) nos recuerdan que es necesario también cuestionarse la dirección de la causalidad en relación a la agenda mediática, para saber si son los medios los que la establecen o, por el contrario, se dejan guiar por la agenda general pública. Si realizamos a la vez encuestas de opinión acerca de los temas que más preocupan al ciudadano -como los que en nuestro país hace el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)- y analizamos la agenda de los medios cabría pensar que la influencia es la inversa, que son esas encuestas las que configuran la agenda del medio. Sin embargo, los estudios longitudinales realizados al respecto muestran que la dirección es la indicada por la hipótesis de la *agenda-setting* (Patterson y McClure 1976; McCombs 1977; MacKuen 1981; Behr e Iyengar 1985).

En la selección temática realizada por los medios hay una figura que adquiere gran significación y es la del profesional o profesionales en los que recae la decisión de seleccionar y jerarquizar los acontecimientos que formarán la agenda diaria del *mass-media* y se convertirán en noticia. Lewin fue el primero en proponer el término de *gatekeeper* (portero, guardián) para estos profesionales en 1947. Poco después, White (1950) estudió cómo se producía el proceso de selección de ítems informativos, concluyendo:

how highly subjective, how reliant upon value-judgments based on the "gate keeper's" own set of experiences, attitudes and expectations the communication of "news" really is. (White 1950, 386).

Pese a estas conclusiones, en una reinterpretación posterior de los mismos resultados, Hirsch (1977) señalaba que, por encima de subjetividades personales, en los criterios utilizados por el *gatekeeper* para la realización de su trabajo primaban los motivos profesionales (ya fuera la falta de espacio, de calidad periodística o el que fueran textos mal redactados). Estudios posteriores han confirmado estos datos (Robinson 1981).

Tal y como señala Scheufele (2007) el efecto de *priming* o preactivación tiene mayor relación con el de *agenda-setting* que con el de *framing* o encuadre, porque los dos primeros apuntan al hecho de si el individuo piensa en un acontecimiento o no, mientras *framing* remite a la manera como se enfoca e interpreta ese mismo asunto. Es decir, los primeros se basan en su conocimiento del funcionamiento de la memoria a la hora de procesar la información en cuanto a la prioridad de acceso a los datos —por ello los denominan *accessibility effects*—, mientras el encuadre tiene más que ver con la relevancia o pertinencia que los medios logran en el acceso a esa información a través de las conexiones y relaciones que se consiguen establecer (*applicability effects*; Scheufele, 2007; Price y Tewksbury 1997). Señalamos este aspecto porque en ocasiones resulta sumamente complejo entender la diferencia entre estos tres tipos de mecanismos discursivos, tan analizados por la teoría actual.

El *priming* tiene que ver con la capacidad de los medios a la hora de conseguir que ciertos temas se activen en la mente del receptor antes que otros, principalmente con la facilidad de remitir a unos temas o aspectos frente a otros guardados en la memoria. El mecanismo, que nos recuerda un poco la activación de connotaciones, funcionaría de la siguiente forma, en palabras de Scheufele:

individuals make judgments about other people or issues based on information easily available and retrievable from memory at the time the question is asked (Hastie and Park, 1986; Iyengar, 1990). According to a memory-based model, judgments and attitude formation are directly correlated with "the ease in which instances or associations could be brought to mind" (Tversky y Kahneman, 1973). (Scheufele 2000, 299).

lyengar y Kinder (1987), en su análisis del campo político, describen la preactivación como un proceso mediante el cual los medios pueden conseguir que el individuo modifique sus estándares de valoración sobre cierto político señalando en las informaciones determinados aspectos, y conseguir que el receptor utilice esos mismos aspectos dentro de ese campo, dejando de lado otros que quedan ocultos o se convierten en secundarios. Podríamos decir que es un recurso que jerarquiza los diferentes elementos que forman parte del encuadre.

El establecimiento del temario público (*agenda-setting*), el encuadre (*framing*), la preactivación (*priming*), los *gatekeepers* (y actualmente, los *gatewatching*¹⁰²), la teoría de la espiral del silencio, la perspectiva de los indicadores culturales,... somos conscientes de que el estudio de los efectos de los medios es un campo en continuo desarrollo y casi inabarcable para el investigador. Nuestra intención no ha sido ofrecer un análisis extenso del mismo, sino tratar de entender el complejo mundo de la comunicación, sus relaciones con la tecnología y con los procesos sociales a través de la presentación de algunas de las perspectivas que en la actualidad sirven para explicar los flujos comunicativos, pues todos estos procesos constituyen una problemática de fondo para el análisis del discurso que abordaremos en los capítulos 3 y 4.

2.2. El discurso de los medios: aproximaciones teóricas

Piñuel Raigada y Gaitán Moya (1995) señalan que, a día de hoy, el término *Análisis del Discurso* sigue adoleciendo de la falta de una definición unívoca y clara. De hecho, son ampliamente conocidas otras denominaciones con las que diferentes autores se refieren a esta línea de investigación, ya sea global o parcialmente. Se trata de tendencias bien conocidas desde los años 60: análisis del texto, gramática del texto, análisis textual, análisis conversacional, pragmática, etc.

En esta dirección se entiende la revisión que ha planteado Van Dijk (2005a) del concepto, para pasar de hablar de *análisis (crítico) del discurso* a *estudios (críticos) del discurso*, al sugerir que es más coherente utilizar un concepto más omnicompreensivo y aglutinador:

Es este esfuerzo general, transdisciplinario, el que ahora se llama generalmente “análisis del discurso” –aunque el término más general “estudios del discurso” sería más apropiado, ya que no sólo incluye “análisis”, sino también “teorías”, “aplicaciones”, “crítica” y otras dimensiones de investigación en el campo académico (Van Dijk 2005a, 14).

¹⁰² En el ámbito de la “curaduría de contenidos” que fomenta el periodismo digital, Bruns (2003) habla de “gatewatching” para referirse a la función de filtro que suponen “las cuatro s”: *search, select, sense-making, share*.

Con todo, para nuestra tesis resulta relevante una cuestión que Piñuel y Gaitán (1995, 516), cuyo trabajo se centra también en datos de prensa, señalan explícitamente y es el hecho de que “podría plantearse si lo que se entiende por Análisis Textual o Análisis del Discurso no es sino una modalidad del Análisis de Contenido, o viceversa.”

Como ya hemos adelantado, nuestra perspectiva considera que el objeto general de estudio es el discurso, y que el contenido de los textos constituye tan solo una parcela del discurso. A partir de este planteamiento global, asumimos que el análisis del discurso es una aplicación de la pragmática (entendida esta como subdisciplina de la Lingüística), que puede desarrollarse a su vez desde múltiples perspectivas que se nutren de aportaciones diversas¹⁰³.

Sin ánimo de ofrecer el panorama completo de los estudios e investigaciones que desde los años 50-60 convergen en la consolidación del análisis del discurso (algo que excede los objetivos de esta tesis), mencionamos las que han sido seguramente las bases teóricas más relevantes.

2.2.1. Escuelas lingüísticas

La bibliografía coincide en señalar que fue Z. S. Harris quien utilizó por primera vez el término “análisis del discurso” en dos artículos del año 1952 que llevan ese concepto en el título¹⁰⁴, si bien no con el significado con que se utiliza hoy en día, a su vez caracterizado por la heterogeneidad.

Entre las escuelas que en los años 60 comienzan el análisis de unidades superiores a la oración destaca especialmente el *análisis del discurso* de la escuela de Birmingham, representada por autores como Sinclair y Coulthard (1975) o Stubbs (1983). Aunque esta escuela desarrolla su análisis a partir de datos orales pertenecientes a clases escolares o a interacciones transaccionales y se centra en la descripción estructural del

¹⁰³ Enguix (2015b) propone que las categorías de análisis del contenido (que vincula sobre todo al establecimiento de la agenda) y las de análisis del discurso (que vincula sobre todo al encuadre y la preactivación) confluyen en la construcción de los modelos mentales que definen las noticias y, por extensión, el propio concepto de periodismo; de hecho, este autor establece correlación entre las categorías mencionadas y los rasgos clásicos de noticiabilidad (impacto, proximidad, actualidad, extrañeza, conflicto, magnitud, preminencia). Esta confluencia del análisis del contenido y del discurso es compatible también con el modelo de encuadre que asumimos en este trabajo, concebido como concepto amplio que incluye los niveles enunciativo, textual y receptivo (Gallardo 2013), y seguido también por el propio Enguix. El encuadre externo se basa en categorías típicas del análisis del contenido, como longitud, paratexto, sección, o género; el encuadre del nivel informativo-discursivo incluye por un lado las categorías más referenciales del análisis del contenido, es decir, las categorías informativas (temas y subtemas; género textual), y por otro lado las categorías típicamente discursivas (selección léxica, ilocutividad, actancialidad e intertextualidad).

¹⁰⁴ Se trata de los artículos que publicó en la revista de la *Linguistic Society of America Language*: “Discourse analysis” (1952) y “Discourse analysis: a sample text” (1952).

intercambio, resulta relevante su modelo de unidades organizadas jerárquicamente¹⁰⁵, que sentó las bases para el desarrollo posterior del análisis del discurso. La noción fundamental de *predictibilidad*, propuesta por Sinclair y Coulthard (1975) para describir el vínculo que relaciona a las intervenciones de distintos hablantes (una pregunta y su respuesta como ejemplo básico), apunta a que las unidades lingüísticas mantienen relaciones internas sistematizables.

Con una atención más anclada en textos escritos¹⁰⁶, la *gramática del texto* inicialmente desarrollada en el marco generativista (Van Dijk 1977, 1978), que evoluciona después a *lingüística del texto* y, finalmente, a *análisis crítico del discurso* (Van Dijk 1993, 2008; Wodak y Chilton 2005; Fairclough 2009; Wodak y Meyer 2001; Bañón 2003, 2004, 2006a; Martín Rojo 2006), constituye sin duda una referencia inexcusable para una tesis basada en datos de prensa escrita.

Las propuestas iniciales de Van Dijk tratan de proporcionar un modelo de análisis del texto que sea compatible con la descripción generativista de la oración; de ahí que busque las reglas de generación de textos (entre ellos, la *noticia*, Van Dijk 1980) e identifique los conceptos esenciales de macroestructura y superestructura. Pese a la evolución posterior de la lingüística del texto, la idea de superestructura, entendida como “el armazón subyacente” a cada tipo de texto, puede mantenerse y sigue teniendo un notable alcance explicativo.

Resulta especialmente relevante para nuestra tesis la línea de investigación desarrollada por Van Dijk en torno a los medios de comunicación desde esa perspectiva teórica. Sus primeros trabajos en los 80 versan sobre el análisis de noticias de prensa escrita (Van Dijk 1980, 1983a, 1983b, 1985, 1986); de hecho, gran parte de sus primeras investigaciones analizan las estructuras propias del discurso de las noticias de los diarios y los aspectos vinculados a la cognición social de su producción y recepción. En van Dijk (1980) menciona algunos trabajos pioneros en el estudio de los medios y la estructura lingüística e ideológica de la noticia, realizados en los 70 y los 80 desde el *Glasgow University Media Group* (GUMG 1976, 1980, 1982) y el *Centre for Contemporary Cultural Studies* del que ya hemos hablado en apartados previos (Hall 1970, 1973, 1974, 1977a, 1980; Hall et al. 1978). Sin embargo, Van Dijk apunta que su énfasis radica en descubrir comportamientos ideológicos ocultos tras los procesos de producción de la noticia y el relato de los sucesos; desde sus planteamientos, este es un enfoque más sociológico o sociolingüístico que propiamente lingüístico o pragmático. Así, señala que, hasta ese momento:

¹⁰⁵ Como es sabido, se plantea una traslación de la escala de rango propuesta por M.A.K. Halliday en 1961 para la gramática (oración > sintagma > lexema > morfema > fonema) al discurso (intercambio > turno > movimiento > acto). (Halliday 1961).

¹⁰⁶ Aunque de nuevo excede los intereses específicos de esta tesis, no queremos dejar de mencionar toda la tradición pragmática francesa (Renacanat, Ducrot, Moeschler) y los trabajos específicos sobre el texto de autores como Adam o De Beaugrande.

El análisis del discurso en profundidad sigue siendo una excepción o se encuentra reducido al análisis ideológico, como es el caso del trabajo del grupo CCCS. No obstante, se presta una creciente atención al lenguaje de las noticias y, en consecuencia, a la manera en que las ideologías dominantes se encuentran realmente formuladas (Van Dijk 1980, 30).

En esos primeros trabajos señala la existencia de estructuras singulares y diferenciales de la noticia de prensa, y remite a algunos mecanismos en las estructuras gramaticales y sintácticas del texto que anuncian la existencia de elementos ideológicos en su producción. El estudio de la ideología va adquiriendo un lugar preeminente en su obra, y será en los 90 cuando intensifique sus investigaciones sobre la relación entre discurso, ideología, poder y medios de comunicación (van Dijk 1993, 1995a, 1998, 2001, 2005b, 2006, 2007, 2010). Sin ánimo de exhaustividad, podemos mencionar someramente algunos trabajos que han utilizado este enfoque en su estudio sobre los media.

Efectivamente, en los últimos años, y a partir de la influencia de algunos de los trabajos de van Dijk de finales del siglo XX y principios del XXI, en los que pone de manifiesto la existencia de prejuicios raciales en los procesos de producción informativa de determinados medios (van Dijk 2007, 2005b), se han prodigado investigaciones que han analizado cómo los medios contribuyen a la reproducción social de discursos que perpetúan prejuicios contra las minorías, el diferente, el otro sexo o el inmigrante. O también otro tipo de investigaciones que analizan el discurso político en la prensa, entre las que se encuentran las tesis doctorales de Giró Martí (1999), Castel (2008), Iranzo Montés (2011) o Perales García (2012).

Giró Martí (1999) analizó en su trabajo la participación de cuatro diarios de información general (*El País*, *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia* y *Avui*¹⁰⁷) en el proceso de construcción y/o deconstrucción de la identidad nacionalista catalana. Para ello analizó los editoriales de esos medios durante el período comprendido entre 1977 y 1996. Entre las hipótesis de partida, Giró Martí incluía la de la vulneración por parte de los medios del principio de cooperación de Grice (1975), lo que confirmó en el caso de los cuatro medios. A su juicio, lo más preocupante del análisis realizado tenía que ver con esa vulneración del principio griceano:

Que cada actor participi en la construcció de la nació que creu més adequada per a l'organització de la política de la societat en què està inserit, no hi tenim res a dir, és legítim. Que els diaris com a actors amb papers de protagonista -encara que pel grau de seguiment d'altres actors mostrin una formació d'actors secundaris- hi participin és legítim.

Que el discurs que forma part de la seva contribució a l'organització política de la societat estigui impregnat de deformacions, de falsedats i d'engany és preocupant. Que

¹⁰⁷ Giró Martí justifica la muestra por tratarse “dels quatre diaris més influents políticament i socialment de l'àrea metropolitana de Barcelona” (Giró Martí 1999, 128). En conjunto, la muestra estaba formada por 734 editoriales (252 del *Avui*, 186 de *El País*, 167 de *El Periódico de Catalunya* y 148 de *La Vanguardia*).

els diaris apel·lin a una relació de confiança, però desenvolupin una relació comunicativa pròpia d'una relació de dominació, no és legítim. (Giró Martí 1999, 735).

Entre la revelación de las estructuras del discurso político y del de la inmigración se encuentra el trabajo de Xavier Laborda (Laborda Gil 2003), posteriormente publicado como libro (Laborda Gil 2012), en el que utiliza el análisis del discurso para desgranar la construcción lingüística que la prensa hace de algunos acontecimientos interculturales sobre el Magreb y África Central (capítulos 4 y 5 del libro).

En esa misma línea de estudio de la representación sociolingüística de los inmigrantes en la prensa se encuentran los trabajos de Bañón Hernández referidos al tratamiento mediático de la inmigración (2002, 2003, 2006a, 2006b, 2007a, 2007b, 2007c, 2008) o las minorías (Bañón Hernández y Urán 2011), la tesis doctoral de Cruz Moya (2005) sobre *Las migraciones en el discurso periodístico almeriense del siglo XX. Análisis crítico de tres corpus de noticias*, (también Cruz Moya 2007), los trabajos de Martín Rojo (2006), Martínez Lirola (2008), Giró Martí y Jarque (2007), El-Madkouri Maataoui (2006, 2007), El-Madkouri Maataoui y Taibi (2005), Taibi y El-Madkouri Maataoui (2006), la edición de Salvador Liern (2012) o, desde el área de periodismo, los trabajos de Casero-Ripollés (2003, 2004, 2007a, 2007b) u Oleaque (2015). En el caso de Retis (2004, 2006), el objeto de su interés es la inmigración colombiana y ecuatoriana en España.

En el ámbito del medio audiovisual y desde una perspectiva marcadamente lingüística, destaca el trabajo de García Asensio (2010) sobre los telediarios de tres cadenas nacionales, *TVE 1*, *Antena3* y *La 2*. Su investigación presta especial atención al análisis del procedimiento de cita de estos medios, su grado de literalidad y la selección de tipos de verbos que las introducen, algo novedoso, con lo que pretende dar un paso más en el conocimiento de las estrategias de cita en español dentro del discurso audiovisual. De hecho, si nos parece especialmente interesante su trabajo es por el extenso análisis que realiza de los mecanismos de cita, que ordena alrededor de dos elementos sencillos: el de discurso indirecto y discurso directo, elementos que nosotros consideraremos como marcas de intertextualidad. Su amplio estudio del uso del mecanismo de la cita en el telediario nos recuerda las funciones referencial y epistémica, persuasiva y argumentativa, que pueden hacer servir en su uso.

Respecto al desarrollo posterior del llamado *análisis crítico del discurso*, o *estudios críticos del discurso*, desencadenados a partir de los trabajos de autores como Wodak o Van Dijk, lo más interesante para nuestro trabajo es la visión global de fondo sobre las repercusiones de los discursos emitidos en la esfera pública, sobre todo en los análisis sobre lengua y racismo, o lengua y discriminación. La consideración del discurso como una práctica social (Wodak y Meyer 2001, 7) es una idea que adoptamos también en este trabajo. No obstante, Gallardo (2014) ha señalado cómo la insistencia en la perspectiva crítica se confunde, con frecuencia, con un análisis militante respecto a la realidad social a la que pertenecen los datos:

Pretender que el análisis del discurso público sólo puede estar al servicio de los grupos dominados, y que sus investigadores se alinean necesariamente con estos o con los disidentes de los grupos dominantes, supone ignorar la dimensión aplicada de esta disciplina que explica, precisamente, la existencia de estrategias de abuso mediante el discurso, o de gabinetes y asesores de comunicación ocupados en rentabilizar esas posibilidades. Creemos, por el contrario, que el objetivo del análisis lingüístico, entendido en sentido amplio, es precisamente hacer emerger los mecanismos enunciativos, textuales e interactivos que subyacen a las estrategias discursivas de cualquier intencionalidad, desentrañando la posible existencia de esos abusos discursivos e identificando los patrones que permiten tanto su mantenimiento como su desactivación. Seguimos, en definitiva, situando el análisis pragmático en el uso real, de manera que el análisis realizado de los textos del corpus debe poder ser aplicable a todo tipo de datos, y su utilización social en pro o en contra de las desigualdades es posterior (Gallardo 2014, 18-19).

No puede decirse, por otra parte, que la tradición de análisis críticos del discurso (Wodak y Chilton 2005; Wodak y Meyer 2001) tenga una metodología claramente asentada y seguida por muchos trabajos; en el mejor de los casos encontramos esquemas descriptivos dispuestos en fases analíticas. Jäger, por ejemplo, propone una aproximación a los textos que tenga en cuenta estos aspectos (2009, 53):

1. Breve caracterización de la sección concreta de la esfera del discurso¹⁰⁸ a que pertenecen los datos (por ejemplo, medios de comunicación impresos, revistas femeninas, canciones pop...).
2. Procesamiento material de los datos (transcripción, creación de base de datos).
3. Análisis estructural por referencia al proceso discursivo que se analiza; los procesos discursivos se contemplan siempre desde perspectivas históricas, desde planteamientos próximos a la “arqueología del saber” de Foucault.
4. Análisis de unidades del corpus que sean representativas de la sección concreta objeto de análisis dentro de cierta esfera discursiva.
5. Análisis general de esa sección de interés.

Para el caso específico de textos de prensa, Jäger (2001, 56) concreta el análisis en una serie de fases de naturaleza descriptiva, que no siempre son sistematizables¹⁰⁹:

I. Procesamiento material para el análisis estructural.

I.1. Caracterización general del periódico: postura política, tirada, lectores...

¹⁰⁸ Jäger utiliza el concepto “esfera discursiva” (*discourse plane*) para designar ubicaciones sociales; propone como ejemplos la ciencia, la política, los media, la educación, la vida cotidiana (2001, 49).

¹⁰⁹ Como explicaremos más adelante, algunos de estos análisis sí aparecen en nuestra propuesta.

- 1.2. Visión general de la posición del periódico revisando un año completo del tema elegido.
 - 1.2.1. Lista de piezas relevantes para el tema en cuestión (tema, género, sección).
 - 1.2.2. Resumen del tema; valoración cualitativa; temas y asuntos ausentes que sí aparezcan en otros medios; presentación, tiempo y frecuencia de los temas según posibles acontecimientos discursivos.
 - 1.2.3. Distribución de temas según áreas temáticas más generales (por ejemplo, el tema “acceso a la universidad” dentro del área más amplia de “funcionamiento interno de las universidades”).
- 1.3. Resumen de 1.1 y 1.2.: determinación de la posición discursiva del periódico respecto al tema en cuestión.
2. Procesamiento material para el análisis detallado de unidades del corpus, en este caso, fragmento de un artículo o serie de artículos que sean representativos de la posición discursiva¹¹⁰ del periódico en cuestión:
 - 2.1. Marco institucional: contexto.
 - 2.1.1. Justificación de la selección de la muestra representativa.
 - 2.1.2. Autor.
 - 2.1.3. Causa del artículo.
 - 2.1.4. Sección del artículo.
 - 2.2. Superficie de texto.
 - 2.2.1. Descripción gráfica, incluyendo imágenes y gráficos.
 - 2.2.2. Titulares, entradillas, *leads*.
 - 2.2.3. Estructura del artículo en términos de contenido.
 - 2.2.4. Temas tratados en el artículo.
 - 2.3. Medios retóricos.
 - 2.3.1. Estrategias argumentativas.
 - 2.3.2. Lógica y composición del artículo.
 - 2.3.3. Implicaciones e insinuaciones.
 - 2.3.4. Usos figurados.
 - 2.3.5. Frases hechas, clichés.
 - 2.3.6. Vocabulario y estilo.

¹¹⁰ Jäger llama “posición discursiva” a una posición ideológica de cierto medio o persona.

- 2.3.7. Personajes (protagonistas, estructura pronominal).
- 2.3.8. Referencias y fuentes.
- 2.4. Afirmaciones ideológicas basadas en el contenido.
 - 2.4.1. Por ejemplo, qué noción del ser humano transmite el texto.
 - 2.4.2. Por ejemplo, qué tipo de idea de la sociedad transmite.
 - 2.4.3. Por ejemplo, qué ideas transmite sobre la tecnología.
 - 2.4.4. Qué futuro plantea el artículo sobre el tema en cuestión.
- 2.5. Otros rasgos.
- 2.6. Resumen: ubicación del artículo en el proceso discursivo global; argumento principal del artículo; mensaje general.
- 2.7. Conclusiones.

Aunque la línea de trabajo de la lingüística interaccional francesa (Kerbrat-Orecchioni 1980; Ducrot 1972, 1984; Moeschler y Reboul 1992) se centra en datos orales, de este enfoque nos interesa especialmente el modo en que incorpora al estudio pragmático la *teoría de la enunciación* propuesta por Émile Benveniste (1958, 1970) en los desarrollos del estructuralismo. Efectivamente, las teorías sobre la enunciación constituyen un pilar fundamental de nuestra postura analítica, pues los indicadores específicos que analizaremos en los titulares del corpus pueden entenderse, sin duda, como marcas formales de la enunciación en el sentido de Benveniste (1958, 1970). Según este autor, la enunciación supone actualizar la lengua (en el sentido abstracto de Saussure) en el acto de habla, y los emisores dejamos huellas formales de esta acción en nuestros textos, en nuestros enunciados. Tales marcas pueden ser permanentes (básicamente las expresiones deícticas de tiempo, lugar y persona), y variables (por ejemplo la modalidad oracional, que podemos vincular con la intencionalidad comunicativa, o los *verba dicendi*).

Tal y como señala Kerbrat-Orecchioni (1980), la teoría de la enunciación pone en cuestión un modelo comunicativo exclusivamente “informativo” (representado por la adaptación que Jakobson hace del esquema de Shannon y Weaver), reivindicando lo que puede considerarse como uno de los axiomas de la pragmática:

Mettre l'accent sur le fait que 'dire', c'est en même temps 'faire', et quelle que soit l'ambiguïté de ces termes, d'assimiler le langage à une 'pratique', une 'praxis', une 'production', un 'travail' (Kerbrat-Orecchioni 1980, 10).

2.2.2. Escuelas de filosofía del lenguaje

Sin abandonar la intención de presentación general, en este apartado expondremos brevemente las aportaciones que nos interesan procedentes de la pragmática enunciativa, cuya consolidación teórica toma como punto de partida las conferencias pronunciadas en Harvard por John Langshaw Austin, en 1955, sobre la noción de acto de habla (Austin 1962). La cita de Kerbrat-Orecchioni que acabamos de realizar, de hecho, no hace sino recoger la idea que resumía las conferencias del filósofo de Oxford: el lenguaje es una herramienta de la acción; veremos que, en concreto, nuestro interés se centra en la acción informativa de la prensa referida a los temas universitarios, analizando cómo los mecanismos de encuadre cooperan para orientar la interpretación de los lectores de los diarios.

De las propuestas iniciales de Austin, posiblemente la más difundida es la identificación del acto de habla ilocutivo, que se convierte rápidamente en la categoría fundamental de la pragmática y que corresponde a la intención comunicativa de los hablantes. Austin identifica una serie de restricciones o condiciones de adecuación pragmática (1962, 15), cuyo cumplimiento permite que los actos de habla sean afortunados (*happy*). Posteriormente, es su discípulo Searle (1976) quien desarrolla la noción de acto de habla ilocutivo, identificando los actos de habla indirectos como aquellos en los que no hay coincidencia entre la fuerza proposicional (significado literal, gramatical, del enunciado), y la fuerza ilocucional (intención comunicativa). Para dar cuenta de las distintas posibilidades intencionales, propone cinco tipos de actos de habla ilocutivos:

- Representativos: son actos de habla que comprometen al hablante con la veracidad de la proposición expresada (1976, 10): *informaciones, afirmaciones, aseveraciones*.
- Directivos: intentan intervenir en la conducta del oyente trasladándole algún tipo de acción: *órdenes, peticiones, preguntas*.
- Compromisorios: son actos mediante los cuales el hablante se compromete a la realización de un acto futuro: *promesas, ofrecimientos, apuestas*.
- Expresivos: actos de habla cuya emisión expresa un estado psicológico: *agradecimientos, disculpas, felicitaciones, cumplidos*.
- Declarativos: son actos que provocan cambios inmediatos en la situación institucional y tienden a depender de instituciones: *declaraciones de guerra, sentencias judiciales, contratos*.

Cualquier revisión bibliográfica sobre la pragmática y los actos de habla permite comprobar que existen numerosísimas propuestas de clasificación alternativas a la de Searle. No obstante, hemos asumido esta tipología clásica por ser una de las más

utilizadas y porque permite dar cuenta de los enfoques intencionales básicos de nuestro corpus.

Efectivamente, cabría pensar que la prensa encaja, por definición, en los actos de habla representativos, es decir, aquellos que reclaman el valor de verdad para lo que afirman. No obstante, nociones esenciales como las de *paralelismo político*, *preactivación informativa*, o textos de *opinión*, permiten introducir sesgos en esa voluntad representativa, y desplazar la acción estrictamente informativa hacia los ámbitos de la expresividad psicológica, mostrando preferencias partidistas e ideológicas ajenas a los hechos y que, como veremos, pueden tener una naturaleza negativa y positiva.

Junto a los actos de habla, los significados inferenciales son la otra gran aportación de la filosofía del lenguaje al análisis del discurso. Obviamente, la existencia de significados implícitos en los textos (sentidos figurados), es algo reconocido desde siempre tanto por la retórica como por la gramática clásicas. Sin embargo, corresponde al filósofo H. Paul Grice (1957, 1975) la sistematización de estos implícitos en clave pragmática (Gallardo 1996). Grice identifica dos tipos de implícito convencional, esto es, dependientes de la gramática:

- los tropos lexicalizados: expresiones idiomáticas, de construcción fija y significado no literal,
- las presuposiciones, informaciones con valor veritativo, que solo se activan por la emisión de ciertas palabras en concreto (los activadores o gatillos presuposicionales: verbos de cambio de estado, artículos reconocedores, interrogativas no polares...).

Y dos tipos de implícito no convencional, que dependen de ciertos conocimientos que van más allá de la gramática:

- las implicaturas, que dependen del principio de cooperación, que genera cuatro máximas conversacionales (cantidad, calidad, relevancia y manera).
- implícitos no conversacionales, que Gallardo (1996) equipara a los sobreentendidos, indemostrables, y solo inferibles a partir del conocimiento previo de los interlocutores.

Al respecto del principio de colaboración de Grice y sus máximas, señalaba Teruel Planas (1997) la relación que estos tienen con los principios de la *Retórica* de

Aristóteles y con las formulaciones expresadas por algunos libros de estilo¹¹¹, en relación a la necesaria manera de conducirse en cuanto a la redacción y la ética periodísticas. Así, señala que, por ejemplo en cuanto a la máxima de la cantidad de Grice: “Contribuye aportando toda la información que sea necesaria para los propósitos actuales del intercambio” (1975), Aristóteles ya habló acerca de ello en las “Funciones de la retórica (1357a)” y ello se plasma de igual forma en algunos libros de estilo de los medios de comunicación que subrayan que: “La redacción periodística ha caído en la rutina. Hay que huir del lenguaje prefabricado, eliminar el tono demagógico y lo que no tenga rango informativo.” (Teruel Planas 1997, 125). Y esa continuidad se produce con el resto de categorías griceanas que forman parte del principio de cooperación de dicho autor para mostrarnos de qué forma los medios han reproducido en sus libros de estilo –lo que se traslada a su estilo de redacción– los principios de la clásica *Retórica* de Aristóteles y los más recientes principios de cooperación básicos para una exitosa comunicación indicados por ese filósofo del lenguaje británico.

Teruel Planas (1997), al igual que Garrido Gallardo (2010), defienden la idea de que a día de hoy la retórica, el instrumento discursivo por excelencia de la persuasión, está continuamente presente en el discurso de los medios. Yendo más lejos incluso, Teruel Planas (1997) plantea que se pueda hablar de forma específica de:

recursos i tècniques retòriques “propis de”, i doncs, propis de la informació periodística, en el sentit de que aquesta selecciona, tria i usa d’aquella RETÒRICA els elements que li serveixen per persuadir el seu receptor o per aconseguir que altres condicionaments situacionals es canalitzin eficaçment. (Teruel Planas 1997, 23)

2.2.3. Escuelas de fundamentación sociológica

Dada la naturaleza de los datos lingüísticos contextualizados (en nuestro caso, textos de prensa escrita), resulta difícil establecer compartimentos estancos para las ciencias que estudian cierto objeto de investigación. La microsociología (Goffman 1971) o el análisis conversacional de base etnometodológico (Sacks 1972, 1992) son algunas de las escuelas de procedencia sociológica que realizan aportaciones fundamentales al análisis del discurso. Ya hemos mencionado cómo Van Dijk reivindicaba aproximaciones al discurso más propias de la sociología o la sociolingüística que de la lingüística. En esta misma línea, resulta cita obligada la alusión al análisis del discurso relacional que se apoya directamente en la obra de Laclau y Mouffle, quienes a su vez remiten al concepto gramsciano de *hegemonía*.

¹¹¹ En concreto los libros de estilo tenidos en cuenta son los del *Avui*, *El País*, *Diari de Barcelona* y *Catalunya Ràdio* si bien para completar esas máximas de Grice (1975) recurrió también a un documento del Col·legi de Periodistes (Teruel Planas 1997, 125).

El mecanismo básico de este modelo es el concepto de *articulación*, es decir, la activación de la ideología mediante el uso de ciertas palabras clave, cuya característica es la ambigüedad significativa; estos términos se conciben como verdaderos “significantes vacíos” o “puntos nodales”, porque su significado real, actualizado, depende absolutamente del entorno ideológico en que se usan. Tal vez el ejemplo más extendido es el del término “democracia”, que como es bien sabido se esgrime habitualmente para defender opciones políticas totalmente enfrentadas entre sí. Los grupos que consiguen instaurar en el discurso público sus acepciones de esos términos vacíos son considerados grupos hegemónicos, y su discurso es, consecuentemente, el discurso hegemónico de una sociedad. Para trastocar la hegemonía discursiva de cierto grupo (normalmente, cuando el relato que activan ya no es respaldado por la mayoría social), es necesario trastocar la acepción de esos términos, mediante procesos de *dislocación discursiva*¹¹².

En el ámbito que nos ocupa, al hablar de la legislación hemos mencionado cómo el modelo neoliberal de educación enfatiza el uso de términos como “calidad” y “excelencia”; pero el significado de estas palabras no es ni mucho menos unívoco, y articula un verdadero modelo ideológico subyacente. Revisaremos estos usos al hablar de la estrategia léxica.

2.2.4. Análisis del contenido

Llama la atención el hecho de que la lingüística haya sido altamente receptiva para incorporar conceptos y teorías de múltiples disciplinas académicas y, sin embargo, no haya tenido el mismo comportamiento en relación a los estudios procedentes de la investigación sobre comunicación de masas. En relación a esta relación entre el Análisis del discurso y los *mass media* señalan Pérez Llavador y Bas Portero que:

Tuvo que pasar algún tiempo, y lanzarse algunas proclamas, para que el objetivo incluyera los textos periodísticos, sin duda los que más receptores congregan de todas las formulaciones textuales. (Pérez Llavador y Bas Portero 1999, 9).

Aparentemente, la indiferencia ha sido mutua, ya que desde los estudios de comunicación tiende a considerarse la lingüística desde un punto de vista restringido, limitado a los estudios gramaticales. Bardin señala, en este sentido (1986, 34), la relación entre el análisis del contenido y el análisis del discurso, aunque sigue asumiendo planteamientos principalmente formalistas, propios del momento de publicación de su libro:

¹¹² Por ejemplo, Gallardo (2014) cita al respecto cómo el discurso que activaba el término “Transición” (y su término asociado, “consenso”) para las generaciones nacidas en los años 50 y 60 se ha visto alterado (dislocado) en los últimos años, y ya no da respuesta a la narración política predominante.

El análisis del discurso actúa, como el análisis de contenido, sobre unidades lingüísticas superiores a la frase (enunciados). Pero cuando su objetivo se manifiesta de la misma dimensión que la intención puramente lingüística, de la que deriva por extensión – formular las reglas de encadenamiento de las frases, es decir, de hecho, describir unidades (macrounidades que son los enunciados) y su distribución– es difícil situarla junto al (léase en vez del) análisis de contenido (Bardin 1986, 34).

Desde nuestro punto de vista, esta mutua impermeabilidad puede explicarse, al menos en nuestra tradición académica, por la habitual separación institucional entre áreas de conocimiento (la Lingüística como disciplina de Ciencias Humanas, la Comunicación y el Periodismo como áreas de Ciencias Sociales). Sin embargo, es evidente que todas estas investigaciones pueden compartir en gran medida su objeto de interés, y pueden por tanto beneficiarse de sus respectivos avances. Como veremos en el apartado siguiente, la noción de *frame*/encuadre constituye un ejemplo destacado de esta posible confluencia.

Como es bien sabido, los inicios del análisis de contenido se suele fijar en las décadas 20 y 30 en Estados Unidos (Piñuel Raigada 2002, 1-42; López Aranguren 1986, 461-492), con los trabajos de Lippmann (1922), Woodward (1934), Simpson (1934), Walworth (1938), Martin (1936) y Lasswell (1927), entre otros. Sin embargo, fue el impulso que recibió por un lado de manos de Lasswell y sus colaboradores, y por otro del grupo de la *New School for Social Research* durante de la Segunda Guerra Mundial, lo que contribuyó a afianzar más su uso en el análisis de los medios de comunicación. Tras la II Guerra Mundial, George (1969) se encargaría de compilar todos estos trabajos y, así, contribuyó a formalizar sus métodos y procedimientos.

Existe acuerdo a la hora de señalar la sentencia de Berelson de 1952 como una clásica definición del análisis de contenido (Wimmer y Dominick 1991; López Aranguren 1986, 461-492). Decía este que:

content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication. (Berelson 1952).

Se trata de una definición pionera que con el paso de los años ha sido discutida, ampliada y concretada, sobre todo en relación a las características de “quantitative description” y “manifest content”, y a su ambigua descripción acerca de la esencia de ese contenido (Krippendorff 1980; Holsti 1969). Actualmente existen definiciones más aceptadas y extendidas, procedentes de largas décadas de aplicación y teorización sobre esta técnica de investigación. Una definición lo suficientemente detallada como para entender su amplitud, es la de Piñuel Raigada, quien introduce el aspecto también cualitativo de la técnica y especifica las características atribuibles a ese tipo de contenido. De esta forma, actualiza la definición mencionada para indicar que:

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos

singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. (Piñuel Raigada 2002, 29).

Desde similares planteamientos explica López-Aranguren (1986):

en la actualidad se reconoce que el análisis de contenido puede tener tanto un fin descriptivo como un fin inferencial, y puede utilizar tanto técnicas de análisis cuantitativo como técnicas de análisis cualitativo; también hay acuerdo en que el análisis no está limitado al contenido manifiesto de los mensajes sino que puede extenderse a su contenido latente, y en que los análisis de contenido realizados deben someterse, como todo análisis, a pruebas de validez y fiabilidad. (López-Aranguren 1986, 462).

Tras la contienda bélica del 45, su uso se extendió a muchas disciplinas hasta tal punto que llegó a ser la perspectiva analítica más utilizada en las tesis de licenciatura en comunicación de masas en Estados Unidos, según señalan Tannenbaum y Greenberg (*apud*. Wimmer y Dominick 1991, 169). También señala Krippendorff (1980, 34) que el análisis de contenido ha sido utilizado sobre todo en investigaciones sobre la comunicación de masas, como la que se presenta en este trabajo, aunque su aplicación se ha extendido a muchas otras áreas de investigación.

A finales de los años 50 comenzó a utilizarse software informático para el procesamiento de los datos, lo que extendió enormemente las posibilidades del análisis, sobre todo para la cuantificación; en 1960, Hays publica el primer estudio computerizado, "Automatic content analysis" (Enguix 2013, 145), y en 1966 Stone, Dunphy, Smith y Ogilvie publican *The General Inquirer: a computer approach to content analysis in the behavioral sciences*¹¹³, libro que marca un hito, al presentar las grandes opciones que ofrecen esos análisis por ordenador. A juicio de Bardin (1986, 16) la etapa que comienza en ese momento se complementa con otros dos hitos: el interés del análisis de contenido por estudios relativos a la comunicación no verbal y, por otro lado, fruto de la precisión que exige el uso del ordenador, una mayor precisión en los trabajos lingüísticos. Como señala este autor, la introducción del ordenador contribuye a la superación de uno de los temas clásicos en el análisis del contenido: la diferenciación entre enfoques cuantitativos y cualitativos. En la actualidad el debate sobre el carácter cualitativo del análisis de contenido ya ha sido superado, pues, como indican Piñuel Raigada y Gaitán Moya (1995, 517) "no puede no ser sino cualitativo", dado que es imposible que pueda "dejar de afincarse en un marco teórico que

¹¹³ El *General Inquirer* era un sistema informático IBM 7090 que había sido desarrollado en Harvard en la primavera de 1961 y que sería utilizado para realizar análisis de contenido.

especifique las categorías analíticas empleadas”. La identificación de variables y categorías para el análisis es ya, en sí mismo, un análisis cualitativo.

El trabajo que presentamos ha tenido en cuenta ambos enfoques, entendidos como complementarios; las referencias de cada uno de ellos proceden, prioritariamente, de estudios previos adscritos al análisis del contenido (cuantificación de frecuencias, análisis multivarianza) y al análisis del discurso (ilocutividad/intencionalidad de los textos, actancialidad, estructuras textuales, adscripciones ideológicas subyacentes, etc.), pero, como ya hemos señalado, nuestra perspectiva considera que el análisis del contenido se incluye naturalmente en el ámbito más general del análisis del discurso.

Lo dicho hasta el momento permite entender la complejidad y variedad inherente a esta técnica de investigación y nos permite adentrarnos en alguna de sus tipologías, como la expuesta por Piñuel Raigada y Gaitán Moya (1995, 519-525), que establecen una clasificación de tipos de análisis de contenido según varios aspectos:

- Según los objetivos de la investigación podríamos hablar de análisis de contenido de carácter exploratorio, descriptivo y verificativo y/o explicativo.
- Según las fuentes del material de análisis hablaríamos de análisis primarios, secundarios y terciarios.
- Según el diseño de análisis podríamos hablar de diseños horizontales, verticales, transversales, longitudinales y triangulares.
- Según los parámetros de medición y evaluación diferenciaríamos entre análisis de contenido frecuenciales y los no frecuenciales; en este sentido, el análisis se torna algo más complejo, pues va más allá de la distinción entre análisis cuantitativo y cualitativo.
- Según las unidades de registro y las unidades de análisis distinguiríamos entre análisis de contenido léxicos, temáticos y evaluativos por un lado; y proposicionales, argumentativos, narrativos o del texto / del discurso por otro.

Teniendo en cuenta estas clasificaciones, podemos afirmar que el análisis de contenido que aquí se presenta es un análisis:

- Descriptivo, puesto que parte de una muestra cerrada de datos.
- De fuentes fundamentalmente primarias, que son los textos informativos de los periódicos seleccionados.

- De diseño transversal, pues los textos pertenecen al mismo período en cuatro medios impresos diferentes. Con este universo, nuestra pretensión es conocer la toma de postura de cada uno de ellos ante un mismo tema.
- De parámetros de medición y evaluación frecuenciales, dado que los datos que presentaremos expondrán el número de ocurrencias o co-ocurrencias de los indicadores expuestos o categorías de análisis.
- Argumentativo, en la medida en que pretende establecer vínculos entre mensajes de diferentes medios y opciones ideológicas y/o valorativas.

Wimmer y Dominick (1991, 170) remiten a tres características ineludibles que cualquier investigación de este tipo ha de cumplir y que también hemos aplicado en nuestro análisis:

- **Sistematicidad:** en relación a los criterios utilizados para la selección de los elementos de la muestra, pero también a la uniformidad en el procedimiento de codificación.
- **Objetividad:** en la utilización de criterios estándares y homogéneos en la selección de la muestra y la codificación de la misma.
- **Cuantificación:** en la aplicación de técnicas de análisis que complementan las observaciones descriptivas y valorativas con datos de cuantificación.

Por otra parte, a la hora de realizar el análisis de contenido de esta investigación, hemos tomado como referencia los pasos que Wimmer y Dominick (1991, 174) establecen para realizar un estudio de este tipo, y que son:

1. **Formulación de la pregunta de investigación o hipótesis:** aspecto al que nos hemos referido en la Introducción de esta tesis.
2. **Definición de la población de análisis:** que extrajimos de la búsqueda de las unidades léxicas “universidad” o “educación superior” en una base de datos de prensa, correspondiente a un período de tiempo que abarca desde el 2010 hasta el 2013. Ello nos permitió analizar un momento muy significativo de la universidad en España, puesto que en 2010 nuestro sistema educativo superior debía estar ya incorporado al Espacio Europeo de Educación Superior. Además, nos permitía analizar el reflejo mediático de las políticas de dos gobiernos de partidos de diferente orientación, el gobierno del PSOE (progresista) y el gobierno del PP (conservador), en relación a nuestra temática. Hasta hace poco, ambos representaban un amplio porcentaje de la población electora española. Por ejemplo, en las elecciones generales del 2011, PP y PSOE

sumaron el 73,35% del total de votos (44,62% PP y 28,73%), o, lo que es lo mismo, 296 escaños de los 350 del Congreso de los Diputados (MI 2011). En las anteriores elecciones generales, 2008, ese porcentaje de ambos partidos era aún mayor, pues sumaron un 83,81% de los votos (PSOE un 43,87% y PP un 39,94%) (MI 2008).

3. Selección, partiendo de dicha población, de una muestra adecuada: la muestra surgió de un muestreo polietápico tras el que se decidió restringir la investigación a cuatro periódicos, que como sabemos son: *La Vanguardia*, *ABC*, *El País* y *El Mundo*. Entre los cuatro, según el EGM, conformaban el 12% de la audiencia de medios escritos en España en 2010.
4. Elección y definición de las unidades de análisis: en el apartado 3 de este capítulo especificamos las unidades de análisis con las que hemos trabajado en este estudio y que componen el Corpus Definitivo. También detallamos el proceso de elaboración del Corpus Inicial que surgió fruto de la realización de la selección de la muestra, a partir del cual se descartaron ciertos textos según criterios de representatividad y de ajuste a nuestros objetivos de investigación.
5. Construcción de las categorías de análisis que emplearon Wimmer y Dominick (1991, 179): en la creación de nuestro sistema categorial hemos tratado de conseguir que las categorías sean recíprocamente excluyentes, exhaustivas y fiables. Como se puede observar en el capítulo 4, nuestro sistema categorial cumple estos tres criterios. En este sentido, es necesario indicar que nos plantemos la opción de tratar con un amplio número de categorías o, por el contrario, partir de un número reducido y manejable. Sin embargo, consideramos que la complejidad categorial inicial no estaba reñida con la capacidad de síntesis que podíamos dar posteriormente al análisis de datos, por lo que optamos por la utilización de un amplio sistema categorial. Ello nos obligó a agrupar posteriormente varias opciones (según se refleja en las propias cuestiones de investigación expuestas en el capítulo 1), para tratar de dar un sentido global y más genérico a los resultados, sin renunciar al detalle.
6. Determinación de un sistema de cuantificación: el sistema de cuantificación empleado es fundamentalmente el nominal, con el que hemos analizado la frecuencia de adscripción de categorías.
7. Adiestramiento de los codificadores y realización de una prueba de ensayo: en nuestro caso eludimos esta fase, dado que el trabajo fue realizado por una sola persona.
8. Codificación del contenido de acuerdo con las definiciones establecidas.
9. Análisis de los datos obtenidos: que supone, de hecho, la parte central misma de esta tesis.
10. Formulación de conclusiones y búsqueda de explicaciones.

El empleo de esta técnica plantea limitaciones de las que somos conscientes, pues sabemos que el empleo del análisis de contenido/del discurso no nos permite realizar inferencias sobre el efecto real que estos textos tienen sobre la audiencia que los recibe. Hace años, ya Stuart Hall (1973) explicó la diferencia entre el proceso de codificación y decodificación, y los diferentes matices que contribuyen a construir la decodificación, diferente para cada uno de los lectores. Por ello, no es nuestro objetivo presentar resultados que hablen del efecto que estos mensajes han tenido en su audiencia, pero sí de la intencionalidad que se infiere en quien ha construido esos discursos y, consecuentemente, del tipo de receptor que emerge a partir de esa intencionalidad (Gallardo 2014).

Por otro lado, bien es cierto que el análisis llega hasta donde llegan las categorías y definiciones que se han empleado para su estudio, pues otros investigadores podrían encontrar nuevos resultados trabajando sobre este mismo corpus, pero empleando diferentes categorías (Wimmer y Dominick 1991, 174)¹¹⁴. Sin embargo, lo que sí ha sido nuestro objetivo, y con él en mente hemos desarrollado todo el procedimiento, es que un investigador diferente obtenga los mismos resultados si decide aplicar la misma técnica a los mismos datos. Es este un requisito fundamental y esencial de una correcta construcción del análisis en el que hemos trabajado. Hablamos, ciertamente, de la fiabilidad.

En definitiva, a fin de intensificar los aspectos cualitativos de nuestro trabajo, la visión exclusivamente semántica del análisis del contenido se completa con la metodología del análisis del discurso de base pragmática, que nos permite dar cuenta también de aspectos intencionales e interactivos en el tratamiento periodístico de la universidad. Nuestra aproximación inicial recoge la larga tradición de estudios sobre análisis del contenido en los medios de comunicación, pero amplía el enfoque para considerar el hecho comunicativo desde una dimensión más global, donde hemos tenido en cuenta cómo los medios construyen su subjetividad emisora, vinculando todos los niveles del análisis con la noción pragmático-cognitiva de encuadre.

2.3. La confluencia de enfoques: el concepto de *frame*

En los últimos años nos hemos acostumbrado a escuchar los conceptos de *frame*, *framing*, marco, encuadre, formato, encuadre discursivo o esquema cognitivo, vinculados a nuestra capacidad de interpretar y entender el mundo a partir de cierto

¹¹⁴ En este sentido señalan Wimmer y Dominick (1991, 174): “El análisis de contenido por sí solo no permite hacer afirmaciones sobre el efecto de unos mensajes en su audiencia (...) Además de eso, hay que recordar que los hallazgos particulares de un análisis de contenido se limitan a la estructura de categorías y definiciones empleadas en él, pudiendo otros investigadores medir el mismo concepto con definiciones y categorías diferentes”.

tipo de texto. Estas nociones se han convertido en una manera de explicar la forma como el individuo es capaz de procesar, entender, explicar y construir todo aquello que le rodea, tomando como punto de partida referencias sociocognitivas previas.

Apunta Gallardo (2013, 238-239) que el concepto inglés de *frame* —tan extendido ya en nuestra lengua— se ha traducido al español de dos maneras diferentes (si bien es cierto que las formas inglesas conviven diariamente con las otras). Hablamos de los términos *marco* y *encuadre*, prácticamente sinónimos, pero que la lengua ha marcado de forma que, si bien el primero tiene un sentido estático, el segundo es dinámico¹¹⁵, y revela la activación de un procedimiento que pone el marcha los elementos de referencia que nos permiten interpretar un discurso. Amadeo (2002) apunta la diferencia que existe entre *frame/marco* y *framing/encuadre*¹¹⁶ con estas palabras:

Hay autores que analizan solamente el concepto de frame y otros, el de framing. Como se verá en la revisión de autores que a continuación se expone, quienes estudian el 'frame' lo definen como la entidad estática con características propias, y quienes analizan el 'framing' —en lugar del 'frame'— observan el proceso de transmisión de información que se da entre los medios y la sociedad a través de las noticias. (Amadeo 2002, 7).

Ante esta situación, nosotros mostraremos nuestra predilección por el empleo del concepto más dinámico y agentivo de *encuadre*, dado que incorpora ese sentido que inevitablemente todo nivel cognoscitivo implica: el cambio, la evolución, la aprehensión, la movilidad. Por otro lado, la consideración de la dimensión agentiva y procesual del encuadre exige la participación de un sujeto de la enunciación, y este rasgo resulta fundamental para nuestro estudio pragmático, una de cuyas bases, según hemos dicho, es la teoría de la enunciación de Benveniste. Además de este vínculo lingüístico, creemos que la teoría del *encuadre* o *framing* tampoco se explica sin hacer referencia a los cambios relativos a la ruptura con el objetivismo, tanto en el ámbito de la historia del pensamiento como, tiempo después, de la comunicación; asumir que la objetividad es solo un ideal teórico, imposible en la práctica informativa, supone abrir la puerta a la subjetividad del hecho comunicativo, protagonizado siempre por un sujeto emisor. Revisamos a continuación este aspecto.

¹¹⁵ Gallardo (2013) vincula estas dos acepciones al desarrollo del concepto en el ámbito de la inteligencia artificial; la primera propuesta de Minsky (1974) es, efectivamente, estática (marcos), pero la identificación de esquemas cognitivos dinámicos y narrativos (scripts, escenarios) es inmediata.

¹¹⁶ A este respecto, sin embargo, Amadeo (2002) seguirá utilizando de forma indistinta ambos conceptos —por otro lado sin traducir: *frame* y *framing*—, si bien más adelante reconoce que los autores que ha analizado optan principalmente por referirse al *framing* (al proceso dinámico en sí) más que al *frame* (elemento estático). Y señala: “De hecho, cuando deben acercarse a los ‘frames’, los investigadores por lo general los describen o les atribuyen funciones, pero es poco común que los definan. Dicho de otro modo, los ‘frames’ son vistos como herramientas para analizar los medios que producen las noticias o la sociedad que las recibe, pero raramente son desarrollados como categorías conceptuales en sí mismos.” (Amadeo 2002, 19-20).

Es un hecho que la práctica del periodismo ha ido de la mano de la máxima de Charles Prestwich Scott, quien proclamaba en los años 20 del pasado siglo que: “los hechos son sagrados; las opiniones, libres”¹¹⁷. Esa idea ha sido la conductora de la práctica del periodismo hasta prácticamente nuestros días¹¹⁸. Muñoz Torres (1995, 2012) subraya que la histórica “pretensión objetivista” de la información se mostró inexacta en cuanto fue arrastrada por la ruptura con el positivismo y empirismo heredados de los siglos XVII y XVIII. Conforme se manifestaron las críticas a la posibilidad de acceder a la verdad absoluta, se fueron cuestionando conceptos aparentemente inmutables como la objetividad¹¹⁹, la imparcialidad y la veracidad, lo que dio lugar a nuevos planteamientos en la práctica del periodismo, y facilitó la irrupción de nuevas teorías que tenían en consideración la implicación del periodista y el medio en la construcción de la noticia.

Desde esa perspectiva, hablar de *Encuadre/framing* significa hablar de la construcción de una realidad, la ruptura con la visión de la verdad inmutable que el periodista puede captar para crear la información. Mirar el mundo desde una perspectiva, hacer uso del encuadre para interpretarlo, implica reconocer que el periodista no es objetivo sino siempre subjetivo, sujeto emisor. Por todo ello:

La teoría del encuadre rompe así con las pretensiones de los objetivistas argumentando que el profesional, debido a sus experiencias personales, orientación ideológica, política o religiosa e incluso sus gustos o afinidades, interpreta la realidad enmarcándola y definiéndola dentro de unos parámetros que son subjetivos y que distan mucho de las pretensiones o aspiraciones de sus coetáneos. (Giménez Armentia y Berganza Conde 2009, 52).

Para hablar del concepto de *frame*, los investigadores (Sádaba Garraza 2001; Amadeo 2002; Vicente Mariño y López Ramón 2009; Gallardo 2013) nos remiten a los años 50, en concreto a la obra de Gregory Bateson (1955). Desde la incipiente psicología cognitiva, Bateson trataba de entender los mecanismos que conducen a un individuo a fijar su atención en unos matices de la realidad y dejar al margen otros; se plantea, en concreto, qué tipo de señales comunicativas informan a los sujetos de cuál es el plano de representación apropiado para interpretar un mensaje, identificando un nivel *metacomunicativo* en el que, por ejemplo, un chimpancé puede comunicar a otro que cierta conducta agresiva es, en realidad, una conducta de juego. Al tratar de explicar

¹¹⁷ “Facts are sacred, comments are free”, afirmó en un texto del periódico que entonces dirigía, *The Manchester Guardian*, el 5 de mayo de 1921.

¹¹⁸ De hecho, Canel y Sánchez-Aranda indicaban que a día de hoy los periodistas españoles “aún se siguen adhiriendo a máximas tradicionales de objetividad que separan radicalmente hechos de opiniones” aunque “el análisis más detallado de los datos apunta que esta separación radical queda diluida tanto en las percepciones de los periodistas como en la práctica profesional” (1999, 168). Se trata de un análisis realizado a una muestra de 1000 periodistas españoles.

¹¹⁹ Posiblemente es este uno de los temas donde más se alejan la tradición lingüística y la de investigación sobre medios de comunicación; si nos ceñimos simplemente a las teorías desarrolladas en el siglo XX, cabe señalar que la lingüística asume con naturalidad la idea de que todo texto es producto y reflejo de un sujeto emisor, un sujeto de la enunciación que emite un enunciado y que siempre deja huellas discursivas en ese enunciado.

los mecanismos que conducen a ese proceso psicológico de comprensión, Bateson utilizó el concepto de marco psicológico, que desde la sociología retomaría casi dos décadas más tarde Erving Goffman (1974)¹²⁰. Koziner (2013, 1) apunta a tres áreas de la sociología interpretativa como puntales de su fundamentación conceptual: el interaccionismo simbólico, la fenomenología y la etnometodología.

En su libro *Frame Analysis. An essay on the organization of experience* (1974), Goffman explica cómo se produce a su juicio el proceso de comprensión de los acontecimientos sociales. Ello implica, por un lado, la puesta en marcha de mecanismos de comprensión por parte del ser humano y, por otro, la existencia de principios sociales más o menos implícitos que enmarcan la interacción, y condicionan la comprensión del individuo. El *frame* de Goffman es un elemento dinámico, y es esta interpretación la que servirá a autores posteriores para incorporar el término a la investigación sobre medios de comunicación, una incorporación, no obstante, que con frecuencia adolece de inexactitud o ambigüedad. En este sentido señalan Vicente y López (2009) que el crecimiento cuantitativo en las investigaciones sobre *framing* en comunicación ha sido una constante en los últimos años, lo que no ha estado reñido con:

una ambigua conceptualización teórica y [por] unos criterios metodológicos difusos, que se resistían a ser englobados conjuntamente bajo una etiqueta unificada y compartida por toda la comunidad científica (Vicente y López 2009, 15).

Aún hoy, sigue siendo un hecho que el concepto no es unívoco (Borah 2011; Vicente y López 2009; Amadeo 2002, 2008) o, dicho en otros términos, existe un pluralismo teórico y metodológico a su alrededor que lo ha convertido en un concepto “fragmentado” y poco operativo (Entman 1993; Scheufele 1999; D'Angelo y Kuypers 2010; Cacciatore, Scheufele e Iyengar 2015), lo que a su vez ha propiciado claros intentos de organizar las investigaciones realizadas hasta el momento.

En ese esfuerzo se incluye el estudio de Scheufele (1999) sobre el encuadre en la investigación de los efectos en los medios. Este autor establece dos tipologías. La primera desgrana las investigaciones previas, teniendo en consideración aquellas que giran en torno al encuadre de los media *versus* aquellas otras que han fijado su atención en el encuadre de los individuos que forman las audiencias. En su segunda propuesta de taxonomía, atiende al encuadre según su consideración como variable independiente o dependiente. A partir de estas dos distinciones surgen cuatro tipos:

- Investigaciones en las que el encuadre de los media funciona como variable dependiente.

¹²⁰ Sin embargo, tal y como nos recuerda Gallardo (2013), aunque Bateson (1955) y Goffman (1974) se han convertido en los pioneros más reseñables del concepto de *frame*, ya Piaget y Barlett habían utilizado la idea esencial de *esquema* (*cognitivo*), que es la que subyace a la idea de *frame/marco*.

- Investigaciones en las que el encuadre de los media funciona como variable independiente.
- Investigaciones en las que el encuadre del individuo funciona como variable dependiente.
- Investigaciones en las que el encuadre del individuo funciona como variable independiente.

Otra propuesta taxonómica similar procede de Amadeo (1999, 2002). Según esta clasificación (Amadeo 2002, 8), diremos que hay teóricos que identifican el concepto de encuadre con un proceso completamente individual, otros lo consideran un proceso exclusivamente social, y un último grupo que concilia ambas perspectivas:

1. El primer grupo se correspondería con el enfoque psicologista (ej. Domke, Shah y Wackman 1998; Iyengar 1991; Tversky y Kahneman 1990), que centra su atención en el proceso puramente cognitivo que se da en la mente del receptor del mensaje.
2. El segundo grupo de teóricos identifica el enfoque con la sociedad, por lo que se le denomina “enfoque sociologista” (ej. Goffman 1974; Gitlin 1980; Gamson y Modigliani 1989); estos autores consideran que la sociedad impone marcos o sistemas de creencias, etc. que condicionan la comprensión del individuo.
3. Finalmente, hay un último grupo que aúna esos dos enfoques, atendiendo a la existencia de los sujetos emisores y receptores, pero también a la contextualización de los mensajes; se trata de los “psicosociologistas” (Entman 1993; Pan y Kosicki 1993), como se declara la propia Amadeo, y entre los que cabría incluir, de hecho, todas las aproximaciones pragmáticas, como la de Gallardo (2013, 2014). Estos autores estudian el proceso cognitivo de elaboración e interpretación de significados por parte del individuo, sin perder de vista que este individuo forma parte de un grupo, y maneja unos marcos simbólicos y sociales comunes a ese grupo.

Por otra parte, ha pasado ya casi medio siglo desde que el concepto comenzara a aplicarse en las investigaciones sobre comunicación de masas, y Vicente y López (2009) entienden que en este ámbito se puede hablar de tres períodos cronológicos de evolución. Estos se corresponden con:

1. El momento de su formación y consolidación teórica. Abarcaría desde 1974, año en que se publica el primer trabajo de Goffman, hasta 1990. Para los estudios comunicativos la interpretación de Goffman es clave porque abre el

término al contexto de la realidad, junto a los constructos cognitivos formados con la incorporación de datos externos. Durante esos años aparecen los primeros trabajos sobre el concepto de encuadre aplicado al periodismo (Tuchman 1978; Gans 1979; Gitlin 1980).

2. Período que iría de 1991 hasta 1999 aproximadamente. Durante esta etapa se llevan a cabo estudios de lo más diverso, que confirman las diferentes interpretaciones del término. De hecho, se produce una tensión entre aquellos que entienden la teoría del *framing* como parte de la teoría de la *agenda setting* y el *priming*¹²¹, y otros que entienden que, pese a los múltiples puntos de contacto, la teoría del *framing* cuenta con autonomía propia. Se publican los estudios ya clásicos de Tankard, Hendrickson, Silberman, Bliss y Ghanem 1991; Iyengar 1991; Shoemaker y Reese 1991; Gamson 1992a, 1992b; Edelman 1993; Pan y Kosicki 1993.
3. Etapa de reorganización teórica y desarrollo empírico. Se inició en el 2000 y se ha caracterizado por constantes intervenciones para tratar de clarificar conceptual y metodológicamente el concepto, y acabar con la multiplicidad de términos e interpretaciones que conviven. Es también un momento de aparición de muchos trabajos que utilizan la teoría del *framing* como referente empírico (Canel 1999; Sánchez Aranga y Berganza Conde 1999; Kitzinger 2004; Callaghan y Schnell, eds. 2005; Giménez Armentia y Berganza Conde 2009; Berganza Conde 2008; López Ramón 2010; Aruguete y Amadeo 2012; Sádaba, Rodríguez, y Bartolomé 2012; Escribano 2014).

Esa pluralidad conceptual y metodológica sigue siendo una realidad a día de hoy (Vliegenthart y Van Zoonen 2011), por lo que, llegados a este punto, urgen algunas aclaraciones. La primera de ellas alude precisamente a esa diversidad de enfoques, que nos permite hablar de perspectivas del encuadre próximas a planteamientos psicológicos, sociológicos o compartidos (como ya hemos mencionado), pero nos permite hablar también de planteamientos que atienden a los diversos niveles de la comunicación y observan el fenómeno del encuadre en (1) el proceso de elaboración de la información, (2) el texto, (3) la recepción y los efectos, o (4) en el proceso completo (Amadeo 2002, 2008). Esto último lo veremos en párrafos posteriores.

Una segunda aclaración nos remite al lugar que ocupa la teoría del *framing* dentro del conjunto de otros efectos cognitivos de la comunicación de masas (Saperas 1987), lo que nos lleva a conceptos próximos como los de *agenda setting* y *priming*. La teoría de la *agenda setting*, o el establecimiento de la agenda (McCombs y Shaw 1972) plantea

¹²¹ También estos conceptos, procedentes de la investigación sobre comunicación realizada en contextos anglófonos, plantean problemas teóricos en sus adaptaciones/traducciones. Si bien es generalizado el uso del término “establecimiento de la agenda”, *priming* se traduce a veces como “priorización” o “preactivación”, dos términos que en español aluden a realidades diferentes. Similar indefinición encontramos en términos como *gatekeeper* o el más reciente *gatedwatching*, que hace referencia a cómo el contexto digital modifica las funciones de los *gatekeepers*.

que los medios de comunicación proponen una agenda temática que seleccionan, y cuyo interés destaca sobre los demás. Son estos temas los que se convierten en importantes y objeto de debate para la audiencia, relegando a otros que, por no aparecer en los medios —o no ocupar en ellos un lugar suficientemente destacado— pierden interés y dejan de ser objeto de opinión pública. Por lo tanto, concluye esta teoría, son los medios los que fijan la atención de la opinión pública otorgando importancia informativa a unos y no otros temas/asuntos.

Esto no significa exactamente que los medios persuaden con sus informaciones o sus juicios a las audiencias o los lectores, pero sí implica el reconocimiento de que los medios son capaces de modificar actitudes o prioridades y marcar el “de qué se va a hablar”. Existe, por lo tanto, una relación entre la agenda fijada por el medio y la agenda pública; y es el medio el que dirige la acción. De ello se sigue que:

cuanto mayor es el énfasis de los media sobre un tema, mayor es el incremento de la importancia que los miembros de una audiencia ofrecen a estos temas como orientadores de la atención pública. (Saperas 1987, 58).

La teoría del *priming*, presentada inicialmente por Iyengar, Peters y Kinder (1982), y posteriormente por Iyengar y Kinder (1987), y que algunos explican como una parte de la *agenda setting*, plantea que el individuo tiene una capacidad muy limitada para almacenar información y que, por ello, cuando se le pregunta sobre algún tema, suele acudir a la información que permanece más accesible en su memoria, valiéndose de mecanismos de asociación. Sus juicios respecto a un tema, persona, partido, organización, etc. dependerán de los elementos cognitivos que se activen prioritariamente al hablar de/pensar en ese objeto (de ahí la traducción como “preactivación”). Partiendo de esta hipótesis, se asume que los medios intentan actuar sobre la dimensión cognitiva de las audiencias, llamando la atención mediática sobre unas cuestiones, al tiempo que otras que no nos interesan son ignoradas; como veremos, los usos léxicos que activan inferencias son un mecanismo muy rentable para la preactivación (véanse ejemplos como “Bibiana Aído concede 60.000 euros a unas ‘miembras’ de Castellón”, ABC, 10/01/2010; “Cuatro candidatos, cuatro monólogos”, EP, 20/01/2010).

El efecto de *priming* actúa, por tanto, en el nivel valorativo, de los juicios, porque son estos los que se quiere influenciar. Scheufele y Tewksbury lo explican de la siguiente forma:

Priming occurs when news content suggests to news audiences that they ought to use specific issues as benchmarks for evaluating the performance of leaders and governments. It is often understood as an extension of agenda setting. There are two reasons for this: (a) Both effects are based on memory-based models of information processing. These models assume that people form attitudes based on the considerations that are most salient (i.e., most accessible) when they make decisions (...). In other words, judgments and attitude formation are directly correlated with “the ease in which instances or associations could be brought to mind” (...); (b) based on

the common theoretical foundation, some researchers have argued that priming is a temporal extension of agenda setting (...). By making some issues more salient in people's mind (agenda setting), mass media can also shape the considerations that people take into account when making judgments about political candidates or issues (priming). (Scheufele y Tewksbury 2007, 11)

Finalmente, encontramos la teoría del encuadre o *framing*, a la que nos hemos estado refiriendo durante todo este apartado. Al igual que la *agenda setting* o el *priming*, hablamos de un conjunto de estrategias que conjugan los enfoques psicológico y sociológico, pues van dirigidas a la creación de constructos cognitivos y a la modificación de actitudes y/o juicios en el individuo y el grupo. Sin embargo, la teoría del encuadre centra su atención en los mecanismos de tipo sociocognitivo que permiten al individuo conformar sus ideas sobre la realidad y modelar sus conductas de acuerdo a esos saberes, es decir, los constructos sociocognitivos que permiten al individuo enmarcar y aprehender el mundo que le rodea, dentro de un proceso de creación de significados sociales; unos constructos que maneja el emisor de los textos para orientar la interpretación de sus audiencias.

Ante el desarrollo de estos tres conceptos en los estudios sobre medios, las investigaciones se enfrentan a una cuestión inevitable: ¿forman parte estos tres tipos de efectos cognitivos de una misma teoría, la de la *agenda setting*? Las respuestas no son unánimes: autores como Price y Tewksbury (1997), Scheufele (2000), Reese (2001), Castells (2009), o Cacciatore, Scheufele e Iyengar (2015) los consideran complementarios, pero autónomos, si bien otros como McCombs (2004), o McCombs, Shaw, y Weaver (1997) disienten.

En este panorama bibliográfico, de múltiples acepciones del término, resulta clarificadora la definición con la que Entman nos propone definir y conocer el *framing*, definición que alude a la doble dimensión agentiva del hecho informativo, plasmada en dos momentos diferentes: el de diseño de la noticia por un lado, y por otro el de los efectos:

Framing essentially involves selection and salience. To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described. (...)

Frames, then, define problems –determine what a causal agent is doing with what costs and benefits, usually measured in terms of common cultural values; diagnose causes – identify the forces creating the problem; make moral judgments –evaluate causal agents and their effects; and suggest remedies –offer and justify treatments for the problems and predict their likely effects. A single sentence may perform more than one of these four framing functions, although many sentences in a text may perform none of them. And a frame in any particular text may not necessarily include all four functions. (Entman 1993, 52).

En páginas anteriores hemos aludido a la distancia que en ocasiones se ha establecido entre la investigación sobre comunicación de masas y la lingüística. Una revisión de la teoría del *encuadre* confirma que la interdisciplinariedad en ocasiones no es tan fluida como podría, aun tratándose de temas de investigación realmente vinculados, como es este caso. Entman, en su clásico artículo de 1993, ya apuntaba esta situación:

Because of the lack of interchange among the disciplines, hypotheses thoroughly discredited in one field may receive wide acceptance in another. Potential research paradigms remain fractured, with pieces here and there but no comprehensive statement to guide research. By bringing ideas together in one location, communication can aspire to become a master discipline that synthesizes related theories and concepts and exposes them to the most rigorous, comprehensive statement and exploration. Reaching this goal would require amore self-conscious determination by communication scholars to plumb other fields and feed back their studies to outside researchers. At the same time, such an Enterprise would enhance the theoretical rigor of communication scholarship proper.

The idea of “framing” offers a case study of just the kind of scattered conceptualization I have identified. (Entman 1993, 51).

En ese mismo texto proponía las bases de un paradigma cohesionado, que diera respuesta al título de su artículo, “Framing: Towards a Clarification of a Fractured Paradigm”. Más recientemente, Cacciatore, Scheufele e Iyengar (2015) critican el uso indiscriminado y confuso que se ha hecho del concepto y del término, y que ha llevado a una parálisis teórica, metodológica y en sus métodos de aplicación. A nuestro juicio, una de las claves de su artículo es que clarifica y clasifica la investigación realizada hasta el momento, proponiendo una distinción entre varios tipos de *framing*. Como puede verse, adoptan un planteamiento general del concepto de encuadre¹²² distinguiendo dos tipos básicos, el primero de los cuales podemos relacionar con el encuadre y la preactivación, y el segundo con la selección temática de la agenda:

- *Emphasis framing*: esta acepción procedería de los estudios realizados desde el área de la psicología preferentemente; este tipo de *framing* responde a cómo se presenta a las audiencias un texto, es decir el tipo de frases o palabras escogidas para enmarcar un texto en un contexto simbólico u otro.
- *Equivalence framing*: esta acepción estaría más acorde con los estudios de carácter sociológico; este tipo de encuadre responde a la pregunta sobre qué tipo de contenidos respecto a otros posibles recibe la audiencia. Dentro de este tipo, distinguen a su vez entre dos: *thematic framing* (lo que responde a la colocación de un tema dentro de un contexto más general) y *episodic framing*

¹²² En relación al sentido que Minsky (1974) da al concepto de *framing*, como esquema cognitivo, entienden que solapa otros previamente utilizados e igualmente válidos, como los *squemas* o los *scripts*.

(que responde a la colocación de un tema sin tener en cuenta el contexto de su contraparte temática).

Desde el planteamiento teórico general que asumimos en esta investigación, el enfoque que permita superar las visiones sesgadas debe tener en cuenta simultáneamente todas las dimensiones del hecho comunicativo, incorporando las características vinculadas a todos sus elementos. El análisis del discurso de bases pragmáticas exige considerar a los sujetos de la enunciación (emisores y receptores), junto a las propias características del texto/mensaje, y las que emergen del contexto (inmediato y sociocultural). En este planteamiento se enmarcan los trabajos de Gallardo (2013, 2014), Gallardo y Enguix (2014), o Enguix (2015b) vinculando la investigación sobre *framing* en lingüística cognitiva y en medios de comunicación. También es compatible con este enfoque la propuesta ya mencionada de Amadeo (2002), y su taxonomía sobre la ubicación de las teorías sobre *framing* según el nivel de comunicación; esta investigadora clasifica los autores que estudian el *framing* según sus planteamientos se centren en torno a tres niveles comunicativos, que son:

1. El de la elaboración de la información. Remite a aquellos autores que, como Tuchman (1978), Gitlin (1980), Tankard et al. (1991) entienden que el proceso de enmarcado se incluye dentro de unas rutinas informativas, en las que hay que tener en cuenta los intereses de la empresa periodística, los del periodista, su ideología, ética y profesionalidad o las necesidades de la organización.
2. El texto de la noticia. Este nivel es el que analiza el paratexto icónico: las características del texto, la selección léxica, la utilización (o no) de recursos gráficos para transmitir una noticia a la sociedad. Como señala, los autores que entienden el encuadre en este nivel, lo complementan con alguno de los otros, como es el caso de Entman (1993), Rhee (1997) o Nelson et al. (1997). Giménez Armentia y Berganza Conde (2009, 54) lo explican así:

Las mismas secciones de los periódicos, las editoriales, la extensión, la página donde se ubique, el diseño, las fuentes de información, los titulares, las fotografías, son todos ellos formas que tienen los periódicos de enmarcar y encuadrar las informaciones.

3. La recepción y los efectos. Los autores que se fijan en este nivel analizan cómo la audiencia lee esos marcos, cómo los interpreta y decodifica. Son autores como Nelson et al. (1997) o Rachlin (1989).

A estos tres grupos añade un cuarto, relativo a aquellos autores que entienden que el proceso de *framing* afecta a todos los niveles comunicativos en su conjunto, dado que se trata de un proceso comunicativo global.

Este planteamiento centrado en los niveles de la comunicación (Amadeo 2002, 2008) recuerda los planteamientos que, desde la pragmática, ha utilizado Gallardo (2013, 2014) para el análisis del encuadre, con la matización de que el nivel textual no puede reducirse al paratexto, según propone Amadeo, sino que debe incluir necesariamente el análisis de los mecanismos lingüísticos y discursivos que intervienen en el encuadre. Esta autora conjuga en su propuesta de análisis tanto los aspectos internos a la estructura lingüística —por ejemplo, el nivel semántico, recogiendo los estudios de la Escuela de Essex y sus referencias a la articulación y los puntos nodales (Laclau y Mouffe 1985; Howarth 1997), junto a las propuestas de Lakoff (2004) sobre encuadre metafórico; o el nivel sintáctico, analizando las estrategias predicativas—, como los elementos enunciativos externos vinculados a la intencionalidad comunicativa de los emisores o la relación entre diversos textos.

Dejando aparte la cuestión de los efectos del encuadre —inferibles a partir de la intencionalidad de los textos, pero no demostrables en sí mismos¹²³—, Gallardo (2013, 2014) retoma los tres niveles de la pragmática apuntados en obras anteriores (Gallardo 1996), y relaciona cada uno de esos niveles con diferentes estrategias de encuadre que permiten al investigador analizar este proceso dentro de las fases de diseño, elaboración y presentación del producto comunicativo. Tres son los niveles de encuadre, que se corresponden con cinco estrategias que presentamos a continuación (Gallardo 2014):

- A) Encuadre en el nivel enunciativo:
 - a. Estrategia léxica o denominadora (designación)
 - b. Estrategia intencional (ilocutividad)
 - c. Estrategia predicativa (sintaxis)
- B) Encuadre en el nivel textual:
 - d. Estrategia estructural
- C) Encuadre en el nivel interactivo:
 - e. Estrategia intertextual

En el apartado §4 de este capítulo desarrollamos este modelo, que será el que aplicaremos para dar respuesta a las preguntas planteadas al principio de esta tesis,

¹²³ Los efectos de los mensajes corresponden en pragmática a los actos de habla perlocutivos, cuya efectividad no puede comprobarse en un texto, sino en las acciones posteriores a su comprensión por parte del receptor. Por ejemplo, un editorial de periódico publicado en campaña electoral puede tener una intencionalidad (dimensión ilocutiva) directiva que oriente el voto a favor de cierto partido político, pero la dimensión perlocutiva de ese mismo editorial solo puede verificarse una vez conocido el voto real de la audiencia (en términos individuales y en términos colectivos). No se trata de una investigación completamente imposible, pero sí necesitada de un amplio control de variables.

ampliando el nivel de encuadre enunciativo con una estrategia más, relativa a la selección temática. En la Tabla 3 adelantamos, como síntesis, la correspondencia entre las diferentes estrategias discursivas que analizaremos, y otros conceptos teóricos relevantes.

CATEGORÍAS	BASES TEÓRICAS	ESTRATEGIA DISCURSIVA
<i>Nivel enunciativo</i>		
Acto locutivo (enunciado)	Léxico: palabras Semántica: contenidos Sintaxis: agentividad	Estrategia léxica Estrategia temática Estrategia predicativa
Acto ilocutivo (enunciación: emisor)	Intención comunicativa	Estrategia intencional
Acto perlocutivo (enunciación: receptor)	Efecto en el destinatario	(Solo inferible, no analizable)
<i>Nivel textual</i>		
Superestructura	Coherencia textual	Estrategia estructural
<i>Nivel interactivo</i>		
Discurso repetido, cita. Intercambio	Dialogismo	Estrategia interactiva

Tabla 3. Estrategias de encuadre analizadas, a partir del modelo de Gallardo (2014).

3. METODOLOGÍA: DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL CORPUS DE DATOS

Como especificaremos más adelante, la construcción de nuestro corpus de trabajo fue algo progresivo, que comenzó con la extracción de textos de los cuatro medios de comunicación seleccionados, a partir de dos bases de datos digitales que incorporaban medios de prensa escrita. Tras su extracción, convertimos esos documentos en textos independientes y eliminamos aquellos que no se correspondían con la temática objeto de estudio, o eran un detalle de la misma (con ello nos referimos a textos breves o citas que se habían desgajado de la información principal y aparecían como documentos independientes).

La elaboración del Corpus Definitivo implicó una lectura exhaustiva de toda la información extraída de esas bases de datos. Por ello, en ocasiones hablaremos del Corpus Inicial (CI), que es aquel que se corresponde con el que obtuvimos de la búsqueda de los términos: “universidad *or* educación superior” en el período 2010-13 en las bases de datos Factiva (para *La Vanguardia*) y Nexis-Lexis (para los medios *ABC*, *El País* y *El Mundo*).

Por otro lado, hablaremos del Corpus Definitivo (CDe), que es el que constituye: “el conjunto de los documentos tenidos en cuenta para ser sometidos a los procedimientos analíticos” (Bardin 1986, 72). En la constitución de este último corpus tuvimos en cuenta las reglas que Bardin menciona como necesarias en su construcción, y que son (Bardin 1986, 72-74):

- Regla de la exhaustividad y de la no-selectividad: Pues recogimos todos los elementos que mencionaban las categorías “universidad” o “educación superior” en los medios y el período objeto de estudio, sin excepción. La ayuda de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la búsqueda y tratamiento de los datos es reseñable, pues convirtió todo el proceso en algo ágil y nos permitió ser muy exhaustivos.
- Regla de la representatividad: En nuestro caso, decidimos no trabajar con una muestra representativa, sino con todo el universo¹²⁴.
- Regla de homogeneidad: Todos los documentos analizados proceden de rotativos españoles de información general, y se corresponden con textos informativos o de opinión.

¹²⁴ Al interesarnos un tema tan específico, descartamos desde el principio procedimientos de criba del corpus, como la técnica de la “semana construida”, tan habitual en otros trabajos de análisis del contenido. Creímos que esta selección suponía mucho riesgo en cuanto a la pérdida de textos.

- Regla de pertinencia: Los documentos son totalmente pertinentes para el objeto de estudio que hemos mencionado en apartados anteriores.

En los próximos párrafos ofrecemos información más detallada acerca de los elementos que han dado a constituir nuestro Corpus Definitivo.

Los documentos que nos devolvieron las bases documentales antes mencionadas pertenecen a los medios tanto en sus versiones digitales como impresas, según son ofrecidas para su incorporación a las mismas por las empresas editoras. Por ejemplo, Factiva especifica la posibilidad de realizar una búsqueda en cualquiera de los dos productos que forman el diario. *Lavanguardia.com (Spanish language)* y *La Vanguardia (Spanish language)* son las dos opciones de búsqueda que presenta, si bien para el período de nuestra investigación la única opción de búsqueda operativa era *La Vanguardia (Spanish language)*. En cuanto a Lexis-Nexis, las opciones de búsqueda que ofrece esa plataforma son las relativas a los medios en una versión conjunta o única impresa y digital.

En las fichas explicativas con las que se presenta cada uno de los medios en las bases de datos, se especifica lo siguiente (Figuras 1, 2, 3 y 4):

Source Information

ABC

COPYRIGHT: ABC

COVERAGE: From 2007 through current

COVERAGE-TYPE: Full-text

FREQUENCY: Daily; Monday-Sunday

UPDATE-SCHEDULE: Same day

LANGUAGE: Spanish

CONTENT-SUMMARY:

Español:

ABC se fundó el 1 de enero de 1903 como una revista ilustrada de periodicidad semanal que se convirtió en diario en 1905. Supuso una novedad en el panorama periodístico de principios del siglo XX tanto por el nombre como por el formato, pero muy especialmente por la utilización habitual de material gráfico.

ABC siempre se ha caracterizado por poseer unas claras señas de identidad, lo que le ha convertido en uno de los periódicos más importantes de España y una referencia ineludible tanto por su influencia política, intelectual y cultural como por su importante difusión social.

El compromiso de ABC se sustenta sobre la calidad, el rigor, la veracidad y el análisis, cuya unión permite ofrecer un producto que, un siglo después, sigue contando con el respaldo de los lectores.

En su esfuerzo de ampliar la oferta, ABC cuenta con ABCD las Artes y las Letras, que es un proyecto dedicado en exclusiva al mundo de los libros, el teatro, las artes plásticas, la arquitectura, el diseño, el cine, la música y cuantas manifestaciones artísticas se celebran en nuestro entorno.

English:

Access to certain freelance articles and other features within this publication (i.e. photographs, classifieds, etc...) may not be available.

Spanish language newspaper including politics, current affairs and sport.

PUBLISHER:
Vocento Media Trader

FILE-NAME: ABCES

REGIONS OF COVERAGE: /Region of Coverage/Europe/Spain
/Region of Coverage/Spain

PUBLICATION TYPE: /Source Type/News/Newspapers

NEWS & BUSINESS SUBJECTS: /Topics/General News Sources

[Close Window](#)

Figura 1. Ficha del periódico ABC en Lexis-Nexis. Datos extraídos el 25/06/2015.

Source Information

El Pais

COVERAGE: From April 19, 1996 through current

COVERAGE-TYPE: Full-text

FREQUENCY: Daily; Not published on Christmas Day, December 25 or New Year's Day, January 1

UPDATE-SCHEDULE: Within 1 day of publication; Data online by 8:00 a.m. GMT on day of publication

LANGUAGE: Spanish

CONTENT-SUMMARY:

Established in 1976, EL PAIS is Spain's largest circulation daily newspaper with average daily sales of 441,000 (OJD 1997) and over one million on Sundays. It is a source of reference for the most influential sectors of society, and it includes sections on Spanish and International news, Society, Culture, Sports, Opinion, Business and Finance.

Since May 1996, EL PAIS has had 11 different editions, the most recent of which is the Basque Country Edition (Bilbao); this and the Madrid, Catalonia, Valencia and Andalucía editions each contain a special local supplement. There are two European editions - one distributed in the UK, Ireland, France, Benelux and the Scandanavian countries and the other is distributed in Germany, Austria, Switzerland, Italy and Eastern Europe. The American edition is printed in Mexico - each day it includes several pages with information about the whole continent, not just Latin American countries.

Access to certain freelance articles, articles from newswires and other features within this publication (e.g. photographs, classifieds, etc...) may not be available.

PUBLISHER:
 El Pais Internacional S.A.
 Miguel Yuste
 40 - 28037 Madrid,

FILE-NAME: ELPAIS

REGIONS OF COVERAGE: /Region of Coverage/Europe/Spain
 /Region of Coverage/Spain

PUBLICATION TYPE: /Source Type/News/Newspapers

NEWS & BUSINESS SUBJECTS: /Topics/General News Sources

SPECIAL-FORMATS: There are two alternate Spanish language display modes in the ELPAIS file. "COMPLETO" is the equivalent of FULL mode and "RAPIDO" is the equivalent of KWIC mode. Both display the following segment names in Spanish:

SPANISH SEGMENT NAMES:

DIAS-1 Spanish Date
 DIAS (DATE)
 LARGO (LENGTH)
 TITULO (HEADLINE)
 AUTOR (BYLINE)
 LUGAR (DATELINE)
 TEXTO (BODY)
 LENGUAJE (LANGUAGE)

Close Window

Figura 2. Ficha del periódico *El País* en Lexis-Nexis. Datos extraídos el 25/06/2015

Source Information

El Mundo

COVERAGE: From June 01, 2002 through current

COVERAGE-TYPE: Full-text

FREQUENCY: Daily; Monday - Sunday

UPDATE-SCHEDULE: Same day

LANGUAGE: Spanish

CONTENT-SUMMARY:

Access to certain freelance articles and other features within this publication (i.e. photographs, classifieds, etc...) may not be available.

El Mundo is the second largest newspaper in Spain. Launched in 1989, it has since played an important role in the spanish-speaking publishing market.

Along with current news stories, other sections of the newspaper include: Editorial commentary, Opinion and Analysis; Biographies; Interviews; Obituaries; Letters to the editor; Music/Film/Book reviews; Sport reviews; Literary reviews & Special features

PUBLISHER:
Unidad Editorial
Pradillo 4228002 Madrid

ISSN: 1134-4261

FILE-NAME: MUNDO

REGIONS OF COVERAGE: /Region of Coverage/Europe/Spain
/Region of Coverage/Spain

PUBLICATION TYPE: /Source Type/News/Newspapers

NEWS & BUSINESS SUBJECTS: /Topics/General News Sources

SPECIAL-FORMATS: There are two alternate Spanish language display modes. "COMPLETO" is the equivalent of FULL mode and "RAPIDO" is the equivalent of KWIC mode. Both display the segment in Spanish.

SPANISH SEGMENT NAMES:

- Body (Texto)
- Byline (Autor)
- Date (Fecha)
- Graphic (Grafica)
- Headline (Titulo)
- Highlight (Clave)
- Language (Lenguaje)
- Length (longitud)
- Load-date (Fecha-bajada)
- Pub (Pub)
- Section (Seccion)
- Type (Tipo)

Close Window

Figura 3. Ficha del periódico *El Mundo* en Lexis-Nexis. Datos extraídos el 25/06/2015

Source Information ✕	
La Vanguardia.com (Spain, Spanish Language)	
Source Lists (0)	
Description:	Online news from the Barcelona Daily newspaper La Vanguardia. It offers national and international news with special focus on Catalan politics and business. Country of origin: Spain
Source Code:	LAVANG
Language:	Spanish
Most Recent Issue:	2 October 2015
First Issue:	28 March 2013
Frequency:	Daily
Update Schedule:	Throughout the day
Online Availability:	Continuously updated
Source Coverage:	Full Coverage
Article Coverage:	Full Text
Format:	Text
Publisher:	La Vanguardia Ediciones, S.L. Sociedad Unipersonal
Publisher URL:	http://www.lavanguardia.com
Web Address:	http://www.lavanguardia.com

Figura 4. Ficha del periódico *La Vanguardia* en Factiva. Datos extraídos el 25/06/2015

Dadas la características del corpus, no hemos considerado el análisis de las categorías procedentes de aspectos no lingüísticos, como el paratexto icónico señalado por Entman (1991), es decir, rasgos como la ubicación de la noticia, el tipo de titulación escogida, la selección de infográficos o fotografías que lo acompañan, etc. Somos conscientes de la importancia comunicativa (de encuadre) que tienen los aspectos visuales en el discurso periodístico, pero la elaboración manual del corpus, a partir de los diarios impresos de los cuatro años, no nos hubiera sido posible. Además de la evidente función denotativa de las imágenes, tales mecanismos son, en ocasiones, tan explícitos y valorativos como el más expresivo de los adjetivos. Véase, por ejemplo, en la Figura 5, las dos páginas del ABC del día 18/03/2010. Nuestro corpus recoge la noticia “*Aído quiere que el feminismo sea una asignatura obligatoria en la Universidad*”, pero nuestro sistema de búsqueda de datos no es sensible a la portada del mismo día, donde aparece la foto burlesca acompañando el texto “*Bibiana se desmelená*”.

Es evidente que estos recursos visuales son muy importantes para un análisis completo del encuadre, pero su registro exhaustivo habría convertido nuestra tesis en una empresa casi imposible. Por este motivo, a lo largo de este trabajo incluiremos algunos ejemplos en los que reproduciremos las piezas analizadas en su versión completa (recorte de pantalla y no solo el texto lingüístico), para ilustrar algunos aspectos esenciales que pueden reforzar la intencionalidad comunicativa de los textos.



Figura 5. Fotografías de portada e interior del ABC del 18/03/2010: activación del encuadre valorativo mediante la imagen que acompaña al texto.

Por el contrario, sí haremos mención a la cabecera de cada diario y su tradicional posicionamiento ideológico respecto a algunos temas, un factor que, si bien termina siendo ocultado por los elementos concretos de análisis que ponemos en acción, analizaremos en algún apartado de esta tesis.

3.1. La selección de medios

El principal criterio seguido para la selección de medios ha sido la revisión de los datos de difusión y ventas¹²⁵ de la *Oficina de Justificación de la Difusión*, OJD, de los medios de prensa escrita (en el segmento editorial de “Información general”¹²⁶) en España durante

¹²⁵ Introl decidió sustituir el término “ventas” por el de “difusión” –si bien es frecuente escuchar hablar del control de ventas de ejemplares por parte del OJD-. El motivo de este cambio es que ese concepto no es homogéneo. Por un mismo ejemplar diferentes individuos pueden pagar distintas cantidades económicas, o no pagar, ya que es sobradamente conocida la técnica de “difusión gratuita” que emplean los diarios de pago españoles, y que también controla la OJD. Por ello, Introl consideró que “difusión” era un término más ajustado a la realidad, ya que incluye no solo las ventas en quioscos, sino a suscriptores, periódicos gratuitos y ventas en bloque (Marqués Pascual 2012).

¹²⁶ En el punto 2.2 de las *Normas Técnicas de Control de Diarios*, OJD explica la clasificación que sigue para catalogar los medios. En relación a los diarios o periódicos, establece una distinción entre los diarios de información general y los de información especializada. En este sentido, entiende por diario de información general: “aquella publicación diaria con un contenido informativo o de opinión heterogéneo y de actualidad, que va dirigida a un público lector determinado” y diario de información especializada: “aquella publicación diaria de características técnicas iguales a la anterior clasificación, pero cuyo contenido editorial otorga habitualmente prioridad a materias o temas especializados (deportes, economía, etc.), y va dirigida a un público lector determinado”. Por supuesto, los cuatro medios analizados para este trabajo se corresponden con la categoría de “información general” (OJD 2008).

el período 2010-2013. Por otro lado, también tuvimos en cuenta los datos de audiencia de los medios que publica periódicamente la *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*¹²⁷, AIMC (2014, 2013, 2012, 2011), el denominado como *Estudio General de Medios*.

En ambos casos, los cuatro medios seleccionados se encontraban entre los de mayor difusión y audiencia de entre los que tratan información general en España. Esto es claramente así en el caso de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, si bien en el caso de *ABC* esta tendencia se invirtió y en algunos años fue superado ligeramente en audiencia por *El Periódico de Cataluña* (2010, 2011 y 2013) y *La Voz de Galicia* (2013). En el año 2010 *El Periódico de Cataluña* superó también a *La Vanguardia* en un punto (2 frente a 1,9 del *ABC* y *La Vanguardia*). Sin embargo, la singularidad del *ABC* por su trayectoria histórica y su centralidad en cuanto a referencialidad mediática (así como *La Vanguardia*), nos invitaron a incorporarlos a nuestra investigación. En el caso de *La Vanguardia*, la tendencia revertió rápidamente en 2011 y, en el caso del *ABC*, como indicamos, su relevancia en el ámbito estatal de medios y la consideración de los datos del OJD, nos hizo tomarlo como referencia frente a *El Periódico de Cataluña*. Estos datos se pueden visualizar en la siguiente Figura:

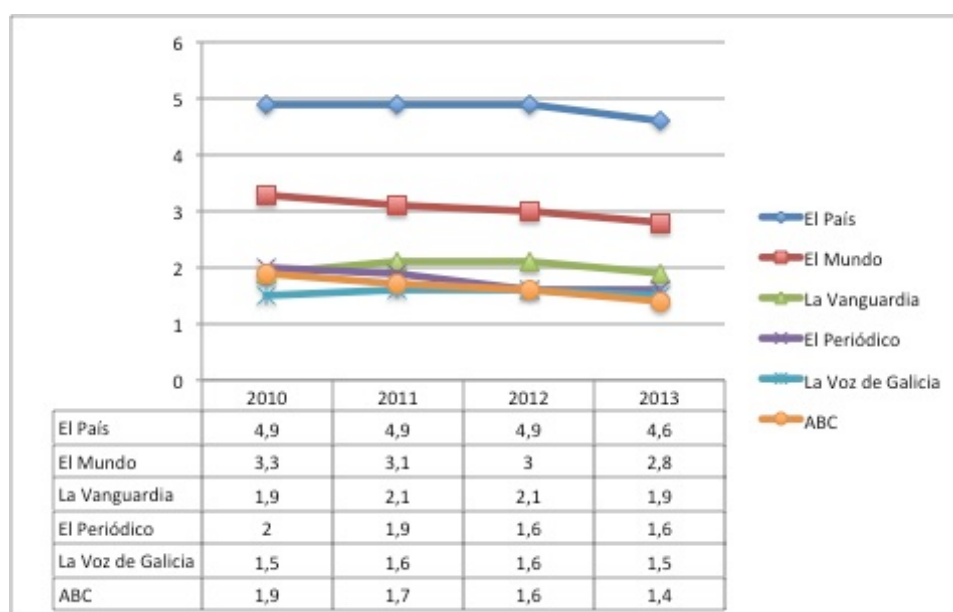


Figura 6: Audiencia de los principales periódicos de información general en España según el Estudio General de Medios. 2010-2013. Fuente AIMC 2014.

En cuanto a la *Oficina de Justificación de la Difusión* es evidente la tendencia a la disminución en la difusión de todos los medios analizados, según se observa en la Figura 7. En este caso, los periódicos analizados se corresponden con los de mayor difusión durante el período de estudio.

¹²⁷ Información disponible en: <http://www.aimc.es/> Último acceso el 11 de mayo de 2015.

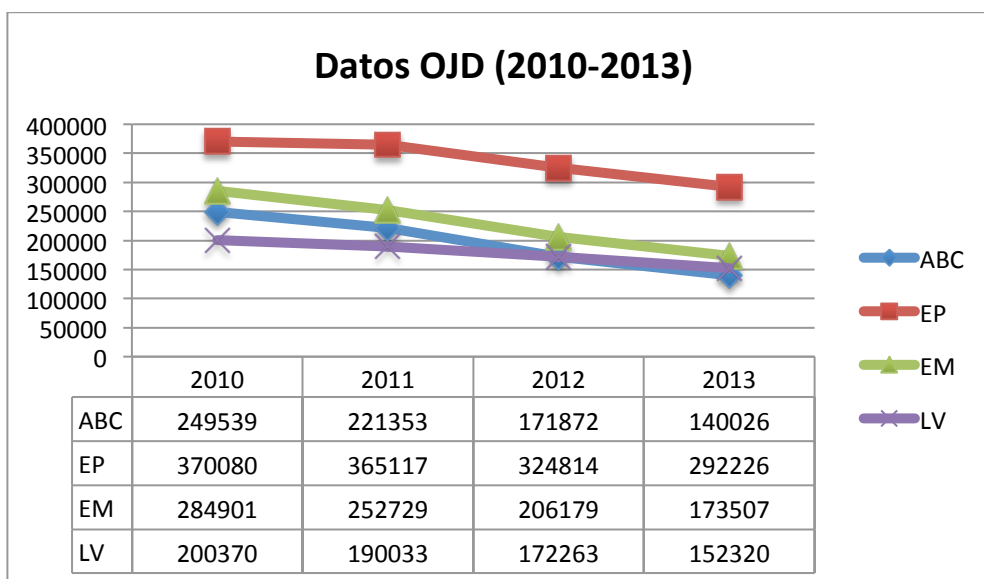


Figura 7. Datos de la *Oficina de Justificación de la Difusión* de los medios ABC, El País, El Mundo y La Vanguardia durante los años 2010-2013. Extraídos de Marqués Pascual (2012) y OJD. Elaboración propia.

Queremos además destacar que, entre todos ellos, suman un porcentaje considerable de la audiencia total de medios en España; de hecho, los cuatro suman algo menos de un tercio de la misma, como se puede observar en la Tabla 4.

	Años			
	2010	2011	2012	2013
Total Lectores de prensa	38	37,4	36,1	32,4
Total Audiencia EP, EM, LV, ABC	12	11,8	11,6	10,7
Audiencia %	31,58	31,55	32,13	33,02

Tabla 4. Porcentaje de la muestra en relación a la audiencia total de todos los diarios en España. EGM. Evolución de la audiencia de los diarios. Penetración en %. Datos procedentes de AIMC (2014).

Como puede verse, el total de lectores en España oscila entre el 38% del año 2010 y el 32,4% del año 2013, lo que muestra el descenso ligero, pero continuo, que vive la prensa española. Sin embargo, el porcentaje de audiencia de estos cuatro medios en concreto se mantiene durante el período y, de hecho, sube ligeramente desde el 31,58% de 2010 hasta el 33,02% de 2013. Ello nos hace pensar que la reducción de la audiencia de los medios es mayor en aquellos que no aparecen en este listado¹²⁸.

Las controversias sobre la confusión entre las mediciones de la difusión y de la audiencia han sido un tema frecuente entre los especialistas durante los últimos años (PR Noticias 16/05/2006; Lardiés 29/11/2013; Aparicio 19/12/2014). Sin embargo,

¹²⁸ Este listado pertenece al *Marco general de los medios en España* (AIMC 2014), que incluye la audiencia de diarios, independientemente de si esos son de información general o prensa deportiva o económica.

ambos elementos siguen siendo considerados como esenciales entre las empresas anunciantes en las decisiones sobre la venta de publicidad. Por ello, los medios se reivindican continuamente en estas lides y publicitan los buenos resultados propios y los malos resultados ajenos, aun cuando a veces las lecturas del EGM y del OJD parezcan contradictorias. Esta polémica ha sido más acuciante en relación a las audiencias de los medios en Internet, para la que se han utilizado diferentes sistemas de medición (unos utilizan *logs* y *tags*; otros, paneles de usuarios, etc.), siempre bajo la polémica de tratarse de sistemas manipulables y poco fiables para el objetivo que tienen fijado (Fernández 04/12/2007).

Ello ha provocado tensiones entre los medios de comunicación españoles aún no del todo resueltas (Gómez Borrero y García Santamaría 2014). Sin embargo, estas no empañan los datos que hemos ofrecido en relación al EGM o el OJD, si bien nos sirven para entender la complejidad del sistema de medición de audiencias *online* en el que, de una u otra forma, todos los medios objeto de nuestro estudio se ven implicados, por cuanto la audiencia y difusión del medio impreso se ve complementada por la de su correspondiente sello digital.

3.1.1. El OJD

Como es bien sabido, el OJD mide la difusión por ventas en quioscos, suscripciones, periódicos gratuitos y ventas en bloque de un medio, lo que, para los diarios de difusión de pago (como los que nos competen), hace a partir de su:

sistema contable ajustado a la legislación vigente y de un conjunto de registros que permitan determinar fehacientemente los datos correspondientes a la tirada útil, las suscripciones individuales, las suscripciones colectivas, las ventas al número y en bloque, las ventas incluidas como otros canales de difusión de pago especial, las devoluciones y los ejemplares incluidos en el capítulo de otros servicios. (OJD 2008, 11).

Por otro lado, el EGM mide las audiencias de un medio mediante entrevistas con las que pretende conocer el recuerdo que guarda el entrevistado de su lectura de medios del día anterior. Un periódico pudo ser leído por veinte personas en un bar o una oficina y tan solo una lo compró, y es ese primer elemento, y no la compra, lo que mide las audiencias.

La *Oficina de Justificación de la Difusión* es la división de la empresa *Información y Control de Publicaciones S.A. (Introl)*, que se dedica al control y emisión de *Actas de difusión*, consulta de datos a través de Internet, servicio *online* de descarga de bases de datos, y, por lo que es más conocido: el control mensual de la difusión de los diarios y la

certificación de la Difusión Calificada¹²⁹. Introl, que actualmente cuenta con dos divisiones además de la ya mencionada, fue creada como Sociedad Anónima en 1964¹³⁰ y hasta hace poco era conocida exclusivamente con el nombre de *Oficina de Justificación de la Difusión*. Las empresas editoras de las publicaciones son las que deciden contratar este servicio, que tan importante es de cara a atraer la inversión publicitaria. Sin embargo, no todos los diarios lo tienen contratado.

Introl define la difusión como “la cifra total de ejemplares adquiridos a través de los distintos canales de venta o enviados a receptores identificables”. Teniendo en cuenta esos datos, y los medios y años que nos interesan, la difusión es la que se puede observar en la gráfica de la Figura 7, en relación al periódico en formato tradicional. La gráfica ofrece los datos de difusión de los diarios en número de ejemplares. Tal y como se puede observar, existe una tendencia a la baja en la difusión de todos ellos. Por este orden, ocupan el primer y segundo orden de mayor a menor *El País* y *El Mundo*, que se han consolidado en estos puestos desde hace años. En cuanto a *La Vanguardia* y el *ABC*, durante 2010 y 2011, la difusión del *ABC* fue mayor que la de *La Vanguardia*, pero la tendencia se invierte en 2012.

3.1.2. El Estudio General de Medios

El *Estudio General de Medios* es creado en 1968 como parte de un proyecto de un grupo de empresas que buscaban una herramienta capaz de proporcionar al mercado publicitario y mediático, las cifras y datos sobre la audiencia real de los medios. En 1988 se le da una estructura jurídica ajustada a sus fines, con lo que se crea la *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*, AIMC, que es la entidad propietaria de los datos y la sociedad que produce el EGM. En la actualidad, son tres institutos los que llevan a cabo la investigación: *TNS Market Research*, *Random* e *Ipsos*, ya que el EGM es un estudio cuya realización sale a concurso y realiza la sociedad que lo gana.

Tal y como explica Gabardo Vallejo (2014, 28), en la actualidad el diseño muestral es anual, si bien se divide en tres oleadas o periodos de muestreo, que completan el ciclo; este dato es importante para entender que los resultados son representativos cuando el ciclo está completado. El EGM no solo estudia las audiencias de prensa, sino también de otros medios como radio, revistas, televisión o Internet, y ofrece otras

¹²⁹ Se puede ver una información más extensa de la empresa y sus tres divisiones actuales, así como sus funciones, en la web: <http://www.introl.es/empresa/>

¹³⁰ “En 1963, miembros de la ‘Office de Justification de la Diffusion des Supports de Publicité’ francesa realizaron las primeras pruebas en los diarios ABC y Pueblo, y el 29 de enero de 1964 nació la OJD española, creada a partir del modelo francés. Los primeros controles se realizaron en 1965, siendo más de una treintena los periódicos inscritos, y en el mismo año apareció el primer número del Boletín OJD. A partir de ese momento la OJD no paró de crecer, hasta analizar actualmente la difusión de cerca de 400 periódicos y revistas de todo tipo que se publican en España.” (Baró i Queralt 1996).

informaciones relativas a datos sociodemográficos del equipamiento de los hogares, consumo de productos o estilo de vida (ver respectivamente AIMC 2014, apartados IV, V y VI).

La medición de audiencias la elabora siguiendo el sistema del recuerdo de la víspera. En el caso de la prensa, se realizan entrevistas personales “face to face” asistidas por ordenador (CAPI), realizadas en el hogar del entrevistado, que se complementan con otra telefónica asistida por ordenador. Si bien cada año el Marco general señala en sus páginas finales el tamaño muestral de cada estudio, Gabardo Vallejo (2014, 28) habla de unas 32.500 entrevistas para el estudio para prensa de EGM Multimedia, que se complementa con otras 42.500 entrevistas telefónicas, lo que hace que el estudio final EGM Prensa se realice tras una muestra de unas 75.000 entrevistas, realizadas a individuos a partir de 14 años, residentes en hogares españoles –lo que no incluye Ceuta o Melilla–. En cuanto al muestreo, se utiliza un procedimiento polietápico estratificado con cierta sobrerrepresentación de hábitats superiores a los 50.000 habitantes y un mínimo muestral por provincia, con el que tratan de ofrecer resultados lo más representativos posible.

3.2. Descripción concreta del corpus de datos seleccionado

Como ya hemos indicado, en esta investigación hemos realizado el análisis de cuatro periódicos de difusión nacional y contenido generalista¹³¹, que son: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y el *ABC* en un periodo de cuatro años comprendido entre el 1 de enero de 2010 y el 31 de diciembre de 2013.

Dado que no hemos trabajado con la versión impresa, ello ha conllevado algunas peculiaridades; por ejemplo, la ausencia de mención de los elementos gráficos que acompañan, o a singularidades de esos elementos visuales, u otras cuestiones paratextuales en el texto. Por otra parte, la utilización de esos textos electrónicos ha significado la aparición de informaciones repetidas en varias ediciones del mismo medio, aspecto que comentaremos a continuación.

¹³¹ Es decir, considerados dentro de la categoría “de información general”. Es muy habitual distinguir dentro de la prensa otras dos categorías especializadas, la prensa deportiva, y la de información económica. Cf. por ejemplo la tipología empleada por OJD para la clasificación de los medios impresos. Ejemplo: <http://www.introl.es/medios-controlados/>.

3.3. Criterios de selección del corpus

Para la selección de estos diarios se han tenido en cuenta los criterios que describimos en los siguientes apartados.

3.3.1. Difusión

Los cuatro diarios seleccionados son los de mayor tirada y difusión (OJD), y se encuentran dentro de los periódicos de mayor número de lectores (EGM) en el período de estudio (cf. Figuras 6 y 7). Ateniéndonos a la definición de Armentia Vizuete, Elexgaray Arias, y Pérez Fuentes (1999, 96), podemos confirmar que todos ellos son “prensa de difusión nacional” pues se trata de “diarios que venden más de la mitad de su tirada fuera del lugar en el que se editan” o, siguiendo a Coca y Peñalva (1998), son periódicos nacionales porque:

[sus] contenidos rebasan el interés de su ámbito inmediato, sus contenidos son generales y su proyecto empresarial propende a una naturaleza común, que encaja con el proyecto de país, en una moderna concepción. Sin embargo, conviene diferenciar el ámbito de difusión de su verdadera influencia. (...) [t]ienen vocación generalista lo que no significa que su ámbito de influencia, en la mayor parte de los casos, no vaya más allá de su ámbito de difusión inmediata. (Coca y Peñalva 1998, 103-104).

Sin embargo, no es extraño ver que en ocasiones *La Vanguardia* recibe otra clasificación, la de “prensa regional”¹³² (por ejemplo en Coca y Peñalva (1998), lo que requiere una aclaración. Estos autores indican que la clasificación de prensa regional atiende exclusivamente a dos cuestiones, que son el efecto de sus contenidos y su alcance más limitado; señalan también que:

Ninguno de los periódicos regionales, o deberíamos decir mejor, de las empresas que editan en la actualidad diarios regionales de importancia, han renunciado a su proyecto nacional de periódico. Algunos, preservando sus propias características y entendiendo que su producto de calidad podría tener una aceptación generalista (La Vanguardia). (Coca y Peñalva 1998, 105).

3.3.2. Edición digital

Todos los medios analizados disponen de edición digital y estas versiones se cuentan entre las más visitadas de España, si bien la medición de audiencias en prensa *online* sigue señalada por la polémica. Gómez Borrero y García Santamaría (2014) inciden en

¹³² El OJD también incluye a *La Vanguardia* dentro de la clasificación de “prensa regional”.

que: “el mercado digital continúa sin ofrecer de manera homogénea un dato que satisfaga a todas las empresas sobre sus audiencias online”. Y esto es así desde los inicios de la medición de estos datos en España. Las discrepancias al respecto han llegado al punto de que los medios han prescindido de la medición estadística, como los casos de *Vocento* y su marcha de Nielsen en 2009, o de *El País* en 2005 (Fernández 2007; noticiasdot.com 25/03/2009; Gómez Borrero y García Santamaría 2014). Sin embargo, y pese a las tensiones, la realidad es que los cuatro medios analizados son los que se encuentran entre los más visitados por la audiencia —polémicas incluidas— (marketingdirecto.com 27/09/2007; bits20 23/01/2011; Abad 13/01/2011; elmundo.es 20/12/2012, 20/08/2013).

3.3.3. Ediciones “multilocacionales”

Con el término “multilocacional”, Martínez Vega (2000) se refiere a los periódicos que, como los analizados, cuentan con varias ediciones locales, autonómicas e internacionales, por lo que su penetración es mayor que la de otros medios que no tienen esas características. En el período analizado, *El País* contaba con las ediciones de Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid y País Vasco, y la Edición Internacional. Las ediciones de *El Mundo* eran las de Madrid, Andalucía, Baleares, Cataluña, Comunidad Valenciana y País Vasco. Por su parte, *ABC* disponía de ediciones en Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Córdoba, Extremadura, Galicia, La Rioja, Murcia, Navarra, País Vasco, Ceuta, Melilla, Guadalajara, Alicante y Toledo.

La Vanguardia sigue una presentación diferente a la de los medios antes mencionados —conocidos como “la prensa de Madrid” (Armentia Vizueté, Elexgaray Arias, y Pérez Fuentes 1999)—, y cuenta con unas ediciones propias de las autonomías españolas, junto a otras provinciales y comarcales catalanas. Las primeras son las de Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Islas Baleares, La Rioja, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco y Principado de Asturias. Y las ediciones catalanas son: Barcelona, Tarragona, Lleida, Girona, Alt Pirineu y Aran, Badalona-Barcelonès Nord, Berga-Berguedà, Granollers-Vallès Oriental, Igualada-Anoia, L’Hospitalet y Baix Llobregat, Manresa-Bages, Mataró-Maresme, Reus-Baix Camp, Sabadell-Vallès, Solsona-Solsonès, Terrasa-Vallès, Terres de l’Ebre, Vic-Osona, Vilafranca-Penedés y Vilanova-Garraf.

3.3.4. Otros rasgos

Los diarios seleccionados pertenecen a algunos de los grupos de prensa más importantes y con mayor cifra de negocio del panorama nacional, como son el Grupo PRISA (*El País*), *Vocento* (*ABC*), *Unidad Editorial* (*El Mundo*) y Grupo Godó (*La*

Vanguardia). Además, tanto *ABC*, como *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo* pertenecen, a lo que se ha dado en llamar “diario de referencia” o prensa de prestigio, “quality press” o “elite press”, de la que ya hemos hablado.

Por último, la muestra cubre un amplio espectro ideológico. La selección de estos medios permitía recoger un espectro ideológico amplio y generalmente admitido por la bibliografía sobre periodismo español (Reig 2011), que sin embargo ha variado en los últimos años (Sáenz de Ugarte 24/02/2014; Soteras 16/02/2014, 18/02/2014). Hacemos referencia a un panorama ideológico que se extiende desde la identificación del discurso progresista y próximo a posiciones del PSOE propio de *El País*, hasta los discursos más próximos a dos de las tendencias internas del PP presentes en *El Mundo* y el *ABC* junto al discurso de un medio de la periferia con amplia presencia en el resto de la nación, como es *La Vanguardia*, próximo tradicionalmente a posiciones ideológicas conservadoras y democristianas (Reig 2011; Sendra i Mestre 2011, 149).

3.4. Procedimiento de recogida y análisis de datos

3.4.1. La recogida de la muestra

Según hemos dicho, la recogida de la muestra se realizó a través de dos bases de datos internacionales en las que estos medios depositan sus versiones *online*:

- En el caso de los periódicos *El País*, *El Mundo* y *ABC* se utilizó la base de datos Lexis-Nexis, accesible a través de la dirección: <http://www.lexisnexis.com/uk/nexis/auth/signoff.do>
- En el caso de *La Vanguardia* se recurrió a la base de datos Factiva, accesible a través de: <https://global.factiva.com/sb/default.aspx?Inep=hp>

Lexis-Nexis es una base de datos internacional, propiedad de RELX Group, que agrupa miles de fuentes de información de carácter legal, informativo y económico. Recientemente indicaban que el número de fuentes de información rondaba los 35.000, si bien ello va en continuo aumento. Esta base de datos está especializada en información legal, de gestión de riesgos, gubernamental, económica, de empresa y académica.

Factiva es otra base de datos internacional, propiedad de Dow Jones, y otra de las compañías líderes en proveer de información económica y financiera a investigadores y

empresas de todo el mundo. Factiva combina unas 35.000 fuentes de información para ofrecer datos de unos 200 países en 26 lenguas.

El motivo de la utilización de dos bases de datos diferentes fue la imposibilidad de encontrar la versión digital de *La Vanguardia* en la base de datos Lexis-Nexis. Esta plataforma ofrece formatos de exportación más adecuados al tratamiento de datos que pretendíamos realizar posteriormente, y nos permitía además trabajar con extensos archivos de información. Sin embargo, dado que *La Vanguardia* no está incorporada a Lexis-Nexis, decidimos utilizar otro nuevo proveedor, Factiva¹³³, aunque esto para la recopilación de este último medio. Ello nos obligó a seguir dos procedimientos diferentes en la recogida de datos, que detallaremos a continuación.

Dado el objeto de nuestra investigación, en ambas bases se utilizó el mismo criterio de búsqueda, es decir el binomio: “*educación superior or universidad*”. Utilizando en el criterio de búsqueda ese operador booleano “or” nos asegurábamos de que la búsqueda recogía tanto las noticias que incluían en su titular o texto el primer término como el segundo, fuera cual fuera el género periodístico empleado en su redacción. En el caso de Lexis-Nexis, y siguiendo el criterio de búsqueda anteriormente indicado (“*educación superior or universidad*”) se accedió a cada uno de los medios, se recopiló la información y se procedió a la exportación de datos. Los documentos se exportaron en formato .txt. Posteriormente, esos documentos se distribuyeron en carpetas clasificadas por medio de comunicación (EP para *El País*; EM para *El Mundo* y ABC para ABC) y por año (2010, 2011, 2012 y 2013). Todos los textos seleccionados se exportaban en un mismo documento; por ejemplo, los del 1 de enero de 2010 al 31 de enero de 2010.

Luego, fue necesario separar cada pieza periodística en un archivo individual, y para ello se empleó el programa Wordsmith¹³⁴. A partir de ese proceso e inmediatamente, cada documento se convirtió en un texto autónomo del corpus.

Este tipo de extracción individual conllevó un problema, y es que elementos como los despieces, apoyos y citas propias de una noticia, reportajes, crónicas o entrevistas, etc., se exportaban en un documento aparte, separado del texto principal, por lo que tuvimos que proceder a eliminarlas del corpus final del análisis de datos. Como hemos indicado, tales textos quedaron clasificados por año y mes de publicación y así quedó la estructura final del Corpus Inicial. Para dar nombre a esos documentos de texto utilizamos el programa Wordsmith, con el siguiente criterio:

¹³³ En relación a la base de datos Factiva, cabe indicar que una revisión de los datos posterior nos permitió ver algunas variaciones, lo que nos hizo contactar con la compañía para inquirir por el motivo de dicha variación. La empresa nos indicó que ello se debía a que: “we are constantly updating our content and sources. So it is possible that we have removed and added sources that came up in this search compared to two years ago”. Contacto con el servicio online de asistencia 10/06/2015.

¹³⁴ Wordsmith es un programa informático que permite analizar patrones de palabras en un texto, o, como se señala en su web, “how words behave in text”. Se puede descargar una versión de prueba en la página: <http://www.lexically.net/wordsmith/>. Actualmente lo publican la empresa Lexical Analysis Software Ltd. y Oxford University Press.

- Fecha, siguiendo el sistema anglosajón de año y mes pero sin día, por ejemplo, 201001. El criterio de día debía ser incorporado a mano, dado que la única forma de conocerlo era accediendo a las carpetas. Como no era necesario para distinguir la pieza de texto, no lo incorporamos.
- Referencia a la temática: introdujimos las mayúsculas “ESUN”, para hacer referencia a los criterios de búsqueda a los que respondían: Educación Superior y universidad
- Referencia al medio: para lo que se utilizaron las siguientes siglas:

ABC – Periódico con el mismo nombre

EM – Para *El Mundo*

EP – Para *El País*

LV – Para *La Vanguardia*

- Y finalmente, el número de identificación de la noticia dentro del grupo en el que se encuentra. Cada carpeta comienza por el 01 y continúa hasta el número que corresponde. Este es el elemento diferenciador que nos permite distinguir cada texto.

Como hemos señalado, para el periódico del Grupo Godó, el procedimiento empleado fue diferente. Aun así, y como es lógico, el criterio de búsqueda fue el mismo, es decir, “*educación superior or universidad*”. En este caso, la base de datos empleada, Factiva, no permitía la exportación en formato .txt, por lo que se procedió a exportar los documentos en el resto de formatos en los que sí autorizaba: .rtf, .pdf y .html.

Este no fue el único inconveniente. Por ejemplo, la codificación interna de los documentos al exportarlos en .rtf contenía muchos errores tipográficos (debido a que los textos estaban en lengua española), lo que no solo dificultaba la lectura sino que impedía el tratamiento de datos con programas de análisis cualitativo, por ejemplo, o de análisis de corpus, y entorpecía la lectura. Por otra parte, cuando estos datos se exportaban a un formato .html, los titulares de las noticias se cortaban, lo que impedía una lectura correcta y completa de los mismos. El único formato que permitía trabajar correctamente era .pdf así que ese fue el formato que se seleccionó.

Al igual que se había hecho con los anteriores medios analizados, los documentos de *La Vanguardia* se colocaron carpetas distribuidas por año (2010, 2011, 2012 y 2013). Como los textos se habían exportado de 100 en 100, conformando un archivo que era necesario separar por textos independientes, se recurrió a Adobe Acrobat para separar los textos como archivos independientes y luego, de forma manual, fuimos corrigiendo los errores que surgieron (páginas en blanco o informaciones separadas). Finalmente, clasificamos las noticias por año y mes, y luego procedimos a

renombrarlas, siguiendo los mismos criterios que habíamos utilizado con *ABC*, *El País* y *El Mundo* y que ya hemos mencionado.

El total de piezas de información u opinión que descargamos de cada uno de estos medios, y que compondrían lo que hemos dado en llamar “Corpus Inicial” fue de:

- *ABC*: 16.140 documentos
- *El Mundo*: 8.885 documentos
- *El País*: 21.142 documentos
- *La Vanguardia*: 7.490 documentos

Este corpus, de 53.657 documentos en los cuatro años, se redujo posteriormente a aquellos textos que eran significativos para nuestro objetivo mediante procedimientos que detallaremos a continuación. A nuestro juicio, el Corpus Definitivo reunía las condiciones fundamentales de representatividad, fiabilidad y confianza para emprender nuestra investigación.

3.4.2. El análisis de los datos

Como ya sabemos, dentro del campo de la investigación forma parte de la tradición la mención a los seis pasos que constituyen el método científico¹³⁵ (Cresswell 2002, 7):

1. La identificación del problema de investigación.
2. Revisión de la bibliografía.
3. Concreción del objeto de investigación.
4. Recopilación de los datos.
5. Análisis e interpretación de los datos.
6. Relato y evaluación de la investigación.

Llegados a este punto de nuestra tesis, nos detendremos en lo que es la quinta fase de este método, y que constituye el análisis e interpretación de los datos. Como suele ser habitual, las estrategias que en este punto utilizamos vinieron condicionadas por

¹³⁵ Otros autores prefieren concretarlas en cinco fases, por otro lado muy similares a las que hemos mencionado, ya que el método científico sigue un camino que es el mismo para todos los autores.. Por ejemplo Ruiz Olabuénaga (2012, 51) prefiere hablar de cinco fases, que estructura en torno a tres elementos: a) el campo de la investigación, en el que se encuentran las fases de (1) definición del problema y (2) diseño de trabajo; b) el texto, en el que se encuentran las de (3) recogida de datos y (4) análisis de datos, y finalmente, c) el lector, y dentro de esta última, (5) la realización del informe y la validación de la investigación.

decisiones tomadas en etapas previas del proceso. Vale la pena al respecto, recordar las palabras de Cohen et al. (2007) quienes señalaban que:

There is no one single or correct way to analyze and present qualitative data; how one does it should abide by the issue of fitness for purpose. Further, qualitative data analysis, as we shall see here, is often heavy on interpretation, and one has to note that there are frequently multiple interpretations to be made of qualitative data -that is their glory and their headache! (Cohen et al. 2007, 461).

Esas múltiples interpretaciones son muchas veces objeto de lectura crítica, entre otras cuestiones porque también el investigador debe estar alerta para no entrometerse en exceso y de forma inadecuada durante el proceso:

The issue here is that great caution and self-awareness must be exercised by the researcher in conducting qualitative data analysis, for the analysis and the findings may say more about the researcher than about the data. (Cohen et al. 2007, 469).

Volviendo a los datos cualitativos extraídos de los medios que han constituido el objeto de nuestro trabajo, dado su diseño utilizamos para el análisis dos herramientas informáticas ampliamente conocidas, una de ellas como hoja de cálculo y otra como paquete estadístico. Nos referimos por un lado al programa *Microsoft Excel*, en su versión para Mac 2011 (14.4.2), y por otro al programa de análisis estadístico *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* en su versión 22 para entornos Mac.

Como señalan Blasco Mira y Mengual Andrés (2010), el inicio del uso de los ordenadores en los estudios de investigación cualitativa en los 80, no fue acogido por todos los investigadores con igual entusiasmo. De hecho, las impresiones oscilaron entre la crítica radical de autores como De la Orden (1988), Tesch (1988) o Fielding y Lee (1998), y el entusiasmo de otros como Coffey y Atkinson (1996). Sin embargo, podemos afirmar que en estos momentos del siglo XXI está ampliamente extendido ya que:

los programas de análisis cualitativo asistidos por ordenador han facilitado considerablemente la ardua tarea del proceso de análisis a los investigadores cualitativos, sin que por ello haya variado las acciones propias del mismo, reducción de datos, disposición y transformación de datos y obtención de resultados y verificación de las conclusiones. (Coffey y Atkinson 1996, 73)

En cuanto al software empleado, cada uno de los programas tuvo una finalidad. El programa *Excel* nos sirvió para realizar el tratamiento y análisis de todos los datos cualitativos recopilados, según la estructura de categorización decidida previamente (y que explicaremos en los apartados §4.1, §4.2 y §4.3). Los datos recopilados, junto a las categorías se pueden visualizar en el Anexo I.

Una vez finalizado el proceso de recogida y análisis inicial de la muestra, procedimos a elaborar la matriz de códigos para realizar su tratamiento estadístico por medio del

programa SPSS. Con esta finalidad, elaboramos previamente el libro de códigos (o Codebook) que se puede consultar en el Anexo 2. En este se pueden contemplar las correspondencias entre las categorías y subcategorías de análisis y los códigos de interpretación correspondientes. Por otro lado, se puede consultar la matriz de códigos en el Anexo 3.

3.5. Fases en la recogida de la muestra: subcorpus

Los datos extraídos en el primer proceso conformaron lo que hemos denominado Corpus Inicial (CI) de trabajo, que está formado por todos los textos de cualquier género informativo que se extrajeron en ese primer proceso. Sin embargo, no todos servían para nuestro propósito, por lo que procedimos a realizar una reducción formal y externa en primer lugar, y luego de contenidos. Así se conformó lo que pasamos a denominar como Corpus Definitivo (CDef).

Para la conformación de ese CDef, ya hemos mencionado que realizamos dos procesos. En el primero de ellos eliminamos los textos breves de apoyo a la noticia, como despieces o citas, cuando no añadían información o repetían información ya presentada en el texto principal, pies acompañando a fotografías, notas de agenda o textos que claramente se veía que se habían desgajado del texto principal (ver Figura 8).

<p><265 of 304 DOCUMENTS> ABC</p> <p>March 18, 2010 Thursday</p> <p>PRIMERA Edición SECTION: ESPANA LENGTH: 18 words FEMINISMO «Es el momento de que la tradición intelectual histórica feminista ocupe un lugar en la Universidad»</p> <p>LOAD-DATE: March 18, 2010</p> <p>LANGUAGE: SPANISH; ESPANOL</p> <p>PUBLICATION-TYPE: Periodico Copyright 2010 ABC</p>	<p><103 of 408 DOCUMENTS> El País</p> <p>February 19, 2012 Sunday</p> <p>1ª Ed. Madrid Edición - Universidad en Tarudant (Marruecos) SECTION: ÚNICA; Propiedades; Pág. 2 LENGTH: 46 words Los arquitectos Kabbaj, Kettani y Siana dan forma a la Universidad ibn Zohr y su campus en Tarudant (Marruecos). Los edificios se organizan en dos bandas paralelas que flanquean un espacio central. La geometría de los pabellones está definida por dos voladizos y ventanas altas.</p> <p>LOAD-DATE: February 19, 2012</p> <p>LANGUAGE: SPANISH; ESPAÑOL</p> <p>PUBLICATION-TYPE: Periódico Copyright 2012 El País Internacional S.A.</p>
--	---

Figura 8. Ejemplos de textos desechados en la primera lectura del Corpus Inicial

A continuación, realizamos una nueva lectura más detallada de los textos, de la que retiramos los siguientes tipos de piezas:

- Cartas al director o textos de opinión anónimos.
- Piezas que trataban los dos términos de búsqueda de forma muy secundaria, incluso anecdótica (*“Cómo motivar a los funcionarios”*, LV 13/01/2012 o *“Qualia Sitges”* LV 22/10/2010, *“El PP culpa a Ayuntamiento y Junta del fin de la Feria de Empleo Joven”*, ABC 05/02/2011, *“Entrevista a Francisco Toledo. Cabeza de la lista autonómica del PSPV-PSOE por Castellón: “Camps ha llevado a la Comunidad Valenciana cerca del infierno”* ABC 06/03/2011).
- Textos relacionados con la educación en otros ciclos formativos, en las que se hablaba de la universidad o la educación superior de forma coyuntural (*“Gabilondo pretende que el pacto de Estado esté listo a finales de febrero”*, ABC 26/02/2010 o *“Extremadura y Castilla-La Mancha, a la cola de la UE en nivel educativo”*, EM 15/09/2012).
- Las repeticiones, es decir, noticias que, por haber sido publicadas en varias ediciones del periódico aparecían duplicadas o triplicadas.
- Los textos en los que la investigación realizada por una universidad daba pie a la noticia: *“¿Sabemos lo que comemos?”*, ABC 26/01/2010 o en los que se hablaba de investigaciones concretas: *“La ULL presenta un regulador de anestesia por ordenador”*, ABC 20/02/2010 o *“Tres estudios para sacar el mejor partido al cereal”*, LV 18/10/2010. En estos casos, aunque entendemos que se fomenta una imagen positiva de las universidades, asociada a su papel en el avance del conocimiento, el tratamiento de la universidad sigue siendo muy secundario; por tal motivo se consideró que estos textos no formaran parte del CD, pues la universidad (o sus investigadores) aparecen solo como detalle circunstancial.
- Se quitaron todos los obituarios y necrológicas (*“Pionero en Historia de la Medicina”*, ABC 14/02/2010).
- La universidad como lugar donde trabaja cierto personaje; ejemplo: *“Isidoro Moreno defiende el valor de la Antropología en El Círculo de la Amistad”*, ABC 27/01/2010.
- La universidad como autora de un informe; ejemplo: *“Un informe de la UPV plantea que el litoral entre Barrika y Lemoiz sea declarado biotopo”*, EP 19/02/2011.
- Cuando son los universitarios los protagonistas en informaciones que nada tienen que ver con su rol, si bien es el que destaca el periodista: *“Condenan a dos universitarios y un químico por un laboratorio de éxtasis”*, ABC 27/10/2010.

- Noticias sobre educación superior o universidades de otros países (“Chen podría estudiar en una universidad de EE.UU”, *EM* 06/05/2012 o “Un ejemplo de diálogo entre la fe y la ciencia”, *EM* 24/02/2012; “Más de 80 muertos en un ataque a la Universidad de Alepo”, *ABC* 16/01/2013).
- Noticias que nombraban la universidad/educación superior de forma anecdótica, por ejemplo como sede de actos no relacionados con lo que es el objeto de nuestra investigación (“*Europa vuelve a Toledo de la mano de Díez Moreno*”, *ABC* 20/02/2010; “*Una matanza frustrada*”, *ABC* 04/10/2012) o por sus actividades deportivas, el inicio de cursos de verano o culturales “*Comienzan los Campeonatos de Andalucía de Rugby*”, *ABC* 27/02/2010; “*Hoy se inicia «Ahora Danza», ciclo organizado por la Universidad Hispalense*”, *ABC* 26/01/2010; “*La UNIA reivindica su tradición en plena incertidumbre universitaria*”, *ABC* 10/09/2013).
- Se eliminaron todos los nombramientos Honoris Causa (“*Umberto Eco propone no reducir la libertad en Internet, sino educar a la gente en su uso crítico*”, *ABC* 18/02/2010), premios recibidos por sus miembros, cuando ellos no eran representantes de la institución, es decir, los referidos a investigadores, alumnos, docentes, PAS, etc. (“*El catedrático de la Hispalense Alfonso Gañán recibe el «Juan de la Cierva»*”, *ABC* 11/02/2010) o premios concedidos por la institución universitaria (“*José Rolando Álvarez dedica el premio a los empresarios de las Pymes*”, *ABC* 26/01/2010 o “*Medalla universitaria para Bizkaia*”, *EP* 17/03/2012).
- Cuando los textos tenían un carácter marcadamente publicitario o seguían el modelo de notas de prensa de una institución concreta (“*Formación global, un valor seguro y en alza*”, *EM* 17/11/2012; “*La formación que viene en 2011*”, *EM* 22/01/2011).
- Noticias de interés muy reducido, casi local y vinculadas a la actividad de una universidad concreta (“*ETEA organiza una jornada sobre cooperación en el entorno de la crisis*”, *ABC* 20/04/2013).

Como se puede ver en la Figura 9, las cifras de los Corpus Inicial y Definitivo son muy distintas, pues si en el caso de *El País* redujimos en 19.391 el número de textos, en *ABC* la reducción fue de 14.552, en *El Mundo* de 8.401 y de 6.777 en *La Vanguardia*. Pese a ello, lo cierto es que, entre los dos corpus, los medios mantuvieron su grado de representatividad después del proceso de reducción de la muestra, por lo que si en el Corpus Inicial la representatividad global del *ABC* era de un 30,08%, *El Mundo* de un 16,56%, *El País* de un 39,40% y *La Vanguardia* de un 13,96% en el Corpus Definitivo, los datos no variaron demasiado y fueron los siguientes: *ABC*: 35%, *El Mundo* 10,7%, *El País*: 38,6% y *La Vanguardia*: 15,7%.

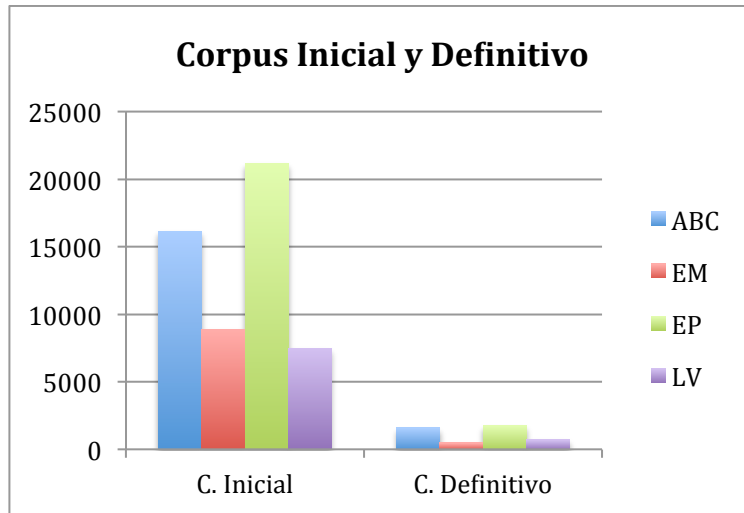


Figura 9 . Comparación del número de textos presentes en el Corpus Inicial (CI) y el Corpus Definitivo (CDe) de los cuatro medios analizados en número de documentos.

El Corpus Definitivo está conformado por un total de 4.536 piezas. En la Figura 10 se puede ver la evolución por periódicos y años de ese corpus. Se trata, efectivamente, de un corpus considerable, que en varias ocasiones nos llevó a plantearnos la conveniencia de utilizar algunas de las técnicas de selección establecidas por las metodologías de análisis del contenido (Berelson 1952; Krippendorff 1989; Neuendorf 2002; Colle 2011a, 2011b, 2011c), como por ejemplo la semana construida (Stempel y Westley 1989). No obstante, habida cuenta de la especificidad temática de nuestra investigación, que no constituye un tema prototípico de la prensa, creímos que este tipo de filtrado no podía proporcionarnos un corpus representativo. Finalmente, pues, mantuvimos la opción de mantener el corpus en su dimensión actual, cuya exhaustividad nos garantizaba la representatividad.

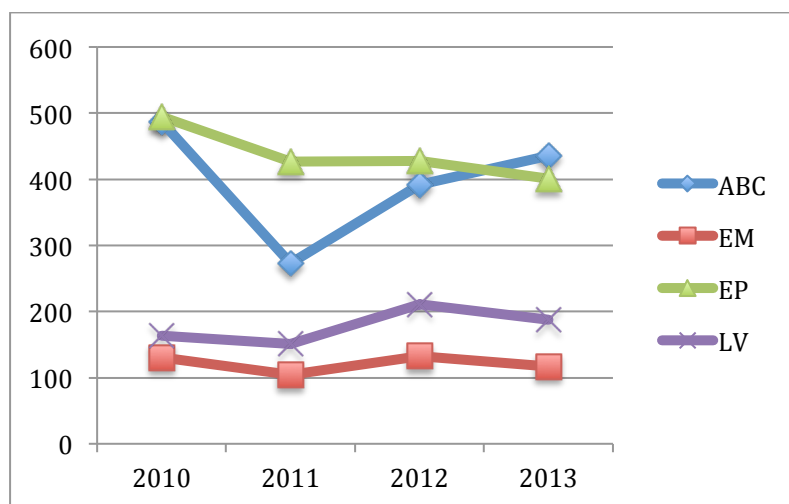


Figura 10. Número de textos en cada uno de los medios analizados en el CDe. 2010-2013.

4. CATEGORÍAS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de los datos se centró en los mecanismos lingüísticos del encuadre de las noticias, a partir del modelo de análisis diseñado en Gallardo (2013, 2014) y (Gallardo y Enguix 2014). Este modelo toma como eje fundamental la distinción de tres niveles pragmáticos que corresponden a los tres elementos básicos del acto comunicativo: emisor (pragmática enunciativa), mensaje-texto (pragmática textual) y receptor (pragmática interactiva). Como ya hemos mencionado, el modelo se incluye en los planteamientos de tipo pragmático de análisis de la información.

Una vez seleccionado el Corpus Definitivo, se elaboró una ficha para el análisis de los datos con las categorías discursivas que nos interesaba analizar. Los datos conformaron una base de datos que trabajamos con el programa *Microsoft Excel*. La ficha se compone de unos elementos significativos que se agrupan en tres niveles:

01. Datos de identificación, características formales del texto y su publicación. El hecho de trabajar con textos en formato electrónico impidió atender a elementos paratextuales y aspectos del diseño como la tipografía, la ubicación de la noticia dentro del periódico y dentro de la página y en su contexto, información que, en un análisis del material impreso sería central para entender aspectos ideológicos del mismo (Canga Larequi 1994; Gallardo y Enguix 2014, 2015).
02. Categorías de encuadre formal, externo, relativas al número de documento, fecha de publicación, periódico, titular, sección, longitud, autoría, nombre del autor que ha escrito el texto.
03. Categorías de encuadre informativo y discursivo. En este punto seguimos la diferencia de Enguix (2015b) entre una serie de categorías vinculadas sobre todo al análisis del contenido (encuadre informativo), y unas categorías más propias del análisis del discurso (encuadre discursivo). Revisamos, así pues, elementos como la explotación de usos léxicos marcados, la ilocutividad y la valoración de la universidad, la actancialidad (reflejada sintácticamente en el papel de sujeto), el protagonismo de la universidad en el texto (teniendo en cuenta cuál es el colectivo de la universidad objeto de atención principal), la estructura textual del titular y el género adoptado, así como el subtema o subtemas del/los que trata la pieza, la intertextualidad y otras observaciones relativas a las voces del texto.

4.1. Datos de identificación de la pieza

El inicio del análisis no es exactamente analítico, sino que nos sirve para la ordenación interna de la muestra de datos. Esta parte de la ficha *Excel* está compuesta por diferentes campos:

- Número de documento: elemento identificador individual e intransferible de cada uno de ellos, que creamos correlativamente utilizando el programa *Wordsmith*. La secuencia que se utilizó es: T (de texto), año de publicación y mes (ej: 201010, relativo a octubre de 2010), tema objeto de estudio: “ESUN” (ES, como acrónimo de “educación superior” y UN de “universidad”), medio de comunicación en cuestión (ABC, EP –cuando es *El País*-, EM –para *El Mundo*- o LV –cuando se trata de *La Vanguardia*-) y el número de la noticia, según ha sido su extracción de la base de datos (no según la fecha de publicación).
- Fecha: se refiere a la de publicación de la pieza según aparece en el medio y es recogida en la base de datos.
- Página: la página en la que se ubica una noticia no es simplemente un dato externo. En el formato impreso resulta indiscutible la importancia y visibilidad de la portada, por ejemplo, así como la mayor relevancia de las páginas impares que las pares. Desde este planteamiento, relacionado con la relevancia informativa, la página de un texto es ya un elemento de su encuadre formal, que va más allá de la simple descripción identificativa. No obstante, lo mantenemos aquí porque fue un dato que consideramos inicialmente en la descripción del corpus; sin embargo, no todos los archivos generados por las dos plataformas de búsqueda nos daban esta información, pues si *Factiva* refleja la numeración teniendo en cuenta la paginación completa del periódico impreso, en *Lexis-Nexis* esa numeración es en relación a la sección en la que aparece el texto (Ver Figura 11), con toda la complejidad que implica determinar en nuestra mente la ubicación para cada uno de los textos. Esta dificultad nos llevó a eliminar ese dato de los resultados (y del análisis final), pero hemos querido indicar su relevancia en un análisis no limitado por el procedimiento de extracción del corpus.

<p>30 of 221 DOCUMENTS <i>El Mundo</i> 28 mayo 2010 viernes SEGUNDA Edición Cierre de los colegios mayores el mes de agosto BYLINE: PEDRO BLASCO SECTION: MADRID; Col. 1; Pág. 6 LENGTH: 145 palabras</p>
<p>08TENDEN La UAB ofrece los primeros cursos en línea y gratuitos en la red Coursera JOSEP PLAYÀ MASET 373 words 22 February 2013 La Vanguardia VNGDIA 31 Spanish (C) 2013 La Vanguardia</p>

Figura 11. Presentación de los datos relativos a la paginación de los textos en los periódicos analizados según aparece en la base de datos.

- Periódico: se estableció una lista cerrada para poder seleccionar entre las cuatro opciones posibles, que son: ABC, EM (*El Mundo*), EP (*El País*) o LV (*La Vanguardia*).

Número de identificación:				
Fecha:			Página:	
Periódico:	ABC	EM	EP	LV

Tabla 5. Ficha con datos de identificación de las piezas periodísticas analizadas.

4.2. Categorías de encuadre formal, externo

Estas categorías, normalmente estudiadas en el análisis de contenido, permiten identificar cierta adscripción temática de los textos, así como algunos rasgos externos que pueden indicar la importancia dada a la noticia e información semántica global. Son clasificaciones que todavía no exigen una lectura atenta de cada texto, ni el correspondiente análisis contextual. El sistema categorial que presentamos a continuación es recíprocamente excluyente, exhaustivo y fiable, tal y como proponen Wimmer y Dominick (1991, 179):

- Titular: del texto analizado.
- Sección en la que aparece el texto dentro del medio. Se creó un desplegable con algunas de las secciones más habituales de cada uno de estos medios y una opción de “Otras” que recoge las secciones menos frecuentes. En el caso del ABC, ya hemos hablado de la singularidad del ABC de Sevilla en la historia de esta centenaria cabecera. En este sentido, una revisión de los textos nos hizo ver que las secciones a las que pertenecían algunas de estas noticias tenían los nombres de las provincias andaluzas, es decir, que se trataba de noticias propias del ABC sevillano. Por ello, en este apartado se recogieron bajo el ámbito “Andalucía” todas las noticias en cuyo epígrafe “SECCIÓN” se hacía referencia a alguna de sus provincias. En el Anexo 5 podemos ver las secciones en las que cada medio publicó textos de este tipo.

El procedimiento ya descrito de selección del corpus definitivo nos supuso una limitación a la hora de analizar cuáles son las secciones de los diarios en que se ubica preferentemente la información sobre la universidad, ya que, cuando las noticias estaban duplicadas y triplicadas —como hemos indicado que ocurrió en repetidas ocasiones— las eliminábamos del análisis y dejábamos tan solo una representativa del contenido en cuestión. Ello ocurre en relación a las ediciones autonómicas y locales de los medios¹³⁶.

Somos conscientes de que esta adscripción implica un sesgo en la presentación de los datos sobre la frecuencia de publicación en cada una de las secciones del medio porque, en ocasiones, el texto que se publicaba en la edición regional también lo hacía en una sección de la edición nacional del medio, por lo que nuestra decisión de eliminar los duplicados de las noticias contribuyó a sesgar ese dato. Aun teniendo en consideración ese aspecto, mantuvimos la eliminación de textos repetidos.

- Longitud de la pieza informativa en número de palabras.
- Paratexto: en este dato se buscó si el texto estaba acompañado de algún elemento gráfico, como una infografía o una fotografía, aunque la imagen en cuestión no nos fuera accesible, dado que el tipo de documento extraído no ofrecía esa información. En los libros de estilo de los cuatro medios analizados existen normas muy estrictas respecto al empleo tanto de la fotografía como de la infografía y las ilustraciones que pueden acompañar a informaciones u opiniones. Una vez revisados todos, destacamos la ética con la que los cuatro plantean el uso de estos elementos gráficos, por ejemplo en su mención a la autoría o procedencia. En una referencia específica a la infografía, *La Vanguardia* señala que se trata de un elemento exclusivamente informativo, que debe estar alejado de veleidades creativas, y donde ese elemento y “el aspecto decorativo son absolutamente secundarios” (Camps 2004, 69).

¹³⁶ Cf. Figura 12.

- **Autoría:** determinaremos si es una pieza firmada y con autoría reconocida o procedente de agencias y/o firmada bajo el nombre de “Redacción”. Las categorías empleadas en este caso fueron: “Propia” (cuando el autor estaba reconocido en el texto, es decir la noticia estaba firmada por el/la periodista) y “Redacción y/o Agencias” (cuando no lo estaba). Es una práctica frecuente entre los medios impresos que, cuando la noticia que publican procede de alguna agencia de noticias, y los cambios que se realizan sobre ella son mínimos, se publique como “Redacción” o “Agencias”. Así lo especifican cada uno de los periódicos estudiados en sus respectivos libros de estilo, con mucha mayor amplitud *El Mundo*, *La Vanguardia* y *El País*.

En relación a las agencias, no debemos perder de vista el hecho de que los periódicos necesitan de las agencias para realizar su trabajo, para contar con un flujo continuo de información variada y ocurrida en diferentes partes del mundo; pero a la vez, los medios son conscientes de que necesitan singularizar su propuesta informativa para distinguirla de la de otros medios. Como indica Borrat (1989) la estrategia de los medios varía y si bien a veces publican los textos tal cual los reciben de la agencia, en otros casos reescriben la información, con lo que reafirman

los perfiles propios del periódico (...) Frecuentemente, la reescritura del periódico es reelaboración de relatos procedentes de dos o más agencias; a veces incluye datos obtenidos en las fuentes de sus exclusivas (Borrat 1989, 70).

La firma del periodista es una parte primordial de la información, un símbolo de calidad y mérito de cualquier medio, por lo que siempre que las informaciones proceden de elaboraciones propias o conllevan un trabajo extenso, deben ir firmadas por los redactores que han trabajado en ella. Por ejemplo, *El Mundo* es muy concreto a este respecto:

Todas las informaciones de elaboración propia y que tengan una mínima relevancia, es decir, que superen el folio y medio de extensión irán firmadas en EL MUNDO por el redactor que las haya realizado. Tal y como ocurre en las demás publicaciones, ello forma parte de las normas de estilo y edición del periódico. Las únicas excepciones a esta norma son las incluidas en el Estatuto de la redacción de EL MUNDO (art. 9, apartado b). La Dirección del periódico podrá recurrir a la fórmula de encabezar una información con la firma global de EL MUNDO cuando existan razones específicas que así lo aconsejen.

Todo este apartado se refiere a la firma profesional o habitual del periodista, que a veces no coincide exactamente con sus nombres y apellidos tal y como aparecen en su documento de identidad El uso de cualquier otra firma —es decir, un seudónimo— deberá ir siempre autorizado por la Dirección.

Las noticias procedentes total o parcialmente de agencias informativas aparecerán sin firma y con la data que corresponda. En el cuerpo de la noticia y dentro de sus tres primeros párrafos se especificará su autoría incluyendo entre rayas las palabras “según informa Reuter”, “según informa EFE”... (de la Serna 1996)

Como podemos ver en la cita, el nivel de concreción es, en ocasiones, muy extenso. Respecto a la firma de varios textos complementarios al principal, los medios (de la Serna 1996; *El País* 2014; Martínez de Sousa 2003) recomiendan la utilización de sus iniciales en los documentos secundarios, como despieces o apoyos o, en el caso de *La Vanguardia* que: “una sola firma puede englobar todos los elementos informativos de un mismo tema: la pieza principal y las de apoyo”(Camps 2004). En el caso del ABC, y a diferencia de las prácticas establecidas por *El País*, se detalla que:

Los trabajos colectivos se firmarán con el nombre del medio y se especificará quiénes son sus autores al final del texto. Se evitará la firma o atribución de autoría en el cuerpo de la información. (Martínez de Sousa 2003).

El Mundo y *La Vanguardia* en este sentido mantienen una postura intermedia entre la de ABC y *El País*, pues si son hasta tres redactores recomiendan la firma conjunta al final del texto y, para *El Mundo*, como pie de autor si son más de tres. Por su parte *El País* (en el punto 7.6.3 de su Libro de estilo) plantea como posible la firma de trabajos colectivos con referencias dentro del texto (*El País* 2014).

En el caso de que los medios publiquen informaciones de agencias, lo más habitual, según apuntan los libros de estilo mencionados es que se indique “Agencia” en el lugar de la firma del texto y, si se ha reelaborado la información con textos de más de una agencia, el plural de “Agencias” (casos de *El País* y ABC; *La Vanguardia* indica que si ha sido un redactor el que ha trabajado sobre textos de agencia, su nombre debe aparecer al final del texto, con una tipografía específica y anotando los nombres de las agencias de las que se ha tomado la información (apartado 7.2.3 de su *Libro de redacción*) y, en el caso de *El Mundo* ya hemos detallado antes su práctica a este respecto.

En cuanto a la firma como “Redacción” o con el nombre del propio medio en cuestión, dígame ABC, *El País* o *El Mundo* (dado que *La Vanguardia* no hace mención a esta posibilidad), los medios son muy estrictos. Para *El Mundo*, ya hemos indicado en la cita extraída de su *Libro de estilo* una de las ocasiones en las que hace posible una firma como la de EL MUNDO sustituyendo a la firma del periodista; el otro caso es cuando se produzcan “circunstancias excepcionales” y siempre tras la aprobación del director o directores adjuntos. En *El País*, es posible la firma como “Redacción” cuando las informaciones han sido elaboradas por la redacción en las ciudades donde *El País* dispone de redacción propia, y cuando no se puedan atribuir a un periodista en concreto. En el caso del ABC se deja un resquicio a la posibilidad de firmar con el nombre del medio, por ejemplo cuando señala que:

La firma se retirará siempre a petición del autor o del director del medio (...)

o que:

No se firmarán los trabajos de edición de material ajeno. Solo se firmará con el nombre del medio cuando aporte nuevos materiales o enfoques o modifique sustancialmente la fuente original. (Camps 2004, 34).

En el caso de textos de opinión, los medios analizados exigen la firma de la pieza en todas las ocasiones. Ya hemos visto además que en el caso de *El Mundo*, se atribuyen el derecho de permitir la utilización del uso de un seudónimo por parte de sus columnistas. Por supuesto, los editoriales quedan excluidos de esta interpretación, al ser un producto de opinión propio del medio y voz del mismo. *El País* es el único medio que incluye un punto específico a este respecto en el capítulo 7 referido a “El uso de la firma”. Tanto *La Vanguardia* como *El Mundo* desarrollan la práctica de mantener una “Carta del director”, a medio camino entre el editorial y la columna de opinión.

- **Quién:** en esta columna presentamos el nombre del periodista o columnista que firma el texto en el caso de que se trate de un texto con autoría explicitada (es decir con categoría de “Propia”). En el punto anterior ya hemos hecho referencia al tratamiento que el uso de la firma tiene en cada uno de los medios analizados según se especifica en sus libros de estilo. En otro apartado hemos mencionado los criterios de unificación de firma que realizamos, teniendo en consideración que los periodistas trabajan con más de una firma sus noticias. Al menos utilizan una extensa, en la que incluyen nombre y apellido (o apellidos) y otra con sus iniciales o, en el caso de que estas puedan llevar a confusión, inicial del nombre y primer apellido, normalmente.

La Tabla 6 muestra la ficha correspondiente a las categorías de encuadre formal o externo:

ENCUADRE EXTERNO, FORMAL		
Fecha de publicación		
Titular:		
Sección:		
Longitud		
Paratexto:	Infografía	Fotografía
Autoría:	Firma	Agencias/Redacción

Tabla 6. Ficha con las categorías relativas al encuadre externo de las piezas analizadas.

4.3. Categorías y estrategias de encuadre informativo/discursivo

Reproducimos a continuación la Tabla 3, que recoge las categorías correspondientes al encuadre informativo-discursivo (Gallardo 2013, 2014).

CATEGORÍAS	BASES TEÓRICAS	ESTRATEGIA DISCURSIVA
<i>Nivel enunciativo</i>		
Acto locutivo (enunciado)	Léxico: palabras Semántica: contenidos Sintaxis: agentividad	Estrategia léxica Estrategia temática Estrategia predicativa
Acto ilocutivo (enunciación: emisor)	Intención comunicativa	Estrategia intencional
Acto perlocutivo (enunciación: receptor)	Efecto en el destinatario	(Solo inferible, no analizable)
<i>Nivel textual</i>		
Superestructura	Coherencia textual	Estrategia estructural
<i>Nivel interactivo</i>		
Discurso repetido, cita. Intercambio	Dialogismo	Estrategia interactiva

Tabla 3. Estrategias de encuadre analizadas, a partir del modelo de Gallardo (2014).

Puesto que el encuadre es una actividad que surge en el acto de emisión, el nivel enunciativo proporciona cuatro estrategias relevantes, que se corresponden a diferentes categorías pragmáticas. Como es bien conocido, el nivel enunciativo en pragmática se corresponde con la emisión, es decir, con el momento en el que un hablante crea un mensaje para uno o varios receptor/es. La unidad central de este nivel es el acto de habla, que en la propuesta de Austin incluye tres dimensiones simultáneas. Estas se corresponden con los actos proposicionales, ilocutivos y perlocutivos, y se identifican con la utilización de cierta gramática (recursos léxicos y morfosintácticos), la existencia de intención comunicativa en el emisor, y la consecución de ciertos efectos en el destinatario, respectivamente.

En el modelo de encuadre que manejaremos, estas tres dimensiones mantienen correspondencias propias con diferentes ámbitos gramaticales, y en el ámbito discursivo se concretan en diversas estrategias: la estrategia léxica, que lleva al emisor (por lo general, los editores de cada medio), a seleccionar unas u otras palabras en el titular; la estrategia predicativa, que determina la elección de la estructura sintáctica actancial; y la estrategia intencional, que asigna al enunciado una u otra acción ilocutiva. Matizaremos esta visión del modelo de Gallardo según mostramos a continuación, diferenciando junto a la estrategia léxica, una estrategia temática.

4.3.1. Encuadre enunciativo: la estrategia léxica

Esta estrategia se centra en los elementos léxicos y proposicionales del discurso (Gallardo 2013, 238), y trabaja fundamentalmente la selección de palabras, de forma que ubica el mensaje comunicativo en un ámbito semántico concreto.

La estrategia denominadora o de encuadre léxico establece cuál es el ámbito proposicional de los argumentarios y es la que permite, mediante la selección léxica, activar marcos de interpretación para el discurso (Gallardo 2014, 61).

La elección de un vocabulario determinado para la emisión de un mensaje puede poner en marcha mecanismos psicológicos y cognitivos que contribuyen al proceso de enmarcado, activando espacios de connotación y denotación; además, la selección léxica activa también los significados implícitos convencionales que mencionamos al presentar las teorías de Grice (1957), como el tropo o la presuposición. Es un factor muy importante para la preactivación, y contribuye a dibujar la línea estilística de cada medio, como veremos.

La estrategia léxica forma parte del encuadre precisamente porque puede orientar la interpretación de los lectores. En el análisis hemos señalado los casos en que esos usos léxicos tienen algún tipo de marca que contradice la teórica neutralidad del discurso informativo, ya sea por su naturaleza retórica (metáforas, hipérboles, epítetos) o intertextual (discurso repetido, con frecuencia activador de ironías o connotaciones). Podemos apreciarlo en ejemplos como los siguientes, que nos muestran titulares referidos a los mismos hechos:

- El **derrotado** en la UMH pide anular el voto por correo (EP, 19/04/11).
- El **candidato** de la Miguel Hernández ultima el recurso (EP, 24/04/11).

A partir del análisis de este tipo de casos, observamos que el uso marcado de las palabras en el titular puede deberse a tres causas básicas: la activación de inferencias, la introducción de discurso repetido y la activación de relaciones léxicas (sinonímicas y antonímicas).

La activación de inferencias se produce a su vez mediante dos mecanismos discursivos; en primer lugar, la utilización de recursos estilísticos como metáforas, hipérboles o, en general, términos que son susceptibles de evocar ciertas connotaciones y sentidos figurados:

- Los **abertzales** catalanes boicotean a Ibarretxe (ABC, 26/02/2010).
- **Rojifascio** universitario (ABC, 23/12/2010).
- La "**uniborroka**" (EM, 25/03/2010).
- El **jardinero** Wert (LV, 19/04/2012).

O también mediante categorías que activan inferencias convencionales, como presuposiciones y expresiones idiomáticas:

- Universidad y empresa **sí** avanzan (LV, 24/06/2012).
- Los universitarios **también** sufren la crisis (LV, 30/06/2010).
- Ni *flu* ni FLA (ABC, 26/09/2012). [FLA: Fondo de Liquidez Autonómica]

En segundo lugar, el uso léxico marcado que introduce en el texto discurso repetido, lo que supone normalmente citar términos y expresiones que proceden (ya sea literal o atribuidamente) de alguno de los protagonistas de la noticia.

- La Universidad de Valencia acoge un foro que aboga por una "**huelga de coños**" (ABC, 11/11/2010).
- Académicos denuncian el estatuto que "**burocratiza**" la Universidad (EP, 09/07/11).
- La "**lección magistral**" de un ex terrorista (EM, 28/08/2010).

En ocasiones, este discurso repetido activa un distanciamiento enunciativo por parte del emisor; por ejemplo, *ABC* designa ciertos incidentes en la capilla de la Complutense dando un uso denotativo a la palabra “profanación”, mientras *El País* y *El Mundo* entrecomillan el mismo término, suspendiendo así el uso denotativo y apuntando a un discurso ajeno:

- *Recogida de firmas contra la profanación de la capilla (ABC, 17/03/2011).*
- *Querrela criminal contra la “profanación” de la capilla (EM, 26/03/2011).*
- *La Complutense investiga la “profanación” de una capilla (EP, 12/03/2011).*

Por su parte, *La Vanguardia* refiere el mismo incidente con una designación ajena a connotaciones religiosas:

- *La Complutense investiga un ataque a su capilla (LV, 12/03/2011).*

Por último, el uso léxico marcado puede manifestarse como un recurso a las relaciones léxicas. En su estudio sobre discurso político, Gallardo (2014, 75) menciona especialmente en este sentido la explotación de las relaciones de equivalencia y oposición léxica (sinonimias y antonimias), así como la utilización de expresiones coloquiales o fraseológicas:

- *Mismo estudio, precio **doble** (EP, 16/09/2012).*
- *La Universidad **gana** posiciones mientras la economía las **pierde** (EP, 25/02/2013).*

Por ejemplo, un titular como “Óscar López agita el fantasma de la privatización para rechazar la Unicyl¹³⁷” (*ABC* 20/12/2010) sitúa la postura del dirigente socialista en un contexto de irracionalidad, mediante el uso del verbo “agitar” y mediante la calificación como “fantasma” del rechazo a la universidad privada, (un fantasma es algo que en realidad no existe).



Figura 12. Noticia de ABC sobre la Unicyl¹³⁸

¹³⁷ Óscar López era en 2010 secretario general del PSOE de Castilla y León; UNICYL: Universidad Internacional de Castilla y León.

¹³⁸ Accesible en <http://www.abc.es/20101221/comunidad-castillaleon/oscar-lopez-agita-fantasma-20101221.html>

Otro ejemplo lo ofrece la noticia que *El Mundo* publica en su sección M2 con el título “Berzosa, con los “profanadores” de la capilla”, en la que este medio identifica al rector de la Complutense de Madrid con estudiantes a los que califica con el adjetivo entrecomillado de “profanadores”, al haber criticado este su detención por parte de la policía. Si bien ya hemos explicado que en el análisis de nuestro corpus no hemos tenido en cuenta los elementos gráficos, en este caso, y para apoyar el ejemplo, lo hemos seleccionado (cf. Figura 13). Ello nos permite mostrar cómo el empleo de la fotografía, el cambio de tamaño de tipografía en el mismo titular del texto, junto a otros titulares anexos, contribuyen a enfatizar esta estrategia.



Imágenes del grupo de estudiantes que irrumpió el pasado 10 de marzo en la capilla de Somosaguas. Algunas jóvenes se desnudaron de cintura para arriba. FOTOGRAFACÓN

Berzosa, con los ‘profanadores’ de la capilla

Universidad. El rector de la ‘Complu’ califica de «desmesurados» los arrestos por el asalto a la capilla y considera que es víctima de «un acoso sin ningún sentido»

El rector de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Carlos Berzosa, calificó ayer de «desmesurados» los arrestos contra cuatro jóvenes de la asociación Contrapoder que el pasado jueves 10 de marzo profanaron la capilla del campus de Somosaguas donde había alumnas rezando. En el templo irrumpieron medio centenar de jóvenes -algunos de las cuales se desnudaron de cintura para arriba- que leyeron un comunicado contra el «ataque» de la Iglesia a las mujeres y la homosexualidad.

En declaraciones a la Ser el rector dijo haber recibido «muchas presiones» para denunciar a los estudiantes, entre ellas la petición para que cierre la asociación Contrapoder. «Estoy recibiendo un acoso que no tiene ningún sentido y no es grato. Es un desprecio a la autoridad académica y universitaria muy grande. He recibido insultos porque decían que soy incapaz de denunciarlo, que



Carlos Berzosa. / EL MUNDO

no está a favor de que haya capillas en la universidad. Pero yo no impongo mi opinión ni mis creencias a los demás», señaló Berzosa, que recibió recientemente una petición de la Facultad de Geografía e Historia para que se cerrara la capilla, dijo que tendrá que hablar con el Arzobispado para renegociar el convenio.

Sobre la profanación, recordó que «la protesta pasó desapercibida» para la comunidad universitaria y cuando se conoció la condena rápidamente. «La Conferencia Episcopal no la ha denunciado. La única denuncia es del sindicato Manos Limpias», concretó. Es más, el rector cree que la comunidad universitaria está «más tranquila» de lo que se ha reflejado en los últimos días. También agradeció al ministro de Educación por defender su actuación en el Consejo de Universidades. «Allí estábamos todos los rectores de universidades, incluidas católicas, y nadie dijo nada», finalizó.

Rita Maestre, una de las cuatro detentadas y miembro de Contrapoder, dijo ayer que fue arrestada por pertenecer a esta asociación y que no participó en los actos de la capilla. «Ninguna de las participantes» eran conscientes de lo que hacían y de la gravedad de los hechos. Fue un acto simbólico, no un error, que en ningún caso pretendía ofender el sentimiento religioso de nadie. No eran conscientes de estar violando un derecho fundamental y si lo hubiesen sido probablemente hubiesen elegido otras formas de hacerlo. Maestre apuntó que la acción no fue explicada bien. «Ha sido comprendida como una ofensa, pero no como una reivindicación simbólica», agregó.

La delegada del Gobierno recordó ayer que es «muy importante» respetar la «autonomía» de la Complutense. Recordó que «hay una denuncia» y que los detenidos «están acusados presuntamente de un acto que está recogido en el Código Penal».



Cacerolada en la Facultad de Geografía e Historia. Ayer. / EL MUNDO

¿Libertad de expresión?

VÍCTOR MARTÍNEZ Un centenar de personas se concentró ayer en el hall de la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad Complutense para condenar la detención de cuatro jóvenes acusados de participar, el pasado día 10 de marzo, en una protesta anticatólica en la que se profanó la capilla ubicada en la Facultad de Políticas, en Somosaguas.

«Fuera la capilla de la Universidad» fue uno de los gritos más repetidos durante la cacerolada.

Algunos de los participantes ayer en la reivindicación portaron pancartas con lemas a favor de la «libertad de expresión», la misma que los invasores de Somosaguas violaron cuando asaltaron la capilla, en cuyo interior se encontraban algunos fieles.

Por su parte, Aurelio Ruiz González, portavoz de los estudiantes y asociaciones universitarias de Madrid, expresó ayer su inquietud por el futuro de las capillas que están abiertas en el campus de la Ciudad Universitaria, que puede depender de quién gane las elecciones al Rectorado de la Complutense que se celebrarán el próximo mes de abril. A dichos comicios no concurre el actual rector, Carlos Berzosa.

La región con más iglesias en las universidades

JOSÉ MANUEL VIDAL Están reguladas por una ley de rango superior, como son los Acuerdos Iglesia-Estado de 1979. Uno de esos acuerdos, concretamente el de Educación, contempla la existencia de capillas universitarias, donde se pueden realizar las actividades religiosas propias del culto católico, en los centros públicos. Para aplicar esta ley, la Iglesia Católica ha puesto en marcha la pastoral universitaria, con un cuerpo de capellanes, dedicados a atender las necesidades pastorales de los alumnos de los campus públicos.

Las capillas universitarias suelen ser pequeñas salas, ubicadas en algunas de las facultades de los centros universitarios y dotadas del mobiliario adecuado a cualquier otra instalación religiosa: altar, bancos, un lugar para el sagrado o alguna imagen, normalmente de la Virgen o del patrón de la Universidad.

Madrid es la región que cuenta con más capillas. Concretamente, 21, distribuidas en los seis campus, lo que representa más del doble de los centros que hay en el resto de las universidades públicas españolas. La Política cuenta con ocho capillas y la Complutense con otras tantas ocupan los primeros puestos en este particular ranking de Dios. Les siguen la Universidad Rey Juan Carlos con una capilla en cada uno de sus cuatro campus, y la Autónoma, con un oratorio solamente.

Algunas de estas capillas se cerraron en los años 70 y se reabrieron en los 80, como el caso de la capilla de la Facultad de Ciencias de la Información de la Complutense, que, desde entonces, funciona como un centro multiconfesional y, por lo tanto, a disposición de las diversas confesiones religiosas que lo solicitan, aunque su uso católico suele ser predominante en la mayoría de ellas. Dada la escasez de sacerdotes, en los últimos tiempos ha disminuido drásticamente el número de capellanes universitarios. Habitualmente, suele haber un capellán de dos por campus.

Los presupuestos universitarios no contemplan partidas específicas para financiar las capillas ni para pagar a los capellanes, aunque los centros sí corren con los gastos de mantenimiento y con la cesión del local. Tanto las actividades que se realizan como el número de fieles que las utilizan varía mucho. Mientras algunos oratorios cuentan con celebraciones diarias de la eucaristía, otros sólo se utilizan en celebraciones especiales.

Figura 13. Página de *El Mundo*, edición impresa, donde fue publicada la noticia “Berzosa, con los “profanadores” de la capilla.

Gallardo vincula esta estrategia con las nociones previamente presentadas por la Escuela de Essex de *articulación* y *punto nodal* (Howarth 1995), que permiten comprender cómo la utilización de un concepto clave que sirve de referencia, transforma semánticamente otros términos de significación vacía o relativa (puntos

nodales), dotándolos de sentido y construyendo de esta forma una red semántica completa, articulada en torno a conceptos clave que determinan la interpretación de los puntos nodales. Siguiendo con el mismo ejemplo de antes, cabe pensar que para los sindicatos de estudiantes anti-Bolonia la “privatización” de la universidad no era un “fantasma” esgrimido por opositores poco razonables, sino una amenaza real de los cambios legislativos que suponía el Espacio Europeo de Educación Superior; por lo tanto, es fácil afirmar que el periódico no va dirigido a estos posibles lectores, sino a los que pueden percibir esa privatización como algo positivo o, en el mejor de los casos, inexistente. La estrategia léxica supone un proceso, al fin y al cabo, de “enmarcado” de la situación comunicativa, y remite también a los estudios sobre encuadre léxico realizados por Lakoff (2004) desde la lingüística cognitiva.

Veremos que, particularmente en los textos de opinión, la selección léxica contribuye notablemente a la activación de mecanismos de identificación con los lectores. En ocasiones, el uso léxico como cita (es decir, como discurso repetido) es absolutamente evocador y actualiza connotaciones muy potentes, como ocurre con la alusión de este titular (ABC, 12/01/2010) a la desafortunada propuesta léxica de la ministra socialista de Igualdad, Bibiana Aído.



Figura 14. Recorte de la página de la noticia de ABC “Bibiana Aído concede 60.000 euros a unas ‘miembras’ de Castellón”

Cabe señalar que, más allá del titular, esta noticia refleja un estilo muy peculiar del ABC, donde precisamente los usos léxicos juegan un papel determinante para activar en el

lector un posicionamiento psicológico negativo. El texto en cuestión, que no se presenta en páginas de opinión, reúne expresiones tan marcadas valorativamente como “suculento pellizco” (para referirse a las subvenciones concedidas por el ministerio), o “muy ‘zejil y zapateril” (para referirse a la Plataforma de Mujeres Artistas contra la Violencia de Género).

Algunos de los usos léxicos metafóricos permiten insertar los temas universitarios en los marcos específicos de interpretación propuestos habitualmente por la bibliografía para el encuadre informativo (Neuman, Just, y Crigler 1992)¹³⁹. Por ejemplo, tanto las elecciones a rectorado, como las relaciones entre los rectorados y los gobiernos autonómicos o ministeriales, se presentan habitualmente mediante el marco genérico del conflicto (de Vreese 2005; de Vreese, Peter, y Semetko 2001), con usos metafóricos como los siguientes:

- “**Guerra sucia**” contra Iturmendi en la recta final de las elecciones (ABC, 12/04/2011).
- **Rebelión** de rectores contra Huguet (ABC, 23/09/2010).
- Arrecia la **'guerra'** de la Comunidad contra Berzosa (EP, 24/03/2011).
- Todos los rectores **se alzan contra** el "deterioro irreparable" de los campus (EP, 07/12/2012).
- Los campus **desafían** en la calle al Gobierno por los recortes y la reforma (EP, 01/03/2013).
- Las tasas y las universidades privadas **enfrentan** a los rectores y el Consell (EP, 19/07/2013).

4.3.2. Encuadre enunciativo: estrategia de selección temática, la agenda

Aunque el modelo inicial de Gallardo (2013, 2014), diseñado a propósito del discurso político, contempla tan solo una estrategia léxica para referirse tanto a los aspectos léxicos como a los campos semánticos, hemos considerado que en la consideración del discurso mediático general puede hablarse también de una estrategia temática. La vinculamos al nivel enunciativo precisamente porque son los periódicos, como emisores, los que confirman la noticiabilidad de los acontecimientos al convertirlos en tema-de-prensa y lanzarlos, así, al debate social (Bañón 2006).

Atendemos aquí a los temas concretos que cada medio selecciona como relevantes en el ámbito de la información educativa, que es el criterio, también temático, que nos ha llevado a seleccionar los datos; como veremos, el análisis del corpus nos ha llevado a identificar 34 temas fundamentales que se agrupan en cinco grandes áreas temáticas¹⁴⁰.

¹³⁹ Neuman, Just y Crigler (1992) proponen cinco posibles marcos genéricos para las noticias: el conflicto, el interés humano, las consecuencias económicas, el juicio moral, y la atribución de responsabilidad. Nuestro corpus ofrece ejemplos de los cinco tipos.

¹⁴⁰ En su estudio sobre prensa y universidad, Nieto Báez (2014) establece otras categorías, a las que define como “macrocategorías” (en las que después incluye otras subordinadas): institución, servicios, estudios y docencia e investigación (Nieto Báez 2014, 169 y 170-173).

Este elemento del encuadre informativo es fundamental y está en la base de las teorías clásicas sobre establecimiento de la agenda e influencia en la opinión pública. Nos plantearíamos, básicamente, si la universidad recibe una atención central en cada pieza (identificando temas y subtemas), o si es solo un tema periférico en textos cuyo tema central está relacionado.

Para comenzar con la identificación de los temas, una vez que el buscador había detectado la presencia de ciertas unidades léxicas, atendimos a la diferenciación de los temas universitarios seleccionados por cada medio como relevantes informativamente.

4.3.2.1. Centralidad o periferia informativa

Con los conceptos de centralidad y periferia informativa, hacemos referencia al protagonismo del tema tratado teniendo en cuenta para ello una valoración de todo el texto, si bien normalmente ejemplificaremos solo con titulares. Hablamos de centralidad informativa cuando la “universidad” o la “educación superior” son los temas vertebradores del texto, aquello de lo que se habla en esencia. Por el contrario, hablamos de periferia cuando el texto se refiere a estas de forma secundaria, pues el protagonismo pertenece a otro de los aspectos analizados por el texto.

El análisis específico de los titulares ofrecía multitud de posibilidades para ese protagonismo informativo y suponía, a la vez, una limitación, motivo por el cual decidimos superar el ámbito del enunciado (el corpus de titulares) y atender a la globalidad de cada texto. Ya hemos explicado que se descartaron los textos en que la universidad aparecía de modo muy secundario; pero aun así, en el corpus definitivo es posible diferenciar grados de centralidad informativa, lo que hicimos en este punto. Así pues, se utiliza la categoría “Tema central” en aquellos casos en los que la universidad/educación superior era la protagonista, teniendo en cuenta el texto completo, no solo el titular. Podemos ejemplificar esta situación con algunos titulares; en los siguientes aparece la universidad/educación superior como tema central:

- *"No hay nadie insustituible; el nuevo equipo de gobierno es más cohesionado", entrevista a Dídac Ramírez (ABC 06/01/2010).*
- *Berzosa duda de la formación médica privada (EM 26/09/2010).*
- *Las universidades tendrán dinero fijo para gastos y fondos adicionales por objetivos (EP 11/03/2010).*
- *Josep M. Garrell, nuevo rector de la Ramon Llull (LV 27/07/2012).*
- *Ninguna universidad española entre las cien mejores del mundo (LV 13/02/2010).*
- *La Universidad que viene: profesores por puntos (EP 03/03/2011).*
- *Prejubilaciones irregulares en la universidad (ABC 09/05/2012).*
- *Ibarra y otros 70 profesores, prejubilados ganando más que en activo (EM 08/02/2012).*

Se utiliza la categoría “Periferia” cuando la categoría universidad/educación superior no ocupa ese lugar central de la enunciación del titular. Ejemplos de universidad/educación superior como periferia:

- *Hogares de "acogida" para universitarios (ABC 03/01/2010).*
- *El paso de FP a la Universidad supera el cupo de otros años (EM 01/10/2010).*
- *Los universitarios se quejan de la comida (EP 12/03/2010).*
- *Sandra Timón, una joven sordociega de expediente brillante, se prepara para estudiar Ingeniería en septiembre (LV 24/07/2012).*
- *Educación eliminará las becas Séneca de movilidad entre campus (EP 29/01/2013).*
- *La demanda de trabajadores en prácticas aumenta mientras bajan las ofertas de empleo (LV 12/02/2010).*
- *El PSOE pide a Collado que acuda a las Cortes por la subvención de la Junta a la UCLM (ABC 08/10/2012).*
- *La región con más iglesias en las universidades (EM 23/03/2011).*

Como puede verse en los ejemplos, hay ocasiones en que los titulares no reflejan la redacción del texto completo, y el énfasis que se realiza en el titular difiere del que se hace en el cuerpo de la noticia.

4.3.2.2. Temas

Si bien la codificación inicial de los textos se realizó utilizando hasta 34 subtemas/categorías diferentes, posteriormente y con la finalidad de obtener un listado más manejable, recogimos esos subtemas en cinco grandes áreas temáticas centrales a la universidad/educación superior, como son:

- A. Las misiones de la universidad
- B. Funcionamiento interno de las universidades
- C. Aspectos económicos
- D. Proyección socio-institucional e internacionalización
- E. Otros

El objetivo de este reagrupamiento fue ofrecer datos más cohesionados, extensos y frecuencias más consistentes. En el apartado siguiente se profundiza más en este tema.

4.3.2.3. Subtemas

Por lo que se refiere a los subtemas, cada texto se identificó con un máximo de dos subtemas: en concreto aquellos que eran semánticamente más centrales para entender el contenido de la pieza de texto. Por supuesto, en ocasiones se hubiera podido emplear más categorías, pero priorizamos aquellas que claramente se imponían.

El análisis individual de las piezas hizo emerger 34 categorías diferentes que enunciaremos a continuación, y que agrupamos en las 5 esferas temáticas presentadas

en el apartado previo. Estas esferas temáticas son las que definen la agenda informativa sobre universidad y educación superior, y tienen repercusión indudable en la opinión pública y en la imagen pública de la educación superior. Las esferas/temas (A, B, C, D, E) y categorías/subtemas (01-34) son las siguientes:

A. Las misiones de la universidad (formación, investigación y transferencia)

01. Cultura: cuando se destaca su papel como creadoras de actividades culturales, promotoras de cultura, depositarias de la misma o conflictos que se puedan producir en este sentido.
02. Transferencia y/o patentes: dentro de la investigación decidimos diferenciar de forma específica lo relativo a la parte de la misma dirigida a la utilización de sus beneficios por parte de terceros, de la sociedad en general y la empresa en particular, a través de diferentes fórmulas.
03. Empleabilidad: se utilizó esta categoría en todas aquellas informaciones u opiniones que remitían a acciones para fomentar la empleabilidad del estudiante universitario.
04. Estudios: temas relacionados con cambios de asignaturas, nuevas titulaciones de grado y posgrado, solicitud de nuevas facultades o centros, fusión de otros, y problemáticas relacionadas.
05. Investigación: siempre vinculada a la universidad (de la que, como explicamos en §3.3 (cap. 3), se retiró todo lo relativo a desarrollos obtenidos en proyectos de investigación), manteniendo lo referido a la política económica, financiera, de recursos humanos y el impacto científico.

B. Funcionamiento interno de las universidades

06. Acceso a la universidad: categoría empleada para todos los asuntos relacionados con el acceso a la educación superior, la selectividad, notas de acceso, elección de carrera, etc.
07. Igualdad y conciliación: para temas que se centraban en la igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto a la diversidad fundamentalmente en referencia a políticas de conciliación familiar e igualdad entre sexos, aunque también hemos categorizado de esta forma asuntos relativos a la discapacidad.
08. Colectivo: Equipos de Gobierno: etiqueta empleada para todo lo relacionado con elecciones universitarias al Claustro o al gobierno de la universidad o temas vinculados a los centros de gobierno de la institución, ya sea el Claustro, el Consejo de Gobierno o el Consejo de Dirección o sus representantes, o asuntos en los que los representantes de las instituciones, unpersonales o colectivos, eran protagonistas por su pertenencia a ese organismo.

09. Colectivo: Estudiantes: relacionado con acciones donde los estudiantes son los principales protagonistas, dentro de su función como tales en la institución o cuando se hace referencia a políticas dirigidas a estudiantes.
10. Colectivo: Recursos humanos: cuando se remite a las políticas de contratación, despido o gestión de recursos humanos.
11. Gestión universitaria: el concepto de “gestión universitaria” es muy amplio y podría incluir prácticamente el resto de categorías mencionadas. Sin embargo, para el trabajo de análisis, hemos empleado este término de una forma escueta para definir aquellos textos que hacen referencia a la organización, coordinación y gestión de recursos financieros y materiales. También hemos incorporado aquí todo lo relativo a la gobernanza universitaria, es decir, las propuestas de nuevas fórmulas en la elección y diseño de gobierno que se prodigaron durante estos años.
12. Legislación: temas concernientes a propuestas legislativas o de modificación o cambio de normativas, trámites oficiales (por ejemplo la tramitación de nuevas universidades o facultades), el pronunciamiento institucional a favor o en contra de una política o medida y decisiones judiciales.
13. Política lingüística: cuando se incide sobre el aprendizaje y conocimiento de lenguas del Estado Español o extranjeras.
14. Protocolo, marketing y comunicación: asuntos relacionados con actos oficiales, inauguraciones y ceremonias, así como actos de promoción y difusión de su actividad.
15. Futuro: textos que analizan el futuro de estas instituciones a corto, medio y largo plazo y propuestas de apertura de nuevos centros.

C. Aspectos económicos

16. Becas/ Ayudas: cuando se hablaba del apoyo económico a estudiantes, instituciones, profesorado o personal vinculado a la educación superior.
17. Economía y finanzas: esta categoría se ha empleado en todas las piezas en las que se hacía referencia a la situación económica, la falta u obtención de subvenciones, consecuencias de la crisis, presupuestos universitarios, propuestas de financiación económica, etc.
18. Infraestructuras: asuntos relacionados con construcciones, rehabilitaciones y mejoras, proyectos de urbanización, etc.
19. Tasas: subtema identificado en los casos en los que se hace referencia a las cantidades de pago del alumno por su matrícula universitaria, ya sea en grado o postgrado.

20. Pública versus privada: cuando el texto remite a discursos que ponen de manifiesto la dualidad entre universidad pública y universidad privada y cómo la acción sobre unas actúa sobre otras
21. Sostenibilidad: cuando se hace referencia al medio ambiente y las políticas de sostenibilidad y ahorro.

D. Proyección socio-institucional e internacionalización

22. CEI: es el acrónimo de Campus de Excelencia Internacional, bajo el que se incluyen los temas relacionados con este proyecto que el Gobierno de España presentó en forma de ayudas para colocar las instituciones de educación superior españolas dentro del más selectivo grupo de centros de investigación y educación internacionales.
23. Colaboración: cuando se incide en el establecimiento de vínculos interuniversitarios nacionales o internacionales o entre universidades y otros organismos cuya finalidad es la compartición de recursos.
24. EEES: acrónimo del *Espacio Europeo de Educación Superior* que se instauró en España definitivamente en el año 2010, y que implicó la realización de muchos cambios por parte de las instituciones educativas, en el diseño de los planes de estudio y en la metodología de docencia¹⁴¹.
25. Movilidad, Erasmus y/o Relaciones Internacionales: temas de movilidad de estudiantes, alumnos o personal universitario a nivel nacional e internacional; asuntos sobre los alumnos Erasmus y políticas de intercambio con universidades extranjeras y nacionales o participación en convocatorias de cooperación y fomento al codesarrollo.
26. Universidad y política: este subtema lo hemos adjudicado a textos donde se subraya el vínculo de la universidad con la política y sus representantes, dejando al margen los casos en que la relación se da con esos políticos por ser parte de un gobierno.
27. Universidad y empresa: discursos que subrayan la relación o falta de ella entre esos dos colectivos.

¹⁴¹ La Declaración de Bolonia, que dio lugar al *Espacio Europeo de Educación Superior*, se articula en torno a seis acciones relativas a: (1) un sistema de grados académicos fácilmente reconocibles y comparables. Incluye la creación de un suplemento común al título superior para mejorar la transparencia; (2) un sistema basado fundamentalmente en dos ciclos: un primer ciclo orientado al mercado laboral con una duración mínima de tres años, y un segundo ciclo (máster) al que se accede sólo si se completa el primer ciclo; (3) un sistema de acumulación y transferencia de créditos similar al sistema ECTS (*European Credit Transfer System*) utilizado para los intercambios Erasmus; (4) la movilidad de los estudiantes, docentes e investigadores: la supresión de todos los obstáculos a la libertad de circulación; (5) la cooperación en lo que respecta a la garantía de la calidad; (6) la dimensión europea en la enseñanza superior: aumento del número de módulos, cursos y planes de estudios cuyo contenido, orientación u organización tengan una dimensión europea.

28. Universidad y Secundaria: cuando se subraya la relación entre la universidad y estudiantes de otros niveles educativos, bien sea Secundaria o Primaria.
29. Relación universidad–gobierno: y/o viceversa: todos aquellos discursos que subrayan el vínculo y la influencia de unos sobre otros y la acción de las políticas europeas, nacionales, autonómicas y locales sobre la educación superior y sus instituciones.
30. Relación sociedad: discursos en los que se pone de manifiesto la relación entre estas instituciones y la sociedad que las rodea.
31. Rankings y/o evaluación: subtema asignado a piezas en las que se recogen discursos sobre la evaluación de las instituciones de educación superior y su inclusión o exclusión en rankings nacionales o internacionales, así como las propuestas de creación de fórmulas propias.
32. Protestas: subtema vinculado a actividades y discursos de rechazo, manifestaciones y críticas colectivas en entornos públicos y privados.

E. Otros temas:

33. Otros: todos los temas vinculados a las instituciones de educación superior que no tenían cabida en el resto de categorías, por tratarse de temas externos, que lo tocaban de soslayo. En algunos casos se trata de discursos de defensa de la institución y en otros de denuncia de corruptelas, endogamia, boicot a actos, agresiones, irregularidades y otras acusaciones diversas.
34. Religión: las referencias a la religión en los textos suelen ser a la católica, bien a través de las universidades de esta confesión, debates sobre la laicidad de los centros públicos o a reivindicaciones relacionadas con la presencia de la religión católica en instituciones superiores.

4.3.3. Encuadre enunciativo: la estrategia predicativa, actancialidad

La estrategia predicativa, que Gallardo toma de Wodak (2001, 73), tiene una fundamentación sintáctica, y se aplica a la construcción de los enunciados: identifica cómo la oración distribuye los roles participativos (la actancialidad) de la información referida. Como hemos adelantado, el protagonismo informativo de la universidad, como tema general, se plantea en el análisis pragmático-informativo incluido en la estrategia temática, que no se limitaba al titular sino a la posible macroestructura de cada texto global (“la universidad como tema central/periférico”). En este caso nos planteamos un análisis sintáctico de los titulares (“la universidad como sujeto”), que nos permite profundizar en el conocimiento de los actores concretos que protagonizan tales noticias.

Esta estrategia selecciona los actores sintácticos del enunciado, para lo que subraya sobre todo el sujeto de la acción, que puede desaparecer o tener protagonismo. Cuando se aplica a enunciados específicos, como los titulares, la estrategia predicativa atiende a las estructuras sintácticas de cada uno de ellos, es decir, si cierto sintagma nominal (“el rector”, “La universidad”, “La Universitat”...) realiza función de sujeto, objeto o circunstancial. En un sentido más genérico, si la estrategia temática nos permitía diferenciar el protagonismo del tema “universidad” en todos los textos (centralidad vs. periferia; temas y subtemas), en la estrategia predicativa atendemos concretamente a qué actor social asume la actancialidad de ese protagonismo informativo, identificando los sujetos que concretan la acción y la política universitaria. Para ello, analizaremos los enunciados concretos de cada titular, revisando especialmente el papel de sujeto. Por ejemplo, estos tres titulares sobre la misma noticia pueden optar por destacar el protagonismo actancial de Rosa Díez (*EM*, *EP*) o el de los estudiantes catalanes (*ABC*):

- *Un centenar de independentistas boicotea a Rosa Díez en la UAB (ABC, 06.03.2010)*
- *Rosa Díez, agredida por independentistas catalanes en Barcelona (EM, 06.03.2010)*
- *Rosa Díez, abroncada en la Autónoma de Barcelona (EP, 06.03.2010).*

Con este análisis, y habida cuenta de la multiplicidad de actores universitarios que aparecen en la actualidad informativa, nuestro objetivo fue establecer cuáles eran las universidades que habían tenido mayor visibilidad en el ámbito mediático impreso en los medios y período analizado. Introducimos en este caso otra diferenciación respecto al modelo de Gallardo, que nos lleva a diferenciar junto al análisis estrictamente sintáctico del titular, un nivel de actancialidad que se obtiene a partir del texto completo (como veremos, esta dualidad la introduciremos también en las estrategias intencional y textual).

El sistema universitario español contaba en 2010 con 78 universidades; 50 de ellas eran públicas y 28 privadas (ME 2010), y en 2013 ese número global había aumentado hasta 82 por la aparición de algunos nuevos centros privados, algunos en proyecto y otros ya consolidados (MECD 2013, 5). El objetivo de este apartado era conocer a qué universidad o universidades remitía el texto de la noticia u opinión en cuestión; es decir, conocer cuáles eran las universidades y los sistemas autonómicos universitarios más presentes en los medios seleccionados, los que primaban en el contenido semántico del texto y podían ser considerados actores del mismo.

Para poder sistematizar el análisis se establecieron cuatro posibilidades básicas en el modo en que los textos podían identificar actantes relacionados con la universidad, cada una de las cuales propone un tipo diferente de sujeto textual¹⁴²:

¹⁴² Se puede revisar el listado completo utilizado en este apartado en el Anexo 6.

- Una Universidad concreta: cuando la aparición de la universidad era a título individual, anotamos la sigla de la universidad en cuestión (Comillas, UA, UAB, etc.) En total hemos contabilizado hasta 71 referencias diferentes.
- Tratamiento colectivo: cuando su aparición era a título colectivo (sistema universitario catalán, madrileño, andaluz, canario, valenciano, gallego, vasco o castellanoleonés) es decir, el protagonismo era de todo el sistema universitario de una comunidad autónoma en cuestión, lo analizamos utilizando una clasificación grupal que es la que indicábamos como referencia. En total son 8 las clasificaciones colectivas que empleamos: UAND (sistema universitario andaluz), UCAN (sistema universitario de Canarias), UCAT (sistema universitario de Cataluña), UCVAL (sistema universitario valenciano), UGAL (sistema universitario de Galicia), UMAD (sistema universitario de la Comunidad de Madrid), UNIPV (sistema universitario vasco) y UNCYL (sistema universitario de Castilla y León).
- Alusión genérica: cuando las referencias eran a la universidad como ente colectivo o a todo el sistema universitario español utilizamos el acrónimo “UN”.
- Oposición según financiación pública o privada: cuando se identificaba a la universidad como conjunto siguiendo el binomio de pública / privada éste es el criterio que seguimos (UPUBLICA o UPRIVADA).

4.3.4. Encuadre enunciativo: la estrategia intencional

Cabe pensar que el texto periodístico realiza necesariamente las cuatro tareas discursivas identificadas por Hobbs (1985, *apud.* Garrido Medina 2007b, 313):

Transmitir un mensaje, acerca de acontecimientos; servir a un cierto objetivo que tiene la conversación; relacionar lo dicho con el conocimiento previo del oyente; y facilitar la comprensión del oyente.

La estrategia intencional tiene que ver precisamente con la intención del hablante en la enunciación, con su objetivo, y remite a las teorías ya citadas sobre los actos de habla. Asumimos los cinco tipos de actos de habla que, en el plano ilocutivo apuntaba Searle (1969, 1976) y que responden a los tipos de actos:

- Representativos: que se identifican con aseveraciones, afirmaciones, argumentaciones y otras acciones en las que el hablante presenta ciertos significados como verdaderos.

- Directivos: que se identifican con instrucciones, peticiones, órdenes, mandatos o preguntas, y que dirigen una carga de acción al oyente.
- Compromisorios: que responde a actos comunicativos como promesas, apuestas o juramentos y otros modelos en los que el hablante se compromete a hacer algo.
- Expresivos: o de agradecimientos, disculpas, pésames o felicitaciones u otros, en los que el hablante muestra un estado psicológico sobre algo.
- Declarativos: que responden a las fórmulas de bautismos, matrimonios, contratos o declaraciones de guerra, en los que hay una situación institucional determinada y una actuación oficial que modifica verbalmente tal situación.

Para el análisis, diferenciamos sobre todo una ilocutividad Representativa, que refiere hechos informativamente relevantes (y que sería definitoria del periodismo como praxis comunicativa), y una ilocutividad Expresiva, en la que predomina la valoración psicológica por parte del autor; esta puede ser básicamente una ilocutividad Expresiva positiva o Expresiva negativa según el contenido de esa valoración (de ese estado psicológico). Añadimos una cuarta posibilidad en el libro de códigos para incluir los titulares que escapaban a estas tres posibilidades (por ejemplo, enunciados interrogativos o imperativos, simples denominaciones que, propiamente hablando, no informan de nada).

Obviamente, el periodismo se define precisamente por la ilocutividad representativa, pero nuestro corpus incorpora textos de opinión y editoriales donde la marca de opinión permite la manifestación explícita de valoraciones. Hernández y Gómez (2010, 55) han señalado que el uso de la superestructura narrativa en los textos de opinión puede funcionar como estrategia persuasiva. Cabría argumentar en este sentido que, estrictamente hablando, los textos de opinión también se presentan como textos representativos, pues la convención periodística establece que, efectivamente, sus afirmaciones pretenden ese valor veritativo que señalaba Searle¹⁴³. Sin embargo, al señalar que cierto titular supone un acto ilocutivo expresivo tenemos en cuenta, especialmente, el recurso a una valoración psicológica que va a permitir al supuesto lector una identificación más emocional (psicológica) que racional (objetiva). Véase al respecto el titular de un texto de opinión del ABC de 15/01/2011: “*Sin misa y rebuznando*”. Es evidente que este titular no realiza un acto de habla representativo, sino que transmite otro tipo de intención (para la que, no nos cabe duda, puede pretenderse cierto valor veritativo, aunque sea metafórico), marcadamente orientada al insulto, y que se inserta en una serie de textos escritos en el mismo periódico contra la Universitat de Barcelona y el movimiento pro-laicista que durante unos meses actuó para tratar de retirar las capillas de las universidades públicas.

¹⁴³ Searle (1976, 10) afirmaba que todos los actos representativos “are assessable on the dimension of assessment which includes ‘true’ and ‘false’”.



HAY MOTIVO

TOMÁS
CUESTA

SIN MISA Y REBUZNANDO

La dictadura del beaterio posmoderno desencadena un proceso paranoico que anula el debate público

FUE en casa de Gorki, una noche de vodka, zalamerías y miserias. El Padrecito Stalin, que iba suelto de lengua, se dirigió a los escritores que aderezaban el festejo con la solemnidad pastosa de un profeta ebrio. «La nueva sociedad —dictaminó— la construirán los ingenieros. Pero vosotros, camaradas, también sois ingenieros. Ingenieros de almas, nada menos». La frase, según cuentan, se le ocurrió sobre la marcha, un poco al buen tuntún y al calor del aguardiente. Pero la inspiración, siempre tan caprichosa, le regaló una metáfora soberbia. El objetivo final del totalitarismo es transformar al hombre en herramienta. Y la mejor manera de llegar a la meta es arbitrar una cadena de montaje que troquee y ajuste las conciencias. Nadie lo ha definido con tanta lucidez como el mayor criminal del siglo XX. «Ingenieros de almas»: una expresión tan nítida, tan espantosamente bella, que, más que a la política, remite a la poética. Los dictadores pasan, las pesadillas se atemperan, las sociedades levantan anclas con rumbo a nuevos puertos. Pero la tentación de convertir a las personas en peleles inermes y zombies del sistema aún sigue latente.

Lo que ha ocurrido estos días en la Universidad de Barcelona a cuenta de esa capilla en la que, por lo vis-

to, el nacional-catolicismo destilaba veneno, es una versión bufa («Sin misa y rebuznando») de lo que, en el original soviético, era un drama macabro. La presencia o no de locales destinados al culto religioso en los recintos universitarios (que son, por otra parte, tan cristianos «ab ovo» como las catedrales) es un asunto que puede discutirse en términos estrictamente razonables. No faltan argumentos ni argumentadores para echar leña a la hoguera de la «disputatio»: Voltaire, Descartes, Kant... Incluso el mismo Balmes que —quién lo iba a decir— ahora está de moda allá en el Principado. Sin embargo, no hay caso. Después de medio siglo de ingeniería anímica la razón ilustrada se ha disuelto en la sopa illetrada de la memez a ultranza. El debate humanista sobre las relaciones entre la libertad y la fe, la laicidad y la tolerancia, ha dado paso a la cazurrería intonsa de una reala de fanáticos que creen que la sutileza dialéctica consiste en vociferar a dos carrillos, en escupir por el colmillo hacia lo alto y en ciscarse en la consagración del «Agnus Dei» acosando a los fieles y comulgando con bocatas. ¿Enorme sacrilegio? Lo sería si por azar supieran en qué consiste lo sagrado.

Pero nada hay enorme, salvo la estupidez, en nuestras acres parameras. Los diminutos inquisidores progresistas (los grandes, nos guste o no, eran gente con vuelo) han elevado las consignas a la categoría de argumentos. Sacan a relucir los ideales y le dan esquinazo a las ideas. Confeccionan prestigios a medida y miden las costillas de los desafectos. Emplean la corrección política a guisa de ganzúa y escapelo. Apelan al escándalo si la discreción les acomete. Extraen de una sospecha una sentencia. De una denuncia abocetada se deriva un linchamiento en toda regla. La dictadura del beaterio posmoderno desencadena un proceso paranoico que anula el debate público y desfibra el lenguaje al extirpar las diferencias. El fascismo uniforme, el espantajo de la monotonía milimétrica, retorna camuflado en los ropajes de un antifascismo romo y dominguero. La audiencia, insaciable, abuchea a los cómicos y exige crueldad, verosimilitud, sangre y entrega. ¡El Circo Mfínimo, señoras y señores, en vivo y en directo! Cristianos extasiados, gladiadores de tebeo y los analfabetos de rigor —de «rigor mortis», obviamente— jaleando a las fieras en la tribuna de los medios.

Figura 15. Recorte de la columna de ABC “Sin misa y rebuznando”.

Con todo, este análisis de la ilocutividad no nos permitía dar cuenta de la actitud de cada medio hacia la educación superior, y, al igual que en la estrategia predicativa, se hizo necesario ampliar el análisis más allá del acto de habla concreto realizado por cada titular. Con esta intención de profundizar en la valoración que cada medio ofrece de las universidades, codificamos si el texto en cuestión (de nuevo en su totalidad, no solo en el titular) realizaba una valoración de la universidad que puede ser Positiva, Negativa, Neutra, o Positiva con crítica.

Con independencia de que la ilocutividad (intencionalidad) del texto sea de predominio representativo o expresivo, la noticia que se da contribuye a configurar la opinión pública sobre la universidad, bien en sentido negativo o positivo. Este rasgo es el que codificamos aquí. Aun si la ilocutividad es representativa, pueden activarse connotaciones peyorativas con diversos usos discursivos. Por ejemplo, contribuyen a la activación de valoraciones negativas los múltiples usos de la inferencia, especialmente por el incumplimiento de las máximas conversacionales; así, la simple connotación

léxica que surge en el titular “Rivero, obligado a forcejear con los alumnos en la ULPGC” (ABC, 12/09/12) por el uso de “forcejear”, es explicable como transgresión de la máxima de la manera, pues el titular está cargado de una ambigüedad que permite al diario manifestar su subjetividad. No es este el único ejemplo, lo que, en el caso del género informativo resulta destacado; más bien al contrario, pues lo encontramos en otras ocasiones, y en diferentes medios:

- *Desnudos en el aire* (LV, 27/11/2012).
- *El cuento de la I+D* (LV, 03/08/2011).
- *Excelencia 'low cost'* (LV, 03/05/2011).
- *Internacionalización «casolana»* (ABC, 08/04/2010).
- *La Complutense, territorio comanche* (ABC, 16/04/2010).
- *El SEPC «coló» a un tal «C. Sastre» como suplente* (ABC, 28/04/2010).

4.3.5. Encuadre textual: la estrategia estructural

En el nivel textual analizamos las categorías pragmáticas que contribuyen a dotar de coherencia y cohesión al texto o acto comunicativo. Recordemos que la cohesión se manifiesta mediante categorías morfosintácticas como la repetición y la correferencialidad, el artículo y la determinación, y la conexidad y modalización oracional, mientras la coherencia (Charolles 1978) podríamos decir que se ajusta a las reglas de la repetición, la progresión, la no-contradicción y la relación, todas ellas referentes a la composición global de los textos.

Las categorías de coherencia, entre las que destacan las superestructuras, aseguran la integridad de los textos; los titulares en concreto son una herramienta de coherencia textual que contribuye a cerrar la interpretación de los textos. Su aplicación estratégica en el proceso de encuadre se manifiesta en la *estrategia estructural*, en la que de nuevo analizamos dos niveles: por un lado, la estructura textual de los titulares dados a cada pieza, y por otro lado, el género periodístico al que esta se adscribe.

4.3.5.1. El encuadre estructural del titular

La estrategia estructural se refiere a cómo se disponen las informaciones, al formato que adoptan; en el encuadre estructural el emisor elige a qué tipo de texto ajusta su enunciado, de manera que el titular permite ya avisar al lector sobre este tipo de encuadre. En un nivel general, no restringido al ámbito periodístico, si bien existen múltiples propuestas de tipologías textuales, Gallardo (2014) remite a la propuesta de base cognitiva de Bruner (1983, 1993), que no apunta tanto a modelos de texto como a tipos de procesamiento cognitivo: la narración y la argumentación. Estos tipos se vinculan con dos modelos de pensamiento distintos, que contribuyen a enmarcar los textos o actos comunicativos en una dirección u otra.

Desde la tradición clásica se ha vinculado la narración con la verosimilitud (Bruner 1993; Gallardo 2014), es decir, con la capacidad de mostrar veracidad en la ficcionalización de una realidad; de contar una historia o un relato. Por ello, la narración tiende a ser asociada con las emociones, las opiniones o realidades psicológicas, donde se cuenta una historia tratando de resultar verosímil, pero no de ajustarse necesariamente a la verdad; de ahí que también se haya vinculado la narración a una figura retórica como la metonimia (“tropo por desplazamiento”, Gallardo 2014), que ofrece la parte por el todo, un sesgo que puede resultar tan real como la vida misma y que se manifiesta especialmente en la actividad informativa periodística. Por otra parte, la argumentación se vincula con la figura retórica de la metáfora; es decir, con aquel recurso que desplaza el significado del término con una finalidad estética, pero ajustada a realidad (“tropo por salto”). La argumentación busca presentar razones, lógicas y verdades. Por ello, es un tipo de discurso que busca referir hechos verificables y se asocia con la verdad.

La estructura textual con la que se desarrolla un mensaje (incluyendo una información periodística) puede adoptar un formato predominantemente narrativo o predominantemente argumentativo. Gallardo ha señalado, de nuevo siguiendo a Bruner, que existen tendencias culturales que privilegian la opción por formatos narrativos, de manera que al elegir uno u otro, el emisor está asumiendo diferencias en la receptividad de su audiencia. Junto a estos dos tipos básicos, cuya formulación es predominante, en nuestros datos identificamos otro tipo de estructura textual, que hemos llamado *descriptivo* y que focaliza elementos existenciales, sin argumentar ni narrar, normalmente porque son construcciones exclusivamente nominales:

- “Los frenos de Wert” (ABC 27/06/2013).
- “Maestros vascos en castellano” (EM, 29/11/2011).

Recordamos, en este sentido un trabajo pionero de Casado (1978) quien señaló que la nominalización verbal era tan frecuente en el periodismo que incluso podía “ser considerada como un rasgo de estilo del lenguaje periodístico.” (Casado 1978, 102).

Otra modalidad a la que hemos dado identidad propia es la estructura intertextual, es decir, la que se ajusta al periodismo de declaraciones y titula los textos con una cita.



Figura 16. Noticia del mismo medio cuyos titulares (versión digital de *El País*) emplean diferente estrategia estructural.

Como puede verse en la Figura 16, los dos ejemplos muestran el uso de un titular argumentativo y uno narrativo para referirse al mismo hecho. Aunque hay una clara tendencia a que los titulares narrativos utilicen verbos conjugados (sobre todo en pasado), y los argumentativos y descriptivos sean preferentemente nominales o conjugados en presente, con esta clasificación no nos referimos solo a la estructura sintáctica del titular, sino a las expectativas textuales que crea en el lector. En el titular “*Frenazo ‘injusto’ de la investigación en el campus*”, el adjetivo valorativo “injusto” activa en el lector un tipo de texto destinado a argumentar los motivos de esa valoración; además, la estrategia léxica presenta el término entrecomillado, lo que remite a una enunciación incrustada, es decir, al hecho de que no es el medio/el periodista quien lo califica así, sino otro emisor. Por el contrario, el titular “*El Gobierno reduce la financiación de la ciencia al retrasar pagos*” se centra en los hechos, sin apuntar a las causas del retraso en los pagos.

En el titular de *El Mundo*, “*Berzosa ha hecho pisos*” —ejemplo de cita directa, si bien la noticia se construye alrededor de la estrategia estructural argumentativa— este rotativo extrae esas declaraciones críticas con el rector de la UCM del portavoz de Educación del PP en la Asamblea de Madrid, y les da entidad como titular independiente y destacado, con la tendenciosidad que ello implica. Ya en el cuerpo de la noticia, las declaraciones se atribuyen a un partido político, el PP, y en un período temporal concreto. Tan solo en los últimos párrafos se recogen las palabras de otras fuentes, como las de la UCM, regidas en este momento por el anteriormente mencionado Berzosa. Son de hecho esas fuentes las que señalan que “*La Universidad no dedica dinero a este proyecto*”, o, en palabras que elabora *El Mundo*, destacadas en el último párrafo del texto:

Continuó con el proyecto Rafael Puyol y finalmente Carlos Berzosa fue el que consiguió solventar los problemas y continuar con las obras. Pero estas casas no tienen ningún coste para la universidad pues son los propietarios los que las pagan. (El Mundo, 31/03/2010).

Tras leer estas últimas palabras, todavía resulta más evidente la tendenciosidad presente en el titular, que se traslada a la construcción de la noticia y, que tan alejada resulta del sentido de su párrafo final.

4.3.5.2. El encuadre estructural de género

El género periodístico es otra de las categorías que se incluyen normalmente en el análisis del contenido, y que incluimos entre las que contribuyen al encuadre informativo-discursivo. Para analizar el género de cada pieza del corpus en la ficha se creó un desplegable con las opciones de: Noticia, Reportaje, Crónica, Entrevista y Opinión. En este tema queremos precisar que somos conscientes de que estas clasificaciones han evolucionado a través de los años, al igual que lo han hecho el

Periodismo, los periodistas, y las teorías vinculadas a la Periodística. De acuerdo con Parratt (2008, 11-12), en el Periodismo hay evidentemente un “componente subjetivo innegable a la hora de establecer clasificaciones”, por lo que esa dificultad de establecer una línea clara entre lo objetivo y lo subjetivo se traslada a los géneros (Cantavella 1999; Parratt 2008). La aparición de géneros híbridos en los últimos años viene a complejizar más si cabe esas tipologías. De entre algunas de las aportaciones teóricas más relevantes hechas en el ámbito nacional (de Fontcuberta 1980; Martín Vivaldi 1973, 1982; Martínez Albertos 1974, 1983; Fagoaga 1982; Bernal y Chillón Asensio 1985; Gomis 1989; Cebrián Herreros 1992; Casasús y Núñez Ladevéze 1991; Núñez Ladevéze 1993, 1995; Bernal Rodríguez 1997; Díaz Noci y Salaverría 2003; Parratt 2008; Borrat 1989) en este trabajo hemos tomado como referencia inicial la clásica distribución de géneros establecida por Martínez Albertos (1974, 1983) que distingue entre información, reportaje, crónica y artículo¹⁴⁴, si bien con algunas modificaciones producto de la lectura de la bibliografía sobre géneros periodísticos existente. En este sentido, hemos seguido en nuestro análisis la clasificación de los géneros periodísticos que Parratt (2008) plantea en relación a la mayor o menor implicación del autor en la interpretación de la realidad. Así, distinguimos entre “Información” (Noticia), “Reportaje¹⁴⁵”, “Crónica” y “Géneros de opinión” (entre los que incluye: Editoriales, Críticas y Columnas de opinión). Sin embargo, en relación a la entrevista, decidimos distanciarnos de su consideración de la misma como “subgénero del reportaje”.

Aun cuando autores como Graña (1930), Dovifat (1959), Martín Vivaldi (1973), Martínez Albertos (1974) o tantos otros se han mostrado reticentes a entenderla como género propio consideramos, siguiendo a Gargurevich (1982), Cantavella (1996, 1999), Díaz Noci (2000) y López y Bolaños (2003) que la entrevista tiene entidad suficiente para ser considerada como un género autónomo, tanto se trate de una entrevista informativa, como si se trata de una entrevista literaria o de creación. Por lo tanto, y recapitulando, para este estudio hemos manejado la siguiente tipología de géneros informativos:

¹⁴⁴ Martín Vivaldi se refiere tan solo a tres de ellos, reportaje, crónica y artículo; sin embargo en la segunda versión del libro, hace mención a esa ausencia con estas palabras: “Es muy posible que algún lector se extrañe de que en esta obra no nos hayamos ocupado de la NOTICIA, género básico del Periodismo. La razón es obvia y sencilla: sobre la noticia se han escrito obras muy completas que agotan prácticamente el tema” (1973, 17). Sin embargo la referencia a la Noticia, aparece en el “Diccionario de Redacción y Estilo Periodísticos” con el que concluye esa segunda edición del libro. En él describe la noticia como: “género periodístico por excelencia que da cuenta, de un modo sucinto pero completo, de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido y divulgado y de innegable repercusión humana” (1973, 369).

¹⁴⁵ Martínez Albertos (1983) utiliza dos clasificaciones para el reportaje. Uno de ellos, el reportaje objetivo, lo clasifica como género periodístico informativo, categoría en la que se engloba junto a la información, y el otro tipo de reportaje, el reportaje interpretativo, lo analiza como un género para la interpretación periodística, junto a la crónica.

- Información / noticia¹⁴⁶: hace referencia al tipo de texto más aséptico y más próximo a la objetividad/neutralidad para presentar los acontecimientos que han ocurrido y que dan a ese texto el carácter de noticiable.
- Reportaje: hace referencia al texto de extensión variable, si bien normalmente suele ser más extenso que la noticia, porque entre sus objetivos está el de profundizar, explicar y analizar y tema de actualidad que no necesariamente es novedoso. El reportaje hace uso de un mayor número de recursos expresivos.
- Entrevista: transcripción en formato textual de un diálogo ocurrido entre un periodista y un personaje. Puede seguir un formato de estilo directo o indirecto.
- Crónica: texto en el que se relatan acontecimientos noticiosos y recientes, y a través del cual el periodista incorpora al discurso su propia experiencia, parecer, análisis o los resultados de su investigación.
- Géneros de opinión (editorial, crítica y columna de opinión): se trata de textos de carácter marcadamente subjetivo cuyo autor no pretende trasladar al lector la realidad de los acontecimientos ocurridos, sino expresar ideas, consecuencias de las acciones, opinar, criticar o comentar.

4.3.6. Encuadre interactivo: estrategia intertextual

La óptica del receptor es el elemento esencial del encuadre, por lo que cualquier enunciado se contempla como parte de un proceso de emisión y recepción, donde cada emisión se convierte por ello en parte de un intercambio dialógico, conversacional. De ello se deduce la existencia de voces enunciativas diferentes. Dice a este respecto Gallardo:

Esto implica poner en relieve la existencia de varias voces en la enunciación, y, simultáneamente, la existencia de enunciaciones incrustadas, vinculando así la operación de encuadre cognitivo con nociones clásicas como intertextualidad y dialogismo. (Gallardo 2013, 199).

La estrategia intertextual tiene que ver con el conocimiento de las voces del texto, el reconocimiento de la voz emisora y la activación del contraste con otras voces. Este

¹⁴⁶ No es el objeto de este trabajo entrar en la discusión teórica acerca de si el concepto más apropiado para referirnos al género periodístico básico es "noticia" o "información". Como explica Parratt (2008) persisten las diferencias de criterio. Decía Martínez Albertos (1983, 287) que "La información, en cuanto género periodístico, viene a coincidir sustancialmente con el concepto usual que se tiene de la noticia concebida como un texto literario de características peculiares. La información (...) es la misma noticia elaborada sobre la base mínima de sus elementos básicos, a los que se suelen añadir algunas de sus circunstancias explicativas más dignas de relieve". Nosotros utilizaremos de forma indistinta ambos términos.

mecanismo de encuadre se construye a través de los mecanismos de cita, de los discursos incrustados y de la orientación interactiva de cada mensaje. En un entorno mediático como el que vamos a analizar, entendemos que se pueden ver dos niveles, el primero (enunciación) relativo a la voz del medio dentro del entorno comunicacional; es decir, el discurso del medio en esta temática en relación a los discursos de otros medios; en segundo lugar (enunciado), el discurso del propio medio y su construcción del mismo, incluyendo a los protagonistas de cada noticia y a las diferentes enunciaciones que la integran.

Al analizar la intertextualidad nos referimos, en definitiva, a si los textos ceden la voz a otros textos o a los protagonistas de las noticias; quiénes son los actores sociales universitarios que aparecen citados en la prensa: rectores, investigadores, estudiantes, profesorado, ministros de educación... En el análisis mediante la ficha *Excel*, la respuesta a esta opción sobre la existencia de intertextualidad en los textos quedaba reducida a un lacónico “sí” o “no”, que posteriormente se amplió con varios matices. Así, añadimos, cuando procedía, algunas observaciones sobre el carácter de esa intertextualidad, en concreto ciertas notas destacables en algunos de los textos, que podían ser interesantes para el análisis posterior, por ejemplo las relativas a los procedimientos lingüísticos que soportan la intertextualidad, como:

- el uso de *verba dicendi* (utilización de verbos como “ha dicho”, “rectifica”, “ha rectificado”),
- la utilización puntual de las comillas para reflejar usos léxicos y designaciones que no son secundados por el periodista (por ejemplo, “miembra” en una noticia crítica sobre la ministra Aído), el recurso a la cita literal (Cita), cuando el texto introduce fragmentos literales de declaraciones o mensajes emitidos por alguno de los protagonistas de la noticia.

Como se aprecia en los siguientes ejemplos, la aparición de diversas voces en el texto puede presentarse de diversos modos: cita literal parcial de lo que ha dicho algún protagonista político, cita literal¹⁴⁷ completa (no siempre mediante la indicación con comillas, no siempre señalando en el titular al emisor), o cita indirecta:

¹⁴⁷ Con frecuencia, y especialmente en televisión, los responsables de los medios se toman ciertas licencias en la labor de titulación, sobre todo presentando como cita literal lo que en realidad es interpretación. En el momento de redacción de esta tesis hemos asistido a dos polémicas relacionadas con esta selección léxica. Una de ellas cuando, el 5 de septiembre de 2015, *La Vanguardia* tituló una entrevista a Felipe González, realizada por Enric Juliana, con el titular “Felipe González: ‘Estoy a favor de una reforma que reconozca Catalunya como nación.’” La reacción del expresidente cuestionando la veracidad del titular obligó al periodista a publicar el audio de la entrevista, donde se podía escuchar que, efectivamente, no eran palabras literales, sino inferidas a partir de una pregunta donde se preguntaba sobre la “identidad nacional de Catalunya”.

La segunda polémica fue protagonizada por Pablo Iglesias y la publicación, el 14 de septiembre de 2015, de un texto suyo en *El País*, titulado “El Pablo Iglesias británico”. Ante la polémica suscitada por la peculiar situación de

- *Griñán cree que la Hispalense ha "mandado un mensaje equivocado" (EP 21/01/2010).*
- *"Barcelona lo tiene todo menos la ayuda del Gobierno y la universidad" (LV, 12/10/2010).*
- *«El modelo de enseñanza del "plan Bolonia" se adapta mejor a la universidad a distancia» José Camero, Director de la UNED en Córdoba (ABC, 07/06/2010).*
- *Educación acusa a Berzosa de "desviar" 192 millones (EP, 18/06/2010).*
- *El rector de la UPO aboga por pruebas específicas en cada facultad (ABC, 03/08/2010).*
- *Font de Mora exalta el crecimiento de la Católica en siete años (EP, 22/09/2010).*

4.3.7. Resumen

En la Tabla 7, se pueden ver las estrategias de encuadre que hemos mencionado, en las que se incorporan las categorías que dan sentido a cada una de ellas, vinculadas al análisis del contenido y el análisis del discurso.

que el propio Pablo Iglesias firmara un texto con ese titular, este anunció en las redes sociales que el título original propuesto por él mismo era, en realidad, "¿Por qué todos hablan del 'Pablo Iglesias británico?'".

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	Representativa
		Expresiva Positiva
		Expresiva Negativa
		Otras
	VALORACIÓN	Positiva
		Negativa
		Neutra
		Positiva con crítica
ENCUADRE INFORMATIVO-DISCURSIVO: NIVEL TEXTUAL		
E. ESTRATEGIA ESTRUCTURAL	Formato del titular	Narrativa
		Argumentativa
		Descriptiva
		Cita directa
	Género periodístico	Noticia / Información
		Reportaje
		Entrevista
		Crónica
	Columna de opinión	
ENCUADRE INFORMATIVO-DISCURSIVO: NIVEL INTERACTIVO		
F. ESTRATEGIA INTERTEXTUAL		Cita directa
		Cita indirecta
		No

Tabla 7. Ficha con las categorías relativas al encuadre informativo-discursivo.

4.4. Análisis inferencial

La estadística descriptiva con la que trabaja inicialmente cualquier trabajo de análisis de contenido hace precisamente eso: describir lo que se observa; más en concreto, lo que el análisis presenta, los resultados observables, recurriendo para ello a conceptos y términos que siembran todo el texto. Nos referimos a las frecuencias, los porcentajes, el recuento, la moda, la media, la mediana, las puntuaciones máximas y mínimas, el rango, la varianza, la desviación estándar, el error estándar, el curtosis o la fortaleza, tal y como explican Fraenkel *et al.* (1993, 503).

Pero esa descripción no nos habla de las probabilidades de que esos datos observados en una muestra concreta se reproduzcan; es decir, no podemos saber si existe relación entre las variables analizadas en cuestión, ni si se pueden realizar inferencias o predicciones acerca de dicha muestra en cuestión. Por lo tanto, la inferencia estadística implica un cambio en el centro de interés:

desde los resultados obtenidos en grupos o muestras de sujetos concretos hasta la extrapolación de los resultados de dichos grupos a las grandes poblaciones a las que pertenecen. (Pérez Yuste et al. 2012, 236).

En el caso que nos ocupa, a través del proceso y las técnicas de análisis de inferencia estadística posibilitamos la teoría de la verificación o contraste de hipótesis, lo que nos permitió complementar la estadística descriptiva ofrecida tras los análisis cualitativos. Dado el carácter de las variables categóricas de nuestra muestra, no nos era factible hacer uso del contraste de hipótesis a través de pruebas paramétricas, motivo por el cual debimos emplear las no paramétricas. Gil Pascual (*apud.* Pérez Yuste *et al.* 2012, 345) nos las recuerda a través de una tabla que reproducimos en la Tabla 8.

Organización de los datos	Utilizada con medidas nominales	Utilizada con medidas ordinales
Una muestra	Ji- cuadrado Binomial Rachas	Kolmogorov-Smirnov
Dos muestras relacionadas	McNemar	Signos T de Wilcoxon
K- muestras relacionadas	Q-Cochran	An
Dos muestras independientes	Ji-cuadrado Prueba exacta de Fisher	Mediana U de Mann-Whitney Kolmogorov-Smirnov Rachas
K-muestras independientes	Ji-cuadrado	Mediana Análisis de la varianza de Kruskal-Wallis

Tabla 8. Principales pruebas no paramétricas y situaciones en que se aplican. Extraída de Pérez Yuste *et al.* (2012, 345).

Es bien conocido que la prueba de contraste no paramétrico *chi cuadrado* goza de popularidad en el campo de las Ciencias Sociales por su capacidad para contrastar

hipótesis con variables de cualitativo no nominal/categorico. Sus aplicaciones son numerosas y su utilización en la bibliografía científica es abundante. Incluso existen numerosos programas de análisis de datos cualitativos que permiten emplear dicha prueba en sus opciones de análisis (por ejemplo, los programas *Aquad 7* o *QDA Miner*).

En esencia, el *test de independencia chi cuadrado* [χ^2] parte de la necesidad de someter a análisis la hipótesis nula de la no existencia de diferencias entre las medidas de una variable dependiente (VD), en función de la influencia o presencia de una independiente (VI). La obtención de una significación estadística inferior a un nivel de $p > .05$ supondrá la verificación de la hipótesis nula pero su rechazo derivará en la aceptación de la hipótesis alternativa: la existencia de diferencias en las puntuaciones de la VD cuando una VI entra en escena.

Uno de los casos en los que empleamos el *test de independencia chi cuadrado* fue para analizar la relación entre dos variables de nuestro análisis: la variable *Anualidad* y la variable *Periódico*. Queríamos saber si los datos encontrados en el análisis descriptivo se confirmaban a través de esta prueba, y si existía relación entre esas dos variables. Los resultados obtenidos a través del SPSS, nos mostraron la existencia de una relación estadísticamente significativa entre la *Anualidad* y el *Periódico*.

Los resultados ofrecidos por el SPSS ofrecen los siguientes resultados, necesarios para la interpretación:

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	45,278 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	45,789	9	,000
Asociación lineal por lineal	,279	1	,597
N de casos válidos	4536		
a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 101,90.			

Para la presentación de estos resultados escogimos la forma acerca de la escritura científica de esta prueba que indica el manual de escritura científica de la American Psychological Association (APA):

$$[\chi^2(9, 4536) = 45,278, p = .000]$$

donde:

χ^2 : símbolo empleado como notación científica de la prueba del test chi cuadrado

9: en esa ubicación se sitúa el número relativo a los grados de libertad estadística, (que en este caso es 9) o lo que es lo mismo, los grados de libertad de un estadístico calculado sobre un conjunto de datos se refieren al número de cantidades independientes que se necesitan en su cálculo menos el número de restricciones que

ligan a las observaciones y del estadístico. Los grados de libertad del chi cuadrado se calculan multiplicando las cantidades de los valores de cada variable, menos 1 de las filas y columnas ($df = n-1$). Ejemplo: si la variable periódico contiene 4 valores (ABC ...) y la variable anualidad contiene 4 valores (2010....), los grados de libertad responderían a la siguiente fórmula: $(4-1) \times (4-1) = 9$.

4536: significa el total de la muestra sobre la que se ejecuta la prueba.

45,278, significa el resultado del estadístico.

$p=.000$: significación estadística que permite el contraste de la independencia y determinar si existe una relación entre las dos variables categóricas. En Ciencias Sociales se estima que la p o probabilidad debe estar comprendida entre .01 y .05 que son los valores científicamente aceptados para someter a prueba la hipótesis nula h_0 ; es decir, los valores entre .01 y .05 indicarán una probabilidad de equivocarnos en nuestra afirmación comprendida entre un 1% y un 5%.

CAPÍTULO 4 - Resultados de investigación

Lo cierto es que vivimos postergando todo lo postergable; tal vez todos sabemos profundamente que somos inmortales y que tarde o temprano, todo hombre hará todas las cosas y sabrá todo.

La voz de Funes, desde la oscuridad, seguía hablando.

(Jorge Luis Borges, Ficciones, 1956, 129).

I. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

Exponemos a continuación los resultados inmediatos del análisis del Corpus Definitivo, a partir del marco teórico de Gallardo (2014) que hemos desarrollado en el apartado anterior de nuestra tesis.

I.1. El encuadre formal, externo

Las categorías de encuadre externo nos ofrecen datos generales de cada una de las unidades de análisis de nuestro Corpus Definitivo y nos permiten conocer el

tratamiento general dado por los cuatro rotativos al tema universitario. Recordemos el apartado de nuestra ficha correspondiente al encuadre externo (Tabla 6):

ENCUADRE EXTERNO, FORMAL		
Fecha de publicación		
Titular:		
Sección:		
Longitud		
Paratexto:	Infografía	Fotografía
Autoría:	Firma	Agencias/Redacción

Tabla 6. Apartado de la ficha referente a los datos de encuadre externo

1.1.1. Fecha de publicación del texto

El análisis de las fechas de publicación de los cuatro diarios analizados nos ofreció información específica sobre los meses de mayor frecuencia de publicación en relación al tema objeto de nuestro estudio.

Años	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
2010	1276	28,1	28,1	28,1
2011	955	21,1	21,1	49,2
2012	1163	25,6	25,6	74,8
2013	1142	25,2	25,2	100
Total	4536	100	100	

Tabla 9. Publicación por años de los cuatro medios analizados sobre el tema universidad y educación superior. Frecuencias y porcentajes

Según muestra la tabla 9, las frecuencias de publicación fueron similares en cada uno de esos años, con un porcentaje mayor en el año 2010 (28,1%) y menor en el 2011 (21%), en comparación al resto, si bien en las cuatro anualidades los porcentajes se encuentran en esa misma decena.

Si por el contrario revisamos cada uno de estos rotativos de forma independiente, encontramos diferencias significativas en cuanto a lo que cada diario ha publicado por año, pues *El País* en primer lugar (n =1.751) y *ABC* en segundo (n =1.588) son, con diferencia, los que cuentan con un mayor número de textos en el conjunto del período respecto a *La Vanguardia* (n =713) y *El Mundo* (n = 484), como se puede contemplar en la Figura 17.

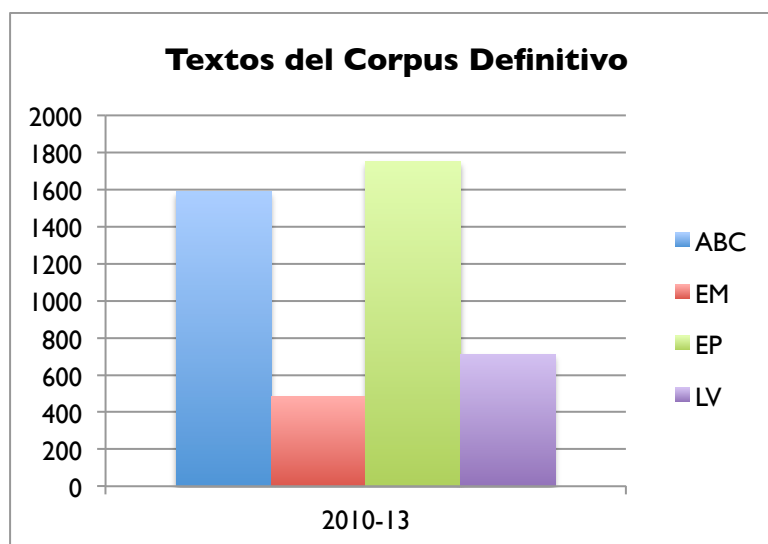


Figura 17. Textos que componen el Corpus Definitivo. Período 2010-13. Recuento.

Respecto a las anualidades en las que cada diario publicó un mayor porcentaje de textos, no hay resultados coincidentes. En el caso del *ABC* el año en el que publicó un mayor porcentaje es 2010, con un 30,7% de textos, y el que menos 2011, con un 17,2%. En el caso de *El Mundo*, es muy escasa la variación porcentual durante los cuatro años, si bien es algo mayor en 2012 (27,3%) que en 2011, el de menor porcentaje, con un 21,5%. *El País* oscila entre el 28,3% de 2010 y el menor porcentaje de 2013, con un 22,9%, y *La Vanguardia* entre el 29,6% de 2012 y el 21,2% de 2011. Son, en definitiva, escasas variaciones porcentuales.

En cambio, si la observación se ajusta a lo que publica cada diario por mes, las variaciones son mayores. Una revisión por meses nos permite apuntar a ciertos meses con mayor densidad informativa, entre los que suelen estar marzo, abril y septiembre. De esta forma, los datos (cf. Anexo 4) nos indican que, por ejemplo en el año 2010, los meses de mayor frecuencia de publicación fueron, respectivamente, marzo (13,7%), septiembre (11,1%) y abril (10%); en 2011, de nuevo marzo (13,9%), abril (10,9%), febrero (9,7%), octubre (9,6%) y septiembre (9,1%); en 2012 fueron mayo (14,1%), junio (12,5%), septiembre (11,6%) y abril (9,2%); y en 2013, junio (10,9%), mayo (10,2%), septiembre (11,1%), julio (9,8%) y marzo (9,1%).

Teniendo en consideración lo publicado por cada uno de los diarios en los cuatro años respecto al tema objeto de análisis, nos encontramos con que en 2010, los meses en los que *ABC* publica más son abril (13,8%), mayo (12,7%) enero (10,7%) y su frecuencia es algo menor en septiembre (9,4%) y octubre y diciembre (ambos con un 9%). También observamos que en *El Mundo* la diferencia porcentual en cuanto a lo que publica el medio en marzo (30,5%) es enorme si se compara con cualquier otro mes del año, pongamos por caso septiembre (11,5%), el segundo en frecuencia, o los siguientes, que son abril y junio (10,7%). En el caso de *El País* observamos que mantiene un alto nivel de publicación de asuntos concernientes a educación superior o universidad, y entre los meses más prolíficos destacan marzo y septiembre en primer

lugar, ambos con un 11,9%, y a continuación octubre (9,9%) y mayo (9,3%), en lo que coincide con otros medios. En el periódico de la familia Godó, además de los meses destacados para el conjunto (que son los de mayor porcentaje, con un 13,5%), reseñamos julio (12,9%) y octubre (9,2%).

En 2011, en el ABC destaca la intensa publicación de textos durante los primeros cuatro meses del año. En esos, publica más textos sobre universidad y educación superior que en todo el resto del año junto —marzo: 18,3%, abril: 13,9%, enero: 12,1% y febrero: 11,4%, y suman en su conjunto 55,7%—. La actividad de *El Mundo* se concentra en marzo (19,2%), abril (17,3%) y febrero (13,5%) —lo que completa un 50% de publicación—, además de en octubre (10,6%), pues ese año en septiembre apenas publica textos relacionados con nuestro tema de investigación (4,8%). En el caso de *El País* son los meses de marzo (12,9%), octubre (11,2%) y septiembre (11%) los más pródigos en textos, si bien también hay una alta intensidad en diciembre (9,6%). Por su parte, *La Vanguardia* rompe la dinámica señalada en los medios anteriores respecto al mes de marzo, si bien septiembre sí es relevante (9,3%) aun cuando lo es menos que los meses en los que más publica, que son respectivamente enero (13,2%), noviembre (12,6%) y diciembre (11,3%).

En 2012, analizados los datos según periódico, observamos que para el ABC los meses de mayor intensidad de publicación son junio (16,8%), septiembre (15,8%), mayo (13,8%) y julio y octubre, ambos con un 9,2%. Para *El Mundo* esos meses son abril (15,2%), junio (13,6%), mayo y febrero, ambos con un 11,4% y septiembre, con un 9,1%. En el caso de *El País*, hablamos de mayo (16,6%), septiembre (11,7%) y abril (10%) principalmente; y para *La Vanguardia* abril (13,7%), noviembre (11,8%), mayo (11,4%) y marzo (10%).

Por último, en el año 2013, según hemos señalado anteriormente, volvemos a ver gran intensidad en la publicación de textos en los meses de marzo (10,1%) y abril (13,8%) y el segundo período del año se traslada a noviembre (10,6%) en el conjunto de periódicos. Un análisis disgregado por periódico ofrece otros resultados, pues marzo para ABC es un mes de una producción media (8%) mientras septiembre (12,8%) junio (11%), julio (10,6%) y mayo (10,1%) son los más productivos. En el caso de *El Mundo* esos meses son junio y septiembre (ambos 13,7%), seguidos de marzo y noviembre (con un 11,1%) y julio (10,3%), y en *El País* estos son mayo (11,7%), junio (10,7%), septiembre (10%), al que añadimos julio (9,7%) y marzo (9,2%), pues si bien es menor el porcentaje de textos que publica ese mes, es aun así elevado su número. En lo que respecta a *La Vanguardia*, los meses de mayor intensidad de publicación de textos sobre la universidad son los de: abril (13,8%), noviembre (10,6%) y marzo (10,1%), si bien mayo y junio se mantienen con una intensidad del 9%.

Las Figuras 18-21 ofrecen información gráfica sobre los porcentajes de publicación según periódicos durante las cuatro anualidades:

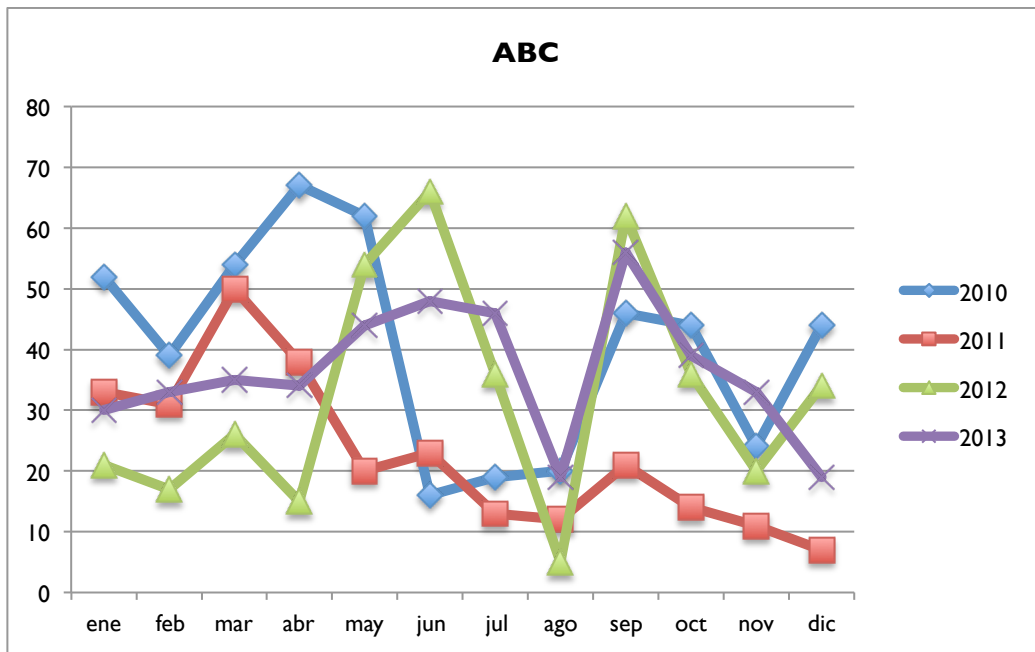


Figura 18. Frecuencia de publicación en ABC. 2010-2013. En porcentaje.

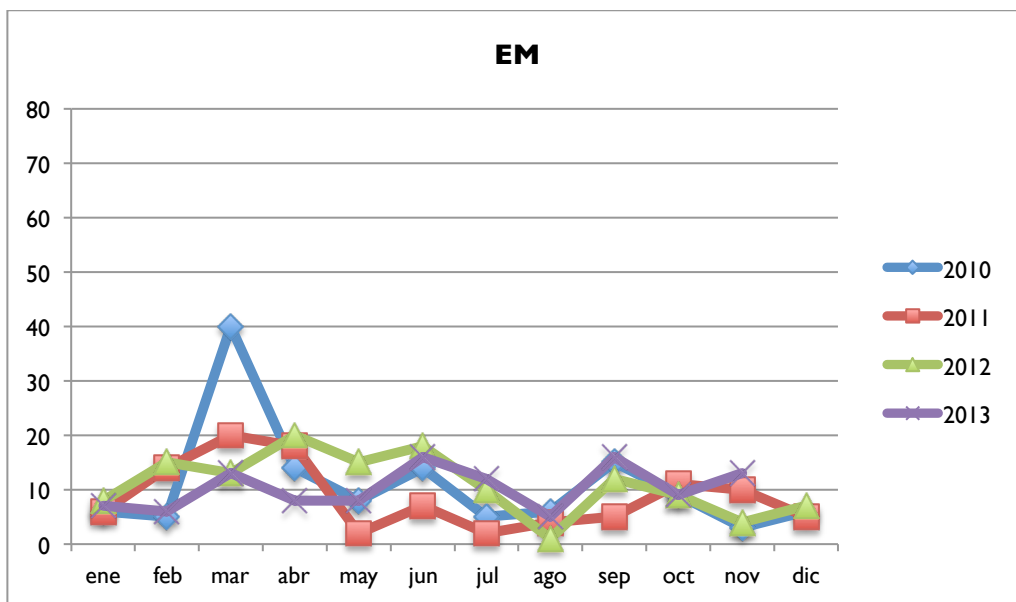


Figura 19. Frecuencia de publicación en *El Mundo*. 2010-2013. En porcentaje.

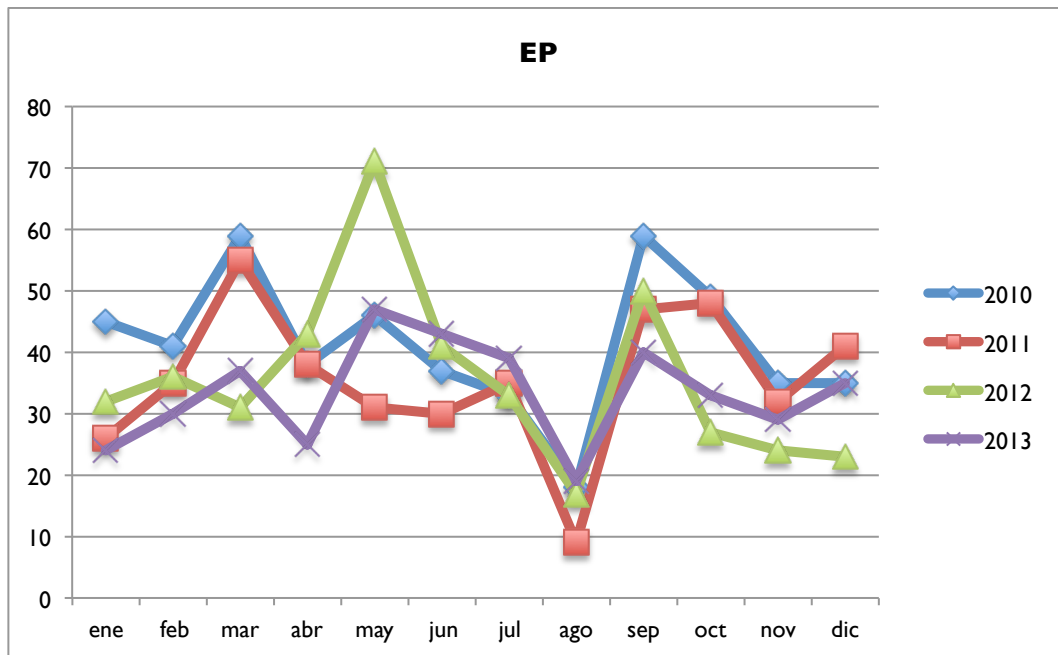


Figura 20. Frecuencia de publicación en *El País*. 2010-2013. En porcentaje.

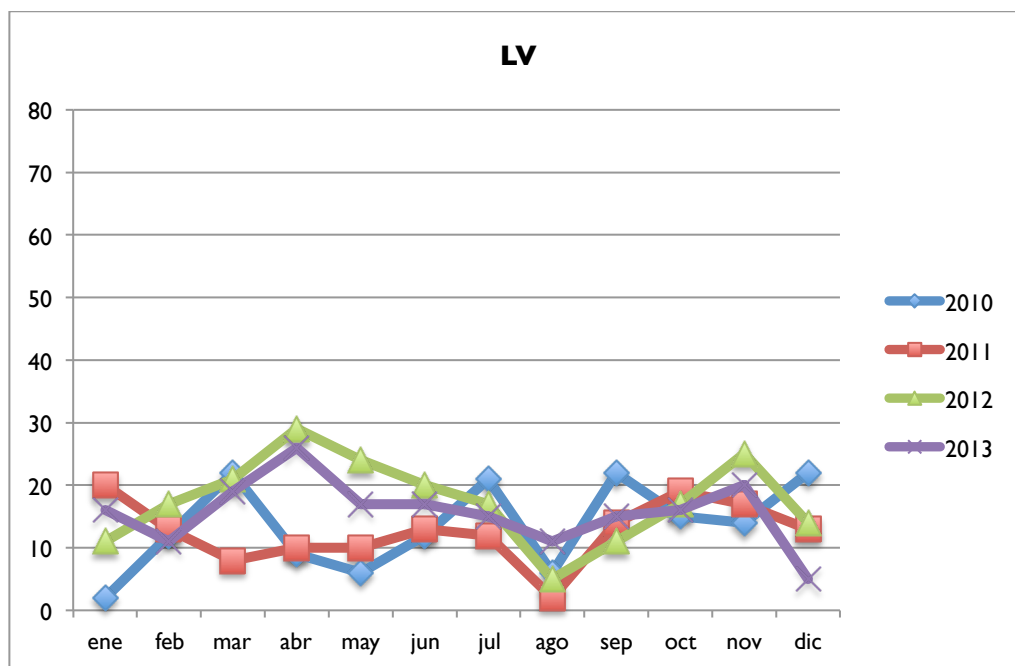


Figura 21. Frecuencia de publicación en *La Vanguardia*. 2010-2013. En porcentaje.

Estos resultados plantean la existencia de determinados momentos en los que la universidad y la educación superior concitan con mayor intensidad el interés de los medios. En principio es difícil saber los motivos, que se pueden deber a cuestiones de interés específico del medio, relación del periodista con la fuente académica, actividades planificadas o no de los departamentos de comunicación de las universidades, o ciclos académicos establecidos, entre otros.

Las variaciones anuales y mediáticas encontradas nos impiden concretar ningún período en el que constantemente esos flujos informativos se produzcan. Sin embargo, el análisis apunta a un mes que, mayoritariamente se impone en casi todos los resultados. Este es marzo.

Para tratar de descubrir las razones que llevaban a los medios a publicar mayoritariamente noticias sobre nuestro tema durante el mes de marzo, vinculamos ese mes con las temáticas más habituales en cada uno de ellos, para tratar de ver así la existencia de similitudes o diferencias:

- En *ABC* los cinco principales temas del mes de marzo de 2010 estuvieron vinculados a: “Colectivo: equipo de gobierno” (14,8%), “Estudios” (11,5%), “Protestas” (10,3%), “Futuro” (9,7%) y “Ranking – evaluación” (8,6%). En marzo de 2011 esos subtemas fueron: “Religión” (17%), “Gestión” (13,1%), “Cultura” (11,1%), “Colectivo: equipo de gobierno” (9,6%) y con un 7,6% ambos los subtemas de “Movilidad” y “Economía y finanzas”. En marzo de 2012, los subtemas fueron: “Movilidad” (14,3%), “Infraestructuras” (13,5%), “Protestas” (11%), “Becas” (7,7%) y tanto “Investigación” como “Futuro” y “Relación universidad gobierno y viceversa”, con igual porcentaje, 7,1%. Y en marzo de 2013 los temas fueron: “Economía y finanzas” (13,4%), “Colectivo: RRHH” (12,9%), “Ranking-evaluación” (9,1%), “Protestas” y “Estudios”, ambas con un 8,8% y “Política Lingüística”, “Gestión”, “Investigación”, “Igualdad y conciliación” y “Movilidad”, las cinco con un 4,5%.
- En *El Mundo*, estos temas fueron en marzo de 2010: “Colectivo: Estudiantes” (24,2%), “Otras” (13,8%), “Gestión” (13,3%), “Investigación” (11,3%) y “Protestas” (6,3%). En marzo de 2011 los más relevantes fueron: “Otras” (40,8%), “Religión” (22,5%), “Economía y finanzas” (19,2%), “Colectivo: equipo de gobierno” (7,5%) y con un 2,5% el resto de subtemas que aparecen ese mes, que son: “Legislación”, “Colaboración”, “Relación universidad y gobierno y viceversa” y “Protestas”. En marzo de 2012 esos subtemas son: “Protestas” (19,2%), “Relación Universidad y empresa”, “Estudios” y “Otras” con 12,2%, “Investigación”, “Relación Universidad y gobierno” y “Colectivo: estudiantes” con un 8,3% y “Legislación” con un 7,7%. En cuanto a marzo de 2013 son: “Legislación” (28,8%), “Colectivo: estudiantes” (25%), “Protestas” (15,4%), “Otras”, “Futuro”, “Colectivo: RRHH” los tres con un 7,7% y “Ranking-evaluación” y “Tasas” con un 3,8%.
- En *El País*, destacaron en 2010 los temas relativos a “Colectivo: equipo de gobierno” (20,5%), “Universidad y secundaria” (18,5%), “Economía y finanzas” (11,4%), “Infraestructuras” (6,9%) y con una décima menos “EEES” (6,8%). En marzo de 2011, los subtemas más relevantes fueron: “Religión” (16,4%), “Colectivo: equipo de gobierno” (14,5%), “Universidad y secundaria” y “Protestas” ambas con 14,3% y “Empleabilidad”, “Becas” y “Sostenibilidad” todas con un 7,1%. En 2012, marzo, esos datos fueron: “Protestas” (18%),

“Estudios” (14,1%), “Economía y finanzas” (10,6%), “Gestión” (8,3%) y “Colectivo: equipo de gobierno” (7,4%). En marzo de 2013 fueron: “Colectivo: estudiantes” (14,3%), “Otras” (11,2%), “Ranking- evaluación” (9,8%), “Colectivo: RRHH” (9,5%) y “Universidad y política” (8,5%).

- En *La Vanguardia* encontramos que, en el mes de marzo de 2010, los subtemas más tratados por el medio fueron los de: “Universidad y política” (25%), “Legislación” (16,7%), “Estudios” (10,6%), “Igualdad y conciliación” (9,1%) y el “EEES” y “Otras”, ambas con un 6,8%. En 2011 esos fueron: “Otras” (29,2%), “Colectivo: equipo de gobierno” y “Gestión” (22,9%), y los que restan, con un 6,3%, que son “Religión”, “Tasas”, “Legislación” y “Acceso a la universidad”. En 2012 fueron: “Otras” (19%), “Colectivo: equipo de gobierno” y “Futuro” (13,1%), “Investigación” (10,7%), “Colaboración” (8,3%) y “Economía y finanzas” (7,1%) En 2013 estos fueron: “Colectivo: RRHH” (27,6%), “Transferencia” y “Universidad y política” (12,5%), “Otras”, “Economía y finanzas”, “Protestas”, “Movilidad e Investigación con un 5,3% todas ellas y finalmente Empleabilidad, Legislación”, “Futuro”, “Becas”, “Infraestructuras”, “Tasas”, “Colaboración” y “Ranking-evaluación”, todas con un 2,6%.

La Tabla 10 resume y simplifica estos mismos datos recogiendo los tres temas más destacados por los cuatro rotativos en el mes de marzo de las 4 anualidades:

	ABC	EM	EP	LV
2010	“Colectivo: equipo de gobierno” “Estudios” “Protestas”	“Colectivo: Estudiantes” “Otras” “Gestión”	“Colectivo: equipo de gobierno” “Universidad y secundaria” “Economía y finanzas”	“Universidad y política” “Legislación” “Estudios”
2011	“Religión” “Gestión” “Cultura”	“Otras” “Religión” “Economía y finanzas”	“Religión” “Colectivo: equipo de gobierno” “Universidad y secundaria”	“Otras” “Colectivo: equipo de gobierno” “Gestión”
2012	“Movilidad” “Infraestructuras” “Protestas”	“Protestas” “Relación Universidad y empresa” “Estudios”	“Protestas” “Estudios” “Economía y finanzas”	“Otras” “Colectivo: equipo de gobierno” “Futuro”
2013	“Economía y finanzas” “Colectivo: RRHH” “Ranking-evaluación”	“Legislación” “Colectivo: estudiantes” “Protestas”	“Colectivo: estudiantes” “Otras” “Ranking- evaluación”	“Colectivo: RRHH” “Transferencia” “Universidad y política”

Tabla 10. Comparación de categorías temáticas prioritarias en el mes de marzo en los cuatro diarios.

Una vez presentados estos resultados nos encontramos con que existen algunas coincidencias en las agendas mediáticas, si no en cuanto al énfasis dado a cada subtema, sí en cuanto a su cobertura:

- En 2010 hay coincidencia respecto al subtema “Colectivo: equipo de gobierno”, aunque con diferencias porque, si bien es muy significativa en *ABC* y *El País*, le dan menos importancia *El Mundo* (2,5%) y *La Vanguardia* (4,6%). Otras tres categorías también coincidentes en mayor o menor grado en 2010 son el “EEES”, “Igualdad y conciliación” y “Otras”.
- En 2011 la agenda es claramente coincidente en los cuatro en relación al “Colectivo: equipo de gobierno” (prioritario en *El País* y *La Vanguardia*) y “Religión” (prioritario en *ABC*, *EM* y *EP*).
- En 2012 hay coincidencia en relación a las categorías temáticas de “Estudios” (prioritaria en *ABC*, *EM* y *EP*) y “Protestas” (prioritaria en *EP* y *EM*).
- En 2013 los cuatro diarios trabajan de forma coincidente sobre el “Colectivo: RRHH” (tema destacado en *ABC* y *LV*), “Ranking-evaluación” (destacado por *EP* y *ABC*), y “Colectivo: estudiantes” (priorizado por *EP* y *EM*), además de “Legislación” y “Protestas”.

Con el objeto de soportar de forma empírica los hallazgos encontrados a través de la estadística descriptiva, se procedió a su verificación a partir de la aplicación de pruebas no paramétricas, en este caso el *test de independencia chi cuadrado* que aplicamos en primer lugar a las variables *Anualidad* y *Periódico*.

Este test mostró una relación estadísticamente significativa entre ambas variables con una probabilidad de equivocación del 0% [$\chi^2(9, 4536) = 45,278, p = .000$], lo que nos llevó a confirmar los datos encontrados en el análisis descriptivo. En consecuencia, según se describe, podemos decir que el año es una variable predictora del volumen de noticias que cada medio publica sobre nuestro tema. A través de la exploración de los datos ofrecidos en la tabla de contingencia de la prueba *chi cuadrado* observamos que *El País* (38,6%) y el *ABC* (35%) son los medios que más publican sobre el tema objeto de estudio frente a *La Vanguardia* (15,7%) y *El Mundo* (10,6%). Podríamos hablar así de la existencia de dos tendencias: la de mayor publicación vinculada a *El País* y *ABC* y la de menor publicación, constituida por *La Vanguardia* y *El Mundo*.

Un análisis más preciso de la tabla de contingencia evidenció que, en particular, el año 2011 describió una tendencia más acentuada de la mayor presencia de un medio. En dicho sentido llama la atención que *El País* sea el diario que más publique (44,7%) frente a *ABC* (28,6%), *La Vanguardia* (15,8%) y *El Mundo* (10,9%). Los análisis mostraron un nivel de significación $p = .000$.

Este nos llevó realizar una exploración específica del año 2011 para intentar determinar los meses en los que estas diferencias aparecían, con el objeto de poder explicar este hallazgo a través de una interpretación de la prensa de los meses que mostraran tales acontecimientos. Por ello se aplicó el mismo procedimiento, con especial atención a la unidades de agrupación *Mensualidad*. Los resultados del *test de independencia chi cuadrado* confirmaron la existencia de diferencias estadísticamente

significativas entre los meses de publicación y el medio [$\chi^2(47, 4536) = 384,405, p = .000$]. La exploración de los resultados surgidos en la tabla de contingencia evidencia que existen determinados meses en los que un medio ha tenido mucha mayor presencia informativa que otros, concretamente algunos meses de 2011 en *El País*. En cuanto a los meses, estos son: 05/2011 (ABC, 31,7%; *El Mundo* 3,2%, *El País* 49,2% y *La Vanguardia* 15,9%); 07/2011 (ABC 21%; *El Mundo* 3,2%, *El País* 56,5% y *La Vanguardia* 19,4%); 09/2011 (ABC, 24,1%; *El Mundo* 5,7%, *El País* 54% y *La Vanguardia* 16,1%); 10/2011 (ABC 15,2%; *El Mundo* 12%, *El País* 52,2% y *La Vanguardia* 20,7%); 11/2011 (ABC 15,7%; *El Mundo* 14,3%, *El País* 45,7% y *La Vanguardia* 24,3%) y 12/2011 (ABC 10,6%; *El Mundo* 7,6%, *El País* 62,1% y *La Vanguardia* 19,7%).

Una revisión de los titulares de *El País* durante esos meses muestra cierta tendencia a la presencia de temas vinculados a la investigación y los Campus de Excelencia, si bien los textos son muy variados y no responden a una polémica determinada o ciclo informativo alguno.

1.1.2. Secciones

Como es conocido, cada medio distribuye las noticias y opiniones en secciones específicas, a las que da nombres a veces coincidentes y otras veces no; para la exposición de este apartado, remitimos al lector al Anexo 5, donde se detallan los datos exactos proporcionados por el análisis. Entendemos que la introducción de cualquier texto en una sección rotulada con un título específico condiciona el marco cognitivo e interpretativo con el que el lector se aproxima al texto, y, de igual forma las rutinas periodísticas con las que el redactor o comentarista se aproxima a él.

En el caso de los rotativos estudiados, no todas las secciones en las que aparecen textos sobre educación superior o universidad aparecen recogidas con su nombre; hemos optado por la etiqueta de OTRAS SECCIONES, para agrupar aquellas con menor representatividad de estos textos, a fin de no dispersar los datos. Teniendo en consideración estas cuestiones, analizamos pormenorizadamente las secciones en las que aparecen textos vinculados a la temática objeto de nuestro estudio. Estas son las siguientes, según las codificamos en la ficha de análisis:

- En el ABC: Sociedad, España, Cultura, Editorial, Economía, Opinión, Madrid, Galicia, Comunidad Valenciana, Cataluña, Andalucía¹⁴⁸, Otras comunidades y Otras secciones.
- En *El Mundo*: Opinión, Madrid, España, Editorial, Economía y Otras secciones.

¹⁴⁸ Como hemos explicado anteriormente dentro del título "Andalucía" incorporamos las secciones relativas a esta Comunidad Autónoma que aparecen en el ABC (es decir: Sevilla, Málaga, Granada,...)

- En *El País*: Cultura, Economía, Editorial, España, Sociedad, Opinión, Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, País Vasco, Galicia, Madrid y Otras secciones.
- Y en el caso de *La Vanguardia*: Tendencias, Economía, Opinión, Editorial, Política, Cultura, Internacional y Otras secciones.

Una revisión de la frecuencia de adscripción de textos del Corpus Definitivo a cada una de las secciones de los diarios, nos permite ver diferencias. Los datos nos indican que las noticias referidas el tema “universidad y educación superior” —y no tanto la opinión, de la que hablaremos más adelante— cuentan con una sección más o menos fija en cada uno de estos diarios. En el caso del *ABC* y *El País* esta sección recibe el nombre de SOCIEDAD; en el caso de *El Mundo* se trata de la sección denominada ESPAÑA y en *La Vanguardia* recibe el nombre de TENDENCIAS.

En un apartado anterior mencionamos el hecho de que algunos periódicos tenían durante esos años ediciones regionales. Pese a la variaciones de los últimos años, podemos confirmar que entre 2010 y 2013 algunas de las ediciones regionales de estos diarios fueron especialmente productivas en relación al tema objeto de nuestro estudio. Teniendo en consideración esta cuestión, a la hora de analizar los resultados seguimos dos procedimientos: por un lado presentamos los datos de visibilidad del tema teniendo en cuenta conjuntamente las secciones y ediciones de esos periódicos y, por otra, aislamos las secciones por una parte y las ediciones por otra, para ver los resultados que nos ofrecían.

Revisando de forma conjunta ediciones y secciones, vemos que, en el caso de *ABC*, la edición de Andalucía es especialmente productiva y presenta un alto porcentaje de textos relacionados con la universidad. Un 46% de estos se adscriben a esta edición si tenemos en consideración el período en su conjunto (2010-2013), un dato que algunos años supera esa frecuencia; por ejemplo durante 2012 y 2013 en los que la presencia del tema es del 60,5% y el 48,9% respectivamente (Tabla 9) No hace falta incidir en la relevancia del *ABC* de Sevilla dentro de las ediciones de esta histórica cabecera, pero aun así es muy significativo el interés que muestra esa edición regional en relación a la universidad. Con un peso menor, pero destacado, encontramos artículos sobre el tema en las secciones de Otras comunidades (con una frecuencia de un 11,8%) y SOCIEDAD (10%, tercera en adscripción de noticias). Esas son las medias del período, si bien un análisis desgregado por año indica algunas variaciones.

Respecto a 2010, señalamos el elevado número de textos que *ABC* publica en sus ediciones regionales, no solo la andaluza (33,7%), siempre mayoritaria en este Corpus, sino también la de Otras comunidades (15,2%), la gallega (9%), la valenciana (7,6%), la catalana (7,2%) y la madrileña (6%). De hecho, casi todas esas ediciones superan el número de textos que el diario publica en su sección de SOCIEDAD (6,2%), la más significativa entre las de la edición nacional.

Al año siguiente, además de mantenerse la primacía de textos en la edición andaluza (42,9%), destaca la madrileña (14,3%) y los textos adscritos a Otras comunidades (11,4%). Solo bajo esas tres se sitúa la sección de SOCIEDAD, con un porcentaje de un 9,2%. Los textos adscritos a la edición valenciana se reducen pero aún continúan siendo significativos (5,5%), al contrario que durante los dos años siguientes, cuando en esta edición ya no se publica ningún texto sobre el tema.

En 2012 aumenta todavía más la atención del ABC al tema universitario en su edición andaluza (60,5%). La siguiente sección en importancia es la de SOCIEDAD, aunque el porcentaje de textos que publica dista mucho del visto para la edición andaluza: solo un 9,9%. Le siguen el conjunto de secciones agrupadas como OTRAS (9,2%) y Otras comunidades, con un 8,4%. El resto de secciones apenas tienen presencia. Ese gran interés de la edición andaluza por el tema objeto de nuestro estudio durante el período llega ese año a su clímax. Un repaso a los titulares de los textos nos permite ver algunos de los temas que son objeto de esa inusitada atención: entre otras cuestiones, es año de elecciones a Rectorado en la US y la UPO; el proyecto de la Biblioteca del Prado promovido por la US y denunciado por los vecinos de Sevilla llega a su fin (una sentencia obliga a la demolición de lo ya construido), y los estudiantes de la US y la UPO plantean la realización de un paro general o huelga; además, la Universidad Loyola de Andalucía da sus primeros pasos.

ABC- Secciones	Anualidad				M %
	2010	2011	2012	2013	
Andalucía	33,7	42,9	60,5	48,9	46,0
Cataluña	7,2	2,6	0,0	0,0	2,6
Cultura	0,2	0,0	0,8	0,7	0,4
Com. Val.	7,6	5,5	0,0	0,0	3,3
Economía	0,2	0,7	0,5	0,5	0,4
España	4,1	1,5	1,0	4,1	2,9
Galicia	9,0	1,1	2,0	3,0	4,3
Madrid	6,0	14,3	2,0	8,9	7,2
Opinión	3,1	2,6	4,1	1,6	2,8
Otras	7,6	8,4	9,2	5,3	7,5
Otras comunidades	15,2	11,4	8,4	11,2	11,8
Sociedad	6,2	9,2	9,9	14,9	10,0
Editorial	0,0	0,0	1,5	0,9	0,6
Totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 11. ABC: porcentaje de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.

Toda esta actividad se refleja en los textos publicados, de los que presentamos aquí los titulares del mes de febrero de 2012, en concreto 13 textos, que ilustran lo que indicábamos:

- *Condena (ABC 02/02/2012).*
- *Los vecinos del Prado demandan hoy que se derribe la biblioteca (ABC 02/02/2012).*
- *La Universidad se arriesga a una multa si tarda en tirar la biblioteca del Prado (ABC 03/02/2012).*
- *«Dios tiene que ser compatible con el método de conocimiento universitario» (ABC 03/02/2012).*
- *Ramírez Arellano apuesta por la ampliación de la oferta académica (ABC 032/02/2012).*
- *Arellano pasa «de puntillas» por la biblioteca del Prado en el Claustro (ABC 07/02/2012).*
- *El claustro de la UPO reprueba la gestión del rector (ABC 15/02/2012).*
- *El rector convoca elecciones en mayo tras ser reprobada su gestión (ABC 17/02/2012).*
- *Donan la biblioteca de Juan de Mata Carriazo a la Hispalense (ABC 18/02/2012).*
- *Nuevo plazo para el derribo de la biblioteca del Prado (ABC 21/02/2012).*
- *Se presentarán alegaciones a la sentencia del Prado (ABC 24/02/2012).*
- *Ramírez de Arellano, nuevo rector con un 70% de los votos a su favor (ABC 24/02/2012).*
- *Piden suspender a un policía por «detener ilegalmente» a un profesor (ABC 26/02/2012).*

En el CDe de *El Mundo* destaca la elevada presencia de textos en la edición de Madrid, y la ausencia de noticias de otras ediciones regionales, lo que hemos pensado que podía deberse a que la edición depositada en la base de datos Lexis-Nexis era exclusivamente la de Madrid, en detrimento del resto; lamentablemente no hemos podido confirmar esta posibilidad pese a nuestros intentos de comunicación con el departamento de documentación del medio. MADRID, de hecho, se convierte en la sección con mayor porcentaje de publicación en el período (32,9%), a escasas décimas de la siguiente en importancia, ESPAÑA (34,4%) que, recordemos, es la sección por excelencia en la que *El Mundo* publica artículos de esta temática.

La primacía de la sección madrileña se acentúa durante los años 2010 y 2011, cuando la atención se dispara (en 2010 es de un 45% y en 2011 de un 65,4%), a gran distancia de la segunda sección relevante, que tanto en 2010 como en 2011 es la de OTRAS, con un 26% y un 22,1% respectivamente. Durante todo el período, la atención prestada por *El Mundo* a la UCM es muy destacada, pues (como se puede ver en el Anexo 8), esta universidad resulta ser el segundo colectivo que concita más atención para este rotativo durante el período, un 28,3%, tan solo por debajo del colectivo UN (referencias al sistema universitario nacional y referencias generales al tema). Una revisión de los textos nos indica que el principal foco de atención son los acontecimientos que suceden en la Universidad Complutense de Madrid, a cuyo rector, Berzosa, este rotativo dedica muchas páginas y textos durante esos dos años. Véanse como ejemplo los titulares correspondientes al mes de marzo de 2010 en *El Mundo*, que nos permiten ver la intensidad de esta relación:

- *¿Cierra la Complu sus colegios? (EM 04/03/2010).*
- *La Complutense también cerrará en Semana Santa (EM 14/03/2010).*
- *No quieren colegios mixtos (EM 23/03/2010).*
- *Colegios mayores en estado precario (EM 24/03/2010).*
- *Emboscada contra el rector (EM 24/03/2010).*
- *Berzosa: «Lo más grave en 30 años» (EM 24/03/2010).*

- *La 'uniborroka' (EM 25/03/2010).*
- *«Vamos a expedientar a los colegiales, hay motivos de sobra para expulsarlos» (EM 25/03/2010).*
- *Los agresores tienen que responder ante la Justicia (EM 25/03/2010).*
- *Los estudiantes hacen piña con los exaltados (EM 25/03/2010).*
- *Investigación académica sobre los atacantes EM 25/03/2010*
- *Los rectores, todos a una (EM 25/03/2010).*
- *El ministro, con Berzosa (EM 25/03/2010)*
- *Figar le lee la cartilla al rector de la 'Complu' (EM 26/03/2010).*
- *¿Mixtos o no mixtos?, la clave de la polémica (EM 26/03/2010).*
- *Las cuatro esquinas (EM 27/03/2010).*
- *La Complutense pagará las obras de los colegios mayores (EM 27/03/2010).*
- *Reformas en el campus (EM 30/03/2010).*
- *La Universidad cierra hasta el 4 de abril para ahorrar (EM 30/03/2010).*
- *«Berzosa no les puede sancionar» (EM 30/03/2010).*
- *El resto, cuando «sea posible» (EM 30/03/2010).*
- *Los estudiantes se quejan (EM 30/03/2010).*
- *«Berzosa ha hecho pisos» (EM 31/03/2010).*

El motivo de este seguimiento informativo a la UCM es la necesidad de obras en algunos de los colegios mayores y la discusión sobre por qué no se han llevado aún a cabo –con enfrentamiento entre UCM y gobierno autonómico-, así como la propuesta de convertirlos en mixtos y la reacción negativa de los estudiantes. Todo ello da lugar a este encadenamiento de titulares. *ABC* y *El País* también tratarán este tema, pero con menor intensidad (*ABC* en 7 textos y *El País* en 12) y con diferencias en las estrategias léxica e intencional, según veremos.

Durante los años 2012 y 2013 es la sección ESPAÑA la que recoge un mayor número de textos, que casi llega a la mitad, pues en ambos años es de un 47%. La segunda sección con un mayor porcentaje de textos es la de OTROS, con un 37,1% en 2012 y un 24,8% en 2013. Un repaso a los subtemas nos revela que gran parte del motivo son las huelgas y protestas estudiantiles, que se intensifican esos años. Un análisis comparativo indica, sin embargo, que es mucha menor la atención que *El Mundo* le presta frente a la ofrecida por otros periódicos. La sección de MADRID, donde la presencia del tema decae radicalmente en 2012 (con un 3%), conoce un gran incremento de nuevo en 2013, cuando se convierte en la tercera sección con mayor porcentaje de textos publicados, 23,9%.

Tras la sección MADRID encontramos la categoría OTRAS SECCIONES en la que se incluyen textos sobre todo de las secciones de: MERCADOS, CAMPUS, EM2 CIENCIA, EM2 MADRID, EM COMUNICACIÓN, EMPLEO, EMPRENDEDORES, o CIENCIA, y que tiene una presencia en 2012 de 37,1%, en 2013 de 24,8% y en el conjunto del período de un 27,9%. El resto de secciones aparecen de una forma casi anecdótica.

EM - Secciones	Anualidad				M %
	2010	2011	2012	2013	
Economía	1,5	1,9	0,8	0,9	1,2
Editorial	0,8	0,0	2,3	0,9	1,0
España	22,9	9,6	47,0	47,0	32,4
Madrid	45,0	65,4	3,0	23,9	32,9
Opinión	3,8	1,0	9,8	2,6	4,5
Otra	26,0	22,1	37,1	24,8	27,9
Totales	100,0	100,00	100,0	100,0	100,0

Tabla 12: *El Mundo*: porcentajes de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.

La Tabla 12 resume los resultados de *El Mundo* por secciones y años. Si nos centramos en los textos recogidos bajo el criterio de OTRAS SECCIONES y, en concreto, en el año 2012 (con 49 textos, lo que significa un porcentaje de 37,1%, segundo en relevancia), vemos un reparto como el de los ejemplos:

- Ningún abogado sin master (EM 04/03/2012) Sección MERCADOS.
- Entrevista a Alan Jenkins, CEO de Kaplan Europa: «España debe mejorar si quiere ser un gran destino educativo» (EM 10/03/2012) Sección EMPLEO.
- Protesta del 15-M por los ataques 'ultras' en la Universidad Complutense (EM 11/03/2012). Sección: EM2 MADRID.
- Primera cátedra de Cirugía Robótica en España (EM 04/03/2012). Sección EM2 MADRID
- Un grupo español abre universidad en Colombia (EM 24/03/2012). Sección: EMPLEO.
- Los científicos españoles también se indignan (EM 28/03/2012). Sección: EM2 CIENCIA.
- Orbyt y la VIU fomentarán la lectura en la Universidad (EM 28/03/2012). Sección: EM2 COMUNICACIÓN.

En cuanto al diario del Grupo PRISA, los datos indican que la sección/edición en la que publicó más textos sobre el tema entre 2010-13 fue la edición de Comunidad Valenciana (23%), seguido de la sección por excelencia en la que *El País* prefiere ubicar sus informaciones sobre el tema dentro de la edición nacional del medio, la de SOCIEDAD (17,4%). A continuación, encontramos las ediciones de Madrid (11%), País Vasco (9,8%), Cataluña (9,3%), Andalucía (9,1%) y Galicia (7,3%). En los resultados porcentuales globales, que se pueden observar en la Tabla 11, el resto de secciones apenas cuenta con representación significativa, más allá de la sección de OPINIÓN, con un 3,4%. Como ya hemos mencionado, la edición de la Comunidad Valenciana es, durante prácticamente todo el período, la más prolífica en publicaciones sobre el tema, a excepción del año 2013, en el que la sección SOCIEDAD le supera, dado que llega a publicar un 31,4% -primera-, lejos del 17,7% de la edición Comunidad Valenciana – segunda ese año-.

Según hemos visto, el peso de estos textos en las ediciones autonómicas es muy relevante. Repasemos los datos. Los porcentajes de publicación en Andalucía son en ese período de: 7,3% en 2010; 9,6% en 2011; 13,1% en 2012 y 6,5% en 2013. En cuanto a la edición de Galicia tenemos un 12,1% en 2010; 8,4% en 2011; 7,5% en 2012 y 0% en

2013. Por lo que se refiere al País Vasco: 13,5% en 2010; en 2011, 12,6%; 11,7% en 2012 y 0% en 2013. Como vemos, la publicación en estas dos últimas ediciones se interrumpe abruptamente en 2013, cuando no hay textos sobre esta temática. Sin embargo, esas ediciones regionales de *El País* no se cierran hasta el año 2015 por lo que la no existencia de temas no se debe a este motivo.

Dentro de la continua presencia del tema universitario en la edición de Comunidad Valenciana, el año que más destaca es 2010 (28,5%). Ese es un año de elecciones a rector en la UV y la UJI, de proyectos de excelencia internacional, de crecimiento de la Universidad Católica de Valencia y de preocupación por la financiación universitaria, aunque lo que se observa es una temática variada que ejemplificamos con los siguientes titulares, rescatados del mes de enero de 2010:

- *La Menéndez Pelayo abre una sede estable en L'Alfàs del Pi (EP 05/01/2010).*
- *El rector de la Universitat evita decantarse por un sucesor (EP 13/01/2010).*
- *Vicent Climent se perfila como nuevo rector de la Jaume I (EP 15/01/2010).*
- *La paradoja del Nobel (EP 15/01/2010).*
- *¿Campus de excelencia? Sí, pero no de esta forma (EP 15/01/2010).*
- *La Universitat destina fondos a las víctimas de Haití (EP 15/01/2010).*
- *Cuatro candidatos, 4 monólogos (EP 20/01/2010).*
- *El estudiante debe cambiar el chip (EP 22/01/2010).*
- *Nuevos grados, viejas prácticas (EP 22/01/2010).*
- *Ingenieros de Alicante demandan a Fomento (EP 23/01/2010).*
- *ESTEBAN MORCILLO. Una candidatura completa que persigue la evolución (EP 29/01/2010).*
- *Los candidatos buscan el hueco (EP 29/01/2010).*
- *ANTONI FURIÓ. Participación, personalidad, calidad, ética y valentía (EP 29/01/2010).*
- *VICENT SOLER. Una universidad activa para una sociedad en crisis (EP 29/01/2010).*

Los datos del diario *El País* específicos por secciones y ediciones, se pueden consultar en la Tabla 13:

EP Secciones	Anualidad				M %
	2010	2011	2012	2013	
Andalucía	7,3	9,6	13,3	6,5	9,1
Cataluña	5,5	6,1	8,6	18,0	9,3
Cultura	0,2	0,0	0,2	1,0	0,3
Com. Val.	28,5	22,5	22,2	17,7	23,0
Economía	1,0	0,0	0,0	0,5	0,4
Editorial	0,0	0,0	0,9	1,0	0,5
España	0,6	0,5	1,4	1,2	0,9
Galicia	12,1	8,4	7,5	0,0	7,3
Madrid	9,1	17,3	7,7	10,2	11,0
Opinión	3,2	3,5	1,6	5,2	3,4
Otras	7,1	7,5	8,9	7,2	7,7
País Vasco	13,5	12,6	11,7	0,0	9,8
Sociedad	11,9	11,9	15,9	31,4	17,4
Totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 13: *El País*: porcentaje de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.

El diario del Grupo Godó mantiene la sección TENDENCIAS como la más importante en la publicación de asuntos sobre universidad y educación superior en cada anualidad (cf. Tabla 12). De hecho, cada uno de esos años supera el 70% de adscripción de textos (77,9% en 2010; 76,8% en 2011; 73,6% en 2012 y 77,1% en 2013). Entre el resto de secciones destaca especialmente la de OPINIÓN (con un 10,9% de media en el período), escasamente presente si lo comparamos con el resto de medios, y entre todos los años, es 2011 aquel que tiene un porcentaje ligeramente superior al resto, con un 13,2%.

Al revisar esos textos de opinión aparece un tema que es especialmente relevante para *La Vanguardia*: la gobernanza universitaria (que nosotros hemos recogido en el subtema de “Gestión universitaria”, el tercero más relevante ese año, con un 9,3% de presencia). Noticias que recogen tal preocupación son las siguientes:

- *Qué hacer en las universidades (LV 06/01/2011).*
- *El gobierno de las universidades (LV 21/01/2011).*
- *Gobernanza y rectores (LV 27/01/2011).*

La etiqueta de OTRAS SECCIONES tiene una representatividad del 6,3% de media, la tercera más relevante de *La Vanguardia* entre 2010-13. Se incluyen aquí textos pertenecientes principalmente a las secciones de VIVIR o SUMARIO, que tienen una presencia más o menos estable durante todo el período (5,5% en 2010; 3,3% en 2011; 4,7% en 2012 y 11,2% en 2013). En relación a los editoriales, si bien es escasa su presencia global en el período, es *La Vanguardia* el diario que mayor espacio le dedica: un 3,4% de los textos frente al 0,5% de *El País*, el 1% de *El Mundo* o el 0,6% de *ABC*. Estos aparecen sobre todo en los años 2012 y en menor medida 2013.

LV -Secciones	Anualidad				M %
	2010	2011	2012	2013	
Cultura	0,6	2,0	0,9	0,5	1,0
Economía	1,8	0,7	1,9	0,0	1,1
Editorial	1,8	3,3	4,7	3,2	3,4
Internacional	0,0	0,0	0,0	0,5	0,1
Opinión	11,0	13,2	12,7	6,9	10,9
Otra	5,5	3,3	4,7	11,2	6,3
Política	1,2	0,7	1,4	0,5	1,0
Tendencias	77,9	76,8	73,6	77,1	76,2
Totales	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabla 14: *La Vanguardia*: porcentajes de publicación sobre el tema entre 2010-13. Elaboración propia.

Estos, en definitiva, son los datos de los cuatro diarios considerando secciones y ediciones conjuntamente. No obstante, entendimos que la incorporación de las ediciones autonómicas a este cómputo, si bien es fidedigna respecto a lo que ocurre en las autonomías a las que estas ediciones dan nombre, no lo es para aquellas donde no existen ediciones, ni lo era si lo que tratábamos era de hacer una comparación de las secciones fijas de los cuatro medios. Por ello procedimos a realizar un segundo análisis eliminando las ediciones regionales de todos los medios, es decir, las de Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia, Otras comunidades, Madrid y País Vasco, y comparamos los resultados obtenidos. En este segundo análisis, y dada la inexistencia de textos de *La Vanguardia* vinculados a ediciones regionales, no hubo eliminaciones, lo que hizo que los resultados (cf. Anexo 5) no variaran respecto al análisis anterior. Sin embargo, sí existió variación respecto al resto de medios.

Si comparamos la actuación de los cuatro medios, vemos que *La Vanguardia* publica prácticamente todos sus textos sobre el tema en la sección TENDENCIAS (76,2%); además, este diario pasa de ocupar una tercera posición en cuanto a porcentaje de publicación de textos, a colocarse el primero. Eliminadas las ediciones autonómicas, efectivamente, *La Vanguardia* sigue publicando 713 textos, frente a los 534 de *El País*, los 393 del *ABC* y los 325 de *El Mundo*; estas cifras corresponden a los siguientes porcentajes: *La Vanguardia* 36,3%, *El País* 27,2%, *ABC* 20% y *El Mundo* 16,5%. Vemos, pues, que al eliminar las ediciones autonómicas los resultados entre los cuatro diarios no son tan dispares. De hecho, esa proximidad ocurre también en otra sección clave, la de OPINIÓN, donde prácticamente todos los periódicos publican los textos sobre la universidad. En este caso, los datos nos indican que *ABC* es el rotativo con más artículos de este tipo, un 11,5% de textos en esa sección, mientras en *El País* fue de un 11%, en *La Vanguardia* de un 10,9% y en *El Mundo* de un 6,8%.

En el apartado §3.3.3 del cap. 3 hemos señalado las ediciones que estos periódicos tenían durante el período 2010-2013. Sin embargo, la revisión del CDe nos permite ver que no todos ellos publican en sus ediciones autonómicas textos relacionados con

la universidad o educación superior. Nos surge la duda de si esa es la realidad o, por el contrario, la no aparición de textos con esta temática se debe a las ediciones o versiones del periódico que estos depositan tanto en Factiva como en Lexis-Nexis.

ABC y *El País* son los periódicos que publican textos en más ediciones regionales, en concreto las de Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Galicia. *ABC*, *El País* y también *El Mundo* cuentan con textos en la edición Madrid. La edición Otras comunidades es exclusiva del *ABC*, y la del País Vasco es exclusiva de *El País*, que es el único medio que publica artículos sobre el tema en ella.

Si comparamos las ediciones autonómicas de *ABC* y *El País*, es el primero el que más textos publica sobre universidad o educación superior en su edición regional de Andalucía: un 82% *ABC* respecto al 18% de *El País*. En el caso de la edición catalana los porcentajes se invierten y es *El País* quien publica un mayor porcentaje: un 79,4% de estos textos, frente al 20,6% del *ABC*, y lo mismo ocurre con las ediciones valenciana y gallega mucho más representadas en *El País* que en *ABC*. En el caso de la valenciana, *El País* publica un 88,6% de textos en el período, frente al 11,4% del *ABC*, y en el caso gallego estos porcentajes son del 65,3% y el 34,7%. En cuanto a la edición madrileña, con la que cuentan tanto el *ABC* como *El Mundo* y *El País*, los porcentajes son más similares y, si bien *El País* publica un porcentaje algo más elevado de textos sobre esta temática en su edición, un 41,3%, en *El Mundo* ese porcentaje es tan solo un poco inferior, del 34% y un 22,1% en el *ABC*.

Todos estos datos se recogen en las siguientes figuras, referidas a cada uno de los periódicos:

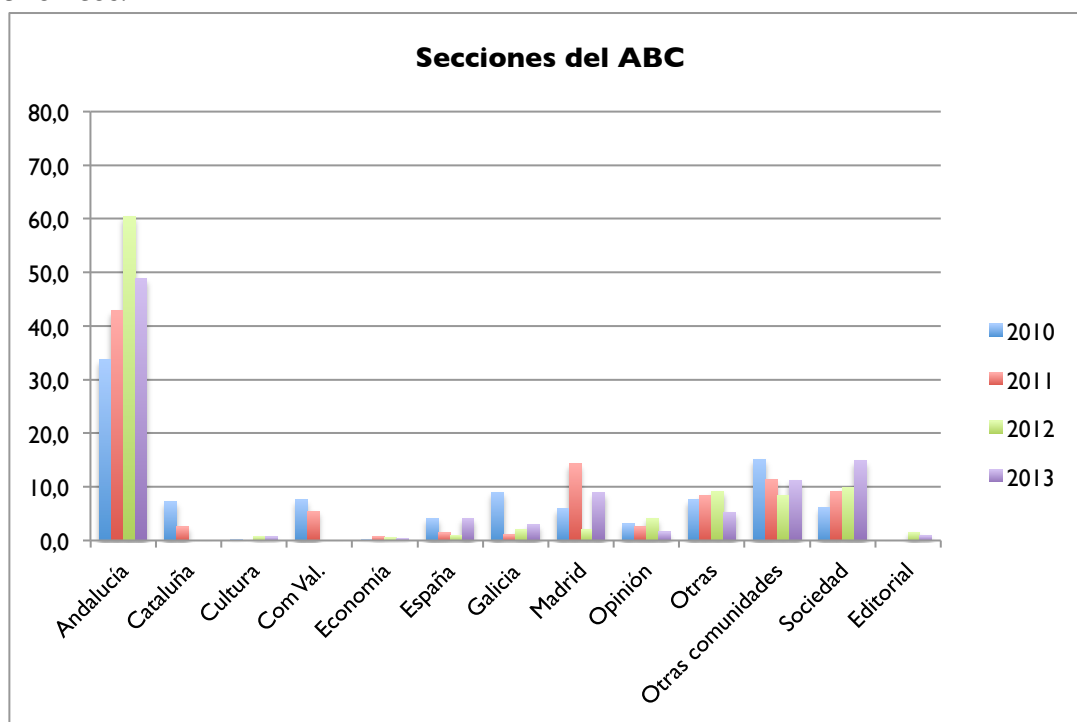


Figura 22. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de ABC. En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).

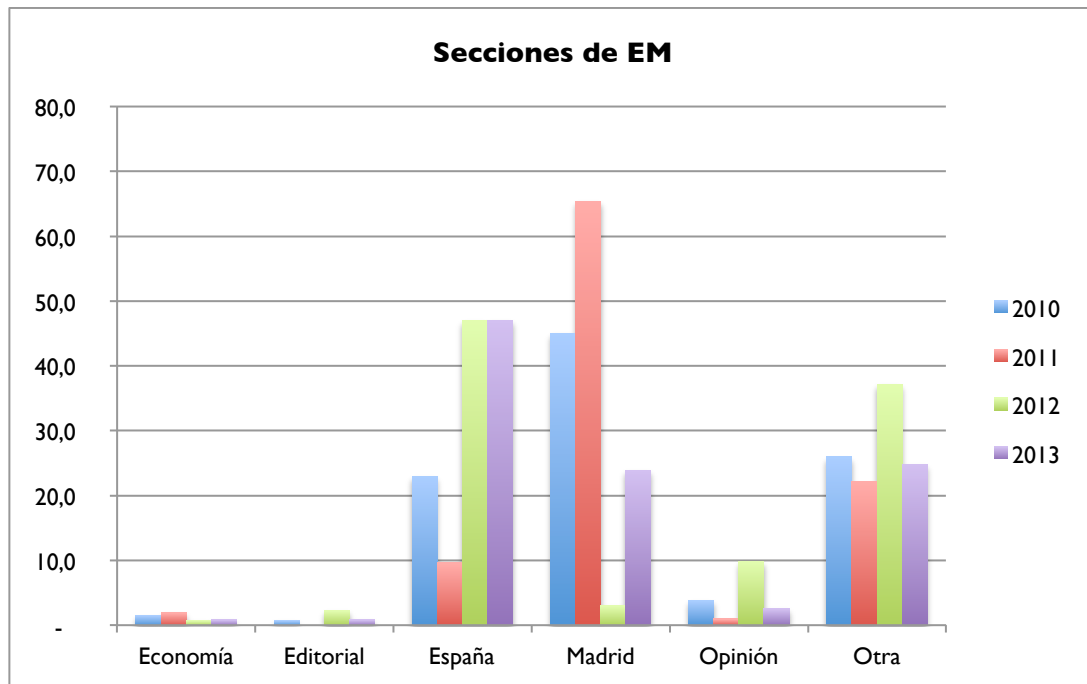


Figura 23. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de *El Mundo*. En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).

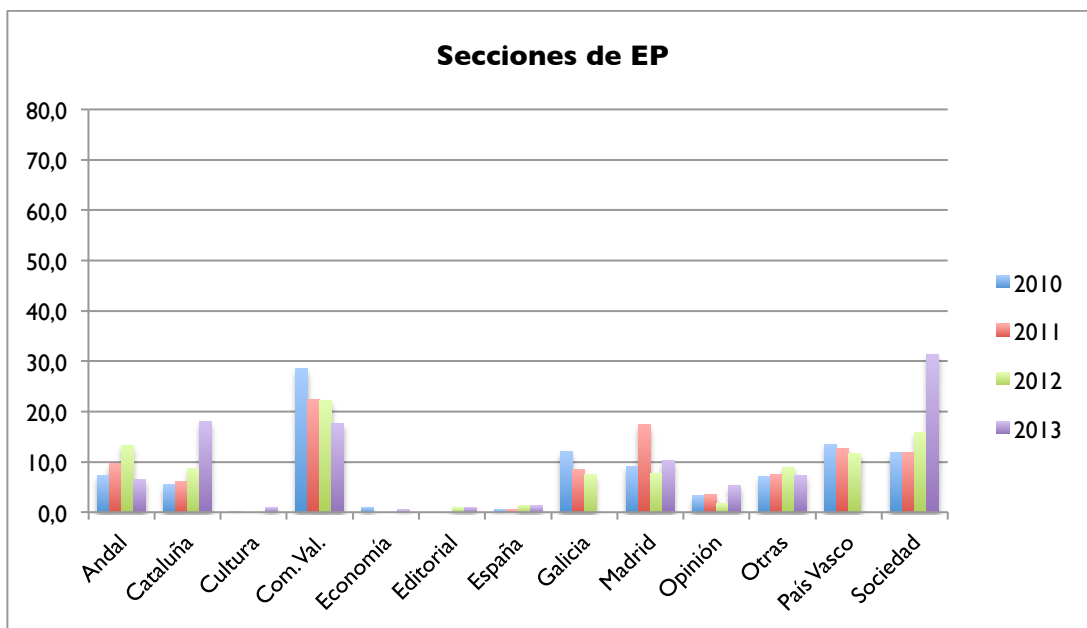


Figura 24. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de *El País*. En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).

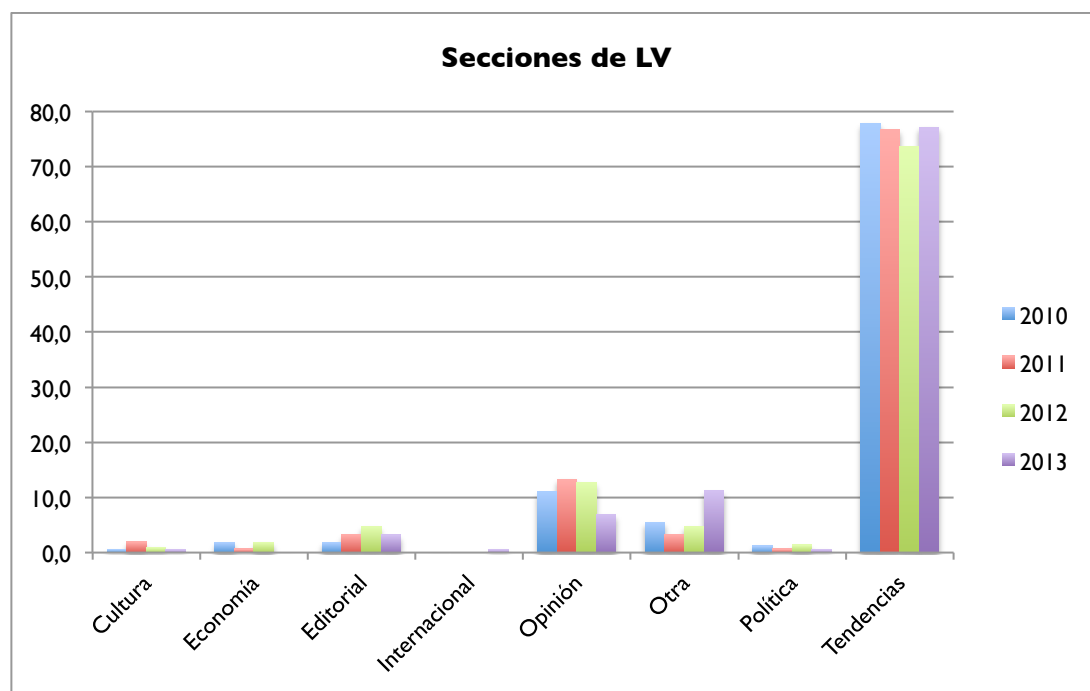


Figura 25. Aparición del tema “Educación Superior” y “Universidad” en las secciones de *La Vanguardia*. En porcentaje. Corpus Definitivo (2010-2013).

Para terminar el análisis de las ediciones, completamos la información con el análisis temático, atendiendo a los colectivos e instituciones universitarias que han sido objeto de atención preferente en cada periódico.

En cuanto al *ABC*, los colectivos que han sido los protagonistas principales de las diferentes secciones, durante todo el período, son los siguientes (cf. Anexo 6):

- Edición Andalucía: la US (40,4%), la UCO (19%), el sistema universitario andaluz (10,8%), la UPO (10,7%), la Universidad Loyola Andalucía (8,2%) y el sistema universitario nacional (7%), como más destacados.
- Edición Cataluña: el sistema universitario catalán protagoniza el 52,4% de los textos, la UB (28,6%) y tres colectivos: la UAB, la UDL y la UPC todos aparecen en un 4,8% de las ocasiones.
- Edición Comunidad Valenciana: la UV concita como protagonista un 51,9% de los textos, el sistema universitario español un 11,5%, el sistema universitario valenciano es protagonista en un 9,6% de las ocasiones, la UMH en un 7,7%, la UA en un 5,8%, y finalmente con un porcentaje muy bajo, de un 1,9% aparecen las menciones a la UCJC, la UCM, UIMP, UJI, UPV y VIU.
- Edición Galicia: las referencias más destacadas, pues no son las únicas son al sistema universitario gallego (39,7%), la USC (36,8%), la UVigo (11,8%), la UDC (4,4%) y la UCM (2,9%).
- Edición Madrid: referencias básicas a la UCM (69,6%), al sistema universitario madrileño y el sistema universitario español en su conjunto, ambos con un

6,1%, a la UPM (6,1%), a la UAH (3,5%), y con un porcentaje idéntico a la UAM y la UC3, (1,7%).

- En la edición *Otras comunidades* destaca sobremanera la presencia de la UCLM, con un 50,3% de textos donde es protagonista. Del resto destacamos someramente las referencias al sistema universitario en su conjunto (7%) o la UNICYL (6,4%) y la UNED, con un 4,8%, o la UII y la ULL (ambas con un 4,3%).

En el caso de *El Mundo*, la relación de ediciones es sencilla pues, como hemos indicado, la única en la que aparecían textos era en la de Madrid. En ese caso, la atención se dirige claramente a una universidad: la UCM, que llega a protagonizar el 73,6% de los textos. El sistema universitario español aparece en un 8,8% de las ocasiones y las referencias al sistema universitario madrileño ocupan un 3,8%. La siguiente universidad más mencionada es la URJC, si bien su 3,1% de frecuencia de aparición dista mucho de lo visto para la UCM.

El País cuenta con seis ediciones, cuyos resultados quedan como sigue:

- Edición de Andalucía: el sistema universitario andaluz es protagonista del 32,5% de los textos, la US de un 25%, la UPO de un 7,5%, la UGR en un 5%, la UMA en un 4,4% de los textos, la UCA, en el 3,8%, el sistema universitario español o referencias generales a la universidad ocupan un 3,1%, la UHU y la UJaén ambas aparecen como protagonistas en un 2,5% de las ocasiones, son los más relevantes.
- En cuanto a Cataluña, los colectivos más presentes en las noticias de esta edición son: el sistema universitario catalán en su conjunto en un 29,6% de las ocasiones, la UB con un 16%, el sistema universitario español, un 14,8%, la UAB y la UPC, ambas con un 13%, la UPF con un 6,2% y la UVic y la UDG ambas con un 2,5%.
- En cuanto a la edición Comunidad Valenciana, en un 24,6% el protagonista es el sistema universitario valenciano en su conjunto, en un 13,6% el sistema universitario español, en un 17,4% es la UV, en un 7,7% de las ocasiones la protagonista es la UA, en un 7,2% la UJI, un 6,2% de protagonismo tienen tanto la VIU como la UPV, en un 6% está la UCV y finalmente en un 5% la UMH.
- En la edición gallega, los resultados son los siguientes: el sistema universitario gallego en su conjunto, un 31,3%, un 25% la USC, la UDC un 17,2%, un 13,3% la UVigo y un 12,5% el sistema universitario español en su conjunto, entre los más destacados.
- Respecto a la edición de Madrid, los colectivos más presentes son la UCM con un 55,4%, el sistema universitario madrileño en un 16,6% de las ocasiones, el

sistema universitario español, en un 8,8%, la UC3 con un 6,2%, la UPV con un 4,7% y la UAH, con un 2,6%, entre los más presentes.

- En el País Vasco, los datos son: la UPV-EHU, en un 64,9% de las ocasiones, Mondragón un 10,5%, Deusto, un 9,9%, el sistema universitario español en su conjunto, un 8,2% y el sistema universitario vasco en un 3,5%.

En relación a *La Vanguardia*, y si bien ya hemos visto que no hay ediciones específicas en el CDe., hemos utilizado la suma de todas las secciones para saber cuáles son los colectivos más representados en todo el medio. Los resultados obtenidos son que el concepto de universidad o educación superior lo es en un 51,2% de las ocasiones, el sistema universitario catalán aparece como protagonista en un 21,2% de los textos, la UB en un 7,2%, la UAB en un 5,8%, así como la UPC en un 5,5%, como colectivos más significativos¹⁴⁹.

1.1.3. Rasgos externos: longitud, paratexto, página

En relación a los rasgos externos de los textos, tan relevantes para completar su valoración dentro del contexto del medio, recopilamos datos acerca de su longitud, la página en la que se publicaba el texto —según aparecía indicado en el documento extraído de la base de datos— y los elementos paratextuales utilizados en la presentación de la información u opinión, cuando así se reflejaba. Aun teniendo en cuenta la existencia de estos elementos, ya hemos señalado que fuimos conscientes desde el primer momento de la limitación que suponía trabajar con documentos extraídos de una base de datos por varias cuestiones:

- En ningún caso se podían visualizar los elementos que acompañaban a la información, es decir, infografía, ilustraciones o fotografías que tan significativos pueden resultar a la hora de determinar la valoración que sobre determinado tema hace un medio. Hemos buscado (y reproducido) algunos casos concretos que ilustran este extremo.
- Esta categoría de análisis también está sujeta a las limitaciones explicadas en el apartado §3.3.3 del capítulo 3, en relación al sesgo que pudo suponer la eliminación de noticias repetidas de nuestro corpus definitivo.

¹⁴⁹ Se puede acceder a la información completa en el Anexo 8.

En definitiva, y como consecuencia del proceso de elaboración del corpus, no nos es posible reflejar un análisis completo de los elementos más externos a los textos del corpus. No obstante, sí pudimos observar en el CDe. detalles como la longitud media de las piezas analizadas, rasgo en el que *ABC* presenta una extensión media de 381,50 palabras; esta medida es un poco más alta en el caso de *La Vanguardia*, con 451,75 palabras, y sube a 522,87 palabras en *El País* y 584,06 en el caso de *El Mundo*. En relación a la extensión máxima de los textos, pudimos observar que esta variaba notablemente entre los cuatro rotativos, desde la extensión máxima de 1.863 palabras del *ABC* a las 7.819 de *El Mundo*, pasando por las 1.868 de *La Vanguardia* y las 2.624 de *El País*. Como hemos visto al analizar la media, esa extensión máxima de *El Mundo* es algo infrecuente pues, aunque sea el medio en el que los textos tienen una mayor extensión media en palabras, 584,06, lo cierto es que no dista tanto de los otros tres, especialmente de *El País* –recordemos aquí también que es el medio con un menor número de textos en el Corpus, 480-.

Para conocer si existía alguna relación entre la longitud en palabras de los textos de cada uno de los medios y los géneros periodísticos, recodificamos en *SPSS* el campo de longitud, puesto que este era un campo con valores desde las 10 a las 7.819 palabras de *El Mundo*, lo que lo hacía inmanejable. Así, lo recodificamos y le dimos los valores de rango que se pueden revisar en el Anexo 2. Con este rango de valores, analizamos la relación entre diario, longitud y género periodístico, y los datos que surgieron nos indicaron las siguientes relaciones¹⁵⁰:

- Cuando se trata del género periodístico columna de opinión, lo más frecuente es una extensión en palabras que oscila entre 0 y 500. Así ocurre en el caso del *ABC* (59,8%), *El Mundo* (57,1%) y *La Vanguardia* (66,2%) mayoritariamente; tan solo para *El País* esta es la segunda opción (26,8%), ya que mayoritariamente (en un 57,7% de las ocasiones) sus artículos de opinión tienen una extensión de entre 501 y 1000 palabras.
- En el caso del género más presente en nuestro corpus, el de la noticia, género por excelencia del periodismo informativo, todos los medios coinciden en elaborar mayoritariamente textos de una extensión de entre 10 y 500 palabras. El *ABC* recurre a esta extensión en 79,6% de las ocasiones; *El País* en un 75,5% de las ocasiones; *La Vanguardia* en un 68,2% y en *El Mundo* en un 63,1%.
- Las entrevistas tienden a ser más extensas en los cuatro rotativos. En el caso de *La Vanguardia*, las entrevistas tienen entre 501-1000 palabras en un 83,3% de las ocasiones, en *El Mundo* en un 75%, en el *ABC* en un 60,5% de los casos y en *El País* en un 55,6%.

¹⁵⁰ Más información en el Anexo 7.

- En el caso del reportaje, la extensión 501-1000 palabras es también la más presente, con frecuencias que varían entre el 72,6% del *ABC*, el 49% de *El Mundo*, el 53,9% de *El País* y el 57,1% de *La Vanguardia*.
- En el caso del *ABC* el género de la crónica, género con menor número de recuentos en nuestro CDe., oscila por igual (50%) entre una extensión de entre 0- 500 y 501-1000. En el caso de *El Mundo*, la extensión con mayor frecuencia de aparición es la de entre 501-1000, con un 50%, y la media de *El País* y de *La Vanguardia* es algo inferior, de entre 0 a 500, con porcentajes que varían entre el 66,7% de este último al 48,4% del periódico del Grupo *PRISA*.

Con el objeto de soportar mediante técnicas de contraste cuantitativas los hallazgos descritos anteriormente, se procedió a analizar las influencias que sobre la longitud de los textos existen según el medio del que se trate, y se procedió a la realización de un análisis de contraste estadístico. En primer lugar, se comprobó la distribución normal de las puntuaciones para la variable *Longitud* con el objeto de determinar el tipo de pruebas a emplear (paramétricas o no paramétricas) con el objeto de cumplir con los supuestos teóricos de aplicación de las mismas.

Los resultados del *test Kolmogorov Smirnov* evidenciaron diferencias estadísticamente significativas a nivel $p = .000$. Ello indica que no se cumple el criterio de distribución normal de la muestra para la variable longitud, y que existen diferencias estadísticamente significativas en las medias de la longitud de los textos de cada uno de los medios. Por tanto, no era posible el empleo de pruebas de tipo paramétrico y fue necesario emplear sus alternativas no-paramétricas (Pallant 2003; Cohen *et al.* 2000).

En tal sentido se procedió a comprobar, mediante la *prueba Kruskal Wallis* (alternativa no paramétrica al *test ANOVA*), la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre la longitud y el medio. Los resultados del *test* evidenciaron diferencias estadísticamente significativas [$X^2(3, 4507) = 159,145, p = .000$]. Ello indica que el medio es un factor que influye sobre la longitud de los textos que forman el corpus. Dado que el *test Kruskal Wallis* no dispone *prueba Post-hoc* (al igual que el resto de pruebas no paramétricas), se procedió a realizar un contraste para dos muestras independientes, con el objeto de averiguar entre qué medios se producen las diferencias (Pallant 2003). Se empleó el *test U de Mann Withney* (alternativa no paramétrica al *test T de Student*) para cada uno de los pares de medios contrastables.

Del análisis por pares de contraste a través del *test U* se evidenciaron diferencias estadísticamente significativas a nivel $p < .01$ entre todos los pares contrastados (cf. Tabla 15). Los análisis señalan que la longitud de los textos de *El Mundo* es mayor que la del resto de medios; la longitud de los textos de *El País* es superior a las de *ABC* y *La Vanguardia* pero no a los de *El Mundo*; la longitud de los textos de *La Vanguardia* son superiores a los del *ABC* (pero no a las de *El Mundo* y *El País*) y, por último, el *ABC* no evidencia longitudes mayores que el resto de los medios.

Medios: comparación	Rango promedio	U(Z)	p
(1) ABC- (2) El Mundo		-9,969	,000*
(1)	957,98		
(2)	1266,90		
(1) ABC – (3) El País		-10,629	,000*
(1)	1474		
(3)	1827,94		
(1) ABC – (4) La Vanguardia		-5,754	,000*
(1)	1091,25		
(4)	1263,10		
(2)El Mundo – (3) El País		-2,878	,004*
(2)	1184,50		
(3)	1089,44		
(2)El Mundo – (4) La Vanguardia		-4,673	,000*
(2)	651,56		
(4)	556,71		
(3)El País – (4) La Vanguardia		-2,686	,007*
(3)	1249,00		
(4)	1164,40		

Tabla 15. Test U comparación longitud y medios.

Los resultados del contraste no paramétrico soportan las evidencias descritas mediante el análisis descriptivo, por lo que podemos concluir que en nuestro corpus la variable longitud se ha visto directamente influenciada por el medio en el tema objeto de estudio.

Debido a las limitaciones derivadas de las dos bases de datos, y según dijimos en el capítulo 3 (§4.4.1), no dispusimos del dato de paginación para todos los textos, motivo por el cual no analizamos la importancia concedida a las noticias que va a asociada a este rasgo externo.

1.1.4. Autoría de los textos

En cuanto a la autoría del texto, en los cuatro rotativos analizados priman los firmados por redactores o columnistas del mismo, es decir, lo que nosotros calificamos como autoría “Propia”, frente a los artículos procedentes de “Redacción y/o Agencias”

Los medios que cuentan con un mayor porcentaje de artículos de carácter “Propio” son *El Mundo*, donde hasta el 84% de los textos son de este tipo, y *El País*, con un 78%. A cierta distancia se encuentran el *ABC*, con 64%, y *La Vanguardia* donde el porcentaje es menor, pues solo un 60% de los textos se pueden atribuir a redactores propios del medio o columnistas y el resto son textos que proceden de agencia o que la redacción ha firmado con ese nombre, “Redacción” o “Redacción y Agencias”.

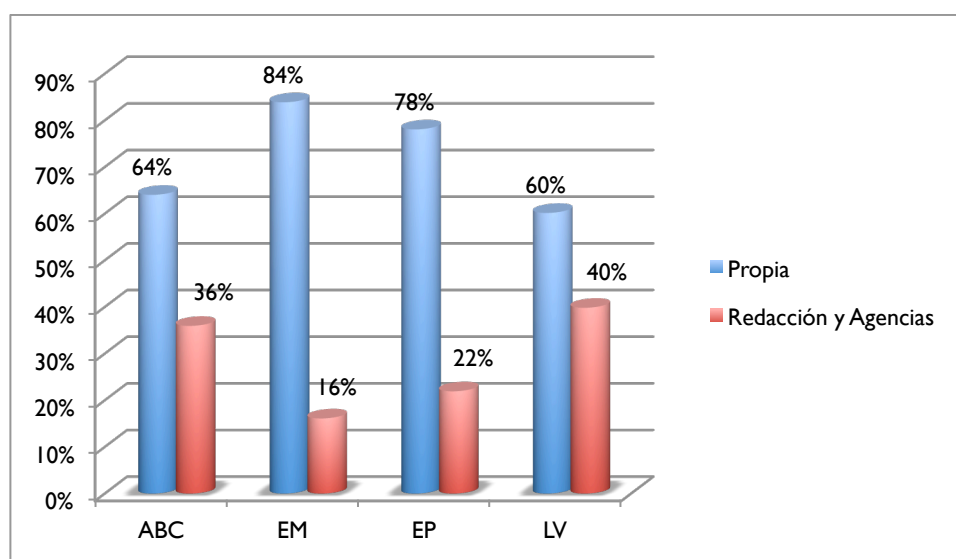


Figura 26. Textos con autoría “Propia” o procedentes de “Redacción o Agencias”. Años 2010-2013.

Podemos, en este sentido, hablar de dos tendencias: la protagonizada por *El Mundo* y *El País*, dos medios donde la firma de los textos relativos a este tema se convierte en algo bastante frecuente y, otra es la del ABC y *La Vanguardia*, con un menor porcentaje de textos firmados por periodistas o columnistas. Las diferencias porcentuales entre ambas tendencias son elevadas.

En el caso de los textos con autoría “Propia” quisimos conocer cuántos y quienes eran sus autores, si existía continuidad en el tratamiento del tema, y si podíamos hablar de un tratamiento especializado del tema universitario —a lo que contribuiría el hecho de que las noticias estuvieran escritas en su mayor parte por el mismo periodista—. Para ello analizamos los datos que habíamos recopilado, no sin antes adoptar varias decisiones metodológicas que afectarían los resultados.

Fue evidente desde el primer momento que los periodistas utilizaban al menos dos nombres como firma, como así permiten sus libros de estilo: una larga, en la que incluían nombre y apellidos o apellido, y otra corta, que incluía iniciales, o iniciales y primer apellido. Por tanto, fue necesario unificar las firmas para evitar duplicados, y procedimos a renombrar a los autores de las noticias utilizando los siguientes criterios:

- Un firma completa de autor, tan solo se podía corresponder con un firma corta de autor y no más, aunque en ocasiones, hubiera algún otro nombre que pareciera coincidir con ello. Por ejemplo: Pilar Álvarez y P. Álvarez o P. Á. Dado que un autor tan solo puede contar con una firma en formato breve, tan solo dos de ellas se unificarán para el tratamiento de los resultados.
- Se realizaron las listas de los autores que habían firmado en cada medio y solo a partir de ese listado se hicieron las uniones. Se pueden revisar estos listados en el Anexo 9.

- En el caso en el que un texto estuviera firmado por más de un autor, el texto aparecerá codificado bajo el título de “Varios autores” dada la dificultad de procesar un texto con dos o más autores en el SPSS. Ejemplo: CAROLINA GARCÍA / J. A. AUNIÓN aparecen como “Varios autores”.
- La única excepción la constituyen los textos firmados por autores correspondientes a un colectivo muy específico, que así lo hicieron constar en el mismo. En esos casos se codificaron bajo ese nombre colectivo. Ejemplo: los rectores de las universidades españolas o los textos firmados como Editorial, que se interpretaron con ese nombre.

Los resultados del análisis nos hicieron ver que en todos los medios había textos para los que no se había reconocido nombre de autor, bien fuera porque aparecían en portada o porque la base de datos no recogió esa información. Ello hizo que fueran analizados por el SPSS como casos perdidos. Explicado este punto, procedemos a explicar los detalles.

En el caso del ABC y para el período analizado hay 264 autores que firman sus textos, teniendo en consideración que hablamos tanto de noticias como de artículos. De entre ellos, 188 son los periodistas que firman las noticias con nombre y apellidos, entre los que destacan Pere Roura (8,7% de noticias firmadas), Esther Armora (5,6%), M. Isabel Serrano (5,1%), P. García (4,9%), Hipólito F. G. (3,7%), A. Elorza (3,6%), María Roso (3,5%), Varios autores (3,1%), Marga S. Mingo (2,6%), Amparo Baca Páez Carmona (2%), Milagros Asenjo (1,8%) y H. Fernández y Patricia Abet, ambos con un porcentaje de un 1,7%. El resto de autores no supera ese último porcentaje.

Entre los columnistas o colaboradores que más artículos de opinión firmaron en el ABC en este período, encontramos a César Nombela (12,4%), Alberto García Reyes (4,1%) y Antonio Burgos (3,3%). Editoriales del ABC hay en porcentaje similar, un 3,3%. Los columnistas Félix Machuca, Adolfo González Rodríguez, Juan Manuel de Prada, Julio Almeida, Obdulio Jovani y Rafael Pujol tienen un porcentaje de un 2,5% cada uno de ellos. Con un 1,7% se encuentran otros como Ángel Pérez Guerra, Antonio Alarco, Darío Valcárcel, Dídac Ramírez, Francisco Robles, Hermann Tertch, Herminio R. Padilla Alba, Jon Juaristi, José Ignacio Cubero, José Iturmendi, Mayte Alcaraz y Rogelio Reyes. El resto no supera esta porcentaje, si bien hay un total de hasta 73 nombres propios de articulistas que han escrito sobre el tema.

En cuanto a *El Mundo* son 65 los autores de sus textos periodísticos informativos, bien hablemos de noticias, crónicas, reportajes o entrevistas. Entre estos últimos, los más presentes en el día a día del medio son Elena Mengual (13,5%), Pedro Blasco (12,7%), Paloma Díaz Sotero y el conjunto “Varios autores” (8,2% ambos), Olga R. Sanmartín (7%), Marta Belver (5,7%), Luis F. Durán (3,7%), Leyre Iglesias y Quique Rodríguez (ambos con un 3,3%) y Víctor Martínez (2,9%). Los demás están todos por debajo de esta cifra.

Los textos de opinión de *El Mundo*, si bien escasos en cuanto al número, cuentan con muchos nombres propios. Destacan por su contribución Salvador Sostres (9,5%), Santiago González y Federico Jiménez Losantos (ambos con un 7,1%), y Javier Redondo y José Iturmendi (ambos también con un 4,8%). El resto de columnistas ha publicado en un porcentaje inferior. En su conjunto, *El Mundo* suma 33 colaboradores de artículos de opinión en ese período.

En *El País* aparecen hasta 335 autores firmando sus textos, de entre los cuales 173 son autores de noticias. Entre los periodistas que firman las noticias, los más destacados son Ivanna Vallespín (10,2%), Pilar Álvarez (8,1%), J. A. Aunión (5,7%), Ezequiel Moltó (5,1%), el código de “Varios autores” (5%), Ignacio Zafra (4,4%), Neus Caballer (4%), Juan Manuel Játiva (3,2%), A. Elorza (3%), Manuel Planelles (2,4%), Paz Álvarez (2,3%) y María Fabra (1,8%); el resto, suman individualmente porcentajes menores a este último.

Entre las firmas más destacadas de *El País*, aparece en primer lugar la generalista de “Varios autores”, con un 6,3% de frecuencia; a continuación aparecen Concha Caballero, Pablo Salvador Corderch y Santiago Lago Peñas (los tres con un 2,8%) y José Ramón Giner, Andrés Boix y Julio Seoane (con un porcentaje cada uno de un 2,1%). El resto, hasta completar el número de 104 colaboradores, contribuyeron en porcentaje inferior.

En cuanto a *La Vanguardia*, son hasta 119 los autores diferentes que firman sus textos en ese período, y de entre ellos, 49 autores firman las noticias. Destacan por orden descendente los siguientes Maite Gutiérrez (35,4%), Josep Playà Masset (18,1%), Alicia Rodríguez de Paz (10,2%), el código “Varios autores” (8,8%), Salvador Enguix (2,2%) y Mane Espinosa (1,8%); el resto de porcentajes son inferiores a este.

Los textos de opinión de *La Vanguardia* suman hasta 63 colaboradores. Los más destacados fueron Benjamín Suárez Arroyo (6,1%), Andreu Ibarz y Ramón J. Moles i Plaza (cada uno 5,1%), Francesc Carreras (4,1%), Susana Quadrado y Varios autores (cada uno de ellos con un porcentaje de un 3,1%), Dídac Ramírez y Josep M. Vilalta (3,1%)¹⁵¹.

1.2. El encuadre informativo-discursivo

A continuación reproducimos la Tabla 7, relativa a las categorías empleadas en el análisis del encuadre informativo-discursivo, organizadas de acuerdo con las estrategias de encuadre del modelo teórico de Gallardo (2013, 2014), lo que nos servirá para ir explicando los resultados de las mismas:

¹⁵¹ Para más información, se puede consultar el Anexo 9.

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	Representativa
		Expresiva Positiva
		Expresiva Negativa
		Otras
	VALORACIÓN	Positiva
		Negativa
		Neutra
		Positiva con crítica
ENCUADRE INFORMATIVO-DISCURSIVO: NIVEL TEXTUAL		
E. ESTRATEGIA ESTRUCTURAL	Formato del titular	Narrativa
		Argumentativa
		Descriptiva
		Cita directa
	Género periodístico	Noticia / Información
		Reportaje
		Entrevista
		Crónica
Columna de opinión		
ENCUADRE INFORMATIVO-DISCURSIVO: NIVEL INTERACTIVO		
F. ESTRATEGIA INTERTEXTUAL	Cita directa	
	Cita indirecta	
	No	

Tabla 7. Ficha con las categorías relativas al encuadre informativo-discursivo.

1.2.1. Estrategia léxica

Los estudios sobre discurso político señalan la ambigüedad e indefinición con la que habitualmente se usan términos emblemáticos, como “democracia”, “regeneración”,

“nacionalismo”... Esta circunstancia se debe a que los significados se determinan por referencia a marcos interpretativos ideológicos o de grupo (las palabras se tratan como los *significantes vacíos* de la escuela de Essex, o partiendo de la *escuadra ideológica nosotros-ellos* del análisis crítico del discurso), y explica que el lenguaje político de los últimos años se caracterice, entre otros rasgos, por la aparición de términos con acepciones semánticas distintas a las que ofrece el diccionario. Los ejemplos ofrecidos por la política española reciente son bien conocidos: “recorte”, “reforma”, “movilidad exterior” o “indemnización en diferido” son algunos de ellos (Gallardo 2014). En este apartado nos planteamos si es posible rastrear este tipo de usos léxicos marcados en nuestro corpus.

Todos los medios analizados emplean elementos léxicos de una manera especializada, cuya frecuencia de uso permite considerar que definen al diario y lo singularizan, dibujando algún tipo de marca estilística. En el corpus hemos comprobado la existencia de ciertas lexicalizaciones metonímicas, como “decreto Wert”, “Plan Bolonia” o simplemente “Bolonia”, “ley Wert”, “los erasmus”, ... o ciertas calificaciones más o menos habituales, como “tijeretazo” (disminución de becas en la época del ministro Wert), “anticapilla” (personas que se pronuncian contra la presencia de capillas en las universidades públicas), “miembras”, “chuletas”, “rojifascio” universitario, alumnos “progresistas”, entre otras. Estas no son comunes a todos los periódicos ni son continuas, pero se producen en contextos y circunstancias determinados que nos permiten extraer ciertas conclusiones.

Una revisión general de estos usos en los titulares nos lleva a presentar la siguiente tabla, en la que se puede ver cómo la estrategia léxica es rentabilizada en los titulares de las piezas analizadas. La Tabla 16 muestra el análisis de los titulares de la muestra, indicando los casos en que se hace uso de la estrategia léxica de acuerdo a tres finalidades que ya indicamos en el capítulo 3 (§4.3.1): activar distintos tipos de inferencias, tanto retóricas (“*Sevilla tiene un rector especial*”, ABC 26/01/2010) como gramaticales (“*La Complutense saca a la calle el descontento de las universidades*”, EP 28/11/2012, inferencia presuposicional), reproducir un uso de ciertas palabras por parte de los protagonistas de la noticia (“*Bibiana Aído concede 60.000 euros a unas "miembras" de Castellón*”, ABC, 12/01/2010), o introducir relaciones léxicas, tanto equivalencias como oposiciones (“*Más formadas, pero con peores empleos*” EP, 14/11/2010):

Según hemos podido observar, *El Mundo*, utiliza la estrategia léxica en un 21,5% de sus titulares (n= 104), mientras *La Vanguardia* es el diario que menos recurre a los usos léxicos marcados, un 13% (n=93).

	ABC		EM		EP		LV	
	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Uso léxico marcado	262	16,5	104	21,5	320	18,3	93	13,0
No marcado	1322	83,5	380	78,5	1431	81,7	620	87,0
Total	1584	100	484	100	1751	100	713	100

Tabla 16. Usos léxicos marcados y no marcados según medio.

Más en detalle, la Tabla 17, nos ofrece información minuciosa sobre los usos léxicos marcados según sean inferencias, discurso repetido o relaciones léxicas.

	ABC		EM		EP		LV	
	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%
Inferencias (retóricas y gramaticales)	162	10,2	74	15,3	243	13,9	72	10,1
Discurso repetido	78	4,9	24	5,0	44	2,5	4	0,6
Relaciones léxicas	22	1,4	6	1,2	33	1,9	17	2,4
Sin usos marcados	1322	83,5	380	78,5	1431	81,7	620	87,0
TOTAL	1584	100,0	484	100,0	1751	100,0	713	100,0

Tabla 17. Usos léxicos en cada diario, considerando los titulares. Recuento y porcentaje.

Dada la imposibilidad de analizar todos los textos de nuestro corpus, nos vamos a centrar en algunos casos significativos que, por su extensión y claridad, se convierten a nuestro juicio en paradigmas del comportamiento de cada medio en la configuración de esta estrategia. Por ejemplo, en el mes de abril de 2010 hubo un acontecimiento que llenó varias páginas del ABC. Fue la conferencia que un antiguo miembro del grupo terrorista *Terra Lliure*, condenado por asesinato, ofreció en la Facultat de Geografia i Història de la Universitat de València. Este acontecimiento se reflejó en nueve textos en el diario ABC –de opinión y noticias- y dos noticias en *El Mundo*, pero no tuvo ninguna cobertura en *El País* y *La Vanguardia*.

En este punto entendemos que es preciso diferenciar los usos lingüísticos empleados en las noticias y en los textos de opinión, dado que las convenciones estilísticas permiten una mayor autonomía, libertad y subjetividad en el tratamiento de los últimos respecto a los primeros. En algunas de estas noticias, los titulares utilizan usos marcados (normalmente mediante el uso ortográfico de las comillas), como en el siguiente caso:

- *El SEPC «coló» a un tal «C. Sastre» como suplente (ABC 28/04/2010).*

En este caso vemos que el titular en sí mismo incumple algunos de los criterios básicos de la buena titulación, como es la utilización de acrónimos desconocidos. Este titular, de hecho, será difícilmente comprensible para aquel lector que no haya leído antes sobre la noticia o que no haya seguido la polémica planteada por el medio, porque ni conocemos qué es la SEPC ni quien es C. Sastre hasta que no entramos a leer el texto.

Ese empleo, que sin duda pretende activar inferencias negativas en el lector, se extiende al interior de los textos, donde se les da un sesgo claro:

Ahora, el que fuera uno de los fundadores de la banda terrorista que actuó en Cataluña con especial virulencia en la década de los setenta ejerce como «conferenciante» (...). Sastre, quien cumplió once años de prisión por los delitos de sangre que se le atribuyeron, por su condición de «sindicalista».

También la denominación calificativa (“exterrorista”) permite activar esas mismas inferencias negativas; vemos además que, pese a que la conferencia fue acogida en una de las facultades, se recurre a la sinécdoque para atribuir el hecho a toda la Universidad, logrando la preactivación de varios elementos valorativos negativos:

- *La Universidad de Valencia acoge hoy a un ex terrorista condenado por asesinato (ABC, 27/04/2010).*

El siguiente titular plantea el uso de inferencias gramaticales (una clara presuposición existencial: “su pasado criminal”), que no aparecen confirmadas en el desarrollo del texto. Los posibles motivos por los que Sastre no menciona su anterior pertenencia a un grupo terrorista son sugeridos en el titular por el periodista, quien se atribuye ese papel en un claro gesto de subjetividad, cuya consecuencia es la activación de un campo semántico en el lector claramente valorativo:

- *Sastre elude su pasado criminal para evitar una denuncia por apología del terrorismo (ABC, 28/04/2010).*

Al hilo de esta noticia y lo que podría significar la confirmación del titular, lo máximo que encontramos en el texto es el siguiente párrafo:

Sastre, quien no hizo referencias a su pasado criminal, intentó otorgar rigor histórico a su alocución y trazó un retrato de la sociedad catalana actual para concluir que «el futuro de los Países Catalanes pasa por la independencia». A su juicio, el modelo que surgió de la transición «está agotado».

En cuanto a las consecuencias negativas de esta conferencia para la institución que le dio cabida, se infieren en la utilización de la expresión idiomática de este titular:

- *La charla de Sastre sigue coleando en la institución (ABC, 05/05/2010).*

Como ya hemos señalado previamente, la libertad de la titulación y en el empleo del léxico es mayor en el artículo de opinión, donde no existe esa exigencia inherente a la noticia de “neutralidad”. Seguramente por ello, en este tema los títulos son tan claramente subjetivos. En ellos se califica al conferenciante, como es el caso de:

- *Indigno en una Universidad (ABC 27/04/2010 (editorial)).*

También se cuestiona el papel de los responsables institucionales empleando presuposiciones y expresiones idiomáticas como en el siguiente titular:

- *Una decana en la cuerda floja (ABC, 30/04/2010) (editorial)*

O se responde con nuevos epítetos y expresiones idiomáticas a la acción iniciada por la institución para compensar la situación denunciada por el medio, como ocurre en los siguientes casos:

- *Justa réplica a Carles Sastre (ABC, 29/04/2010) (editorial).*
- *Rumbo a la normalidad (ABC, 05/05/2010) (editorial).*

En estos titulares, el ABC presenta abiertamente su posición ideológica respecto al tema, algo que, por otra parte, ya había quedado meridianamente expuesto al privilegiar este tema como destacado en la agenda mediática que comparte con sus lectores.

Si bien los textos de *El Mundo* sobre el mismo tema se enmarcan en un mismo espacio, este diario recurre a otras estrategias léxicas, como la ironía (sarcástica) mostrada en este titular:

- *La 'lección magistral' de un ex terrorista (EM, 18/10/2010).*

O, en este otro caso, una activación de inferencias recurriendo a la personificación y al uso del nombre “asesino” junto al apellido de su víctima (presuposición existencial, dando por sentado que el lector típico sabrá quién es Bultó¹⁵²), en una obvia estrategia de denuncia:

- *La Universidad de Valencia acoge a Carles Sastre, asesino de Bultó (EM, 27/04/2010).*

ABC recurre a usos léxicos marcados con mucha frecuencia, activando significados implícitos. Resulta interesante analizar el uso de esta estrategia en combinación con la de selección temática. Solo de esa forma se entiende con mayor profundidad la capacidad de encuadre que tienen estos recursos. Para ejemplificar la dinámica léxica del ABC recurriremos a dos casos más, uno protagonizado por la mayor universidad del país, la Universidad Complutense de Madrid, y otro por el segundo gobierno catalán de coalición tripartita, el que formaron el Partit dels Socialistes de Catalunya – Ciutadans pel Canvi, Esquerra Republicana de Catalunya y Iniciativa per Catalunya Verds - Esquerra Unida i Alternativa (2006-2010).

Del primer caso (ya hemos mencionado el alto protagonismo dado por ABC a la UCM, y la intencionalidad predominantemente de ataque) presentamos algunos titulares y extractos de textos informativos. La activación de un posicionamiento ideológico concreto, motivado por la denuncia presente en el titular, es inmediata en una primera lectura de algunos de los titulares, como:

- *Berzosa obliga a Medicina a acoger el último mitin de Gómez (ABC, 01/10/2010).*
- *La Complutense, cum laude en suciedad (ABC, 08/02/2011).*
- *Un lavado de cara en sólo 24 horas (ABC 11/02/2011).*
- *250.000 euros al año en limpieza (ABC, 08/02/2011).*
- *Agujeros negros en la Universidad Complutense (ABC, 22/02/2011).*
- *La «excelencia» del campus Complutense (ABC, 10/03/2011).*

¹⁵² José María Bultó Marqués, industrial barcelonés, asesinado en mayo de 1977.

Es fácil apreciar que estos titulares presentan un uso especial del léxico que juega con los implícitos, ya sea mediante presuposiciones (“*Berzosa obliga*”), metáforas (“*Cum laude en suciedad*”, “*Agujeros negros*”), frases hechas (“*Lavado de cara*”) o ironía por discurso repetido (“*La «excelencia»*”). Vemos, además, la frecuente elisión del verbo, dando paso a un tipo de titular que Núñez Ladevéze denomina “título apelativo”, y que es propio del periodismo sensacionalista (*apud.* de Fontcuberta 1993, 156). La información es enmarcada ya en el titular, de forma que no resulta extraña la continuación que encontramos en algunos de estos textos. Por ejemplo en el del 08/02/2011 (reportaje de doble página), donde se leen expresiones coloquiales (“*A la vista está*”, “*no gana para pintadas*”, “*idem de idem*”, “*es otro cantar*”), frases irónicas (“*No hay fachada, puerta, columna y ventana que no luzca una «decoración» a base de pintadas y de grafitis de dudoso gusto*”), descalificativos explícitos (“*Más que graciosillos o gamberros también parece haber insensatos*”), o juegos de palabras en los pies de fotos (“*De día, pintadas al saber...*”, “*De noche, botellón sin conocimiento*”). Todos estos elementos sitúan al lector en un espacio de crítica.

Pintadas, bancos rotos, olor a orin y restos de vómitos se han convertido en el paisaje habitual del campus. Hay facultades en las que los zapatos se pegan al suelo por la suciedad

La Complutense, cum laude en suciedad

MARÍA ISABEL HERRANO
reportaje JOSÉ ALFONSO
MADRID

La hermosa estatua del caballo, en el epicentro de la Universidad Complutense y en la plaza que preside las facultades de Medicina, Farmacia y Odontología, puede dar fe del deterioro, la suciedad y la degradación de todo el complejo universitario. El monumento, que simboliza el triunfo de la antorcha del saber y del conocimiento, no gana para pintadas. Nunca está limpia. Recorrer el campus es lo más parecido a un viaje en un bus urbano desbordado y repleto de botellones.

Alfredo, Marta y Marta están tomando el aire y fumándose un cigarrillo a las puertas de la facultad de Ciencias de la Información. Los tres estudian Periodismo. Dan las calabazas con prisa porque tienen que entrar en un examen. Es la época. «¿Degradación aquí? No lo dudés. Tanto dentro como fuera. La Complutense ha bajado mucho de nivel. Ya lo veis. Estatuas, pintadas, suciedad y en lo académico, pasan más de los minutos pocas prácticas y exámenes mal para ellos», asegura Marta. «¡Yo hay veces que me voy!», exclama Alfredo.

No les falta razón. Las concentraciones van siempre en el mismo lugar. Aquí, en Ciencias de la Información, en Medicina, Farmacia, Derecho, Física, Geología... Pocos edificios se escapan de la quema. A la vista está. No hay fachada, puerta, columna y ventana que no luzca una «decoración» a base de pintadas y de grafitis de dudoso gusto. Y multitud de carteles pagados, uno sobre otro, hasta formar un puzzle difícil de leer.

«La puerta ya da sacro. Píjales, dice Iñaki, alumno de Publicidad. «Con tanta guerrilla para pensar que estamos en un país tercermundista en lugar de en una universidad que preside

250.000 euros al año en limpieza

Un total de 250.000 euros al año es lo que cuesta a la Universidad Complutense limpiar y limpiar, los desperdicios que originan los botellones en el campus. Según fuentes del Rectorado, en dicha cantidad no está incluido la reposición de material de riesgo, mobiliario urbano y los daños que ocasionan los actos vandálicos. Eso sí, las mismas fuentes recalcan que además de que el problema no es exclusivo de la Complutense, «se ha comprobado que no son solo estudiantes de nuestra Universidad los que participan en los botellones, sino también de otras universidades». Así, arrasan con jardines, cubiertas vegetales, rústicas, destruyen árboles y se rompe mobiliario. La Complutense es consciente.

me de ser de las mejores de Europa», asegura Milagros.

Esa facilidad es ideal para botellones. Todos lo dicen con una sonrisa cómplice. «No se molesta a ningún vecino. Tienen lugares para protagonizar el frío y de la lluvia. Nadie nos ve. Se puede beber y poner música. Ahora, con esto de prohibir el tabaco en las discotecas y los bares, la Ciudad Universitaria está más preocupada los fines de semana», comenta otra alumna de Periodismo.

En efecto. Cualquier rincón de esta facultad deja claro que es el escenario habitual de botellones. El pavimento está cocharabron. Imposible



De día, pintadas al saber...

La estatua ecuestre, la famosa «el caballo», en la plaza donde confluyen las facultades de Medicina, Farmacia y Odontología luce, cada día, los numerosos pintados de los gamberros. Ni el arte, en forma de escultura, se resalta en este campus universitario

imaginarlo en color original. Ahora es negro, gris, blanco. Se pegan los zapatos. Las barandillas, ideas de idiotas. Ponen la mano en una de ellas y se como si tocaran plastilina. A la vista, en el suelo, restos de botellas de plástico, cristales rotos, colillas pintadas...

Transportes
El Rectorado quiere desviar de la Ciudad Universitaria el transporte público durante las noches de los fines de semana

das, chupón y tapones de botellas de bebidas alcohólicas medio rotas. Las papeletas, medio llenas y rotas. El olor a orin es irrefragable en algunos rincones. «Normal. Con tanta botella, dan ganas de vaciar la vejiga. No hay ni un baño (la facultad está cerrada, como en México) y tampoco tenemos barre cocheras», afirma Ricardo. A esto todo habría que añadir el de los vómitos, que también hay análisis de ellos en diversas fuentes.

Otra de las cosas molestas para los usuarios del campus de la Complutense son las pintadas en las paredes de tráfico y en las indicaciones de los distintos centros educativos. Resulta



Figura 27. Noticia a doble página de ABC: usos léxicos reforzados por el paratexto.

Respecto al sujeto central de esa crítica, el propio diario lo desvela en el cuerpo de la noticia del 11/02/2011, donde señala:

ABC ha dedicado los últimos tres días amplios reportajes sobre el deterioro de los campus de la Universidad, tanto el de Moncloa como el de Somosaguas. Pintadas, bancos rotos, olor a orín, restos de botellón y de vómitos ofrecían una imagen de la Complutense víctima del abandono y la suciedad. El rector, Carlos Berzosa, era el blanco de las críticas por su desidia (sic). Y es que lo que más dolía a profesores, alumnos y simples ciudadanos que paseaban por la plaza que conecta las facultades de Medicina, Farmacia y Odontología, en el campus de Moncloa, era contemplar el estado de degradación que lucía el símbolo por antonomasia de la entidad univesitaria (sic).

Un análisis de la actancialidad refleja el protagonismo que el rector Carlos Berzosa llega a adquirir en los textos de este diario. Se puede observar en los siguientes

titulares, donde el período de su mandato llega a recibir calificativo propio, “berzosismo”:

- *Berzosa zanja la polémica con Aguirre (ABC, 11/05/2010).*
- *Berzosa obliga a Medicina a acoger el último mitin de Gómez (ABC, 01/10/2010).*
- *Berzosa saca la palmeta (ABC, 25/03/2010).*
- *La Complutense abrirá expediente a los alumnos que agredieron a Berzosa (ABC, 25/03/2010).*
- *«¡Que dimita el rector Berzosa!» (ABC, 16/03/2011).*
- *Punto y final del «berzosismo» (ABC, 08/04/2011).*

Los recursos léxicos empleados en las referencias a este rector iluminan claramente la estrategia planteada. El ABC vuelve a utilizar expresiones coloquiales, presuposiciones o epítetos calificativos que activan connotaciones en el lector, en frases como:

“No estaba tan claro para Andradas, que movió todos los hilos que pudo para ser él quien disputara a Carrillo el sillón rectoral”.

“Quedaba sentenciado así el final del «berzosismo» en la Complutense porque Carlos Andradas, su continuador, se quedaba en la cuneta”. (“Punto y final del berzosismo”, ABC, 08/04/2011).

En cuanto al tema concerniente al gobierno de coalición presidido por el socialista José Montilla y su política lingüística, el ABC la anuncia con titulares informativos como los siguientes:

- *El Govern permite a los rectores usar filtros lingüísticos en el acceso a las carreras (ABC, 28/01/2010).*
- *El Govern destina 820.000 euros a «catalanizar» los campus pese a la crisis (ABC, 23/02/2010).*
- *La Universitat de Lleida descarta los filtros lingüísticos para acceder a Medicina (ABC, 23/02/2010).*
- *Internacionalización «casolana» (ABC, 08/04/2010).*
- *Las ayudas para catalanizar la universidad crecen mientras el resto se paralizan o retrasan (ABC, 06/04/2010).*
- *La universidad catalana se «castellaniza» pese a las consignas lingüísticas del Govern (ABC, 09/05/2010).*

El uso en los titulares de lexemas tan marcados ideológicamente como “catalanizar”, “castellanizar” o “casolana”, y además algunos de ellos con el entrecorillado que remite al discurso repetido, activa inferencias (en ambos casos, mediante relaciones léxicas de oposición, “catalán” vs. “castellano/español”, “internacional” vs. “casolà”) que se prolongan en el cuerpo de las noticias; por ejemplo, en oraciones donde la conjunción adversativa (activadora de presuposiciones) señala claramente la posición del redactor o medio:

*“Se acumulan los retrasos en las partidas prometidas a las universidades para desarrollar sus proyectos, **pero** las ayudas destinadas a potenciar el catalán en los*

*campus se mantienen al día. En plena coyuntura de **estrecheces**, ...” (ABC, 23/02/2010).*

Otros textos nos recuerdan las metáforas del fuego y la guerra señaladas por Lakoff y Johnson (1980) y empleadas en este tema, claramente ubicado en el marco genérico del conflicto. Por ejemplo, en la noticia del 28/01/2010, “*El Govern permite a los rectores usar filtros lingüísticos en el acceso a las carreras*”, donde aparecen expresiones como las siguientes:

“*El debate lingüístico se **aviva** con un nuevo **frente** en Cataluña”
 “*La Generalidad dio ayer **carta blanca** a los rectores catalanes...*”,
 “*hay **colapso***”,
 “*La Universitat de Lleida (UdL) **encendió** la polémica hace una semana...*”,
 “*El conseller de Universidades, Josep Huguet, **abonó** la polémica al avanzar que **defenderá sin titubeos** la iniciativa.*”*

1.2.2. Estrategia de selección temática, la agenda

Una comparación entre los medios analizados nos permitió ver lo que ya analizamos en el apartado del encuadre externo (Cap. 4 apartado §1.1): que los medios que más atención han prestado al tema de “educación superior o universidad” en el período 2010-13 son, por este orden *El País* (con 1.751 textos), *ABC* (con 1.588), *La Vanguardia* (con 713) y *El Mundo* (con 484). Expresado en términos porcentuales y visto en el conjunto de textos que hemos recogido en los cuatro medios, la atención prestada por estos queda distribuida de la siguiente forma: desde el 38,6% que representa *El País*, al 35% del *ABC*, un 15,7% de *La Vanguardia* y un 10,7% de *El Mundo*. Es decir, según estos datos, son los lectores de *El País* y del *ABC* los que más entidad temática-informativa pueden percibir sobre las cuestiones universitarias¹⁵³.

Una comparación entre el Corpus Inicial y el Definitivo nos permite ver que existe correlación entre el número de ocasiones en que los términos aparecen mencionados en los medios de forma secundaria (lo que conforma el Corpus Inicial) y aquellas ocasiones en las que su aparición ha sido destacada (y que ha conformado el Corpus Definitivo). La única excepción ocurre con el diario *El Mundo*.

¹⁵³ Hubiera sido interesante conocer el interés que cada medio muestra por el tema en contraste con el resto de temas que incluye en agenda, pero es evidente la dificultad que la obtención de ese dato puede implicar. Sin embargo, ya hemos comentado que la audiencia conjunta de los cuatro diarios, teniendo en consideración el resto de periódicos publicados en España (AIMC 2014, 46), fue de 12% en 2010, 11,8% en 2011, 11,6% en 2012 y 10,7% en 2013. No está de más recordar que ese listado que aparece en el estudio anual del EGM incluye no solo diarios generalistas, como los que son objeto de nuestra investigación, sino también los económicos y los deportivos. Recordaremos además, que el total de los lectores de prensa en los años 2010, 2011, 2012 y 2013 fue de: 38%, 37,4%, 36,1% y 32,4% respectivamente, por lo que se observa que el conjunto de estos cuatro medios representa más de una cuarta parte de la audiencia de los diarios en España.

El medio que menciona más veces, y de forma significativa, los términos de “universidad o educación superior” es *El País* pero, a la vez, también es el que más veces usa los términos de forma general y secundaria (Corpus Inicial) y, por lo tanto, la muestra en la que hemos eliminado más piezas (un 39,5%). Algo similar ocurre con ABC, del que hemos llegado a descartar hasta un 29,6% de textos para conformar el Corpus Definitivo. Ambos son los medios que, con gran diferencia respecto a *La Vanguardia* y *El Mundo*, en más ocasiones mencionan la “educación superior o universidad”, y eso es así tanto en el Corpus Inicial como en el Definitivo.

En relación a la estrategia de selección temática, nuestro análisis atiende a tres dimensiones, según presentamos en la exposición teórica:

- El tratamiento que se hace de la universidad o la educación superior en los textos, según criterios de centralidad o periferia temática.
- Los temas a los que pertenecen los textos.
- Los subtemas a los que se hace referencia en cada pieza, y que limitamos a dos, aun cuando en algún caso hubiera sido posible adscribir algún otro.

La estrategia de selección temática, si bien es previa a la construcción del discurso, es un elemento imprescindible en la acción de los medios y constituye el paso inicial para la construcción del encuadre enunciativo. Desde el modelo general que asumimos en esta tesis constituye una estrategia complementaria a la léxica, la predicativa y la intencional, por lo que solo en combinación con ellas se consigue completar íntegramente la forma como se ha realizado el encuadre en el nivel enunciativo.

En otro apartado ya hemos hecho mención a la estrategia de selección temática, que puede relacionarse con las teorías sobre los efectos de los media (McCombs 2004; McCombs y Shaw 1972; McCombs, Shaw, y Weaver 1997). En las últimas décadas, como nos recuerda Enguix (2015a, 26), los estudios empíricos han demostrado que existe bastante homogeneidad en cuanto a las prácticas de selección de temas entre unos media y otros. Este mismo autor contextualiza el valor de algunas otras estrategias que nosotros proponemos como complementarias y que son, por un lado la dosificación informativa, por otro la serialización y, finalmente, otra que extrae de Rodrigo Alsina (1989a) y que vamos a denominar, utilizando un símil televisivo, como el fenómeno de *spin-off periodístico*.

Enguix define la dosificación informativa como “la estrategia fundamental que permite a los poderes públicos mantener la tensión informativa en torno a ciertos temas” (2015a, 47), colocando como elemento activo al poder político. Pero en algunos casos ese énfasis, entendemos nosotros, puede residir igualmente en el otro poder simbólico, que es la propia empresa periodística, el periodista o el medio, como señala Rodríguez Borges (2010), y no tanto en el poder político al que atiende Enguix (2015a).

Utilizando un primer símil televisivo, Bustamante (1999, *apud.* Enguix 2015a, 47) hace referencia al fenómeno de la serialización por el que, de nuevo el poder político, utilizando el atractivo y narratividad propia del formato serial televisivo, ofrece la información de un acontecimiento en varios momentos repartidos en un amplio espacio temporal, tratando de buscar pequeñas o enormes novedades para extender su duración con todo lo que ese tratamiento mediático continuo e incesante implica. Dice Enguix a este respecto:

(...), a partir de la clasificación tradicional de noticias en duras, blandas, súbitas o continuas, cabría pensar que la serialización es una estrategia que intenta convertir cierto acontecimiento en noticia continua. (Enguix 2015a, 49).

En nuestro caso no nos preocupa si esa atención seriada es inducida por el poder político o por la empresa periodística, sino su existencia.

El segundo símil televisivo tiene que ver con esos “hechos secundarios o colaterales” que surgen como noticia en días posteriores a cierto “hecho primario” (Rodrigo Alsina 1999, *apud.* Enguix 2015a, 49). Ello recuerda los *spin-off* narrativos que surgen como empresas independientes de la primera, y profundizan y desarrollan un detalle del proyecto original.

En el CDe analizamos cuántos textos consideraban el tema objeto de nuestra investigación como central y cuántos como periferia, y los resultados fueron claros en cuanto a su aparición mayoritaria como tema central en todo el corpus, si bien es posible introducir algunos matices. Como se puede observar en la Figura 28, ABC y *La Vanguardia* son los medios en los que el tema “universidad” o “educación superior” aparece con mayor frecuencia como central, es decir, como un tema que vertebra el texto, hasta en un 77% de las ocasiones, mientras su centralidad es menor en los textos de *El País* (73,3%) y bastante más reducida en *El Mundo* (52,3%), donde los resultados casi se equiparan con los artículos donde el tratamiento es como asunto periférico o secundario.

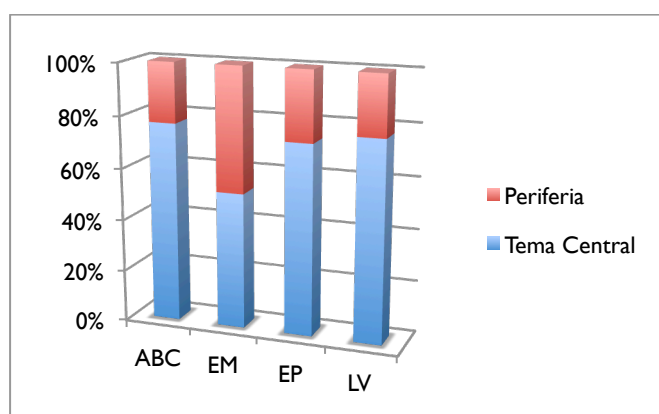


Figura 28. La “Universidad” o “Educación Superior” como tema central o periférico en el Corpus Definitivo. 2010-2013

Al realizar un repaso de estas frecuencias por anualidad, encontramos que la tendencia apuntada del conjunto es la que ha primado cada año, con resultados muy similares a los globales. En este sentido, destacamos el diario *El Mundo* en su tratamiento de esta centralidad y periferia, pues si bien en el conjunto del período 2010-13 tuvo una media de un 52,3% de piezas que han identificado la universidad como tema central y un 47,7% como periferia, esos porcentajes llegan a invertirse —rompiendo así la tendencia del resto de medios en cada uno de esos años—. Así ocurre en 2010, año en que un 59,5% de los textos hacen mención a la universidad de una forma periférica, frente al 40,5% que lo hace como tema central¹⁵⁴. En 2011 esos porcentajes son de 59,6% como tema central, y de 40,4% como periférico. En 2012 ambos porcentajes se equiparan al 50%, y en 2013 *El Mundo* se aproxima más a lo que ocurre con otros medios, de manera que el tratamiento de la universidad como tema central asciende al 61,5%, frente al 38,5% de su adscripción como tema periférico. Sin embargo, sigue siendo el periódico que menor protagonismo ofrece en sus textos al tema.

Otro aspecto analizado en la estrategia de selección temática pretendía investigar si había alguna preferencia temática por parte de cada uno de los medios en el momento de crear la información, es decir, si existía alguna tendencia significativa en la presentación de los temas según la universidad/educación superior apareciera como tema central o secundario. Los resultados nos indican que es preferiblemente cuando los textos tratan de los subtemas de “Colectivo: Equipo de Gobierno” y “Economía y finanzas” cuando los medios hablan de la universidad o educación superior como protagonistas de la información, es decir, se convierte en vertebradora de la información u opinión que se presenta¹⁵⁵:

- En el caso del ABC ocurre sobre todo cuando el periódico habla de “Economía y finanzas” (14,7%) y algo menos cuando lo hace de “Colectivo: Equipo de Gobierno” (11%). También en los temas de “Estudios” (6,7%) y del “Colectivo: Estudiantes” (6,5%) se produce esa tendencia.
- *El Mundo*, además de con “Economía y Finanzas” (11,6%) y “Colectivo Equipo de Gobierno” (9,7%), da centralidad al tema universitario con los subtemas “Otras” (8,8%), “Protestas” (7%) y “Colectivo: RRHH”.
- *El País* suma a las categorías mencionadas (un 14,7% de “Economía y finanzas” y un 10,1% de “Colectivo: Equipo de Gobierno”), las de “Relación universidad-gobierno” (6,1%), “Protestas” (5,8%) y “Colectivo: RRHH” (5,3%),
- *La Vanguardia* otorga centralidad temática a la universidad cuando trata los dos temas más habituales (un 12,1% sobre “Colectivo: Equipo de Gobierno” y un 11,8% sobre “Economía y finanzas”), pero añade los subtemas de “Tasas”

¹⁵⁴ Para comprobar estos datos cf. el Anexo 12.

¹⁵⁵ Ver Anexo 10.

(6,5%), “Ranking evaluación” (6,4%) y “Gestión universitaria” y “Becas”, ambas con un 4,8%.

En cuanto a los subtemas en los que la universidad y educación superior recibe un tratamiento más periférico, el análisis ofrece resultados menos contundentes, es decir, hay una menor correlación entre la topicalización informativa secundaria y el reparto de temas¹⁵⁶:

- En el caso del ABC el subtema que con mayor frecuencia aparece como periférico es el referido a “Infraestructuras” (en un 13,9% de las ocasiones), por encima del de “Otras”, (10,1%) o del “Colectivo: Estudiantes” (7,6%).
- En el caso de *El Mundo*, destaca el subtema “Otras”, con un 16,9%, seguido de “Protestas” (10,6%), “Estudios” (8,1%) y “Becas” (7%).
- En el periódico del Grupo PRISA la categoría “Otras” ocupa el primer lugar entre las que presentan el tema de educación superior y universidad como periferia, con un 8,4%. A esta le sigue “Investigación”, con un 7,9%, “Infraestructuras”, con un 7,1% y “Protestas”, con un 6,4%, los subtemas más presentados como periféricos por este rotativo.
- Para el diario del Grupo Godó el subtema más tratado como periférico es el relativo al “Acceso a la universidad” (11%), al que le siguen las “Protestas” (9,5%), la subcategoría de “Otras” (9%) y la de “Movilidad” (7,5%).

Como se observa en estos datos, todos los medios tienden a presentar los subtemas agrupados bajo la categoría de “Otras” como periféricos (lo cual es coherente con su propia agrupación bajo un epígrafe genérico). Otro subtema que también tiene un tratamiento con frecuencia periférico es el del “Colectivo: Estudiantes”, no tanto en el caso de *La Vanguardia*, en que ocurre en el 3,5% de los casos, pero sí en mayor medida para *El Mundo*, *El País* y el ABC.

Otra cuestión que nos pareció interesante fue conocer el colectivo/s universitarios más destacado por los textos según se tratara del ABC, *El Mundo*, *El País* o *La Vanguardia*. Para ello cruzamos la variable de tema central con la del subtema “Colectivo universitario” y ello nos ofreció los siguientes resultados¹⁵⁷:

- El colectivo del que más hablan los textos del Corpus Definitivo del ABC, cuando este trata el tema universitario como tema central y vertebrador del artículo, es la Universidad de Sevilla; los datos indican que hasta en un 19,6% de las ocasiones, la US es la protagonista, seguido de la UCO, con un 10,6% y sólo en un tercer lugar se coloca el colectivo de “Universidad/educación

¹⁵⁶ Los datos se pueden consultar en el Anexo 10.

¹⁵⁷ Para más información en relación a este tema, ver Anexo 12.

superior” en su conjunto, con un 10,5%. Ello probablemente tiene que ver con la amplia representación que los textos de la edición andaluza tienen en nuestro corpus. De hecho, el sistema universitario andaluz al completo, con un 6,1%, la Pablo de Olavide, con un 6% y la aún *non nata* Loyola de Andalucía (5,6%), se encuentran en esos primeros lugares de atención. Tan solo la UCM y la UCLM —la primera con un 9,5% y la segunda con un 5,9%— se cuelan entre esos resultados e interrumpen el protagonismo de las andaluzas. La primera ocupa el quinto puesto en este ranking, por detrás del colectivo del sistema universitario español en su conjunto, y la segunda el octavo.

- *El Mundo* reduce esa atención del colectivo universitario como tema central a un listado de 27 ítems (frente a los 59 de *El País* y los 62 del *ABC*), entre los que destacan tres categorías: el de la “Universidad/educación superior” en su conjunto (que recibe atención central en un 45,1% de las ocasiones), la UCM (con un 32,4% de textos en los que es central) y, a gran distancia de esas dos, la UPV-EHU (con un porcentaje de un 3,6%). Lo mismo ocurre con la UC3, que se coloca en la quinta posición con un 2%. El resto no supera ese porcentaje.
- Del listado de 59 ítems en los que *El País* topicaliza la universidad como tema central, destaca en primer lugar el colectivo general “Universidad/educación superior” con un 30,6%, como también ocurría con *El Mundo*. A gran distancia de este porcentaje se encuentran referencias a la UCM (6,9%), al sistema universitario valenciano en su conjunto (6,7%), a la UPV-EHU (6,6%) y a la UV (4,2%), o al sistema universitario catalán en su conjunto (3,7%), el sistema universitario andaluz (3,6%) y el gallego en su conjunto (2,7%).
- En el caso de *La Vanguardia* y dadas las peculiaridades del medio, con vinculación principalmente en la autonomía catalana, más allá de la centralidad del tema específico de “Universidad-educación superior” (ya mencionado en *El Mundo* y *El País* y que aquí es de un 47,4%), destaca la centralidad del sistema universitario catalán en su conjunto, que es de un 22,4%; a bastante distancia queda la tematización central de universidades como la UB (7,8%), la UPC (6,7%) y la UAB (6%), también de la autonomía catalana de los 23 nombres que menciona.

Otro de los puntos que ha caracterizado la estrategia de selección textual es el de la categoría temática a la que se adscriben los textos. En el apartado §4.3.2.2. del capítulo 3, al hablar de las categorías de análisis de contenido, identificamos cinco grandes temas que recogen las características, funciones, objetivos y razones por las que la universidad y la educación superior son objeto de atención por parte de los medios de comunicación: (1) las misiones de la universidad, (2) el funcionamiento interno de las universidades, (3) los aspectos económicos, (4) su proyección socio-institucional e internacionalización, y un último apartado que denominamos (5) “Otro”, y que recoge

categorías varias y de imposible encaje en los apartados temáticos anteriores. Como vimos, estos cinco bloques temáticos generaban a su vez 34 subtemas, cuyo tratamiento analizamos para cada medio a continuación.

1.2.2.1. La selección temática del ABC

En el caso¹⁵⁸ del ABC, y tomando en consideración toda la etapa de análisis (2010-2013), la atención del medio es mayor en los temas relativos al “Funcionamiento interno” de las universidades (31,8%), y menor en los “Aspectos económicos” (26,2%), “Proyección socioinstitucional e internacional” (22,8%), “Misiones de la universidad” (10,7%), o los temas que agrupamos dentro de la categoría de “Otras” (8,5%). En la Figura 29 se puede observar cómo varía la frecuencia de aparición de estos temas en cada anualidad considerada.

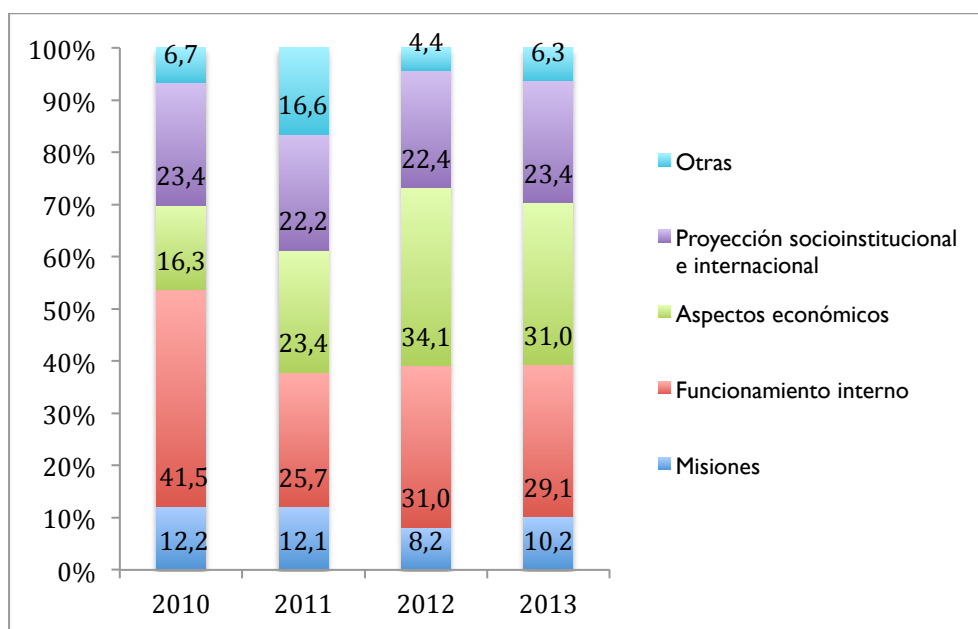


Figura 29. Categorías temáticas más presentes en ABC. 2010-2013.

En cuanto a los subtemas más relevantes en la agenda de todo el período, los cinco más relevantes son los relativos a “Economía y finanzas” (12,4%), las “Infraestructuras” (8,7%), los relacionados con el “Colectivo: Equipo de gobierno” (8,5%), “Estudios” (6,6%) y “Colectivo: Estudiantes” (6,3%).

Sin embargo, esos resultados globales varían al revisar cada anualidad. En 2010 el subtema más destacado es el de “Colectivo: Equipo de Gobierno”, con una frecuencia de un 12,8% (n=84). Es un año electoral en gran parte de las universidades, y ese protagonismo se refleja a través de titulares como:

¹⁵⁸ Se pueden consultar todos los resultados en el Anexo I I.

- *El adiós de Virgilio Zapatero (ABC, 25/01/2010).*
- *Sevilla tiene un rector especial (ABC, 26/01/2010).*
- *Alcalá elige hoy rector tras un bronco proceso electoral (EM, 10/03/2010).*
- *CCOO apoya ya a Carrillo como candidato a la Complutense (EM, 09/08/2010).*
- *El rector de la Universitat evita decantarse por un sucesor (EP, 13/01/2010).*
- *Vicent Climent se perfila como nuevo rector de la Jaume I (EP, 15/01/2010).*
- *Dos candidaturas compiten por el rectorado de la UPC (LV, 12/02/2010).*

El segundo subtema relevante en 2010 es el de “Colectivo: Estudiantes”, con un 9,6% (n=63), coincidiendo con una polémica sobre una normativa de exámenes de la Universidad de Sevilla que es tratada por algunos medios de forma prolífica, y el tercer subtema, “Economía y finanzas”, con un 9,1% (n=60)¹⁵⁹. Los siguientes son “Estudios”, con 7,6% (n=50) y “Legislación”, con 6,4% (n=42).

En el año 2011, y siguiendo con el análisis de estos datos disgregados, es muy destacada la presencia del subtema “Infraestructuras”, con un 13,3% en el corpus del ABC (n= 45). En este sentido, y si bien hay varios temas que favorecen esta alta frecuencia, destacamos uno de ellos: la creación de una biblioteca para la Universidad de Sevilla en un espacio inicialmente destinado a jardines públicos, el Prado de San Sebastián (y para ello recalificado), puso en pie de guerra a gran parte de la ciudad. El ABC es el medio que, de forma seriada, más textos publicó sobre ello, lo que afectó a la elevada aparición de este subtema. En segundo lugar, en 2011, se coloca la “Religión” –subtema parte de la categoría “Otras”-, con un 12,1% (n=41).

Al revisar los textos vinculados a este subtema, encontramos que en el año 2011 se produce el cuestionamiento de la continuidad de las capillas en algunas universidades españolas en las que aún existían y hay movimientos laicos de protesta que estos medios deciden priorizar, mostrando diferentes matices, como se puede ver en los titulares que destacamos a continuación:

- *Llama anticlerical en la universidad (ABC, 19/01/2011).*
- *«Anticapillas» en la joya del saber (ABC, 24/03/2011).*
- *Suspenden las misas en la Universidad de Barcelona por el acoso laicista (ABC, 13/01/2011).*
- *Se "suspenden" las misas (ABC, 14/01/2011).*
- *Temor a que los «anticapilla» se extiendan (ABC, 14/01/2011).*
- *Sin misa y rebuznando (ABC, 15/01/2011).*

En la posición tercera en 2011 se encuentra un subtema ya presente en el año anterior, el “Colectivo: Equipo de gobierno”, con un 9,5% (n=32); un repaso a algunos textos nos remite a nuevos procesos electorales en algunas universidades, como la UCM, además de otros asuntos. En cuarta y quinta posición se encuentran respectivamente los subtemas “Economía y finanzas” y “Estudios”, con un 8% (n=27), y “Relación con la sociedad”, con un 5,9% (n=20).

¹⁵⁹ Este subtema mantiene una presencia elevada en el ABC durante toda la etapa. Pese a un ligero descenso de la atención en 2011 (8%), en 2012 esta se incrementa hasta un 18,2%, y desciende levemente en 2013, con 14,4% colocándose durante esos dos años como el subtema más importante.

2012 coloca en agenda un tema prioritario, el de “Economía y finanzas”, con un 18,2% de atención (n=87). La crisis de la economía española, que ha afectado a grandes sectores desde el año 2008, también ha llegado a la universidad, y un repaso a los textos nos lo recuerda, con referencias a la financiación universitaria, recortes, pagos no realizados, etc. Algunos titulares son:

- *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).*
- *Los atrasos también afectan a la Pablo de Olavide (ABC, 20/03/2012).*
- *Retrasos en los pagos de la Junta (ABC, 20/03/2012).*
- *Sevilla y Málaga «estirarán» durante dos años la financiación de su campus (ABC, 13/04/2012).*

El siguiente tema es el vinculado a las “Protestas”, con un 11,9% (n=57), subtema que continuará en ascenso, y en el que leemos titulares como:

- *Ocupación de la Universidad de Barcelona (ABC, 2/3/2012).*
- *Los alumnos de la Hispalense plantean movilizaciones del 8 al 12 de noviembre (ABC, 18/10/2012).*
- *El rector «entiende» la huelga de estudiantes convocada hoy (ABC, 15/10/2010).*

El subtema de “Infraestructuras” sigue estando presente en la agenda del ABC en 2012 (es el tercero en relevancia), con 11,5% (n=55). De hecho será relevante en su agenda durante todo el período (2010, 4,7%; 2011, 13,3% y 2013, 5,4%). En 2012, de nuevo la proyectada biblioteca en el Prado de San Sebastián tendrá que ver con la intensidad con que este subtema aparece en la agenda:

- *Urbanismo vigilará los nuevos daños en la barriada de Renfe (ABC, 07/02/2011)*
- *El Supremo no permite construir la biblioteca en los Jardines del Prado (ABC, 23/06/2011)*
- *La Universidad tendrá que restaurar los jardines (ABC, 23/06/2011)*
- *¿Qué pasa ahora con el Prado? (ABC, 24/06/2011)*
- *La lucha ciudadana (ABC, 24/06/2011)*
- *230 árboles en el Prado (ABC, 25/06/2011)*
- *Vecinos del Prado piden la reposición total de los jardines en dos meses (ABC, 29/06/2011)*
- *Insta a los vecinos del Prado a pedir la ejecución del fallo (ABC, 22/07/2011)*
- *Los vecinos de Renfe piden que se supervisen sus casas (ABC, 24/07/2011)*

A continuación se encuentran el “Colectivo: Estudiantes” y el “Colectivo: Equipo de gobierno”, con un 8,4% (n=40) y 7,7% (n=37) respectivamente.

Durante el año 2013, el periódico de Vocento vuelve a centrar su atención en cuestiones de “Economía y finanzas”, con un 14,4% (n=75), si bien sorprende la irrupción de un subtema hasta ese momento situado en posiciones más secundarias, y que es el relacionado con el “Colectivo: RRHH”, que pasa a convertirse en el segundo más destacado ese año, con un 8,2% (n=43); le sigue la atención al tema “Becas” con un 8% (n=42).

La ubicación del “Colectivo: RRHH” durante esos años en un lugar relevante de la agenda temática del ABC está motivada por el momento ya señalado de crisis económica que vive el país, los recortes de personal en servicios públicos, y la

denuncia de irregularidades en las jubilaciones realizadas en algunos centros de educación superior, entre otras cuestiones:

- *Prejubilaciones irregulares en la universidad (ABC, 09/05/2012).*
- *Alertan de un «funcionariado» en ciernes en la Hispalense (ABC, 23/03/2012).*
- *Un ex etarra selecciona personal en la Universidad Pública de Navarra (ABC, 15/03/2010).*
- *La Universidad de Santiago paga las horas dedicadas a las manifestaciones (ABC, 12/05/2012).*

El cuarto subtema en 2013 en la agenda mediática del ABC es “Estudios”, con un 6,5% (n=34), y el quinto “Protestas”, con un 5,9% (n=31).

1.2.2.2. La selección temática en *El Mundo*

En relación a *El Mundo*, la Figura 30 nos señala cuál fue a grandes rasgos la agenda informativa que priorizó el medio en relación al tema general que nos concierne, durante cada uno de los cuatro años. Se observa que la categoría de “Funcionamiento interno” de la universidad es, durante 2010, 2011 y 2012 la más relevante en este medio, lo que cambia en 2013 cuando pasa a tercer lugar (18,9%).

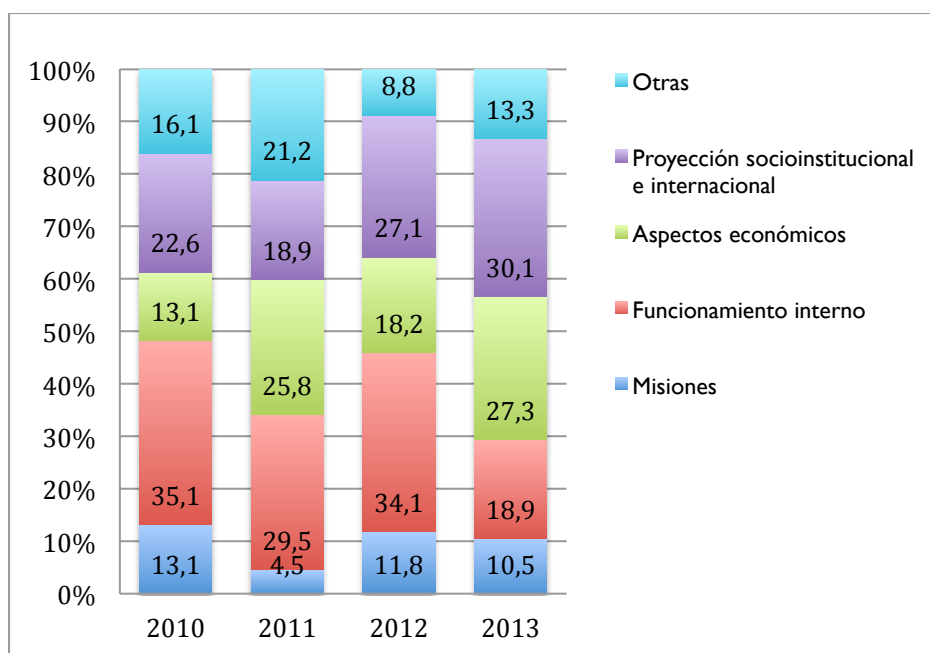


Figura 30. Categorías temáticas más presentes en *El Mundo* en porcentaje. (CDe. 2010-2013).

En el conjunto del período analizado (2010-2013) los subtemas más destacados para este diario son el de “Otras”, con un 12,6% (n=77), el de “Protestas” (n=53), el de “Economía y finanzas”, con un 7,6% (n=46), el “Colectivo: Equipo de gobierno”, con un 5,8% (n=33) y el de “Becas”, con un 5,8% (n=34).

Al contrario de lo que observamos en el resto de medios, *El Mundo* presta gran atención durante los años 2010 y 2011 a temas más dispares, que agrupamos en la etiqueta subtema “Otras”, con una atención de un 15,5% (n=26). Se informa sobre denuncias, prácticas irregulares, agresiones, y otros temas de difícil inclusión en las 33 categorías anteriores. Por ejemplo:

- *Agresión independentista a Rosa Díez (EM, 6/03/2010).*
- *El Supremo acusado de torturas entre aplausos de la izquierda (EM, 14/04/2010).*
- *Encerrados para evitar una «nueva victoria de Franco» (EM, 14/04/2010).*
- *La Universidad de Valencia acoge a Carles Sastre, asesino de Bultó (EM, 27/04/2010)*

Respecto a los subtemas más presentes en el rotativo de *Vocento* ese año, además del de “Otras” (15,5%), destaca en segundo lugar el de “Colectivo: Estudiantes”, con un 10,1% (n=17), el de “Estudios” en tercer lugar, con un 7,7% (n=13) y dos comparten el cuarto lugar: el relativo a la “Relación universidad – gobierno o viceversa”, y el de “Legislación” ambos con un porcentaje de un 6% (n=10). Poco más distante se encuentra el tema de “Economía y finanzas”, con un 5,4% (n=9).

En 2011 en la agenda de este rotativo prima el subtema relativo al “Colectivo: Equipo de Gobierno”, con un 15,9% (n=21), al que sigue el de “Otras”, con un 14,4% (n=19). Al igual que ocurría con el ABC, para *El Mundo* ese año adquieren una gran presencia las elecciones a Rector en algunas universidades, especialmente las de la UCM, lo que vemos por titulares como:

- *José Carrillo anuncia su candidatura al rectorado (EM, 04/02/2011).*
- *«Los que han causado el daño no pueden ofrecerse de salvadores» (EM, 20/02/2011).*
- *Reducir los vicerrectorados y plantear una reforma solidaria (EM, 20/02/2011).*
- *Candidatura profesional para resolver la grave crisis (EM, 21/02/2011).*
- *Guerra por el Rectorado en la Carlos III (EM, 01/03/2011).*
- *Suspendidas cautelarmente las elecciones (EM, 29/03/2011).*

A continuación, destaca el subtema “Economía y finanzas”, con un 12,9% (n=17) y en cuarta posición encontramos el subtema “Religión”, con un 6,8% (n=9), debido nuevamente a la polémica sobre si deben existir capillas en las universidades públicas:

- *A Dios rogando... (EM, 19/03/2011).*
- *...y en Políticas 'repicando' (EM, 19/03/2011).*

Tras este subtema se encuentra el de “Infraestructuras”, con un 6,1% (n=8) con una agenda diferente a la señalada en el ABC. En este caso los motivos son varios, y entre ellos se encuentran el nuevo campus de Puerta de Toledo para la UC3, los pisos construidos por la UCM o una nueva facultad del CEU Madrid.

En 2012 destaca en *El Mundo* el subtema de las “Protestas”, con un 14,7% (n=25), seguido de “Economía y finanzas”, con un 10,6% (n=18), al que le siguen “Otras” y “Estudios”, ambos con un 8,8% (n=15).

Los subtemas cuarto y quinto en *El Mundo* en 2012 son el “Colectivo: RRHH” con un 7,6% (n=13) y el “Colectivo: Estudiantes” y “Legislación”, en coherencia con los acontecimientos de protesta que recorrieron parte de la geografía universitaria

española ese año, en pie de guerra contra los recortes, cambios en las políticas de becas y subidas de tasas, como se puede ver en algunos titulares:

- *No os merecéis nada (EM, 01/03/2012).*
- *La protesta estudiantil degenera en actos vandálicos en Barcelona (EM, 01/03/2012).*
- *La protesta valenciana aumenta y se contagia a varias ciudades (EM, 01/03/2012).*
- *«Primavera muy caliente» contra los recortes educativos (EM, 18/04/2012).*

Y la presencia de ese subtema continúa en 2013, cuando ocupa la segunda posición, compartiéndola con la de “Otras”, con un 11,9% (n=17). El subtema de “Becas” es el más presente en la agenda de *El Mundo* ese año, con un 16,1% (n=23), por la trascendencia social de esas ayudas para el estudiante, cuya modificación generará páginas y páginas de texto. Algunos titulares a este respecto son:

- *Educación estudia suspender las becas Séneca (EM, 29/01/2013).*
- *"Nos pueden expulsar por impago" (EM, 10/05/2013).*
- *3 años de prórroga a los alumnos con deudas (EM, 07/06/2013).*
- *A mejores notas y menor renta, mayor beca (EM, 08/06/2013).*
- *Wert acepta revisar el sistema de becas ante el clamor de las CCAA (EM, 20/06/2013).*

El tercer tema será el de “Tasas”, con un 7% (n=10) y los siguientes, respectivamente, la “Relación universidad – gobierno o viceversa”, con un 4,9% (n=7) y la “Legislación”, el “Ranking evaluación” y la “Universidad y empresa”, los tres con un 4,2% (n=6).

1.2.2.3. La selección temática de *El País*

La agenda temática de *El País* coincide parcialmente con algunas tendencias apuntadas por *ABC* y *El Mundo*. Si consideramos la etapa en su conjunto (2010-2013) los temas más relevantes son: “Proyección socioinstitucional e internacional” (27,4%), “Aspectos económicos” (27,3%) y “Funcionamiento interno” (27%). Al contrario que en otros rotativos, en el del diario *El País* se producen mínimas variaciones porcentuales en cada anualidad. Los datos de cada uno de esos años, aparecen en la Figura 31.

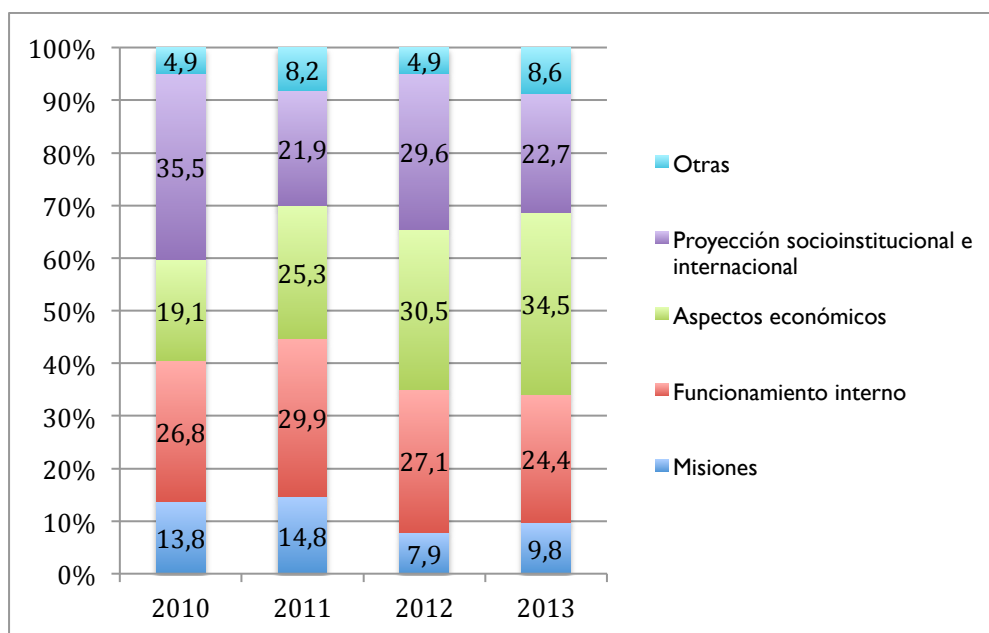


Figura 31. Categorías temáticas más presentes en *El País*. 2010-2013.

Entre 2010 y 2013 los subtemas más presentes en la agenda mediática de este diario del Grupo PRISA son, en primer lugar, la “Economía y finanzas”, con un 12% (n=276); en segundo, el “Colectivo: equipo de gobierno”, con un 7,6% (n=181); en tercero las Protestas, con un 6,2% (n=139) y después la “Relación universidad –gobierno y viceversa”, con un 5,7% (n=134) y la “Investigación”, con un 5,1% (n=118).

El subtema más importante de 2010 pertenece a la categoría genérica de “Funcionamiento interno”, y es el relativo a los temas del “Colectivo: Equipo de gobierno”, con un 10,6% (n=69). Las elecciones a Rector que se producen en gran parte de las universidades españolas ese año son en gran parte motivo de esa elevada presencia, como se puede leer en algunos de esos titulares:

- *Vicent Climent se perfila como nuevo rector de la Jaume I (EP, 15/01/2010).*
- *Cuatro candidatos, 4 monólogos (EP, 20/01/2010).*
- *Seis candidatos aspiran a rector de la Universidad de Santiago (EP, 25/02/2010).*
- *Giró y Pérez se disputan hoy el rectorado de la UPC (EP, 10/03/2010).*
- *FERNANDO GALVÁN Catedrático de Filología "Quiero reforzar la docencia y la investigación" (EP, 10/03/2010).*
- *Dos nacionalistas se disputan el rectorado de Vigo (EP, 19/05/2010).*
- *Giménez- Salinas, reelegida rectora de la Ramon Llull (EP, 21/07/2010).*
- *Rodríguez Marín deja el rectorado de la Miguel Hernández (EP, 24/12/2010).*

El subtema de “Economía y finanzas”, que ocupa la segunda posición en 2010, con un 9,6% (n=63), permanecerá de forma destacada en su agenda durante el resto de años, ocupando los primeros puestos (en 2011 con un 11,7%, en 2012 con un 15,3% y en 2013 con un 11,3%). A continuación se sitúa la “Relación universidad y gobierno”, con un 8,1% (n=53), donde se recogen temas variados y con diferentes protagonistas, como se puede ver en los siguientes titulares:

- *Educación planea exigir más transparencia a la Universidad (EP, 01/03/2010).*
- *Aguirre respalda el ataque del PP al rector de la Complutense (EP, 01/04/2010).*
- *El Gobierno regional aviva la carga contra el rector de la Complutense (EP, 16/04/2010).*
- *El Consell ignora qué cobra el rector de la universidad virtual (EP, 03/06/2010).*

Los “CEI” se sitúan en cuarta posición, con un 7,2% (n=47) y los “Estudios” en quinto lugar, con un 6,6% (n=43). Este tema, el de los Campus de Excelencia Internacional, es escasamente tratado por los otros medios; se trató de un proyecto en el que el Ministerio y las universidades tenían puestas grandes esperanzas, pero no recibió gran cobertura mediática. Ya señalamos su escasa presencia en el ABC, con una cobertura en 2010 y 2011 de un 3,8% y las excepciones, que suponen *El País* en 2010 y 2011, y *La Vanguardia* en 2010 y 2011. Algunos de los titulares son:

- *¿Campus de excelencia? Sí, pero no de esta forma (EP, 15/01/2010).*
- *La Universidad de Vigo lleva a concurso el Campus do Mar (EP, 19/01/2010).*
- *El Campus do Mar devuelve a Vigo su aspiración científica (EP, 19/01/2010).*

En 2011, en la agenda temática del periódico de PRISA destacan los subtemas relativos al “Colectivo: Equipo de gobierno”, con un 12,3% (n=69), seguido del de “Economía y finanzas”, con un 11,7% (n=66) y, a continuación, los de “Infraestructuras”, con un 7,7% (n=43), el de “Estudios”, con un 6,8% (n=38) y el del “Investigación”, con un 5,7% (n=32). Al igual que hemos visto en los anteriores medios, las elecciones a Rectorado son motivo de atención también en este rotativo, lo que justifica su alta presencia en el corpus de ese año, con titulares como:

- *Pastor, primer candidato a rector de la UMH de Elche (EP, 13/01/2011).*
- *Nuevo decano de Comunicación de la Ramon Llull (EP, 29/01/2011).*
- *La Complutense convoca elecciones a rector en abril (EP, 01/02/2011).*
- *LUIS PERDICES Decano de Económicas y aspirante a rector "La Complutense tiene solución" (EP, 02/02/2011).*
- *Mas-Colell sugiere que el rector no sea elegido por el claustro (EP, 03/02/2011).*

Y, por otro lado la situación económica que recogen titulares como los siguientes nos permiten entender que ese subtema ocupe la segunda posición, si bien no es el único motivo:

- *Recortes para casi todos (EP, 17/05/2011).*
- *Los recortes crisan las facultades (EP, 27/05/2011).*

En 2012, la atención permanece retenida en algunos de los subtemas de años anteriores, entre otros “Economía y finanzas”, con un 15,3% (n=87). En segundo lugar aparece con fuerza lo relativo a las “Protestas” con un 13% (n=74) y las “Tasas” universitarias, con un 7,7% (n=44). A continuación, se sitúan la “Relación universidad-gobierno”, con un 7,2% (n=41) y el “Colectivo: Equipo de gobierno”, con un 6% (n=34).

Como ya hemos señalado en otro lugar, 2012 fue un año de protestas, sobre todo estudiantiles, pero también de docentes y asociaciones de padres y otros colectivos

que mostraban contrarios a las medidas de recortes y eliminación de derechos, lo que en *El País* dio pie a titulares como los siguientes:

- *Apuntes para una huelga (EP, 04/03/2012).*
- *Clases al sol contra los recortes (EP, 15/03/2012).*
- *Protestas universitarias por los recortes (EP, 18/04/2012).*
- *Las universidades se revuelven (EP, 18/04/2012).*
- *La Universidad de Santiago, contra el recorte en educación (EP, 28/04/2012).*

En 2013 de nuevo el protagonismo recae en “Economía y finanzas”, con un 11,3% (n=60), seguido de “Becas”, con un 10,7% (n=57). Respecto al primer subtema, muchos titulares reflejan cómo la situación económica ha hecho mella en la universidad; destacamos los primeros que encontramos en 2013, todos del mismo mes:

- *La UAB deja de pagar las becas Séneca por problemas de liquidez (EP, 11/01/2013).*
- *La Universidad busca dinero (EP, 13/01/2013).*
- *La Comunidad paga 18 millones y 3,5 más de intereses a la Complutense (EP, 14/01/2013).*
- *Las universidades atajan su déficit desbocado con temor a más recortes (EP, 20/01/2013).*
- *El Gobierno reduce la financiación de la ciencia al retrasar pagos (EP, 25/01/2013).*
- *Ramírez de Arellano: "Si no subimos el nivel ético, la calidad democrática se hunde" (EP, 27/01/2013).*

A distancia de aquellos se encuentra el subtema de “Protestas”, con un 7,7% (n=41), el “Colectivo: RR.HH”, con un 7,1% (n=38) y las “Tasas”, con un 6,8% (n=36).

1.2.2.4. La selección temática en La Vanguardia

Siguiendo la tónica señalada en los diarios anteriores, observamos que en el período 2010-2013, en *La Vanguardia*, las categorías temáticas de “Funcionamiento interno” con 34,1%, “Proyección socioinstitucional e internacional” con 29,9% y “Aspectos económicos” con 22% son las más relevantes en los textos que componen su Corpus Definitivo. Tras ellas se encuentran las “Misiones” (8,4%) y “Otras” (5,6%). Los datos disgregados por años, son los que aparecen en la Figura 32.

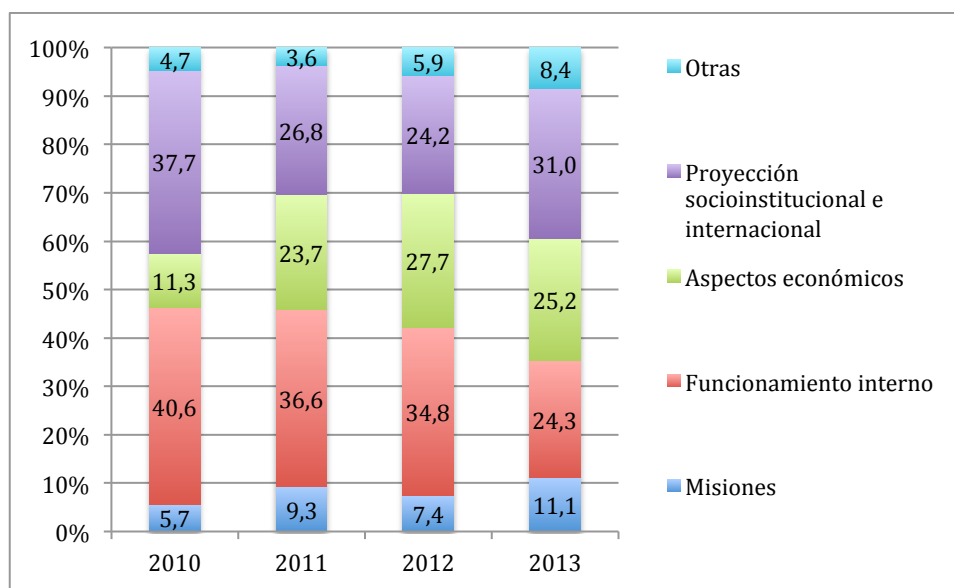


Figura 32. Categorías temáticas más presentes en *La Vanguardia* en porcentaje (CDe. 2010-2013).

Entre los subtemas más presentes en la agenda mediática de *La Vanguardia* en el período 2010-2013 se encuentran “Economía y finanzas” con un 9,6% (n=85), el “Colectivo: equipo de gobierno” con un 9,5% (n=84), las “Tasas” con un 6% (n=54), las “Protestas” con un 5,7% (n=51) y los “Rankings –evaluación” con un 5,1% (n=45).

En el año 2010 dos subtemas comparten protagonismo. Son el del “Acceso a la universidad” y el “Colectivo: Equipo de gobierno” ambos con un 10,4% (n=22). Como hemos visto, este último es un tema también presente en la agenda de *El País*, *El Mundo* y *ABC*, y en *La Vanguardia* se mantiene durante los cuatro años con una atención muy elevada¹⁶⁰. Sin embargo, el subtema de “Acceso a la universidad” apenas ha sido un tema significativo para el resto de medios. De hecho, un análisis comparativo muestra que en ningún caso este había superado el 3,6% en el resto de diarios (*ABC*, año 2013). Los textos que dan pie a ese protagonismo lo recogen titulares como:

- *La nueva selectividad elimina cupos y podría subir la nota de corte (LV, 10/02/2010).*
- *Del bazar a la universidad (LV, 18/02/2010).*
- *Universitats modifica las ponderaciones de la nueva selectividad (LV, 18/03/2010).*
- *A los 40, a la universidad (LV, 15/05/2010).*
- *La FP cooperará con la universidad a través de los campus de excelencia (LV, 20/07/2010).*
- *50.000 solicitudes para entrar en la universidad (LV, 21/07/2010).*
- *La llegada de alumnos de FP desequilibra unas 20 carreras (LV, 28/07/2020).*

Según vemos ese interés pasa por tres cuestiones principalmente: la propuesta de una nueva selectividad, las solicitudes de acceso a la universidad, y la polémica generada alrededor de las modificaciones que se habían producido en el acceso a la universidad y que permitían la incorporación de alumnos de FP sin pasar por selectividad previa.

¹⁶⁰ En 2010 con un 10,4%, en 2011 con un 10,8% y en 2012 con un 10,9%, que se reduce en 2013 a un 5,8%.

La Vanguardia fija su atención en 2010 en otro subtema, el segundo en relevancia, que se convierte en otra curiosidad no compartida con el resto de agendas mediáticas. Se trata del subtema “Rankings / Evaluación”, con un 6,1% (n=13). Si bien el tema aparece en todos los diarios, este es sin lugar a dudas el que más atención le dedica. De hecho, en 2011 esa atención, aunque decae se mantiene: es del 5,2% en 2011 (n=10), en 2012 del 3,5% (n=9) y en 2013 del 5,8% (n=13):

- *Ninguna universidad española entre las cien mejores del mundo (LV, 13/01/2010).*
- *Si quieren subir en los rankings, gasten más dinero (LV, 10/04/2010).*
- *Sólo la UB y la UAB destacan en el ranking de universidades QS (LV, 09/09/2010).*
- *Rankings ¿De qué sirven? (LV, 11/09/2010).*

El tercer tema es “Economía y finanzas”, con un 5,2% (n=11), subtema que será relevante en la agenda de *La Vanguardia* durante cada uno de los años posteriores (un 13,4% en 2011 (n=26), un 10,5% en 2012 (n=27) y un 9,3% en 2013 (n=21)). Otros subtemas relevantes serán el de “Colaboración”, con un 4,7% (n=), y en quinto lugar aparecen cuatro: “Estudios”, “CEI”, “Movilidad” y “EEES”, con un 4,2% (n=9).

El año 2011 es un año de gran atención a los asuntos relativos a la “Economía y finanzas” universitarias, con un 13,4% (n=26), seguido de “Colectivo: Equipo de Gobierno”, con un 10,8% (n=21). En tercer lugar y de forma destacada respecto al resto de medios, aparece el subtema de “Gestión universitaria”, con 9,3% (n=18). Es este el único medio que lo incluye entre los más relevantes de su agenda (la máxima atención en otros medios es en 2011 y en *ABC*, con 5,3% (n=18) -séptima posición en el conjunto del medio). Los titulares nos indican parte del motivo de ese interés, que viene dirigido por los cambios en la gobernanza universitaria que el sistema universitario catalán comienza a plantearse en ese momento, a saber:

- *Qué hacer en las universidades (LV, 06/01/2011).*
- *Rectores y consejos sociales acuerdan consensuar una propuesta sobre gobernanza (LV, 12/01/2011).*
- *Reformas en la universidad (LV, 18/01/2011).*
- *Qué dice la Generalitat y qué dice el Gobierno (LV, 18/01/2011).*
- *Ofensiva catalana para pactar un nuevo sistema de gobernanza (LV, 18/01/2011).*

El cuarto subtema es el de “Tasas”, con 6,7% (n=13), más destacado en la agenda mediática de *La Vanguardia* que la de *El Mundo* o *El País*, al igual que el subtema de “Protestas” que aparece este año en quinto lugar con un 6,2% (n=12), mientras en *ABC*, *El Mundo* y *El País* serán relevantes a partir del año siguiente, 2012.

En 2012 el subtema “Colectivo: Equipo de Gobierno”, con un 10,9% (n=28) será el más relevante. Le siguen “Economía y Finanzas”, con 10,5% (n=27) y “Tasas” con un 9% (n=23). Todos ellos son subtemas que ya han destacado anteriormente en este medio, si bien ello no ocurre con el cuarto subtema de este año, el de “Futuro” con un 7%. En este aspecto la agenda propuesta por *La Vanguardia* resulta novedosa frente a los otros periódicos. Los textos que dan lugar a ese interés tienen que ver con propuestas acerca del presente y futuro de esta institución educativa, y son sugeridos

al hilo de los cambios que la crisis económica y los legisladores nacionales y autonómicos están planteando. Algunos de ellos son:

- *Los retos de la universidad (LV, 18/01/2012).*
- *La URV, camino de futuro (LV, 10/02/2012).*
- *Universidades virtuales (LV, 12/02/2012).*
- *Massachunya-Catalussets (LV, 30/05/2012).*
- *La llave de nuestro futuro (LV, 12/07/2012).*
- *China e India, potencias universitarias (LV, 14/07/2012).*

“Becas” y “Protestas” con un 6,6% (n=17) comparten el quinto puesto ese año.

En el año 2013 se repite la tónica de años anteriores y aparece en primer lugar el subtema de “Economía y finanzas” con un 9,3% (n=21). Sin embargo en segundo puesto irrumpe la subcategoría de “Otras” con un 8,4% (n=19), que es seguida por las de “Becas” y “Protestas”, ambas con un 8% (n=18). Aunque las temáticas etiquetadas como “Otras” aparecen con fuerza ese año, no hay un hilo argumental o un tema central que motive su aparición, sino varios que giran en torno a la denuncia o reflexión acerca de la institución como se puede ver en los titulares:

- *¿El ocaso de la universidad? (LV, 05/03/2013).*
- *La UPC denuncia ante la fiscalía a una academia por filtrar un examen (LV, 06/03/2013).*
- *Una profesora dice que la mujer debe amar al maltratador (LV, 28/03/2013).*
- *Exámenes sin móviles (LV, 05/04/2013).*
- *La universidad funciona (LV, 22/04/2013).*
- *Los impagos de matrícula en la universidad crecen un 129% en 3 años (LV, 12/05/2013).*
- *Evacuado un millar de personas en la UPC de Terrassa (LV, 17/05/2013).*
- *La UB investiga el extravío de datos personales de alumnos (LV, 08/07/2013).*

Por otro lado, y en línea con la agenda de *El País* y el *ABC* ese año, el periódico de los Godó también tratará de una forma destacada el subtema “Colectivo: RRHH” con un 7,5% (n=17). En quinto lugar aparece otro subtema apenas significativo para el resto de medios¹⁶¹: la “Movilidad”, con un 6,6% (n=15), que ya destacaba ligeramente en este medio el año anterior (4,2%); especialmente las becas de movilidad Erasmus son las que dan pie a esa intensidad informativa, aunque no debemos perder de vista otros temas, como la contratación de profesorado internacional del sistema universitario catalán:

- *Internacionales (LV, 31/03/2013).*
- *Erasmus, tocado y... (LV, 21/04/2013).*
- *Raquitica ayuda para los Erasmus (LV, 21/04/2013).*
- *Los estudiantes ven la experiencia Erasmus como una inversión de futuro (LV, 09/07/2013).*
- *Un 26% de extranjeros opta a plazas de docente universitario (LV, 19/07/2013).*

¹⁶¹ Solo en *El País*, en 2013, identificamos un 4,3%.

En las Figuras 29-32, hemos visto cuales son *grosso modo* los temas generales priorizados por estos medios en la conformación de la agenda mediática sobre la universidad y educación superior. Hemos descubierto algunas tendencias similares y encontrado matices específicos, que se revelan en la priorización de unos subtemas sobre otros. En la Figura 33 se observa que la tendencia en la presentación de temas es similar en los cuatro medios en relación a las cinco grandes categorías temáticas analizadas, con mayor presencia de los subtemas relacionados con el “Funcionamiento interno”, los “Aspectos económicos” y la “Proyección Socioinstitucional e Internacional” de estas instituciones.

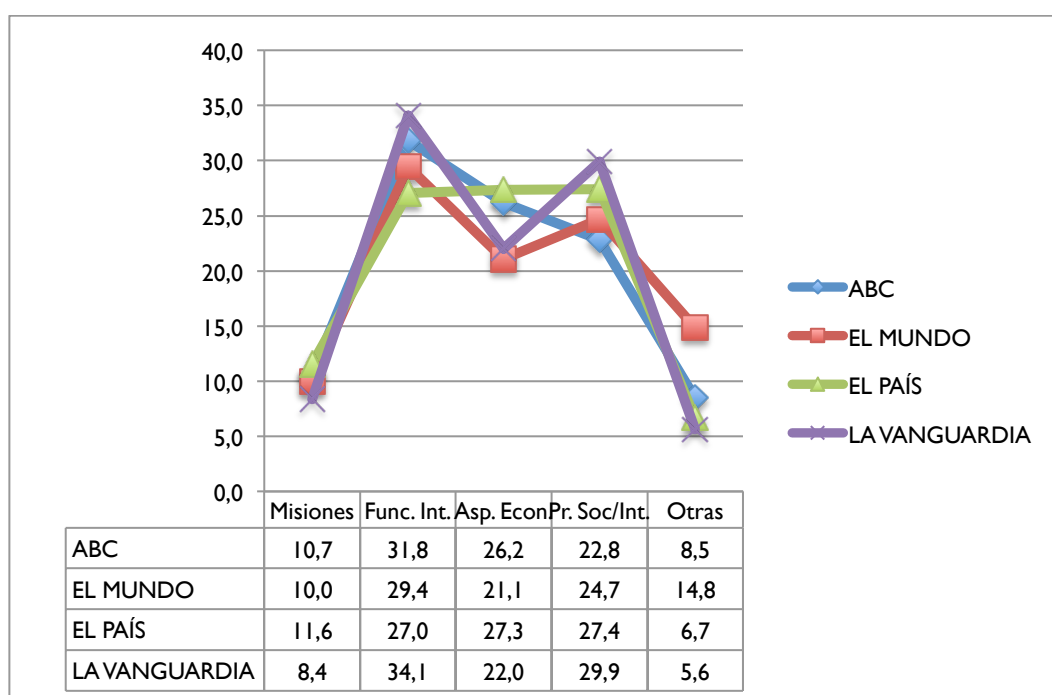


Figura 33. Comparación entre ABC, El Mundo, El País y La Vanguardia de los porcentajes medios de interés de las categorías temáticas en el período comprendido entre 2010-2013.

1.2.3. Estrategia predicativa

Como ya hemos explicado, para el análisis de la estrategia predicativa tuvimos en consideración varias cuestiones. Por un lado, el papel que ocupaba la universidad como sujeto o no en los titulares del corpus y por otro, los colectivos más representados en el mismo (en este caso teniendo en consideración de quien se hablaba en los textos).

En cuanto al primer punto, que más adelante ampliaremos con detalles sobre el funcionamiento de la estructura predicativa solo para el subgrupo de titulares con estructura narrativa, el análisis nos indica que es ABC el medio que más emplea titulares donde la universidad (o el genérico “Universidad”) aparece como sujeto (38,6% dentro del propio diario), frente a las ocasiones en las que no lo hace (33,6%), o en las que el titular no tiene verbo (27,8%). Por el contrario, tanto en *El Mundo*

como en *El País* son más numerosos los titulares en los que la universidad no es sujeto: en *El Mundo* ello ocurre en el 39,3% de las ocasiones (frente a un 23,6% en las que en sí es el sujeto del titular o un 37,2% en las que no emplea verbo) y en *El País* en un 42,7% (frente a un 32,9% en las que en sí es el sujeto del titular o un 24,4% en las que no emplea verbo). En el caso de *La Vanguardia* los resultados son proporcionalmente muy similares en los tres casos y, aunque son superiores las ocasiones en las que la universidad o no es sujeto (34,2%) o no tiene verbo (34,2%), no es significativa la diferencia respecto a los titulares en los que la universidad sí es sujeto (31,6%).

Quisimos ver si ese comportamiento era similar en cuanto al género más presente en nuestro corpus, el de la noticia, y pudimos comprobar que los resultados arrojaban porcentajes similares a los vistos para la totalidad del corpus; es decir, que el ABC presenta más que ningún otro medio a la universidad como sujeto (también ello es así dentro del propio ABC, 38,3%); que *El Mundo* en un 39,3% y *El País* en un 42,6%, mayoritariamente, no suelen presentar a la universidad como sujeto en sus titulares informativos; y que *La Vanguardia* es el medio con diferencias menos significativas, aunque respecto a las noticias es levemente superior la presencia de titulares sin verbo (35,4%) respecto al resto de opciones (como sujeto 31,5% y no como sujeto 33,1%). Ver más detalles en el Anexo 6.

En cuanto al género de opinión, representado en nuestro corpus a través de la categoría Columna de opinión, quisimos saber si ese comportamiento de los periódicos en la noticia era el mismo que en este otro género o divergían. Un análisis de los resultados nos mostró la existencia de diferencias:

- ABC sigue prefiriendo el empleo de la universidad como sujeto en la opinión (39,8%, frente al 35,8% en las que no o el 24,4% en las que los titulares los elige sin verbo).
- *El Mundo*, en este tipo de titulares, muestra su preferencia respecto a construirlos sin verbo (42,9%), a escasa diferencia de la opción de no emplear la universidad como sujeto (39,3%) pero marcando una significativa diferencia respecto a los titulares en los que la universidad sí es el sujeto (17,9%).
- Por su parte, los titulares de los géneros de opinión de *El País* son, en un porcentaje similar, contruidos colocando a la universidad sí y no como sujeto (ambas opciones con un 37,7%), mientras la opción de sin verbo es de un 24,5%, significativamente inferior.
- En cuanto a *La Vanguardia* los resultados también varían si tenemos en consideración lo que ocurría en los generales cuando valorábamos todo el corpus de titulares conjuntamente, y también en relación a la noticia. Cuando se trata de los géneros de opinión, el periódico de la familia Godó mayoritariamente evita colocar a la universidad como sujeto del titular (40,9%), frente a la opción de no utilizar verbo (31,1%) y, de sí colocarla como sujeto (28%).

Continuando con este análisis y para descubrir si, de forma empírica, los hallazgos encontrados a través de la estadística descriptiva se confirmaban, procedimos a su verificación a partir de la aplicación de pruebas no paramétricas, en este caso el *test de independencia chi cuadrado*.

Este test, aplicado a las variables de *Universidad como sujeto* y *Periódico* nos mostró la existencia de una relación estadísticamente significativa entre ambas [$\chi^2(6, 4536) = 79,949$, $p = .000$]. También procedimos a aplicar la *prueba chi cuadrado* al corpus relativo al género noticia de todos los periódicos y los resultados nos mostraron de igual forma la existencia de una relación estadísticamente significativa, en este caso [$\chi^2(6, 3301) = 60,346$, $p = .000$]. Lo mismo ocurrió con su aplicación a la muestra relativa a los textos referidos a la columna de opinión [$\chi^2(6, 515) = 14,890$, $p = .021$].

Tal y como hemos señalado, la estrategia predicativa nos permite analizar qué actores sociales, personales o institucionales, individuales o colectivos, han protagonizado la acción informativa sobre la universidad en este período. Antes de pasar al análisis en sí, recordaremos la agrupación de categorías que utilizamos en el procesamiento de los datos, en el que tipificamos las universidades en relación a:

- A. La mención individual de una universidad en el texto.
- B. El tratamiento colectivo de sistemas universitarios (sistemas universitarios autonómicos).
- C. La alusión genérica (sistema universitario nacional o uso genérico).
- D. Los conceptos de universidad pública y/o privada.

Un primer análisis de los resultados nos indica que en el Corpus Definitivo destaca la mención mayoritaria a las universidades a título individual, pues hasta en un 54,7% ($n=2.483$) de las ocasiones los textos remiten a nombres concretos de centros de educación superior, sean estos públicos o privados (Figura 34). De hecho, las universidades más mencionadas dentro de este apartado (A) son: la Complutense de Madrid, con 16,1% ($n=399$), la de Sevilla, con 16% ($n=398$), la del País Vasco con 5,6% ($n=138$), la de Córdoba con 6% ($n=150$), la de Barcelona con 5% ($n=124$), la de Valencia con 4,5% ($n=112$), la de Castilla La Mancha con 4,1% ($n=103$), la Pablo de Olavide con 3,9% ($n=97$), la Autónoma de Barcelona con 3,3% ($n=81$), la de Loyola Andalucía con un 3% ($n=74$), la Politécnica de Cataluña con 2,9% ($n=71$) y la de Santiago de Compostela con un 2,5% ($n=63$). El resto de universidades tienen una aparición menor a las frecuencias mencionadas (cf. Anexo 6).

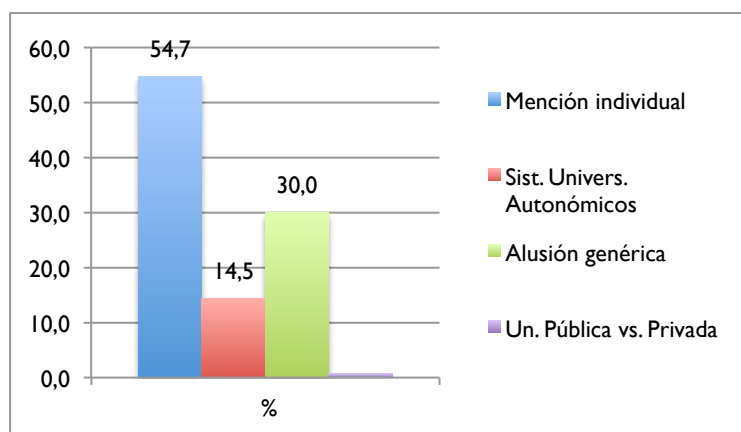


Figura 34. Aparición de los Colectivos universitarios según su estructura en bloques temáticos.

En cuanto a los sistemas universitarios autonómicos (o, dicho de otra forma colectivos universitarios que agrupan universidades según su pertenencia a una Comunidad Autónoma)¹⁶² predominan los textos que hacen referencia al sistema universitario catalán con un 40,7% del total del apartado correspondiente a la categoría de Colectivo Universitario (n=267). Según se puede observar en el Anexo 6 en ello tiene mucho que ver la elevada presencia de este sistema universitario en *La Vanguardia* (n=151). De hecho, si lo comparamos con la presencia del resto de colectivos en este medio, hablaríamos de hasta un 99,3% de atención, que se reparte con un escasísimo 0,7% de presencia del sistema universitario madrileño. Elevado porcentaje recibe también el sistema universitario andaluz, un 20,9% (n=137), así como el de la Comunidad Valenciana, con un 16,8% (n=110). Ya algo menor es la presencia del sistema universitario gallego en estos periódicos, con un 10,5% (n=69) y el de la Comunidad de Madrid, con un 7,3% (n=48), lo que es significativo por su contraste con el peso específico de este sistema universitario en el conjunto global.

Al igual que el sistema universitario catalán destaca por su presencia en *La Vanguardia*, existen otro tipo de combinaciones que subrayamos a la hora de presentar estos resultados. Por ejemplo, el sistema universitario valenciano aparece principalmente en un medio, *El País*, y lo mismo ocurre con los sistemas universitarios madrileño y gallego, que aparecen prácticamente tan solo en este medio, si bien el gallego también está presente aunque de una forma no tan notoria en el *ABC*. En cuanto al sistema universitario andaluz, su nula presencia como colectivo en *El Mundo* y *La Vanguardia* contrasta con su aparición en el *ABC* y algo menos en *El País*.

Si consideramos de forma exclusiva el grupo B. “Colectivo universitario” y analizamos el comportamiento de los medios tan solo con este colectivo, nos encontraremos con que, en relación a *El País* el sistema universitario valenciano es el de mayor presencia

¹⁶² Como sabemos estos son principalmente grupos de universidades públicas, si bien en algún caso, como ocurre con el sistema universitario madrileño o valenciano, ello incluye universidades privadas.

con un 34,5%¹⁶³ (n=102), junto al 20,6% (n= 61) del sistema universitario catalán y el 17,6% (n=52) del andaluz. Por el contrario, en *ABC* el sistema universitario más relevante es el andaluz con 45% (n=85), seguido del catalán con un 23,8% (n= 45) y el gallego con un 14,8% (n= 28). En el caso de *El Mundo*, el colectivo universitario con mayor presencia informativa es el catalán con gran diferencia respecto al resto con un 52,6% (n= 10), pues el segundo es el madrileño con un 31,6% (n= 6) y el tercero el de la Comunidad Valenciana, con un 10,5% (n= 2). En *La Vanguardia* los datos son arrolladores en cuanto a la presencia del sistema universitario catalán con un 99,3% (n=151). Cf. datos en Anexo 6.

Sin embargo, analizados en conjunto los resultados de acuerdo a esas cuatro categorías, lo más destacado es la elevada presencia de la alusión genérica (C), en todos los medios, que es de un 30%: mayor en *El País* (41,3%), y algo menor en *La Vanguardia* (26,8%), *El Mundo* (16,25%) y *ABC* (15,6%).

En cuanto a la categoría de referencias a la universidad pública y la universidad privada (D), dentro del global su significatividad es mínima, pues tan solo en un 0,8% de las ocasiones hay referencias a esta oposición o al sistema universitario público y/o el sistema universitario privado. Eso sí: dentro de estos dos elementos, es muy mayoritaria la presencia de la idea de universidad pública. En el análisis comparativo que realizamos entre los conjuntos de universidad pública (unimos el concepto global de universidad pública con las referencias a universidades públicas de forma singular), universidad privada (realizamos la misma distribución), sistemas universitarios autonómicos por otro lado, y el concepto genérico, los resultados arrojados fueron muy significativos: la universidad pública en *ABC* recibía una cobertura del 67,8%; en *El Mundo* un 47,1%, en *El País* un 42,8% y en *La Vanguardia* un 24,4%) (cf. Anexo 6 para más detalles). Por otro lado, todos los medios analizados prestan atención en algún texto a la idea del sistema universitario privado, concepto ligeramente más presente en *El País* con un 8,2% (n=143), frente al *ABC* con un 6,9% (n= 110), *El Mundo* con un 3,3% (n= 16) o *La Vanguardia* con un 3,1% (n= 22).

Para profundizar en el tratamiento de la universidad privada por parte de los periódicos, tuvimos en cuenta las referencias generales a universidad pública y privada, en combinación con las alusiones individuales a universidades privadas y públicas españolas, análisis que aparece en la Figura 35. Dado que es mayor el número de universidades públicas que privadas, quizá no sorprende ver que la línea roja (correspondiente a la pública en su conjunto) y azul (privada en su conjunto) son tan distantes. Así, se observa que es mucho mayor la presencia de la universidad pública en todos los medios analizados, sin excepción, con significativas diferencias entre ellos, pues *ABC* es sin lugar a dudas el rotativo que mayor cobertura ofrece de la universidad pública (67,8%), sobre todo si lo comparamos con las categorías de sistemas

¹⁶³ Presentamos porcentajes obtenidos considerando tan solo este tipo de colectivo en su conjunto, el B, que comprende los sistemas universitarios autonómicos, independientemente de que agrupen universidades públicas de forma exclusiva o públicas y privadas, como ocurre en Madrid, la Comunidad Autónoma de Valencia o Andalucía.

universitarios autonómicos, o el tratamiento como colectivo (B; 12%) o la alusión genérica (C) a la idea de universidad-educación superior (13,4%), y las universidades privadas (6,9%).

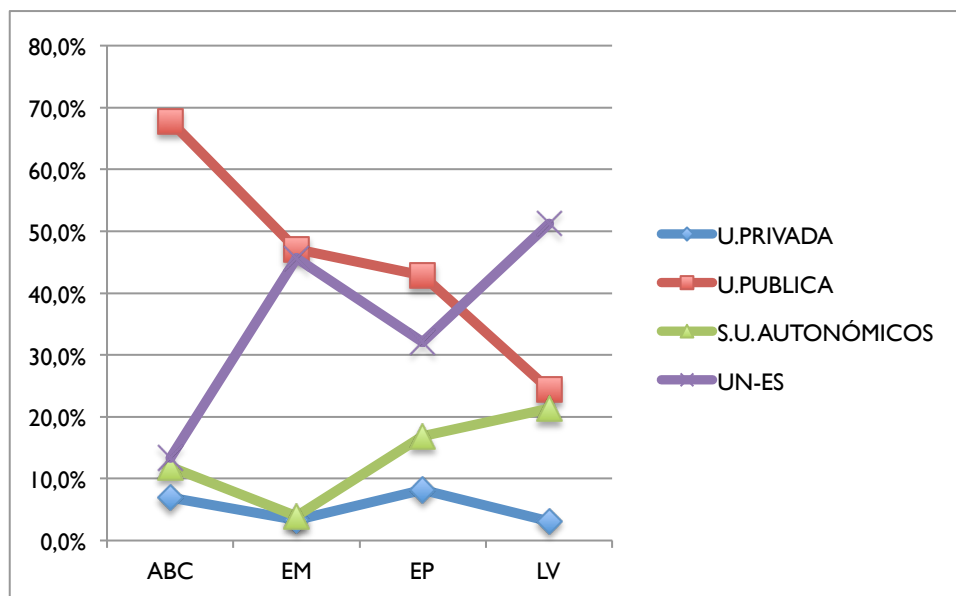


Figura 35. Tratamiento predominante del tema universitario en los medios analizados: protagonistas (porcentajes).

Para completar los resultados realizamos otro análisis agrupando las universidades según la Comunidad Autónoma. Los resultados son los que se observan en la Tabla 18, algunos de cuyos datos coinciden con otros analizados previamente. Así ocurre con la elevada presencia en ABC de noticias en la sección Andalucía, algo similar al elevado número de noticias relativas a universidades de esta CC.AA., o el elevado porcentaje de textos que *La Vanguardia* dedica al tema de UN-ES.

	ABC	EM	EP	LV
Andalucía	48	1	8	-
Varios SUA ¹⁶⁴	12	4	2	1
Cataluña	7	5	10	46
Comunidad de Madrid	11	37	12	1
Comunidad Valenciana	3	3	20	0
Galicia	4	0	7	-
País Vasco	0	4	9	0
UN-ES, UPUB, UPRIV	14	47	33	52
Totales	100	100	100	100

Tabla 18. Universidades agrupadas según su pertenencia a CC.AA. Datos en porcentaje.

¹⁶⁴ Varios Sistemas Universitarios Autonómicos (SUA) incluye: Aragón, Asturias, Cantabria, Castilla León, Castilla La Mancha, Extremadura, Islas Baleares, Islas Canarias, La Rioja, Murcia y Navarra además de UNED y UIMP.

En otro orden de cosas, y si bien la atención del diario de *Vocento* a las universidades andaluzas es muy elevada, es significativa su ausencia o práctica ausencia en *La Vanguardia* (0%), o *El Mundo* (1%), y también escasa su presencia en *El País* (8%). Sin embargo, *El Mundo* presta gran atención a las universidades madrileñas y su sistema universitario (37 %), frente a la que prestan *El País* (12%), *ABC* (11%) o *La Vanguardia* (1%). Por el contrario, la atención de *La Vanguardia* es enorme para las universidades catalanas, como ya hemos señalado. En este caso los datos tienen en consideración no solo el sistema universitario catalán, sino la representatividad en los textos de las universidades catalanas a título individual, pues hasta un 46% de los textos dirigen su atención a esta comunidad. En relación a *El País*, con ediciones en ese período en Andalucía, Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana, Galicia y País Vasco, destaca la atención que ofrece al sistema universitario valenciano y el conjunto de sus universidades, que con un 20% supera en 8 puntos a la de Madrid (12%) y duplica a Cataluña (10%), País Vasco (9%), Andalucía (8%) y Galicia (7%).

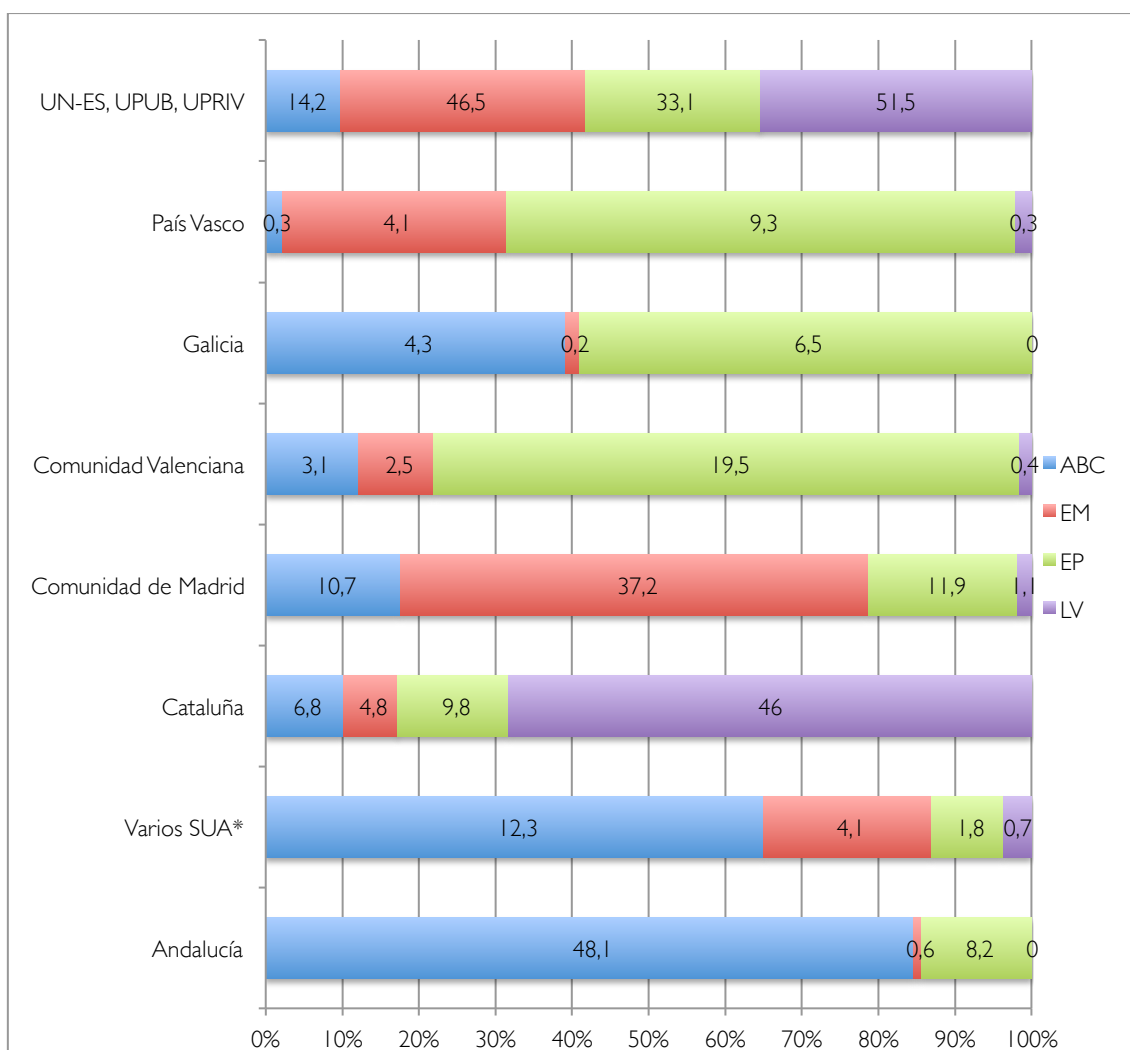


Figura 36. Identificación de los textos con universidades pertenecientes a las Comunidades Autónomas indicadas. 2010-2013

Para conocer el tipo de temas que trataron los medios según el colectivo, tomamos cada uno de los títulos individuales de los colectivos (hasta 82) y los comparamos con las cinco categorías temáticas a las que hemos vinculado los temas aparecidos en prensa. Ello nos permitió ver que, *ABC* en el período de estudio ha publicado textos sobre el sistema universitario andaluz pertenecientes a todas las categorías temáticas, así como respecto a la UB, el sistema universitario catalán, la UCLM, la UCM, la UCO, la Loyola Andalucía, el sistema universitario en su conjunto, la UPO, la US, la USC entre los más relevantes. En *El Mundo* esos colectivos representados en todas y cada una de las categorías temáticas son: la UAB, la UC3, la UCM, la UN y la UPV-EHU.

El País tiene un número de textos mayor y más ediciones regionales, por lo que es mayor el número de colectivos a título individual presentes. Los que tienen piezas informativas en todas las categorías temáticas son¹⁶⁵: Mondragón, UAH, sistema universitario andaluz, UC3, UCAM, sistema universitario catalán, UCM, UCV, sistema universitario valenciano, UDC, sistema universitario gallego, UJI,UMH, UN, UPC, UPM, Universidad privada, UPV, UPV-EHU, US, USC, UV y VIU.

En *La Vanguardia* ese listado es más escueto y lo componen: UAB, UB, sistema universitario catalán, sistema universitario español en su conjunto y UPC.

En relación a la estrategia predicativa y su relación con la valoración de la universidad, nos encontramos con que los medios coincidían en algunas estrategias y se diferenciaban en otras.

Por ejemplo, cuando hacían una valoración neutra de la universidad *ABC* optaba mayoritariamente por utilizar la universidad como sujeto (41,7%), frente a las opciones de no emplearla como sujeto (37,7%) y que el titular no llevara verbo (20,5%). Sin embargo en esta misma situación, tanto *El Mundo* como *El País* o *La Vanguardia* prefieren no colocar esta institución en el papel de agente (45,4%; 45,5% y 39,5% son los porcentajes respectivos).

Cuando la valoración de la universidad es negativa vemos que hay coincidencias entre los medios pues optan por el uso de frases nominales como titulares (*ABC*, en un 55,7%; *El Mundo*, en un 46,5%; *El País*, en un 41,5% y *La Vanguardia*, en un 64,4%), es decir que prefieren evitar el papel agentivo, eludiendo así la crítica abierta y directa que otro tipo de ordenación sintáctica supondría.

En el caso de las valoraciones positivas, *ABC* y *El País* optan por dos opciones, principalmente: colocar la universidad como sujeto de la acción (*ABC*, 44,2%; *El País*, 44,6%), pero a corta distancia de la opción de eludir el verbo (*ABC*, 42,3%; *El País*, 36,5%). En estos textos de valoración positiva *El Mundo*, y *La Vanguardia*, mantienen estas preferencias pero invirtiéndolas, pues prefieren en primer lugar crear titulares de frases nominales (*El Mundo*, en un 46,4% y *La Vanguardia*, en un 44%) y en segundo lugar colocar a la universidad como protagonista sintáctico de la acción (*El Mundo*,

¹⁶⁵ Los nombres de estas instituciones están colocados según orden de aparición en el listado. No guarda relación con valores de porcentajes o recuentos.

32,1%; *La Vanguardia*, 38%). Las diferencias porcentuales sobre todo en el primer caso pueden ser consideradas lo suficientemente significativas para señalar una tendencia.

En las valoraciones Positivas con críticas, *ABC* y *El País*, se dividen entre sí emplear la universidad como sujeto o eludirlo en porcentajes similares y *El Mundo*, y *La Vanguardia*, prefieren en esta circunstancia eludir el sujeto.

Además, realizado el *test de independencia chi cuadrado* para ver si los datos analizados a través de la estadística descriptiva podían ser verificados y si podíamos hablar de la existencia de una relación de dependencia entre las variables analizadas, es decir, entre la ordenación sintáctica de los enunciados del titular y la valoración que cada medio hacía de la universidad y los resultados nos mostraron que sí existían, tanto con el *ABC* [χ^2 (6, n = 1588) = 163,994, p = .000]. como *El Mundo* [χ^2 (6, n = 484) = 21,796, p = .001], *El País* [χ^2 (6, n = 1751) = 55,553, p = .000] y *La Vanguardia* [χ^2 (6, n = 713) = 45,842, p = .000].

Hasta aquí hemos descrito datos genéricos relativos a cómo es presentado el tema universitario en los textos, es decir, a qué aspecto se le da protagonismo informativo: sistema público o privado, sistemas universitarios autonómicos concretos. Completamos ahora el análisis de la estrategia predicativa atendiendo a la actancialidad concreta que revelan los titulares.

Como hemos indicado en otro apartado, la estrategia predicativa refuerza el encuadre enunciativo de los textos y, de hecho, actúa como complemento de las estrategias temática e intencional. Cuando los textos transmiten una intención valorativa, cabe pensar que es cognitivamente más efectivo reforzar la estructura narrativa y, por tanto, dar agentividad a uno de los implicados en la noticia en cuestión (una agentividad, previsiblemente, culpable). Véase por ejemplo, la diferencia entre dos titulares de *El Mundo* (22/09/2012), referidos a la misma noticia sobre el acto de inauguración del curso académico¹⁶⁶:

- *El rector de Valencia se suma al boicot estudiantil (EM 22/09/2010).*
- *Estudiantes irrumpen en la apertura de curso de la UV a gritos contra los recortes (EM 21/09/2012).*

¹⁶⁶ Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/09/22/valencia/1348340123.html>

EDUCACIÓN | Boicotean el acto

Estudiantes irrumpen en la apertura de curso de la UV a gritos contra los recortes



Estudiantes protestan en el Paraninfo de la Universitat. | José Cuéllar

- Han interrumpido el desarrollo del acto durante cerca de 20 minutos
- Los manifestantes han leído un manifiesto contra la subida de tasas

Noa de la Torre | Valencia

Comentarios 58

Actualizado viernes 21/09/2012 12:58 horas



Figura 37. Estrategia predicativa. Ilustración de la noticia de *El Mundo*, presentada como ejemplo.

Mientras para el primer titular hemos de proponer una intencionalidad expresiva negativa, activada por el uso del término “boicot estudiantil”, el segundo tiene una ilocutividad representativa de exposición de unos hechos (ratificados además por la fotografía). Parece claro que en el primer titular, al seleccionar como sujeto al Rector de la UV, la intencionalidad negativa es más marcada que en el caso de los estudiantes, que probablemente tienen una entidad informativa más difuminada. En todo caso, la atribución de agentividad se convierte en una atribución de culpa, de manera que en cada caso el sujeto sintáctico del enunciado (El rector, Los estudiantes) pasan a ser blanco del ataque del titular (y posiblemente más intenso en el caso del rector, ya que el texto es un editorial).

El análisis se puede extender a otros titulares y textos del corpus, en los que se pueden ver las diferencias en el tratamiento lingüístico y la estrategia predicativa utilizada:

- *Obras forzosas en los colegios mayores (ABC, 26/03/2010).*
- *Figar le lee la cartilla al rector de la 'Complu' (EM, 26/03/2010).*
- *Educación manda inspectores a los colegios mayores de la Complutense (EP, 26/03/2010).*

Los tres titulares tratan la misma información, sin embargo es diferente la estrategia predicativa utilizada. En el segundo caso, Lucía Figar, responsable de educación del gobierno madrileño, es el agente de la acción, un agente que actúa como figura de autoridad frente al rector de la UCM, que aparece mencionada como “Complu” en un cambio de registro que lleva al medio a apocopar ese nombre (obsérvese, además, la estrategia léxica activadora de inferencias mediante la expresión idiomática “leer la cartilla”). La ilocutividad expresiva negativa del titular contrasta con la ilocutividad

representativa, neutra, del titular de *El País*. Por su parte, *ABC* utiliza un titular sin sujeto predicativo que enfatiza el hecho de que las obras han de ser a la fuerza, ante la inmovilidad de quien debía realizarlas.

Si completamos el titular con la lectura del texto vemos que la noticia de *ABC* puede parecer más polifónica, en la medida en que da voz al rector de la UCM, a Figar y a los estudiantes. Sin embargo, el texto refuerza la idea señalada en el titular, y se alinea con la misma idea de relación jerárquica que activaba el titular de *El Mundo*: la UCM aparece como un subordinado díscolo, contra el que las autoridades (ya no Lucía Figar sino “La Comunidad”, “el Gobierno”, pueden tomar medidas de castigo):

“La Comunidad quiere obligar a la Complutense a que acometa las obras de reparación de sus colegios mayores. Si la institución se niega a hacerlo, las llevará a cabo el Gobierno regional pero con cargo a los presupuestos de la institución para este año.”

Por otra parte, la noticia va acompañada de fotografías (Figura 38) donde se visualiza el deterioro de uno de los Colegios Mayores sobre los que se exige reparaciones. La ilocutividad negativa apenas subrayada en el titular queda reforzada también a través de la estrategia léxica, pues el antetítulo indica: “Polémica en la Complutense” y la noticia destaca la idea de conflicto a través del uso de términos como *problema*, *nuevo frente*, *incidentes*, etc.

Polémica en la Complutense

Obras forzosas en los colegios mayores

El conflicto de los colegios mayores de la Complutense ha abierto un nuevo frente entre la Comunidad y la institución. Una parte del problema es la **reparación de las residencias**

POR M. ASENIO

MADRID. El conflicto provocado por los incidentes en los que el rector de la Complutense, Carlos Berzosa, fue zarandeado e insultado por un grupo de residentes de varios colegios mayores, dio ayer un giro inesperado con la intervención de la Comunidad. La consejera de Educación, Lucía Figar, envió a sus inspectores a revisar el estado de las instalaciones que sirven de residencia a los alumnos para comprobar si sus denuncias de grave deterioro eran ciertas.

En este punto hay que recordar que los estudiantes acusaron al rector y le agredieron por no consultarles para transformar los colegios segregados en mixtos y por entender que no afrontaba la reparación de las instalaciones en las que viven que, según ellos, se encuentran en un estado lamentable. Además, mostraron sus dudas sobre la gestión de esos centros.

Las tres partes en conflicto



Aspecto de una conexión eléctrica

FOTOS ALBA GARCÍA



Humedades en las paredes



Los cuartos de la limpieza, con algunos desconchones

La Comunidad quiere obligar a la Complutense a que acometa las obras de reparación de sus colegios mayores. Si la institución se niega a hacerlo, las llevará a cabo el Gobierno regional pero con cargo a los presupuestos de la institución para este año. Hoy se decidirá qué medidas se llevan a cabo.

El rector Berzosa quiere dialogar y colaborar con la Consejería de Educación pero advierte que todo debe hacerse «dentro del más estricto respecto a la autonomía universitaria». Advierte que las restricciones presupuestarias les impiden realizar obras urgentes en facultades y centros de investigación.

Los alumnos de los colegios mayores de la Complutense insisten en que sus centros están en malas condiciones y reclaman medidas urgentes. Asimismo, mantiene sus críticas a la decisión del Consejo de Gobierno de la institución de convertir en mixtos dos colegios masculinos y uno femenino.

Figura 38: Recorte de la noticia de ABC "Obras forzosas en los Colegios Mayores".

En otros textos también se observa el uso de esta estrategia. Veamos algunos de los titulares que dan pie a textos durante varias semanas en estos medios:

- *El PP acusa a la Complutense de facilitar pisos de lujo a docentes mientras abandona los colegios mayores (ABC, 31/03/2010).*
- *«Berzosa ha hecho pisos» (EM, 31/03/2010).*
- *La Universidad Complutense niega que haya puesto dinero en las viviendas (EP, 31/03/2010).*
- *La Complutense se ahoga en deudas (ABC, 26/07/2010).*
- *La 'Complu' no tiene un euro (EM, 10/06/2010).*
- *La Complutense avisa que tiene problemas para pagar las nóminas (EP, 10/06/2010).*
- *«¡Rosa Díez, torturadora!» (EM, 22/10/2010).*
- *Bronca a Rosa Díez en la Complutense (EP, 22/10/2010).*
- *Rosa Díez es abucheada por 200 estudiantes en la Complutense (LV, 22/10/2010).*

El análisis de la estructura predicativa se realiza solo para el subgrupo de titulares con estructura narrativa (según adelantamos en el cap. 3, §4.3.5, diferenciamos titulares narrativos, argumentativos, nominales y de cita); es decir, solo tuvimos en cuenta si el protagonismo actancial se otorgaba a un sujeto universitario o no, incluyendo entre ellos, según acabamos de ver, múltiples posibilidades: universidades concretas, cargos

unipersonales de cierta universidad, Consejos sociales, colectivos de profesorado, alumnado... etc.:

- *La Hispalense y la Olavide reducen sus presupuestos para 2011 (ABC, 23/12/2010).*
- *El rector suspende el inicio de curso aunque la Policía no veía riesgo (EM, 20/09/2013).*
- *Dimiten cuatro vicerrectores de la Universidad de Barcelona (EP, 06/01/2010).*
- *Los campus catalanes ganan la 'liga' española (LV, 18/10/2010).*
- *El Consejo Social da el visto bueno a los 244 millones de euros de la UCLM para 2010 (ABC, 23/01/2010).*

Los datos concretos de recurso a esta estrategia en los titulares narrativos según periódicos son los que aparecen en la Tabla 19. Como puede verse, los redactores de ABC y La Vanguardia son los que más explotan la estrategia que da visibilidad actancial a los actores universitarios, y son los titulares de El Mundo los que menos lo hacen:

	ABC		EM		EP		LV	
	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%
Titulares narrativos con sujeto universitario	560	54,1	77	37,4	468	47,1	178	51,4
Total titulares narrativos	1036		206		994		346	

Tabla 19. Estrategia predicativa: refuerzo del encuadre estructural dando actancialidad a un actor universitario, según periódicos.

Como hemos adelantado, la combinación de esta variable con la fuerza ilocutiva de cada titular confirma que, efectivamente, la selección de agente enfatiza la expresividad del titular, lo cual es especialmente rentable en la expresividad negativa. La Tabla 20 indica los casos en que la estrategia predicativa se aplica en titulares narrativos que transmiten una ilocutividad explícita:

	Representativa		Expr. Positiva		Expr. Negativa	
	Rec.	%	Rec.	%	Rec.	%
ABC	452	44,4	30	45,5	78	39,8
EM	46	4,5	5	7,6	23	11,7
EP	376	37,0	19	28,8	73	37,2
LV	143	14,1	12	18,2	22	11,2
Totales	1017	100,0	66	100,0	196	100,0

Tabla 20: Recurso a la estrategia predicativa en titulares narrativos, según ilocutividad.

1.2.4. Estrategia intencional

En nuestro objetivo de conocer la estrategia intencional desarrollada por los cuatro rotativos en su cobertura del tema de la universidad y la educación superior, tuvimos en consideración las dos variables que presentamos en el cap. 3, §4.3.4:

- El tipo de ilocutividad con la que el medio presentaba el texto.
- La valoración que se hacía de la universidad/educación superior.

Como ya hemos repetido, la ilocutividad esperable en textos de prensa es una ilocutividad representativa, pero esta convención no se mantiene, especialmente desde que la elaboración del corpus supuso la inclusión de textos de opinión, no solo informativos. Los cuatro tipos de ilocutividad que analizamos fueron los de Representativa, Expresiva negativa, Expresiva positiva y una categoría “cajón de sastre” que incluye otras posibilidades, como los textos que formulan algún tipo de interrogación, o titulares descriptivos de los que no puede deducirse ni siquiera un valor informativo¹⁶⁷:

- *Universidad multinacional (ABC, 10/02/2010).*
- *Ahora o nunca (LV, 11/05/2013).*
- *¿Subir las tasas es de derechas? (LV, 18/10/2011).*
- *La burbuja universitaria (EP, 16/02/2013).*
- *¡Adopte un rector! (EM, 09/09/15).*

El tipo de ilocutividad más presente en el CDe analizado es el Representativo en todos los medios y durante todo el período, lo que es coherente con la mayor presencia del género informativo en el corpus de análisis. Los datos generales son los que refleja la Tabla 21:

	Representativa	Expr. Positiva	Expr. Negativa	Otra
ABC (1588 textos)	1121 (70,6%)	89 (5,6%)	347 (21,9%)	31 (2%)
EM (484 textos)	295 (61%)	30 (6,2%)	137 (28,3%)	22 (4,5%)
EP (1751 textos)	1252 (71,5%)	74 (4,2%)	357 (20,4%)	68 (3,9%)
LV (713 textos)	479 (67,2%)	49 (6,9%)	114 (16%)	71 (10%)

Tabla 21. Predominios de la ilocutividad en los titulares de los cuatro diarios.

¹⁶⁷ Recordemos que según Searle, los actos representativos “are assessable on the dimension of assessment which includes ‘true’ and ‘false’” (1976, 10); por ello, consideramos que todos los enunciados de estructura descriptiva, nominal, quedan fuera de la intencionalidad representativa, salvo aquellos casos que claramente implican un verbo eludido, como por ejemplo, “Sistema injusto” (EP, 19/10/2010), o “Una oferta poco razonable” (EP, 28/05/2010).

Como se aprecia en la Tabla 21, el segundo tipo de ilocutividad más presente entre 2010-13 en el CDe es la “Expresiva negativa”, con representación máxima en *El Mundo* (28,3%, n=137 de sus textos), y mínima en *La Vanguardia* (16%, n=114). Los textos de carácter “Expresivo positivo” son todavía menos frecuentes: la cifra más elevada es un 6,9% en *La Vanguardia* (n=49) y la menor el 4,2% de *El País* (n=74).

Como ya señalamos anteriormente, los resultados relativos a la valoración de la universidad hecha por los diarios fue en un porcentaje mayoritario *Neutra*. Esto es así en todos ellos, en porcentajes que oscilan entre el 84,1% (n=1472) de *El País*, y el 73,8% (n=357) de *El Mundo*, pasando por el 77,1% (n=550) de *La Vanguardia*, y el 75,8% (n=1203) del *ABC*. Los porcentajes en este sentido no son significativamente muy diferentes entre los cuatro diarios y, de igual forma, y aunque existen diferencias porcentuales, tampoco los resultados relativos a la valoración negativa de la universidad entre ellos cuatro (segunda opción porcentualmente más relevante) ofrece resultados radicalmente diferentes, si bien se observa que son *El Mundo* y el *ABC*, con porcentajes de un 17,8% (n=86) y 14,4% (n=228) respectivamente los que hacen una mayor valoración negativa, frente al 6,7% (n=118) de *El País* y el 6,3% (n=45) de *La Vanguardia*.

Sin embargo es reseñable el hecho de que la diferencia porcentual entre las valoraciones *Neutra* y *Negativa* de los diarios *ABC* y *El Mundo* es menor que la existente en los diarios *El País* y *La Vanguardia*. Los valores son los siguientes:

- *ABC*: 75,8% *Neutra*-14,4% *Negativa*;
- *El Mundo*: 73,8% *Neutra*-17,8% *Negativa*;
- *El País*: 84,1% *Neutra*-6,7% *Negativa*;
- *La Vanguardia*: 77,1% *Neutra*-6,3% *Negativa*.

Para saber si esos datos descritos a partir de la aplicación de la estadística descriptiva podían ser verificados de forma empírica, procedimos a la aplicación de la prueba no paramétrica *test de independencia chi cuadrado*, que aplicamos a las variables *Periódico* y *Valoración de la universidad*. Los resultados que nos ofreció la prueba indican que sí existe una relación significativa entre ambas variables *Periódico* y *Valoración de la universidad* [χ^2 (9, n = 4536) = 147.270, p = .000]; es decir, que podemos concluir que sí hay relación entre cada cabecera del periódico del que hablamos y la valoración de la universidad.

Por otro lado, las diferencias porcentuales relativas a la valoración *Positiva* (porcentualmente superior a la *Positiva* con crítica en los casos del *ABC* o *El Mundo*) o *Positiva* con crítica (porcentualmente superior a la *Positiva* en *El País* y *La Vanguardia*) tampoco arroja resultados diferentes significativamente entre los cuatro rotativos.

1.2.4.1. Ilocutividad y género textual

Cuando analizamos la parte del corpus relativa tan solo al género noticia, nos encontramos que esos datos eran similares a los presentados para el Corpus Definitivo, pues en los cuatro diarios y como era esperable, la ilocutividad representativa era mayoritaria con grandes diferencias porcentuales respecto al resto de ilocutividades (*El País* (72,9%; n=878); *ABC* 70,7%, n=919; *La Vanguardia* (66,7%, n=326); *El Mundo* 61,4%, n=189). Lo que nos sorprende, sin embargo, en este sentido son los porcentajes alcanzados por la Expresiva negativa, que alcanza su mayor presencia en *El Mundo* (27,9%, n=86), algo menos en *ABC* (21,8%, n=283), *El País* (19,3%, n=233) y *La Vanguardia* (16,8%, n=82).

Aplicado el test de independencia *chi cuadrado* a la muestra compuesta por las noticias según fuera su ilocutividad y su pertenencia a uno u otro medio, nos encontramos con que existía una relación estadísticamente significativa [$\chi^2(3, 3301) = 85,708, p = .000$].

Si comparamos estos datos con la variable del género periodístico, observamos que también en el caso del género de opinión la ilocutividad representativa es la mayoritaria en todos los medios sin excepción (véase el 71% del *ABC* (n=125) y *El País* (n=108) o el 68,2% de *La Vanguardia* (n=90) o el 57,1% de *El Mundo* (n=32)). Además, los resultados muestran que esta diferencia es muy significativa entre el grupo formado por *ABC* y *El País* por un lado, y *El Mundo* por otro. Sin embargo, para el resto de ilocutividades no resulta una diferencia tan clara. En cuanto a la columna de opinión, el segundo tipo de ilocutividad más representada es la negativa, principalmente en *El Mundo* (28,6%, n=16) y en menor medida en el *ABC* (22,2%, n=39), *El País* (21,2%, n=32) y *La Vanguardia* (13,6%, n=18) en este orden descendente.

Para descubrir si los resultados explicados a través de la estadística descriptiva y relativos a los registros relativos a la ilocutividad según el género de opinión (Columna de opinión) se confirmaban, procedimos a su verificación de nuevo a partir de la aplicación del test de independencia *chi cuadrado*. Este test nos mostró la existencia de una relación estadísticamente significativa entre la ilocutividad de los textos de opinión de nuestro corpus y los periódicos analizados [$\chi^2(3, 515) = 23,067, p = .006$].

En cuanto al sistema universitario nacional, tanto en las noticias de *ABC* y como en las de *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia* la ilocutividad mayoritaria era la representativa, si bien es cierto que tanto en *ABC* como en *El Mundo* el 100% de su corpus cumple con ese tipo de ilocutividad.

En las noticias del *ABC* el tipo de ilocutividad mayoritariamente empleada en relación a la Universidad de Sevilla era la representativa (67,4%), aunque el porcentaje de ilocutividad expresiva negativa era también elevado (24,4%). Respecto a la UCO se aproximaban a los vistos para la US (67,2%) los de ilocutividad representativa y los de expresiva negativa (25,8%) lo que implica un alto grado de esta última; y lo mismo ocurre con la UCM (ilocutiva representativa, 67,2% y expresiva negativa 27%).

En otro apartado ya hemos analizado el elevado grado de crítica que *El Mundo* dirigió en sus textos a la UCM; los porcentajes en cuanto a la noticia y aun siendo más elevada la ilocutividad representativa (57,3%) no dejan lugar a dudas; la ilocutividad expresiva negativa llega a ser de hasta un 30,1%, uno de las más elevadas. En cuanto a otra de las universidades presentes a título individual, la UPV-EHU, su cobertura muestra una ilocutividad representativa relativamente alta (67,2%) y la expresiva negativa en un 17,6%.

Los porcentajes de ilocutividad representativa en las noticias de *El País* en relación a instituciones individuales es algo más elevada que los casos vistos anteriormente, si bien no de forma tan significativa como para hablar de un trato radicalmente diferente. Así, vemos que en el caso de la UCM la ilocutividad representativa es de 71% y la expresiva negativa un 22%, elevado como en los casos ya vistos. Sobre la UPV-EHU, la ilocutividad representativa es de un 68,7% y la expresiva negativa de un 24,2%.

Al analizar *La Vanguardia* observamos que su tratamiento del sistema universitario catalán es mayoritariamente representativo 66,7%, con hasta un 16,7% de ilocutividad expresiva negativa. Los porcentajes del tratamiento de la UB, siguiente colectivo, son similares (ilocutividad representativa 65,9% y expresiva negativa 11,4%).

Como hemos observado, los datos relativos a los titulares de las noticias se mantienen con altos porcentajes de ilocutividad representativa, sin excepciones y con variaciones interesantes y susceptibles de análisis en relación al resto de ilocutividades, sobre todo la expresiva negativa.

En el género interpretativo aparecen matices claramente diferentes. Si bien la ilocutividad representativa es mayoritaria en casi todos los casos, hay significativamente uno -de entre esos tres colectivos universitarios por medio analizados- en los que no lo es. Nos referimos a *El Mundo*, y su tratamiento en artículos de opinión de la UCM. Los datos muestran que en relación a la UCM el porcentaje de ocasiones en las que emplea la ilocutividad representativa es un 22,2% y la expresiva negativa, un 66,7%.

Otro caso de clara crítica negativa en textos de opinión es la del tratamiento que ABC da a la US, pues aun siendo el porcentaje de ilocutividad representativa de un 50%, la expresividad negativa llega a alcanzar un 37,5%.

Significativos en otro sentido son los datos relativos a los artículos de opinión sobre la UCO en ABC, con un 100% de ilocutividad representativa; la UPV-EHU en *El Mundo*, y *El País*, en ambos con un 100% de textos o representativos y la UB en *La Vanguardia*, con el mismo caso.

En relación a *La Vanguardia*, destaca en las columnas de opinión su tratamiento discursivo del sistema universitario catalán, con un elevado número de textos de ilocutividad representativa 70,6% y de la modalidad expresiva positiva y la que categorizamos como “Otras”, con un 11,8% ambas. También es muy elevada la presencia de un discurso expresivo positivo, sin dejar de lado el expresivo negativo, en cuanto al sistema universitario español en los textos de opinión de *La Vanguardia*,

donde la ilocutividad representativa era de un 67,6%, la expresiva negativa de un 15,7%, Otra 9,3% y expresiva positiva 7,4%.

Por último, señalamos que la ilocutividad expresiva negativa con la que *ABC*, *El País* y *El Mundo* tratan en sus columnas de opinión el sistema universitario español es elevada, a pesar de que es la ilocutividad representativa la más destacada (en *ABC*, el sistema universitario español es tratado con ilocutividad representativa en un 65,2% y con expresiva negativa en un 24,2%; *El Mundo*, con ilocutividad representativa en un 62,5% de las ocasiones, y con expresiva negativa en un 18,8%; *El País*, con ilocutividad representativa en un 64,5% y con ilocutividad expresiva negativa en un 27,3%, y *La Vanguardia*, con ilocutividad representativa en un 67,6% de las ocasiones, 15,7% con ilocutividad expresiva negativa, 9,3% con ilocutividad que clasificamos como Otra, y un 7,4% con una ilocutividad expresiva positiva).

1.2.4.2. Ilocutividad y actancialidad

Otra de las cuestiones que tratamos de ver es si existía relación entre la estrategia predicativa y la valoración que los diarios hacían de la universidad y educación superior. Cuando la valoración que el diario hace de la universidad es Neutra, los resultados nos hablan de diferentes preferencias: en el caso del *ABC* se trata de la preferencia por una construcción sintáctica en la que la universidad es sujeto del titular (en un 41,7% de las ocasiones). Sin embargo, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*, optan mayoritariamente en este caso por una estructura donde la universidad no es el sujeto (*El Mundo* en un 45,4%; en *El País* un 45,5% y *La Vanguardia* en un 39,5% de las ocasiones).

Los resultados nos presentan una coincidencia entre los cuatro diarios en relación al uso más frecuente por parte de todos ellos de una estructura no predicativa en textos con valoración negativa de la institución universitaria; es decir, que los titulares donde se elide el verbo son la construcción sintáctica preferida a la hora de plantear titulares críticos con la universidad. El *ABC* emplea ese recurso en el 55,7% de sus titulares de valoración Negativa (frente al 17,5% en los que la universidad sí es sujeto o el 26,8% en los que no), *El Mundo* en un 46,5% (frente al 30,2% en los que la universidad sí es sujeto o el 23,3% en los que no), *El País* en un 41,5% (frente al 23,7% en los que la universidad sí es sujeto o el 34,7% en los que no) y *La Vanguardia* en un 64,4% de las ocasiones (frente al 26,7% en los que la universidad sí es sujeto o el 8,9% en los que no). En los casos de *La Vanguardia*, *El Mundo* y el *ABC* podemos señalar que esa diferencia es muy significativa.

En los textos con valoración Positiva o Positiva con crítica los resultados son variados, aunque lo más destacado es la predilección estadísticamente significativa de *La Vanguardia* por una construcción sintáctica sin verbo en los titulares Positivos con crítica (51,9%), y en los Positivos (44,%). *El Mundo* sigue un esquema similar en este tipo de valoraciones (53,8% en Positiva con crítica y 46,4% en Positiva). Para ver si

estos resultados descritos por la estadística descriptiva podían ser verificados, hicimos uso de nuevo del *test de independencia chi cuadrado*, que nos mostró que había relaciones estadísticamente significativas entre ambas variables en los cuatro medios analizados: tanto con ABC [χ^2 (6, n = 1588) = 163,994 p = .000], como para *El Mundo* [χ^2 (6, n = 4536) = 484, p = .001], *El País* [χ^2 (6, 55,553, n = 1751) = 147.270, p = .000], y *La Vanguardia* [χ^2 (6, n = 713) = 45,842, p = .000].

Si revisamos los datos de la ilocutividad Negativa de estos medios con más detalle, y sin abandonar el análisis de la actancialidad, podemos plantearnos cuáles son los colectivos objeto de la crítica. La Tabla 22 recoge los datos significativos. Si tenemos en consideración la mediana de los valores presentados al analizar los porcentajes, nos encontramos con que la mediana para *El País* es de 26,5%, para el ABC 25,5%, y para *El Mundo* y *La Vanguardia* del 24,1%. En cuanto a los porcentajes del Corpus Definitivo, ya hemos visto que es *El Mundo* el diario que presenta más textos con esta ilocutividad. La visualización de estos datos por anualidades nos permite apreciar variaciones según años: en 2010 y 2011 ciertamente es *El Mundo* el rotativo con más textos de ilocutividad negativa (29,2% y 24,1% respectivamente), pero en 2012 es el ABC (28%) y en 2013 *El País* (27,2%).

	ABC		EM		EP		LV	
	Rec	%	Rec	%	Rec	%	Rec	%
2010	85	24,5	40	29,2	97	27,2	25	21,9
2011	72	20,7	33	24,1	71	19,9	25	21,9
2012	97	28,0	33	24,1	92	25,8	34	29,8
2013	93	26,8	31	22,6	97	27,2	30	26,3
Totales	347	100,0	137	100,0	357	100,0	114	100,0

Tabla 22: Desglose por años de la aparición de textos con intencionalidad crítica (ilocutividad expresiva negativa) en el Corpus Definitivo.

Una revisión de los registros nos permite ver que en *El Mundo*, en el año 2010, esa expresividad negativa está vinculada a siete colectivos, entre los que destacan en primer lugar la UCM (37,5%, n=15), en segundo lugar el colectivo referido al sistema universitario español (32,5%, n=13) y en menor medida la UAB (10%, n=4). Vemos a continuación los titulares de algunas de estas instituciones:

- 'Gran hermano' en la 'Complu' (EM, 11/02/2010).
- Aído quiere que el feminismo sea materia «troncal» (EM, 18/03/2010).
- El Supremo acusado de torturas entre aplausos de la izquierda (EM, 14/04/2010).

Durante la anualidad de 2011 siguen siendo la UCM y el colectivo universidad y educación superior en su conjunto los más presentes en estos textos de ataque o crítica. El porcentaje relativo a la UCM crece hasta el 63,6% (n=21) y se reduce el de la UN-ES (21,2%, n=7) pero siguen siendo los más significativos. La expresividad negativa mayoritaria en el ABC en 2012 pasa principalmente por varios colectivos, entre los que

destacan la US (39,2%, n=38), la UPO (11,3%, n=11), el sistema universitario general (12,4%, n=12) y en menor medida la UCO (7,2%, n=7).

En el año 2013 es cuando *El País* publica más textos de crítica hacia la universidad. Son textos sobre varios colectivos universitarios, entre los que destaca ampliamente el relativo al sistema universitario español, es decir, las referencias generales a la universidad y educación superior, con un 55,7% (n=54). El resto de referencias apenas son significativas y se reparten entre, por ejemplo, el sistema universitario catalán y la UCM (ambas con un 6,2%, n=6), y los sistemas universitarios valenciano y madrileño (ambos con un 5,2% n=5).

En cuanto a la relación entre la ilocutividad y el hecho de que la universidad aparezca como tema central o periférico en los textos, no observamos variaciones significativas, pues en los cuatro tipos de ilocutividades es porcentualmente superior la clasificación del tema de la universidad y educación superior como central.

1.2.4.3. Ilocutividad y temas tratados

Por otro lado, para conocer si existía alguna relación entre la temática de un texto y su tipo de tratamiento discursivo ilocutivo, optamos por cruzar el análisis de la ilocutividad (Representativa, Expresiva Negativa, Expresiva Positiva y Otra) con las cinco categorías temáticas que hemos establecido. Ello nos permitió ver que en los cuatro periódicos analizados es mayoritaria la presentación de esas cinco categorías temáticas dentro de una ilocutividad representativa. Esta situación se da en todos los casos, sin excepciones, aunque los porcentajes sean ligeramente inferiores en el caso de *El Mundo* frente al resto de medios. Tomemos como ejemplo el año 2010: en este año la ilocutividad representativa media en *El País* de las cinco esferas temáticas conjuntamente es 71,5%, en el *ABC* 70,6%, en *La Vanguardia* 67,2% y en *El Mundo* 61% (para ver más datos, remitimos al Anexo 15).

Sin embargo, al aplicar el *test de independencia chi cuadrado* a estos datos, de forma que nos permitiera verificar si los resultados que habíamos encontrado a través de la estadística descriptiva eran confirmados por la aplicación de pruebas no paramétricas, nos encontramos con que esto era así tan solo en un caso: para *El País*, la aplicación del *test de independencia chi cuadrado* nos ofrecía la existencia de una relación estadísticamente significativa entre los tipos de ilocutividad y las cinco categorías temáticas [$\chi^2(3, 1751) = 79,303, p = .000$]. En el resto de diarios, esta prueba nos señala que no existe esa relación estadísticamente significativa.

1.2.4.4. Ilocutividad y autoría

Por otra parte quisimos conocer si en los textos firmados como “Redacción o Agencias”, esa ilocutividad era también mayoritariamente representativa, puesto que

las agencias suelen trabajar con muchos medios y tratan de dar una información lo menos expresiva posible, con la intención de no perder clientes y cubrir un amplio espectro ideológico. El análisis de los resultados nos indica que, efectivamente, cuando los textos van firmados como “Redacción o Agencias” en un alto porcentaje muestran una ilocutividad Representativa (*El País* 74,7%; *ABC* 70,4%; *El Mundo* 62,6% y *La Vanguardia* 66,9%). Más allá de las ligeras diferencias entre rotativos, no existen diferencias porcentuales significativas entre ellos, tanto en la consideración global del Corpus Definitivo como específicamente en los textos de género de noticia, donde los resultados eran: *El País* 74,9%, *ABC* 69,5%, *La Vanguardia* 66,3% y *El Mundo* 64,1%. Aquí tampoco se registran diferencias significativas entre los medios. Llama la atención la existencia de un porcentaje también similar al ya visto en relación al Corpus Definitivo en los textos con ilocutividad Expresiva Negativa y firmados como “Redacción o Agencias”, que en *El Mundo* es de 26,9%, en el *ABC* de 22,6%, en *El País* 18,5% y en *La Vanguardia* de 13,4%. En el caso específico de las noticias, esa ilocutividad Expresiva Negativa cuenta con similares porcentajes a los del Corpus Definitivo, con lo cual hay pocas variaciones (*El Mundo* 26,6%, *ABC* 23%, *El País* 18,7% y *La Vanguardia* 14,2%). Sin embargo somos conscientes de que, al haber introducido en la misma firma “Redacción”, se contaminaban esos resultados, que no pueden ser completamente atribuibles a las Agencias pues, como es sabido, en muchas ocasiones los medios utilizan la firma genérica de “Redacción” para piezas en las que el propio medio o sus actores son protagonistas, son críticas o han sido retocadas desde su versión original. Para información más detallada, se puede revisar el Anexo 15.

Aplicado el test de independencia *chi cuadrado* para conocer si estos resultados planteados desde una revisión descriptiva de los datos podían ser verificados de forma empírica, nos mostró que no existía una relación estadísticamente significativa entre ambas variables en ninguno de los cuatro medios.

1.2.4.5. Ilocutividad y legislatura: paralelismo político

Dado que el Corpus se relaciona con dos momentos gubernamentales claramente diferentes quisimos determinar también si el comportamiento de estos medios en relación al tipo de ilocutividad de sus textos variaba según quién estuviera en el gobierno. Nos planteamos si el tratamiento informativo dado por los cuatro periódicos a la universidad, revela de algún modo su posible paralelismo político e ideológico. ¿En qué medida los textos se tiñen de matices valorativos-expresivos, teniendo en cuenta el vaivén legislativo-partidista que en nuestro país sufre sistemáticamente la gestión educativa? Concretamente, y teniendo en cuenta que el Real Decreto de 26 de octubre de 2007, de Ordenación de las Enseñanzas Universitarias¹⁶⁸, fue emitido por la ministra socialista Mercedes Cabrera Calvo-Sotelo, ¿se percibe un posicionamiento ideológico estable por parte de los diferentes

¹⁶⁸ <http://www.boe.es/boe/dias/2007/10/30/pdfs/A44037-44048.pdf>

periódicos? Según los estudios que normalmente asignan un paralelismo de *El País* con el PSOE y de ABC o *El Mundo* con el PP, lo esperable es una ilocutividad expresiva negativa más marcada en los dos últimos. Para comprobar este aspecto nos centramos en la ilocutividad de los titulares.

Como sabemos, el primer momento político abarcó desde el inicio de nuestra investigación, enero de 2010, hasta diciembre de 2011, y se identificaba con el PSOE como el partido en el Gobierno del Estado. Observamos que durante la legislatura del PSOE, la ilocutividad con la que los diarios presentaron sus textos es mayoritariamente representativa en todos los casos, si bien con diferencias significativas entre por un lado ABC, *El País* y *La Vanguardia*, y por otro *El Mundo*, ya que el porcentaje medio de ilocutividad representativa de *El Mundo* en ese período en todos los textos es de 57%, mientras el del ABC es de 70,9%, en *El País* de 72,2% y el de *La Vanguardia* de 65,6%. Diferencias significativas se dan también en relación a la ilocutividad expresiva negativa, que en esta legislatura es mayor en *El Mundo* (31,1%) que en ABC (20,7%), *El País* (18,2%), o *La Vanguardia* (15,9%).

En cuanto a la primera parte de la legislatura del Gobierno del Partido Popular nos encontramos con resultados significativos en esa misma dirección, pero que no cambian la tendencia en cuanto a la representatividad ya apuntada anteriormente, pues en el corpus de cada uno de los diarios la ilocutividad más presente es la representativa: en el ABC este porcentaje de esta legislatura es de un 70,3%, en *El País* de un 70,7%, en *La Vanguardia* de un 68,4% y en *El Mundo* de un 64,7%. Por ello, en este caso entendemos que no podemos hablar de diferencias significativas en este tipo de ilocutividad. Respecto a la ilocutividad expresiva negativa, de nuevo en esta legislatura es superior la de *El Mundo* (25,7%), algo inferior la del ABC (22,9%) o *El País* (22,8%), mientras la de *La Vanguardia* está en un 16%. De nuevo, entendemos que las ligeras variaciones existentes no nos permiten hablar de diferencias significativas.

Sin embargo, para valorar concretamente si existe una relación entre los cuatro periódicos y el partido en el gobierno en materia universitaria —ya sea PSOE o PP— no basta con estos datos, sino que necesitamos realizar un análisis del discurso de los textos del Corpus Definitivo, y cribar aquellos que tratan sobre el gobierno de la nación. Sabiendo que la exhaustividad era imposible en este empeño, tomamos una muestra de textos que ilustrara esa relación y decidimos utilizar para ello principalmente los titulares, algunos de sus editoriales y en otros casos noticias. Lo que nos planteamos, en definitiva, es cómo la estrategia intencional de encuadre se utiliza al servicio del paralelismo político.

En relación al ABC hemos escogido los siguientes textos como muestra de su tratamiento informativo del tema durante la Legislatura del PSOE:

- *Un país al revés. (Editorial. ABC, 18/04/2010).*
- *La UA cede sus instalaciones al PSOE para que Pajín «venda» el «tijeretazo» (ABC, 21/05/2010).*

El titular del editorial del día 18/04/2010 deja implícita una denuncia que el texto responderá para darnos a conocer cuál es el país que está a juicio del medio “al revés”. El motivo del texto es la conferencia en la UCM del ex juez Baltasar Garzón. El país al que se alude, España. El editorial no deja dudas respecto a su opinión sobre el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, al que tacha de irresponsable y mentiroso: “Que Zapatero pida respeto ahora para el Tribunal Constitucional o para el Supremo no se lo cree nadie”, desautorizando directamente unas palabras dichas por aquel. Rodríguez Zapatero es acusado de

“reabrir el odio, ya inexistente desde hace años entre los españoles. Esta enorme responsabilidad es del presidente en exclusiva, por su radicalismo doctrinario, por su ignorancia y por su maldad.”

La crítica es acerada y directa hacia el presidente del Gobierno en ese momento, y se combina con una estrategia léxica donde se presentan diminutivos como “numerito”, creaciones léxicas como “machito”, o el término altamente despectivo que algunos medios acuñaron contra quienes se mostraron a favor de Zapatero, el “club de la ceja”. La universidad recibe críticas por su connivencia y aprobación de la realización de este tipo de actos en sus aulas, si bien se produce una clara personificación de la universidad en la figura de su Rector, Carlos Berzosa, quien ha aprobado el acto.

En el segundo texto, la UA aparece cediendo sus espacios a la realización de actividades que el medio tacha como impropias, tal y como había ocurrido con la UCM. Para ello, utiliza discurso referido y calificaciones críticas popularmente acuñadas como “tijeretazo”. El ABC establece los marcos valorativos del discurso a través del empleo de términos como “rechazo”, “drástico”. Por otro lado, la acción se enmarca en un contexto directivo, donde los políticos afines al presidente están obligados a actuar para contener el rechazo social:

“El rechazo social provocado por el drástico recorte del gasto público que anunció el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, ha obligado a los principales dirigentes del PSOE a movilizarse”.

En relación a la Legislatura del PP, los textos escogidos de ABC son los siguientes:

- *El coste de la enseñanza. (Editorial. ABC, 11/05/2012).*
- *El Gobierno no debe rectificar en las becas. Editorial. (ABC, 26/06/2013).*

El primero, un editorial del día 11/05/2012, establece un planteamiento de oposición *nosotros-ellos* en el que el medio se alinea explícitamente con el “nosotros” representado por las políticas “sensatas” del gobierno del PP, del “aprecio”. Así señala que:

“La convocatoria de una jornada de protesta convocada por el "sedicente" Sindicato de Estudiantes se saldó ayer con una "ridícula participación" de unos 300 jóvenes ante el Ministerio de Educación, que corearon las habituales consignas que la izquierda suele

emplear. El problema de manifestaciones como la de ayer es que basan sus protestas en una tergiversación de la realidad educativa de este país y de las medidas tomadas por el Gobierno. Exigir a los alumnos buenos resultados no es reaccionario, sino una manera sensata de formar ciudadanos que sepan apreciar el coste de las oportunidades que les ofrece la sociedad”.

Mientras por otro lado, los otros están representados por un conjunto indefinido de individuos, los manifestantes, que gritan “consignas que la izquierda suele emplear en relación con la política educativa”. El texto preactiva un contexto donde la irresponsabilidad de unos (los otros), se contrapone a la responsabilidad del Gobierno (los nuestros). De hecho, el texto se convierte en una justificación de las políticas educativas del gobierno popular.

Y lo mismo ocurre en relación al siguiente editorial, donde la oposición la establece entre dos partidos y dos formas de interpretar la política educativa. El ABC opone al discurso “acertado” y “responsable” del ministro Wert y por ende del Gobierno popular, el del PSOE, para el que utiliza calificativos despectivos como: “demagógico”, “mediocre”, “conformista”, “disparatado”. Véase:

“es necesario continuar con el debate que el ministro Wert ha promovido con formas descarnadas y acierto en cuanto al fondo del problema (...). La respuesta socialista no se ha movido de la demagógica apelación a la igualdad de oportunidades, cuando realmente está defendiendo la igualdad de resultados, pero con un criterio de mediocridad y conformismo propio de la legislación educativa del PSOE.” Frente a la movilidad de unos, la búsqueda de soluciones, se opone la parálisis de los otros.

En relación a *El Mundo* y en cuanto a la Legislatura PSOE, los textos escogidos son los siguientes:

- *Aído quiere que el feminismo sea materia «troncal» (EM, 18/03/2010).*
- *El Supremo acusado de torturas entre aplausos de la izquierda (EM, 14/04/2010).*
- *El Gobierno implanta la reforma educativa que el PP no quiso apoyar (EM, 26/06/2010).*
- *Educación endurece su discurso sobre el despilfarro que suponen los repetidores (EM, 24/04/2010).*

La utilización del discurso incrustado en el titular y la noticia que recoge este acontecimiento establece un claro marco crítico de lectura. Utilizada la cita directa de forma irónica, las construcciones sintácticas posteriores confirman ese marco de lectura:

“No concretó más. No especificó si estaba proponiendo una nueva asignatura de Feminismo, común para todos los estudiantes, sean de ciencias o de letras. O si su idea es que (...) Por eso, no encontró respuesta, ni oposición. Ni siquiera pareció causar sorpresa”.

Ese uso continuo de la negación presupone esa idea de que todo es una ocurrencia, una idea loca o, como sentencia más adelante *El Mundo* en una frase nominal, son “Las ocurrencias de la ministra”.

El titular ilocutivo expresivo de la segunda noticia presupone una crítica de la izquierda hacia un organismo del Estado democrático. La descripción del ambiente con verbos como “jalearon”, “fue ovacionada”, “estaba abarrotado”, o frases y palabras como “gritos de connotaciones guerracivilistas”, “lágrimas”, “muchedumbre”, muestran un ambiente con alta carga emocional, en la que el discurso incrustado es utilizado para criticar aquello que se visualiza. En este sentido, y tras establecer ese marco de lectura, se desliza una de las veladas críticas: es el rector de la UCM quien ha cedido ese auditorio. Por otro lado, entre los participantes aclara que hay “miembros de la Ejecutiva del PSOE”.

En relación a los otros dos titulares queremos señalar una observación relativa a las piezas periodísticas relacionadas con el Ministerio de Educación en *El Mundo*, y es su preferencia por la ilocutividad representativa. Una lectura más detallada de los textos nos muestra que el medio establece un marco de lectura donde la responsabilidad, modernización, eficiencia y eficacia son las que establecen las oposiciones y equivalencias, las críticas y aprobaciones inferidas sobre los responsables políticos o las instituciones.

En cuanto a la Legislatura del PP los textos que analizamos son:

- *Refundar la universidad con bases realistas. (Editorial. EM, 20/04/2012).*
- *Garzón y el hijo de Carrillo se ofrecen al PSOE "para derrotar a la derecha" (EM, 04/11/2013).*

En el primer texto la crítica a la universidad se desliza en el titular y recorre todo el texto se afirma más adelante: “existe una importante falta de control en el gasto de las universidades, al igual que fallan los medios para evaluar el rendimiento real y la dedicación del personal docente”, es una “universidad pública esclerotizada y burocratizada por unos intereses corporativos”. De esa afirmación sobre las “bases realistas” se infiere su ausencia y su necesidad, así como la idea de que quien la va a aportar es el actual gobierno, PP. En este sentido, desde *El Mundo* señalan que quizá las formas del actual gobierno no han sido las más apropiadas, pero se muestran totalmente de acuerdo con el fondo:

“Aunque lo ideal es que se hubiera producido de manera más suave y escalonada, en una situación tan dramática como la que atravesamos, parece bastante coherente esa subida de las matrículas.”

El segundo texto versa sobre un grupo de personajes públicos que escriben una carta abierta al PSOE con propuestas políticas para que sean discutidas por ese partido. Para un lector de *El Mundo* los marcos del discurso se activan desde el momento en que se leen los apellidos Garzón —que funciona como una metonimia de los males que aquejan al Estado de Derecho—, y Carrillo —dirigente comunista, cuyo hijo, como

Rector de la UCM, protagoniza la acción del titular—. El hecho de utilizar esta denominación filial, según la cual el protagonista del texto no es el Rector de la UCM por serlo, sino por su vinculación familiar con Santiago Carrillo, destapa amplias connotaciones semánticas y es un claro ejemplo de preactivación informativa. Las siglas del PSOE y Garzón funcionan como equivalencias, en oposición a la “derecha”, término que se activa como opuesto. El uso del discurso referido en el texto muestra una clara tendenciosidad del medio hacia estos personajes.

En relación a *El País*, los titulares a los que nos referiremos para la Legislatura PSOE son:

- *Educación prevé subir las becas y que el repetidor pague más (EP, 20/01/2010).*
- *Educación planea redistribuir a los profesores e impulsar la investigación (EP, 21/01/2010).*
- *Dinero para mover la Universidad (EP, 25/01/2010).*

La ilocutividad representativa señala el campo de interpretación de los textos con los que *El País* analiza las políticas educativas del PSOE. Hasta en la frase del titular, “Dinero para mover la Universidad”, es la universidad la que aparece rodeada de un halo de parálisis que solo podrá ser activada por medio del dinero. Funciona de hecho ese titular como preactivador del marco de interpretación del discurso posterior, donde las matrículas y las becas condicionan la realidad de todos los actores universitarios.

Para la Legislatura PP consideramos representativos los siguientes textos:

- *Recortes en equidad. (Editorial. EP, 06/05/2012).*
- *Estudiar, más difícil. (Editorial. EP, 22/07/2013).*

El primer titular resume lo que para *El País* significa lo que critica en el texto, “los recortes decididos por el Gobierno”. El planteamiento argumentativo del editorial se complementa con elementos léxicos que clarifican la postura del medio al respecto con metáforas como “nuevo golpe”, el “talón de Aquiles” o “al borde del colapso”:

*“El aplazamiento de la reforma de la Formación Profesional al curso 2014-2015 supone además **un nuevo golpe** a lo que se ha considerado el **talón de Aquiles** del sistema educativo. Una buena formación profesional es, en países como Alemania, la mejor herramienta de inserción laboral. En nuestro caso, estamos 10 puntos por debajo de lo que recomienda la Unión Europea. Así que tampoco aquí hay mejora, sino **puro y duro recorte**. Una pérdida de calidad en la educación pública afecta sin duda a la igualdad de oportunidades. También en la universidad se reducirá la equidad. El aumento de tasas ha sido presentado como una medida necesaria para aumentar los ingresos en un momento en que la penuria económica ha colocado a las universidades al **borde del colapso**.”*

Esa misma crítica es la que plantea el editorial de julio de 2013, en la estructura nominal de cuyo titular, “Estudiar, más difícil”, ya se presenta el presupuesto que conduce el texto y en el que se plantea que: “las medidas aplicadas suponen una barrera infranqueable para muchas familias”:

“Un año después de que entrara en vigor el aumento de tasas en las universidades españolas y se endurecieran los requisitos para acceder y conservar las becas, el resultado no puede ser más preocupante en términos de equidad social. La combinación de ambas medidas hace que a día de hoy sea mucho más difícil para las familias con menor renta enviar a sus hijos a la universidad. Justo cuando las necesidades de ayuda para los estudios aumentan a causa de la crisis, las medidas aplicadas suponen una barrera infranqueable para muchas familias.”

En relación a *La Vanguardia* observamos que presta una especial atención a los gobiernos catalanes de la Generalitat. Sin embargo señalaremos como textos que muestran su posicionamiento durante la Legislatura del PSOE los siguientes:

- *Reformas en la universidad. (Editorial LV, 18/01/2011).*
- *La universidad del futuro (LV, 19/09/2011).*

Y, durante el período coincidente con la Legislatura del PP subrayamos los de:

- *La recentralización de Wert. (Editorial LV, 22/09/2012).*
- *Tasas universitarias. (Editorial LV, 02/03/2013).*
- *Matrículas universitarias más caras (LV, 20/04/2012)*

En todos estos casos se observa que el medio del Grupo Godó opta por frases nominales con connotaciones más bien neutras (a excepción de la utilización del sustantivo “recentralización”). Los textos siguen un planteamiento argumentativo donde, aun tratándose de editoriales (cuyo estilo admite cierta relajación) se huye de la ironía, el sarcasmo, la descalificación y el pronunciamiento directo respecto a los actores políticos, a diferencia de lo visto en otros casos. La excepción surge con el Govern autonómico, cuyas medidas se leen de forma positiva a través del uso de adjetivos calificativos como “loables” (en el editorial del 18/01/2011). Los textos huyen de la oposición directa y preactivan un marco de justificación de las acciones políticas, así, y aunque la subida de las matrículas implica una “nueva vuelta de tuerca”, la medida se justifica porque hay que cumplir “con la reducción del déficit público”.

1.2.5. Estrategia estructural

1.2.5.1. El encuadre textual activado por los titulares

Como ocurría con la estrategia predicativa (en la que analizamos la actancialidad y los colectivos protagonistas) y con la estrategia intencional (ilocutividad y valoración de la universidad), en este apartado también diferenciamos dos tipos de análisis: por un lado el referido al titular, y por otro, el que atañe al texto completo. En este apartado consideramos esta estrategia aplicada a los titulares del corpus, según creen en los lectores expectativas narrativas, argumentativas o descriptivas.

Según puede verse en el gráfico, hay un absoluto predominio de la estructura narrativa en *ABC*, *El País* y *La Vanguardia*, mientras que en *El Mundo* predomina la estructura nominal, descriptiva. En los cuatro diarios la estructura argumentativa y la estructura de cita son las menos utilizadas; aunque podría parecer esperable que la estructura argumentativa se asocie especialmente a los géneros de opinión, el cruce de la estructura argumentativa con el género de la pieza muestra cierto equilibrio entre los géneros informativos y de opinión: un 45,6% pertenecen a textos del género columna, mientras un 33,6% pertenece a noticias, y el resto se distribuye en otros géneros informativos (entrevista, crónica y reportaje).

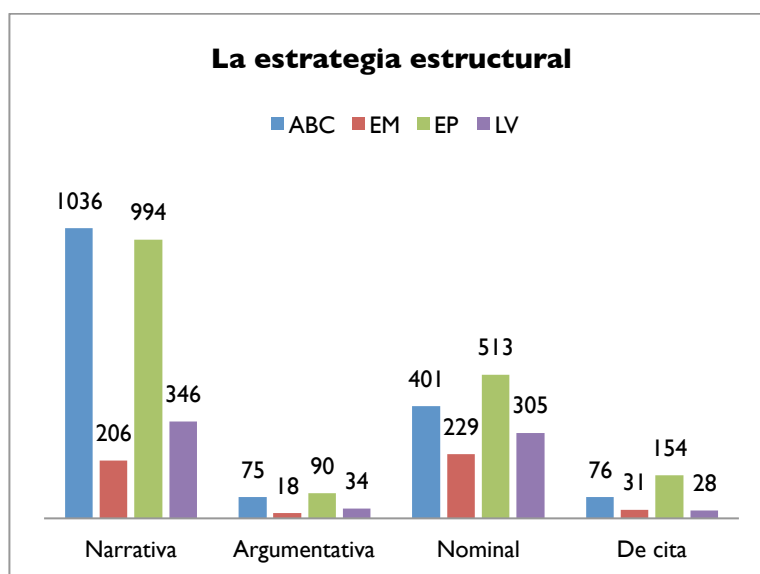


Figura 39. La estrategia estructural aplicada a los titulares del corpus

1.2.5.2. Los géneros

En cuanto al género periodístico más presente en el corpus, no resulta sorprendente el que sea la noticia el más destacado, en todos los rotativos sin excepción. Al fin y al cabo, cualquier periódico de actualidad tiene como objetivo la generación de noticias que informen de los acontecimientos más novedosos y un periódico, cualquier periódico, se define por trabajar con noticias. En este caso, resulta reseñable que, del CDe, sea el *ABC* el medio que, en proporción al resto, más noticias ha publicado sobre el tema que nos compete; en total cuenta con un 81,8% de su muestra, frente al 11,1% de textos que corresponden a la columna de opinión y un escaso 4,6% al reportaje, que complementa el 2,4% de la entrevista, y un apenas perceptible 0,1% de crónicas. Todos los datos son en comparación con los textos publicados por el mismo medio.

La presencia de la noticia en el resto de medios es similar y supera en todos los casos el 60%: en *El Mundo* es de un 63,6%, en *El País* de un 68,8% y en *La Vanguardia* de un 68,6%. En el caso de *El Mundo* y *El País* el reportaje es el segundo género más presente (*El Mundo*, 20,5%; *El País*, 15,6%), y en *La Vanguardia* la columna de opinión (18,5%)

supera al reportaje, que ocupa un 10,8%. En los casos de *El Mundo* y *El País*, la columna de opinión aparece en un 11,6% en el caso de *El Mundo* y un 8,6% en el de *El País*. Los porcentajes de atribución de los textos tanto a la crónica como al género de entrevista son en todos los casos apenas significativos, como se puede ver en la Figura 40:

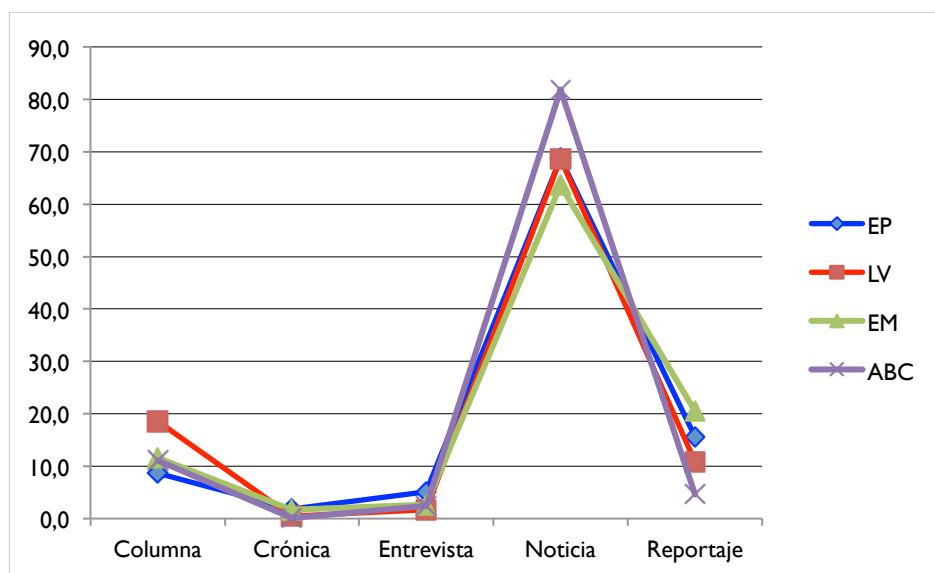


Figura 40. Géneros periodísticos a los que pertenecen los textos del Corpus Definitivo.

Habida cuenta de la naturaleza de los géneros periodísticos y su diferente funcionalidad informativa, cabe esperar que entre la ilocutividad y el género periodístico exista una relación directa, de tal manera que tanto en el género informativo por excelencia como el resto de géneros incluidos en la categoría de géneros informativos (reportaje, crónica y entrevista), muestren una asociación estable con la ilocutividad representativa. Al cruzar los datos entre la ilocutividad y el género periodístico nos encontramos con que esto es así en la mayor parte de los textos, pero hay algunos que rompen esta tendencia.

Los datos nos indican que, dentro de las noticias del ABC, hasta un 80,3% responden al tipo de ilocutividad que se espera de ellas, es decir, la representativa. Ese hecho es algo mayor en *La Vanguardia* (85,1 %) y *El País* (81,9%), mientras en que en *El Mundo* muestran una intencionalidad representativa el 74% de las noticias. Si bien es mayoritaria esa relación, vemos que existen excepciones, especialmente de ilocutividad expresiva negativa, siendo minoritaria la positiva (ABC, 3,7%; *El Mundo*, 3,9% ; *El País*, 2,5% y *La Vanguardia*, 4,3%).

Por otro lado, es interesante ver el tipo de ilocutividad vinculada al género de opinión por excelencia, la columna o artículo de opinión, en el CDe. *El ABC* y *El Mundo* son los medios que cuentan con un mayor porcentaje de artículos de opinión con expresividad negativa; de hecho es el tipo de ilocutividad más vinculada a la columna de opinión en estos dos periódicos: en el caso del ABC un 61,4% y en el caso de *El Mundo* un 62,5%.

Tanto *La Vanguardia* como *El País* publican un menor número de columnas de opinión que calificamos como de expresividad negativa:

- En *La Vanguardia*, un 30,3% de los artículos de opinión son de expresividad negativa, por debajo de los clasificados como “Ilocutividad Otra” (56,1%), pero muy por encima de los artículos clasificados como de ilocutividad representativa (6,1%) o expresiva negativa (7,6%).
- *El País* cuenta con resultados similares en esos dos campos, pues la ilocutividad que clasificamos como “Otra” es la mayoritaria (47%), si bien próxima a los artículos de opinión de expresividad negativa (47%).

1.2.6. Estrategia interactiva

Como ya indicamos en el capítulo 3, para hacer un exhaustivo análisis de la intertextualidad entendimos que debíamos extender nuestro foco de atención no solo a los titulares sino también al texto. Por ello, este estudio se hizo por referencia a los textos completos de las piezas del corpus, analizando los mecanismos discursivos que utilizan los redactores para introducir los discursos ajenos, ya pertenezcan a los protagonistas de las noticias o a sus fuentes de información. Para especificar el tipo de intertextualidad planteada recurrimos al análisis de tres aspectos: la existencia de *Verbum dicendi* en la pieza informativa o de opinión (discurso referido en estilo indirecto, con frecuencia omitiendo el propio verbo y citando solo a las fuentes), la existencia de Citas directas, y/o la utilización de Comillas que indicaban una cita parcial. Para la codificación de los datos a través del SPSS planteamos los resultados que habíamos obtenido según todas las opciones que ofrece la combinación de esos tres elementos; es decir que las categorías posibles son:

1. *Verbum dicendi*: cuando el texto introduce declaraciones de algún protagonista de la realidad informativa. Por ejemplo en la noticia de *El Mundo* 27/01/2011, “Sobrecostes Complutense”, donde se incluyen frases como:

“Hoy día están parados y deteriorándose, según informan alumnos y profesores que pasan por la zona”.

2. Citas en estilo directo. Por ejemplo en la noticia del ABC 13/01/2010 “La UB remodela su equipo de dirección tras la dimisión de los vicerrectores”, en la que se señala:

“Con estos nombramientos se cierra la reestructuración del equipo de dirección de la UB, que para el rector «garantizan la acción del gobierno y el seguimiento del programa electoral y del plan director del equipo rectoral» de la universidad barcelonesa.”

3. Comillas, cuando la reproducción del discurso ajeno es parcial, por ejemplo en el artículo de opinión del ABC 16/01/2011 de Jorge Trias Sagnier “Los “anticapilla””, donde aparece ese discurso ajeno parcial en frases como:

“se ha convertido en una excusa para que un grupito de personas «exijan» a las autoridades académicas que sean suprimidas. (...) Aquellos que han hecho del botellón, el griterío y la violencia su divisa «ideológica» (...). No sea que les tilden de «feixistes». (...) Primero fueron los «antisistema», (...).”

4. *Verbum dicendi* + citas. Por ejemplo, en la noticia de *La Vanguardia* 22/04/2012, “La subida de las tasas de los másters hará caer el número de alumnos”, donde tenemos ambas situaciones:

“Según datos de Educación, más de 125.000 personas realizaban el curso pasado alguno de los 2.758 másters oficiales existentes.”

“En su defensa salió la secretaria general del PP, Dolores de Cospedal, quien justificó la subida de las tasas en que paguen más «los que van repitiendo año tras año».”

5. *Verbum dicendi* + comillas. Por ejemplo en la noticia del *El País* 07/05/2012, “Las protestas se extienden” donde se emplean ambos mecanismos (*verbum dicendi* elidido en el primer fragmento):

“La Plataforma en Defensa de la Enseñanza Pública, que ha unido a sindicatos y asociaciones de padres y de estudiantes contra los recortes en educación, dará a conocer esta semana un calendario de movilizaciones que, con toda probabilidad, pasará por una huelga de enseñanza el próximo 22 de mayo, según fuentes sindicales.”

“el Sindicato de Estudiantes ha convocado una "jornada de lucha" en toda España”.

6. Citas + comillas. Por ejemplo en la noticia del ABC 19/01/2010, “Endesa y US crean el título de máster en Tecnologías de la Información y Comunicación”, encontramos ambos recursos::

“Endesa y la Universidad de Sevilla, en colaboración con Sadiel, han desarrollado el nuevo título oficial de máster universitario en Gestión de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) para «responder a la necesidad de contar con un programa de formación que permita al sector industrial disponer de profesionales capacitados para llevar a cabo unidades de sistemas y telecomunicaciones de alto impacto y alcance global»”.

“De esta manera, este título oficial se presenta como una «opción única» en su género”.

7. *Verbum dicendi* + cita + comillas. Por ejemplo en la noticia de EM 21/02/2011, “Abrir la universidad a China y apostar por la ‘cantera’”, donde se utilizan los tres

mecanismos para introducir el discurso de José Carrillo, como candidato a Rector de la UCM:

“«No todo es Estados Unidos. Por mucho que queramos, nunca vamos a llegar a ser Harvard porque tenemos casi la mitad de fondos que ellos. Nosotros tenemos que apostar por la cantera (alumnos) y no por la cartera»”.

“Carrillo opta por seguir el modelo europeo, donde la investigación tiene un papel “fundamental” en la estructura universitaria.”

“En lo referido al ahorro, Carrillo reconoce no ser partidario del plan de ajuste berzosiano.”

En los cuatro periódicos analizados resulta mayoritario el uso de la intertextualidad en los textos en los que se trata el tema de la universidad/ educación superior. En cada uno de los medios y para el período 2010-2013 los resultados superan el 80%. El periódico que más utiliza la intertextualidad en sus textos es *El País*, con un 92,7% y el que menos *La Vanguardia*, con un 81,2%, mientras *El Mundo* está en un 89,3% y el *ABC* en un 83,8%; de cualquier forma son todos ellos resultados muy contundentes a favor del uso de esta herramienta de la estrategia interactiva.

El análisis del contenido clásico da cabida al estudio de la intertextualidad en el concepto global de “fuentes”. Las fuentes son, efectivamente, uno de los factores básicos del periodismo, y le dan naturaleza intertextual, dialógica. No en todas las ocasiones el periodista puede ser testigo de la información que se va a relatar en las noticias, es decir, es relator de la noticia por obtenerla “de primera mano” por lo que necesita recurrir a fuentes que le ofrezcan los datos que necesita, y no todas las fuentes informativas son sencillamente accesibles a la pregunta y el relato de los hechos. Por ello, Borrat (1989 *apud.* De Fontcuberta 1993, 73) habla de varios tipos:

- la fuente *resistente*, que pone obstáculos a ofrecer esa información;
- la *abierta*, que, al contrario accede a darla, pero no toma la iniciativa de ofrecerla; la espontánea, que sí toma la iniciativa;
- la *ávida*, que desea ofrecerla y la compulsiva, que no solo toma la iniciativa, sino que intenta que el medio de la información que esta fuente desea.

La vinculación las fuentes de una noticia se puede realizar de varias formas, si bien nosotros contemplamos tres: la cita, las comillas y el *Verbum dicendi*.

1.2.6.1. Intertextualidad y género textual

Para saber si estos periódicos utilizaban la intertextualidad indistintamente con los géneros informativos y los géneros de opinión, o si existía alguna tendencia al respecto, cruzamos los datos con las variables de Género; previamente la habíamos recodificado y estructurado en torno al criterio de “Géneros informativos”,

incorporando la noticia, la crónica, el reportaje y la entrevista y “Géneros de opinión”, donde dejamos la columna de opinión.

Los resultados no ofrecieron ninguna variación significativa, pues pudimos observar que tanto en los Géneros informativos como los Géneros de opinión, los cuatro diarios recurrían preferiblemente al uso de la intertextualidad; bien es cierto que tanto ABC como *La Vanguardia* utilizaban menos la intertextualidad que los otros dos medios cuando hacen uso del Género de opinión, pero los resultados aun así no eran concluyentes. El ABC, por ejemplo, hace uso de la intertextualidad cuando se trata de géneros de opinión en un 67% de las ocasiones y *La Vanguardia*, en esa misma circunstancia, en un 61,4%, es decir, es menor el uso de la intertextualidad en el caso de textos pertenecientes al género de opinión en estos dos medios, pero aun así es bastante mayoritaria.

1.2.6.2. Intertextualidad y temas

Los mismos resultados ofrece el cruce de los datos relativos a la *intertextualidad* y las *categorías temáticas*. En todas ellas el uso de la intertextualidad es muy mayoritaria, y está muy extendida entre los cuatro diarios con porcentajes que superan siempre el 75%, lo que nos lleva a ver su interés en reproducir diálogos, basar sus textos en la reproducción de lo dicho por otros y, de esta forma, dar confianza al lector. Ofrecer, al fin y al cabo, una apariencia de objetividad o al menos neutralidad, tan apreciada por los medios.

Por otro lado, en cuanto a los mecanismos de intertextualidad más utilizados por los diarios estos son prácticamente los mismos en todos ellos. Sobre todo, hacen uso de la combinación de “*Verbum Dicendi* y la Cita”.

1.2.6.3. Intertextualidad e ilocutividad (valoración)

Llegados a este punto, quisimos conocer cómo se comportaba la intertextualidad en relación a los datos relativos a la valoración de la universidad y si se podía establecer alguna relación. En este sentido nos encontramos que, cuando la valoración es neutra el uso de la intertextualidad es mayoritaria en los cuatro medios, desde un 92,5% de *El País* hasta un 84% del ABC; y lo mismo ocurre cuando esta es negativa, ocasión en la que *El País* la utiliza en un 94,1% de las ocasiones, *El Mundo* en un 90,7%; *La Vanguardia* en un 86,7% y ABC en un 83,8%.

Aplicamos el *test de independencia chi cuadrado* para saber si estos datos recogidos a través de la estadística descriptiva y, en concreto, la relación entre la *valoración de la universidad* y la existencia de *intertextualidad* o no en los textos era verificada; la prueba nos ofreció resultados negativos en todos los casos, por lo que los resultados

descritos no pudieron ser verificados a través de la aplicación de pruebas no paramétricas.

En cuanto a esa relación entre la *valoración de la universidad* (que, recordamos, podía ser Neutra, Positiva, Negativa o Positiva con crítica) y la existencia o no de *intertextualidad* los resultados fueron tajantes acerca de la preferencia por el uso de los mecanismos de intertextualidad en todos los casos. En el conjunto de los cuatro medios, los resultados acerca del uso de la intertextualidad fuera cual fuera la valoración que de esta se hiciera fueron aplastantes: sí se utiliza cuando la valoración que se hace es neutra en un 87,6%; cuando es negativa, sí se utiliza en un 87,8%; cuando es positiva un 87,1 y cuando es positiva con crítica un 84,2%.

CAPÍTULO 5 - Discusión, conclusiones y limitaciones

En aquellos que lo consideran todo déjà vu y creen que no hay nada que pueda asombrarlos ha muerto lo más hermoso: la plenitud de la vida. Heródoto se sitúa en el polo opuesto. Con su continuo ir y venir, es un nómada infatigable, ocupado en mil cosas, rebosante de planes, ideas, hipótesis... Siempre de viaje. Incluso cuando está en casa (pero ¿dónde está su casa?), es porque o acaba de volver de un viaje o está preparando el siguiente, el cual ha de ser entendido como un esfuerzo e indagación, como un intento de conocerlo todo: la vida, el mundo, a sí mismo.

(Viajes con Heródoto, Ryszard Kapuściński 2004, 302)

I. INTRODUCCIÓN

Este trabajo ha abordado la relación entre prensa y universidad a través del análisis de cuatro periódicos españoles de información general, y en un período de cuatro años, desde el 2010 hasta el año 2013. Los medios fueron escogidos teniendo en cuenta criterios de relevancia informativa, prestigio, difusión y audiencia, lo que nos llevó al estudio de las cabeceras ABC, El Mundo, El País y La Vanguardia.

Hemos pretendido conocer cuál era la presencia de la universidad y la educación superior (entendidas como sinónimos) en los cuatro medios analizados y durante el período ya indicado, y hacerlo desde un planteamiento multidisciplinar que aunara

aportaciones teóricas de la pragmática con otras del área del periodismo y la comunicación.

En el capítulo 1 presentamos los objetivos y las cuestiones que dieron pie a nuestra investigación. El capítulo 2 lo dedicamos a la contextualización del problema y el estado de la cuestión, que organizamos en torno a tres puntos:

- el camino legislativo seguido hasta la creación de la universidad contemporánea en España;
- el análisis pormenorizado de los cuatro diarios objeto de nuestro estudio: su aparición y consolidación en el panorama informativo español, sus principios ideológicos básicos, y su estructura organizativa y empresarial actual, pues cada uno de ellos forma parte de potentes grupos multimedia españoles;
- un análisis de diferentes investigaciones realizadas sobre el tratamiento de la educación en los medios de comunicación, con especial atención a los estudios realizados en nuestro país y a los que focalizaron su atención en la universidad.

En el capítulo 3 presentamos el marco teórico y la metodología que han guiado este trabajo, que se ha caracterizado por el empleo de las técnicas del análisis del contenido y del análisis del discurso a partir del modelo teórico desarrollado por Gallardo (2014, 2013), concibiendo el análisis del contenido como una parte del análisis del discurso, y utilizando las categorías de ambos enfoques como elementos relevantes para el encuadre de los textos periodísticos. Este análisis cualitativo se ha completado con la aplicación de técnicas cuantitativas.

Para presentar las conclusiones de nuestro estudio seguiremos las preguntas de investigación que en los inicios planteamos, para cuya respuesta recurriremos a las categorías de encuadre analizadas y que se resumen en la tabla 7 de la página 305:

1. Analizar y conocer cuáles han sido las estrategias de **presentación y cobertura** del tema de la universidad y educación superior en la prensa, en los medios y período analizados.
2. Conocer y precisar cuáles han sido los **mecanismos discursivos de encuadre** utilizados en el tratamiento del tema universitario en prensa.
3. Analizar y conocer los mecanismos vinculados a la **creación de opinión pública**.

ENCUADRE EXTERNO; FORMAL		
Fecha de publicación		
Titular:		
Sección:		
Longitud		
Paratexto:	Infografía	Fotografía
Autoría:	Firma	Agencias/Redacción
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 individual	
	Colectivo de universidades	
	Sistema universitario	
	Universidades públicas / privadas	
D. ESTRATEGIA INTENCIONAL: ILOCUTIVIDAD	ILOCUTIVIDAD	Representativa
		Expresiva Positiva
		Expresiva Negativa
		Otras
	VALORACIÓN	Positiva
		Negativa
		Neutra
		Positiva con crítica
ENCUADRE INFORMATIVO-DISCURSIVO: NIVEL TEXTUAL		
E. ESTRATEGIA ESTRUCTURAL		
Formato del titular	Narrativa	
	Argumentativa	
	Descriptiva	
	Cita directa	
Género periodístico	Noticia / Información	
	Reportaje	
	Entrevista	
	Crónica	
ENCUADRE INFORMATIVO-DISCURSIVO: NIVEL INTERACTIVO		
F. ESTRATEGIA INTERTEXTUAL	Cita directa	
	Cita indirecta	
	No	

Tabla 7. Ficha con las categorías relativas al encuadre informativo-discursivo.

2. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

2.1. Estrategias de presentación y cobertura del tema

A continuación presentamos las variables manejadas para esta cuestión, así como las conclusiones y discusiones que al hilo de ellas consideramos son aplicables. Si revisamos la tabla-resumen de categorías analizadas, podemos pensar que la cobertura del tema está ligada, en primer lugar, al propio *tamaño* de la muestra. Pero también son importantes otras categorías como la *longitud* de los textos, la *sección* concreta en que se ubican (también la *página*, aunque no hayamos podido manejar este dato, según hemos explicado), así como su aparición a partir de textos de agencia o como textos con *autoría*, firmados por profesionales para los que, además, podemos establecer cierto grado de especialización. Es decir, que recurrimos fundamentalmente a las categorías de *encuadre externo* (Enguix 2015b) para describir los aspectos de visibilidad en la cobertura del tema.

2.1.1. Visibilidad que conceden los medios escritos analizados a la universidad y la educación superior

En el período recogido entre 2010 y 2013, *El País* fue el diario que publicó un mayor número de textos, con un 38,6% (n=1.751), seguido del ABC, con un 35% (n=1.588), *La Vanguardia*, con un 15,7% (n=713), y *El Mundo* un 10,7% (n=484). Ello establece dos dinámicas de publicación en estos medios: la primera es la de *El País* y el ABC, los que más publican sobre el tema, y la segunda es la de *La Vanguardia* y *El Mundo*, diarios que publican un porcentaje bastante inferior de textos sobre universidad y educación superior. En la investigación realizada por Barroso (2000), y aunque los medios eran otros a excepción de *El País* y el ABC, también *El País* resultaba ser el de mayor porcentaje de publicación.

Expuestos estos resultados, y comparados con los datos de publicación por ediciones, vemos que esa mayor atención al tema universitario se corresponde con los diarios que cuentan con unas ediciones regionales más activas; por lo tanto podemos concluir que es la enorme actividad comunicativa de las ediciones locales de *El País* y el ABC la que los convierte en los diarios que ofrecen a sus audiencias una mayor información sobre el tema.

En cuanto al volumen de publicación de los textos, hemos observado que, al igual que planteaba Nieto Báez (2014), cada año los periódicos publican una media similar, que en este caso se mantiene en un porcentaje constante de entre 20 y 30 %. Las diferencias porcentuales son tan escasas (nunca superiores a los 7 puntos), que

entendemos que no se puede hablar de una anualidad que se eleve por encima del resto. Aun así, deseamos destacar que es 2010 el año donde el recuento supera la media porcentual de los cuatro, y 2011 el año de menor publicación.

Al revisar los datos sobre la longitud de los textos, observamos que:

- *El Mundo* es el diario que publica los textos de media más extensos, y el *ABC* es el que presenta textos más breves.
- *El País* fue el periódico que más textos y de mayor extensión publicó sobre estos temas ($m=522,87$; es decir, una longitud inferior a *El Mundo* $m=584,06$, pero superior al resto).
- *ABC* publicó bastantes textos pero breves ($m=381,50$).
- *La Vanguardia* se sitúa en una posición media tanto en cuanto al número de textos como a su longitud media.

Por limitaciones obvias, resultó imposible llevar a cabo un análisis de todos los temas publicados por cada una de estas cabeceras informativas con el objeto de comparar la cobertura del tema universitario frente a otros tratados por cada rotativo. Lamentablemente, esto nos hizo imposible pronunciarnos en la línea de De Pablos Pons y Ballesta Pagán (2011) quienes, en un estudio sobre el tema educativo en prensa durante febrero de 2011¹⁶⁹, señalaban que las noticias sobre información educativa eran escasas en relación a otras temáticas.

Valorar comparativamente la visibilidad (presencia en el espacio público mediático) dada por la prensa escrita al tema universitario resulta un aspecto extremadamente complicado al no existir estudios previos que nos permitan comparar con igualdad de criterios valores diferentes. Aun así, podemos ver que, para los cuatro años comprendidos entre 2010 y 2013, nuestros datos ofrecen una media de textos anual de 287 piezas, frente a los 102 textos de media que recoge, por ejemplo, el trabajo de Barroso (2000). Esto vendría a confirmar lo señalado por informes como el de Llera y Retortillo (2004) o encuestas como la del CIS en 2006, acerca de la escasez de información que la sociedad encontraba sobre la educación superior, y cabría pensar que en la actualidad se publica más sobre este tema. Sin embargo, no podemos determinar si el motivo real de esta diferencia es el mayor interés de la prensa por la información sobre la educación superior en las últimas décadas, o ello se debe a factores propios de la selección de la muestra, u otras variables, como el cada vez mayor interés de algunas universidades españolas por mejorar sus departamentos de comunicación (Bustos Salinas 2013), utilizar estrategias de *branding* (Clapeo 2005,

¹⁶⁹ En su estudio analizaron prensa, radio y televisión, y entre los diarios estaban *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Verdad* y *La Opinión de Murcia*.

2010; Hernández Gómez y Zamora Medina 2010; Castillo Díaz *et al.* 2013), o mejorar su reputación (Pérez-Díaz y Rodríguez 2015).

Por otro lado, nuestros datos de visibilidad anual resultan francamente reducidos si los comparamos con el proyecto de la ULPGC (Martel Escobar y Hernández Guerra, 2004; Hernández Guerra y Martel Escobar 2006; Ramírez Sánchez y Hernández Guerra, 2008), cuyo número de textos publicados por año es de 834,25 textos (frente a las 287 piezas del nuestro). Podríamos aducir como posibles motivos la particular vinculación de estos medios con la ULPGC (los regionales *La Provincia* y *Canarias 7*), el trabajo realizado desde su departamento de comunicación, claramente implicado con este objetivo, o particularidades propias de la selección del corpus, si bien no podemos confirmar ninguna de ellas.

Respecto a variaciones en cuanto a niveles de publicación en cada una de las cuatro cabeceras, confirmamos que no existen diferencias porcentuales significativas entre cada anualidad: los medios prestan una atención similar a la universidad cada año. Con ello podríamos afirmar que la universidad tiene reservado un espacio continuo y fijo en la agenda mediática de cada diario, independientemente de los acontecimientos que ocurran. En este sentido, sería interesante ampliar el período de estudio durante más años para saber si ello responde a un proceder de estos periódicos —reservar un espacio de información y opinión para la universidad periódicamente—, o ver si se produjeron circunstancias que contribuyeron a que ello fuera así.

A pesar de las continuas variaciones de publicación según los meses, observamos que durante el mes de marzo sí se produce un incremento considerable de textos. Este dato coincide ligeramente —solo respecto a marzo— con los resultados obtenidos por Barroso (2000) y Nieto Báez (2014). El análisis detenido de la agenda mediática en este mes de marzo nos llevó a detectar cierta coincidencia en algunos temas. Algunas de estas coincidencias —como el protagonismo dado en 2010 y 2011 al tema “Colectivo: equipo de gobierno”— tienen que ver principalmente con cierta “agenda fija” —en este caso, las elecciones universitarias—, o con la prioridad de temas preanunciados —por ejemplo, “Rankings y evaluaciones” en 2013—. Otros asuntos —“Igualdad y conciliación” en 2010, o “Religión” en 2011— entran en lo que podemos llamar el *tratamiento polémico de un tema*, de manera que los medios les dan un tratamiento ecoico y reiterativo. Se presentan además de forma serializada y son tratados primero como noticia y luego en géneros de opinión, recordando en ocasiones lo que Enguix (2015a, 47) denomina “*dosificación informativa*” que hace que se incremente su presencia; muchos de estos textos siguen, además, las pautas señaladas por Warmington y Murphy (2004) o Stack (2006): narrativización y presentación simplificada de los hechos.

Las temáticas “Protestas”, “Colectivo: RRHH” y “Legislación”, también presentes de forma continua en los cuatro diarios en marzo de 2012 y 2013, nos recuerdan otro tipo de noticiabilidad; en este caso, “la producida por hechos de trascendencia social que acaecen en un momento determinado del tiempo” (Sierra Bravo 1984, *apud.*

Rodrigo Alsina 1989, 83). Las protestas, la aprobación o modificación de leyes, o el despido de empleados universitarios son un ejemplo claro, al movilizar a mucha gente a favor o en contra de una política o acción institucional concreta.

2.1.2. Tipo de protagonismo concedido por estos medios al tema universitario

Como ya sabemos, la extensión de un texto y su ubicación ofrecen datos relevantes acerca de la importancia con la que el medio expone un tema (Nieto Báez y Aguaded 2011). La longitud media de los textos de *El Mundo* ($m=584,06$) es mayor que la de *El País* ($m=522,87$), *La Vanguardia* ($m=451,75$) y el *ABC* ($m=381,50$), si bien los textos más irregulares son a su vez los de *El Mundo* ($dt=509,996$), seguidos de los de *El País* ($dt=377,766$), *La Vanguardia* ($dt=276,724$) y el *ABC* ($dt=239,914$) en ese orden. En consecuencia, surgen conclusiones como las siguientes:

- *El País* no solo es el rotativo que más textos publica sobre el tema, sino que la longitud media de las piezas es mayor que las de *La Vanguardia* o el *ABC*, aunque ligeramente inferior a las de *El Mundo*, y más irregular que la de aquellos dos.
- Por su parte, *ABC*, que es el segundo periódico que más textos publica sobre el tema, es también el que emplea la longitud más regular y el que más recurre a las piezas breves en su conjunto.
- De *El Mundo* destacamos que es el periódico que menos textos publicó sobre este tema, pero el de textos más irregulares (largos y cortos), y a su vez el que publica textos más largos.

Si vinculamos la mayor longitud de los textos a un tratamiento más profundo y extenso del tema (Barroso 2000; Nieto Báez y Aguaded 2011), vemos que el tema universitario no tiende a tratarse de forma exhaustiva y profunda por ninguno de estos medios, tanto en los textos informativos como de opinión. En cuanto a las piezas de opinión, tan solo *El País* publica textos con una media más extensa.

Junto a la extensión, hay otras variables del encuadre externo que contribuyen al tipo de protagonismo del tema, como la *autoría*. Entre una autoría reconocida con el nombre y apellido del autor (ya sea género informativo o de opinión), y la atribuida a la redacción o a agencias, el resultado mayoritario en todos estos diarios es el uso de nombre y apellidos en la firma. En este sentido destacan dos corrientes: la de *El Mundo* y *El País*, con un número de textos firmados por autor que supera el 78% en los dos casos y la formada por *ABC* y *La Vanguardia*, en este caso en los dos inferior al 64%. Los textos firmados siempre se relacionan con un mayor cuidado en la elaboración del mismo, la búsqueda de novedades, de otras fuentes, etc. Esto nos lleva a pensar que tanto *El Mundo* como *El País*, pero sobre todo el primero, se esmeran en mayor

medida en ofrecer una información novedosa acerca de la universidad y huyen de la información “enlatada” (es decir, ofrecida por agencias).

En los artículos de opinión la firma es una práctica extendida de forma arrolladora y, más allá de los editoriales, es extraño encontrar textos sin autoría reconocida. López Pan (2010, 196) ha señalado la importancia del *ethos* retórico en la credibilidad de las columnas de opinión. Es más frecuente esa ausencia de autoría en los textos informativos, por la dificultad de cualquier medio de cubrir todos los asuntos que saldrán en su número diario.

Pese a lo antes mencionado, *La Vanguardia* es el diario que cuenta con periodistas con mayor frecuencia de dedicación al tema en concreto, lo cual no quiere decir que cuente con el más extenso número de periodistas. En este sentido, entendemos que no podemos hablar de la especialización de un periodista en los casos de *ABC*, *El Mundo* o *El País*, pero sí cabría pensar que *La Vanguardia* concede al tema cierto tratamiento especializado que, obviamente, redundaría en darle mayor entidad informativa, es decir, más protagonismo.

2.1.3. Secciones en las que estos temas aparecen con mayor frecuencia

Contrariamente a los resultados encontrados por De Pablos Pons y Ballesta Pagán (2011), entre las ediciones generales de estos cuatro medios, todos cuentan con una sección específica donde el tema “universidad y educación superior” aparece mayoritariamente. En *ABC* y *El País* esta sección es SOCIEDAD, en *El Mundo* ESPAÑA, y en *La Vanguardia* recibe el nombre de TENDENCIAS, unas denominaciones que dicen bastante del lugar que para ellos ocupa social y cognitivamente. Podríamos decir que para el *ABC* y *El País* la universidad es un tema que atañe al ser humano en su vida en sociedad, lo que enfatiza a nuestro juicio el papel social cohesionador de esta institución, mientras para *El Mundo* se incluye dentro de un ámbito totalmente nacional y más político. En el caso de *La Vanguardia*, el nombre de la sección resulta bastante ambiguo (en realidad, es uno de los muchos cuadernillos del diario) pues es un “cajón de sastre” que acoge las noticias relacionadas con sociedad, ciencia, medios, etc. Como señalaba Núñez Ladevéze (1991, 182), la distribución de informaciones y opiniones en secciones no es una “tarea inocente”, porque “puede obedecer a la aplicación de intenciones objetivadas, pero también a la aplicación de otro tipo de razones”.

En cuanto a las ediciones, los datos evidencian una presencia mayor del tema en las ediciones regionales de los medios —cuando cuentan con ellas— que en las secciones. Esta es muy elevada en la sección andaluza del *ABC* (m=46%), lo que atribuimos al gran peso histórico del *ABC* de esta región y el tradicional interés informativo por esta comunidad del medio que precisamente fue fundado por un industrial andaluz, y también lo son la edición madrileña en *El Mundo* (m=32,9%) y la edición Comunidad Valenciana en *El País* (m=23%). Las razones del elevado peso de estas dos ediciones tanto en *El Mundo* como en *El País* respectivamente nos resultan difíciles de aclarar, al

no contar con datos de comunicación del medio en concreto con la empresa periodística o conocer las rutinas periodísticas.

Observamos, en definitiva, que las informaciones y artículos de opinión sobre la universidad y educación superior aumentan en las ediciones regionales —cuando existen— y, por el contrario, disminuyen cuando se tratan en secciones generales. En relación al incremento de textos sobre universidad, existe una relación directa entre la edición regional y el número de textos sobre universidades ubicadas en esa región; por ejemplo:

- en las páginas del *ABC* de la región andaluza es muy elevada la presencia de la US, la UCO, el sistema universitario andaluz, o la UPO;
- en la edición valenciana de *ABC*, es la UV;
- en la edición de Madrid en *El Mundo*, destaca la UCM;
- en la edición valenciana de *El País* destacan el sistema universitario valenciano y la UV;
- en *La Vanguardia*, aun sin ediciones regionales impresas, vemos que priman las universidades de su entorno (en concreto el sistema universitario catalán).

Probablemente esto es así porque las universidades en España están muy vinculadas a las autonomías en la que tienen su ubicación geográfica o, dicho de otra forma aún se leen de forma regional y local, es decir como *noticias de proximidad* que afectan e interesan principalmente a la sociedad en la que esa universidad desarrolla su función. A nuestro juicio, tales correspondencias pueden tener tanto una lectura positiva como crítica. La positiva es que las universidades han conseguido visibilidad en su entorno y los medios entienden que lo que sucede en ellas interesa a la sociedad en la que desarrollan su actividad. La lectura crítica radica en el escaso poder de estas instituciones para superar los límites informativos regionales, y lograr posicionarse a nivel nacional (y por extensión podríamos decir internacional), pese a los enormes esfuerzos realizados en esta dirección y las estrategias de “*branding*” que algunas han puesto en marcha en los últimos años (Legerén 2014).

2.1.4. Posibles ciclos temporales en la cobertura del tema universitario

Los resultados nos indican que, pese a que temas como el EEES o los Campus de Excelencia Internacional, tan importantes para el futuro de la institución universitaria generaron páginas en 2010, no fueron tan relevantes como otros (por ejemplo “Economía y finanzas”, “Colectivo: equipo de gobierno”, “Infraestructuras”, “Colectivo: Estudiantes” o “Estudios”). Es decir, los temas noticiables fueron los

vinculados a las consecuencias de la crisis en la institución, o los procesos electorales interpretados desde la óptica de su vinculación con la política española general.

Las ya mencionadas coincidencias de los medios en el mes de marzo nos hicieron revisar la cobertura de los subtemas, cuyo análisis nos lleva a concluir que no existe una agenda totalmente común de estos diarios, aunque sí se aprecien ciertas coincidencias temáticas. Por otro lado, cuando esta agenda común se da, hay diferencias en la intensidad con la que cada medio trata y enfoca los temas:

- Durante 2010 esa agenda común pasaba por los subtemas relacionados con el “Colectivo: equipo de gobierno”, otros sobre el “EEES”, aquellos subsumidos bajo el epígrafe “Otras”, y los relativos a la “Igualdad y conciliación”.
- En 2011 esa agenda mediática era común en relación al “Colectivo: equipo de gobierno” y la “Religión”.
- En 2012, era en relación a las “Protestas” educativas que estaban produciéndose en España, a los temas recogidos bajo “Otras” y los “Estudios”.
- Durante 2013 el protagonismo informativo giraba alrededor del “Colectivo: RRHH”, las “Protestas”, los cambios en la “Legislación” educativa, los “Ranking–evaluación” y las categorías recogidas en “Otras”.

Tampoco podemos hablar de una correspondencia entre este tipo de textos en prensa y ciclos temporales concretos, como inicio o final de curso, períodos de exámenes, etc. El único tipo de noticias que sí parece concordar con este esquema de atención temporal a acontecimientos universitarios específicos es el de las elecciones a rectores que, mayoritariamente, ocurren durante el mes de marzo de 2010 y 2011, aunque no haya idéntica atención. La distribución no responde a ciclos informativos previstos ni a períodos temporales académicos destacados.

2.2. Mecanismos discursivos de encuadre utilizados

En este punto nos planteamos cómo los distintos mecanismos de encuadre analizados contribuyen a orientar la interpretación que los lectores harán de los textos periodísticos. Nos situamos así, de lleno, en el análisis (inevitablemente crítico) del discurso. El modelo teórico de Gallardo (2013, 2014, 2015), empleado para el discurso político, ha sido utilizado aquí para enunciados periodísticos de diarios impresos; su aplicación se ha planteado no solo a titulares o a textos breves (argumentarios, tuits), sino a textos de extensión variada, lo que explica la necesidad de, en algunas estrategias, ampliar el análisis. Veremos, efectivamente, que hay elementos que pueden

aplicarse a los titulares (por ejemplo, acto ilocucional, actancialidad, superestructura textual), pero que deben re-considerarse en su aplicación a textos completos, como noticias o reportajes (valoración de la universidad, protagonismo central o periférico, género periodístico).

En relación al modelo de análisis pragmático del discurso empleado (Gallardo 2013, 2014) hemos de señalar que para el estudio específico de este corpus eminentemente periodístico, debimos incorporar una nueva estrategia: la de selección temática, propia del nivel enunciativo, al entender el enorme valor que la función de selección de temas tiene en la enunciación del discurso periodístico (*agenda-setting*).

2.2.1. El tipo de ilocutividad que emplean principalmente los medios al hablar de la universidad

La estrategia intencional de las cuatro cabeceras responde mayoritariamente a los criterios periodísticos de “neutralidad” (Gomis 1991) u “objetividad” (o, en un sentido crítico, ese “ritual estratégico de objetividad” del que hablaba Tuchman 1980), con señalados matices que ilustraremos a continuación.

Tanto en el análisis del período en su conjunto (2010-13) como en cada una de las anualidades por separado, y ya analicemos tan solo los textos del corpus que responden al género de “noticia” o los interpretativos, nos encontramos con que la ilocutividad más presente es la representativa, algo lógico dada la pretensión de objetividad perseguida y publicitada por los medios. Encontramos este predominio de la ilocutividad representativa en proporciones escasamente diferentes en casi todas las situaciones antes mencionadas, en este orden: *El País* (71,5%), *ABC* (70,6%), *La Vanguardia* (67,2%), *El Mundo* (61%). No obstante, el análisis de los textos de opinión nos lleva a concluir que sí hay diferencias significativas: *ABC* y *El País* coinciden en una presencia de este rasgo en el 71% de los textos de opinión, *La Vanguardia* se sitúa en el 68,2%, mientras *El Mundo* cae al 57,1%.

El Mundo siempre es el diario de menor porcentaje de textos con ilocutividad representativa y, por el contrario, el que cuenta con los más altos porcentajes de ilocutividad expresiva negativa, ya hablemos del género noticia o, sobre todo, de opinión. Podemos así señalar que los artículos de opinión de *El Mundo* tienden a ser más críticos o complacientes que los del resto; buscan en menor medida ese concepto de “neutralidad”, que Rodrigo Alsina (1989a, 172) indica es imposible, o ese “deseable” de objetividad.

Los colectivos objeto de esa crítica en el corpus de *El Mundo* fueron mayoritariamente la UCM y el sistema universitario español; en *ABC* la US, con gran diferencia sobre el segundo, la UPO, y el tercero, el sistema universitario español; y en *El País* 2013 el objetivo más criticado fue el sistema universitario español en su conjunto, a gran distancia otros colectivos. Muchas páginas críticas tanto de *El Mundo* como del *ABC*,

tienen como protagonista a la UCM y en muchas ocasiones a su rector, Carlos Berzosa, que es presentado en oposición al gobierno del PP de la Comunidad de Madrid y a favor de la “izquierda”. Esa fijeza mostrada por esta figura recuerda la crítica de Blackmore y Thompson (2004) acerca del uso del director de centro educativo como epítome de los males que aquejan a toda la institución.

En relación a 2012 y el ABC, la ilocutividad expresiva crítica dirigida a la US la entendemos tamizada por el hecho ya señalado de la amplia presencia de la edición andaluza en los resultados, pero también a partir de un acontecimiento concreto: la anulación del proyecto de biblioteca del Prado de San Sebastián que quería ejecutar la US en dichos terrenos municipales. La polémica tiene una lectura específica en la política andaluza, como enfrentamiento entre el grupo socialista que aprobó el proyecto y el grupo popular que se opuso. La US, adquiere un protagonismo inusitado, pero más que un discurso sobre la educación superior hay que leerlo en términos de política municipal. Se trata de uno de esos casos en los que no se sabe si son los políticos quienes utilizan a los medios o los medios los que manifiestan de esta forma su postura frente a un hecho concreto, posición que por otra parte no tiene nada que ver con la política educativa. El asunto adquiere un ritmo informativo que nos permite hablar de la dosificación informativa y serialización del tema (Enguix 2015a), o de la generación de ese “discurso de inestabilidad” del que hablan Pettigrew y McLure (1997), a partir de la que el medio critica y se posiciona.

El ABC fue crítico con gran parte de las políticas educativas del gobierno del partido socialista de José Luis Rodríguez Zapatero, y el análisis crítico del discurso así lo muestra. Combinando diferentes estrategias (léxica, de selección temática, predicativa, intencional, estructural e intertextual), este diario estableció unos marcos del discurso claramente negativos para ese gobierno, que incluía universidades y representantes vinculados con ese espectro político (véase la UCM o la US). Por el contrario, el diario de *Vocento* se movilizó a favor de las políticas educativas del Partido Popular de Mariano Rajoy de una forma evidente; resulta difícil entender si fue ese gobierno el que supo imponer ese discurso al medio, o fue el diario el que hizo valer su ideología, en este caso coincidente con esa visión oficial, gubernamental y dominante (Wallace 1993; Blackmore y Thorpe 2003).

En el caso de *El País* entendemos que es significativo el hecho de que sea el año 2013, con las políticas diseñadas por el ministro popular José Ignacio Wert, el de mayor ilocutividad expresiva negativa. Si vinculamos este dato con el gobierno que corresponde en esa legislatura, el del PP, y los datos que hemos ofrecido acerca de su posicionamiento ideológico (Vidal Beneyto 05/07/2004; Castro Torres 2010; Seoane y Sueiro 2004; Hallin y Mancini 2004) cabría pensar que esa distancia respecto a la postura ideológica del PP tiene un fundamento discursivo. Hemos tratado de dilucidar los mecanismos con los que los datos mostraban y/u ocultaban la ideología del medio, y la existencia de paralelismos entre los diarios y opciones políticas e ideologías concretas (Pêcheux 1975; Fairclough 1989; Jäger 2001; Wodak 2007). Una revisión de los titulares y los textos sí mostró esa concordancia.

En el caso del diario del grupo *Unidad Editorial* esa última interpretación es la que vemos más clara. Pese a llevar a cabo un discurso muy crítico, irónico en ocasiones, con miembros del PSOE en el gobierno —muy evidente en estrategias como la léxica o la de selección temática—, tiende a la ilocutividad representativa y a realizar una valoración neutra o positiva en relación a algunos temas político-educativos en los que parece concordar con dicho gobierno. Así ocurre por ejemplo respecto a las políticas que hablan de eficiencia, eficacia, modernizaciones, responsabilidad,... es decir, propuestas próximas al discurso neoliberal sobre la educación. Ese mismo planteamiento es el que conduce su discurso respecto al gobierno popular de Mariano Rajoy, a través de las estrategias de enmarcado analizadas. Podríamos decir que, en este periódico, se hace evidente la existencia de unos propios principios editoriales y/o empresariales y rutinas periodísticas que son los que guían su acción discursiva.

El diario del Grupo *PRISA* establece un marco de inferencias, connotaciones y presupuestos más sutiles que los vistos en textos o titulares del *ABC* y *El Mundo* pero que revelan un elevado acuerdo con las políticas educativas del PSOE, y distancia y crítica respecto a las llevadas a cabo por el gobierno popular de Rajoy y su Ministro de Educación, Cultura y Deporte, José Ignacio Wert.

Respecto a *La Vanguardia* cabe señalar que su ubicación geográfica, que tanto condiciona sus textos, también caracteriza ese posicionamiento ideológico que, de forma marcada, establece respecto a las políticas del *Govern català*. Un repaso a sus discursos sobre política educativa nos trae a la mente las palabras que respecto al periódico pronunciaron Torrent y Tassis en 1966 calificándolo de “conservador”, “siempre gubernamental”, y “de un apoliticismo poco comprometedor”. En su relación con los gobiernos catalanes (el tripartito que estuvo hasta el 28 de noviembre de 2010, fecha de las elecciones autonómicas, y el de CIU, que formó gobierno como resultado de las mismas) su discurso es de connotaciones más bien neutras. En relación a las políticas educativas nacionales adquieren relevancia cuando trascienden y afectan a Cataluña y en estos casos, el medio huye de la oposición directa y de la descalificación.

2.2.2. La posible relación entre el tipo de ilocutividad empleada y la centralidad o periferia del tema

Uno de nuestros presupuestos de partida era que los textos en los que la universidad era protagonista indiscutible de la información nos permitirían conocer mejor el tratamiento discursivo dado por cada medio; y paralelamente, que obtendríamos información menos directa y específica si nos deteníamos en los textos que topicalizaban la universidad de una manera periférica, secundaria, pues probablemente en tales casos el protagonismo o bien era compartido, o era retenido por otra entidad; es decir que la actancialidad no le correspondía.

Con esta idea en mente analizamos la relación entre la ilocutividad y el protagonismo de la universidad y/o la educación superior en los textos (centralidad vs. periferia). Ello

nos permitió ver que en el *ABC*, *El País* y *La Vanguardia* la universidad y educación superior suele actuar como el elemento central de la pieza textual en la que aparece; o sea, que suele ser la protagonista y foco de atención, en porcentajes que superan el 70% todos los años. Sin embargo, en *El Mundo*, y a excepción de 2010, aunque mantiene su tratamiento como eje protagonista central, lo hace en mucha menor medida. Esa misma tendencia se produce en la noticia y la columna de opinión, y sea cual sea la ilocutividad empleada. De hecho, para *ABC*, *El País* o *La Vanguardia*, el tema universitario es el foco de atención siempre, ya se hable de forma neutral en los textos, realicen una crítica positiva o negativa, o establezcan otro tipo de ilocutividad no recogida entre estas (Otras). La excepción es *El Mundo*; no solo es que sus porcentajes sean significativamente inferiores a los del resto, sino que hasta se invierten (en 2012 y 2013). Recapitulando:

- En los cuatro rotativos la universidad es un tema con suficiente entidad informativa como para ser tratado como central, es decir, protagonista de los acontecimientos que se relatan, y tanto en el género de opinión como en el género informativo por excelencia, la noticia.
- De entre todos los medios, *El Mundo* es el que menor protagonismo concede a la universidad y la educación superior, de forma significativamente inferior al resto; esto podría relacionarse con su concepción politizada del hecho universitario, que ya hemos mencionado al hablar de la ubicación preferente de estos textos en la sección de información política.
- Tanto si se presenta el texto con valor ilocutivo representativo, como si se plantea una crítica negativa o se realiza un tratamiento discursivo positivo del tema, o si se utiliza una ilocutividad diferente a las mencionadas, en los diarios *ABC*, *El País* y *La Vanguardia* prima el tratamiento del tema de la universidad como central en el texto. Tan solo en *El Mundo* esa tendencia cambia, y cuando la estrategia intencional muestra una ilocutividad expresiva negativa (o un caso de los recogidos en “Otras”), es mayor el porcentaje de textos en los que la universidad aparece como elemento secundario del texto.

2.2.3. La posible relación entre la estrategia predicativa escogida por el diario y la valoración de la universidad y la educación superior

A través de esta cuestión de investigación quisimos conocer los usos predicativos que empleaba cada uno de los rotativos en los titulares, y si se podía establecer alguna relación con la valoración de los textos sobre asuntos universitarios; partimos de la idea de Gallardo (2014) de que la estrategia predicativa, referida a la agentividad que se concede a los distintos actores sociales, puede reforzar la estrategia intencional, especialmente las de ataque y elogio. Así, observamos que cada medio pone en marcha

un reparto de actancialidad diferente según el tipo de valoración que hace de la universidad, con algunas coincidencias.

- Cuando la valoración de la universidad en el texto es neutra, el ABC opta mayoritariamente por titulares en los que la universidad es el sujeto de la acción; es decir, el ABC prefiere reconocer esa actancialidad de la institución, darle presencia sustantiva. *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia* en esa misma circunstancia construyen otra ordenación del titular donde la universidad no suele ocupar ese papel de sujeto de la acción; podemos interpretar que la universidad adopta un papel más bien pasivo en estos medios, es receptor.
- Cuando la valoración es negativa todos los medios prefieren utilizar frases nominales que mitiguen el énfasis de la crítica y dejen el espacio abierto a la interpretación.
- En los textos con valoración positiva de la universidad y la educación superior hay dos tendencias. Por un lado la del ABC y *El País*, que tienden a colocar la universidad como sujeto, haciéndole objeto de ese elogio. *El Mundo* y *La Vanguardia* prefieren en este caso utilizar mayoritariamente una estructura nominal, de forma que ese énfasis queda relativizado.
- Cuando el medio hace una crítica constructiva, los cuatro medios muestran una preferencia hacia la elisión del verbo, si bien tanto *El País* como el ABC en un porcentaje algo superior, prefieren en este caso el reconocimiento de su papel agentivo.

En las categorías de *enquadre informativo-discursivo*, vemos que el protagonismo dado a la universidad en los medios puede relacionarse con el modo en que se presenta a la universidad en cada caso (estrategias *temática* y *predicativa*). En este sentido, el análisis de la topicalización dada a cada uno de los colectivos identificados, es decir, con su cobertura como tema central o periférico, contribuye a identificar un protagonismo más o menos enfático. Ello ocurre sobre todo en relación a dos subtemas: el de “Colectivo: equipo de gobierno” y el de “Economía y finanzas”. Un repaso al contenido de esas subcategorías y a los títulos que les dan entidad nos permite concluir que temas como las elecciones universitarias, cambios en equipos de gobierno, o los propios rectores y responsables universitarios, son objeto de especial atención informativa. De igual forma, los presupuestos universitarios, y los efectos de la crisis en estas instituciones también lo son. Ya Michavila *et al.* (2013) mostraban su preocupación por los riesgos que los recortes, la reducción de sus presupuestos y las políticas de austeridad que estaban llevando a cabo las diferentes administraciones en relación a las universidades, podían implicar en su desarrollo futuro.

Esa atención merma de forma significativa en el caso de un diario, *El Mundo*, en el conjunto global del período. El hecho de que esas diferencias entre *El Mundo* y el resto

de medios se mantenga durante cada una de las anualidades nos lleva a concluir que la universidad como institución no resulta un ente de igual relevancia informativa para esta cabecera.

En este terreno de la *estrategia temática* resulta significativo el hecho de que, sin excepción, en todos los diarios primen los textos que se refieren al sistema universitario español en su conjunto (codificado en nuestro análisis como “UN-ES”), mientras el resto de temas y colectivos identificados se diluye en pequeños porcentajes entre otros colectivos. Entre ellos destaca con peso propio el sistema universitario catalán, lo que tiene que ver con dos aspectos: por un lado, su singularidad lingüística y el énfasis de su gobierno en aplicarla a estas instituciones y, por otro, su funcionamiento coordinado como sistema universitario con voz única.

Entre las universidades a título individual, la más destacada en el conjunto del corpus es la UCM (aunque en *La Vanguardia* apenas llega al 0,7%). Podríamos argüir varios motivos posibles: que se trata de la mayor universidad del país o una de las históricas del Estado; o que, aplicando la regla de proximidad para unos medios radicados en Madrid, es lógica esa inclinación o sesgo que destaca la información más próxima. Tras un repaso a los titulares, creemos que la razón probablemente resida en una combinación de varios motivos; a los ya aducidos podemos sumar una clara estrategia de personificación de la universidad en la figura de su Rector, la serialización de la información, y el ya mencionado “discurso de inestabilidad” (Pettigrew y McLure 1997) que convierte cualquier tema en una continuidad informativa y de opinión. Como veíamos, estas estrategias son evidentes fundamentalmente al hablar de dos medios, el *ABC* y *El Mundo*.

2.2.4. Utilización de la intextextualidad en la redacción de los temas, y tipos de mecanismos empleados según variables como el género y la valoración de la universidad

Mucho se ha hablado del carácter polifónico del discurso en prensa (Méndez García de Paredes 2000; López Pan 2002; Casado 2008; Casado y de Lucas 2013), y conocidas son las aseveraciones acerca de la tergiversación que el discurso referido puede introducir en cualquier texto; por ello el análisis de los tipos de intertextualidad que cada medio aplica mayoritariamente resulta imprescindible para conocer su estilo y formas de construcción del discurso periodístico.

El análisis mostró que en todos los rotativos analizados el uso de la intertextualidad era algo común, de una forma muy mayoritaria; en los cuatro diarios los porcentajes superaban el 80%, por lo que podemos afirmar que los periodistas de estos cuatro diarios recurren a estrategias intertextuales de una forma muy mayoritaria, casi podríamos señalar que abrumadora.

Los resultados son extensibles a cualquier género informativo (noticia, crónica, reportaje y entrevista) o interpretativo en los cuatro diarios, con resultados más bajos en el caso de *La Vanguardia* y el *ABC* cuando nos referimos al texto de opinión, pero aun así con un porcentaje que supera el 60%. Esta menor presencia de la intertextualidad en el género de opinión de *ABC* y *La Vanguardia* nos planteó preguntas que quisimos resolver a través de la revisión de los datos de estos dos medios. De esta forma, observamos que en esos artículos de opinión que no empleaban intertextualidad en la construcción discursiva era relevante la ilocutividad:

- *ABC*: en los textos de opinión con baja intertextualidad predomina la ilocutividad expresiva negativa (58,6%; mientras la representativa era de un 8,6%, la positiva de 15,5% y “otra” 17,2%).
- *La Vanguardia*: los textos de opinión con baja intertextualidad iban asociados principalmente a una ilocutividad que habíamos calificado como “otra” (con un 51%; mientras la representativa era de un 9,8%, la expresiva positiva de 5,9% y la negativa 33,3%).

En cuanto a los mecanismos de intertextualidad más aplicados siguiendo una u otra combinación, hemos analizado siete usos posibles, según recurran al estilo directo e indirecto, y a la cita parcial o total (ver Anexos); el uso mayoritario es el que combina el *Verbum dicendi* y la cita, o la combinación de *Verbum dicendi*, cita y comillas en segundo lugar, lo que muestra el interés del periodista por recurrir al discurso ajeno para construir el propio. Esa utilización del *Verbum dicendi* y la cita directa, como ha repetido la bibliografía especializada, ofrece una imagen de discurso fiable, verídico y fidedigno, que no obstante puede servir para enmascarar la ideología del periodista y el medio (López Pan 2002; Sánchez 2010), o la manipulación o tergiversación (Méndez García de Paredes 2000). Entre otras cuestiones, y como Johnson (2005) señalaba, a pesar de la insistencia de gran parte de los libros de estilo de los medios en la reproducción literal en estilo directo del discurso referido, la realidad indica que el periodista ejerce con gran flexibilidad esa función. En cuanto al uso del *Verbum dicendi*, se confirman los resultados obtenidos por Casado y de Lucas (2013) en relación a su investigación sobre la profusión en el uso por los periódicos de esta marca de intertextualidad¹⁷⁰.

Como vemos, los textos periodísticos analizados optan mayoritariamente por el uso de lo que Méndez García de Paredes (1999) clasifica como “enunciados pluriformes” de DR (añadimos nosotros: DR indica *discurso referido*), porque tienden a buscar diferentes fórmulas de citación (discurso directo, discurso indirecto o citas implícitas, entre otros). Esta misma autora ya señaló que el empleo de comillas en el texto periodístico no implica la fidelidad del texto respecto al discurso del emisor, aunque Tuchman (*apud.* Rodrigo Alsina 1980) señalara esa estrategia como una de las necesarias para mantener lo objetivo de la narración periodística enunciada.

¹⁷⁰ En su investigación analizaron los diarios *El País* y *ABC* en 2010 (Casado y de Lucas 2013).

Los altos porcentajes mostrados por los diarios en el uso de la intertextualidad ya anunciaban lo que vimos después: el hecho de que la intertextualidad era la opción mayoritaria, con independencia de la valoración general que se haga de la universidad (neutra, negativa, positiva o positiva con crítica). En este sentido, el único medio que difería entre el empleo de la intertextualidad y su relación con la valoración era *El Mundo*. En este se observaba un uso inferior de más de un 12% de la intertextualidad en textos tan solo con valoraciones positivas (era de 78,6%) y positivas con crítica (76,9%). Sin embargo, los porcentajes siguen siendo tan elevados que entendemos que no dan pie a poder hablar de un uso radicalmente diferente del mecanismo de la intertextualidad.

2.3. Mecanismos vinculados a la creación de opinión pública

Si bien en un apartado anterior de esta tesis ya hemos indicado que no es objeto de esta investigación el presentar resultados ni conclusiones acerca de cómo se produce el proceso de recepción de estos mensajes periodísticos sobre la universidad, ni qué tipo de efectos ello ha provocado, sea cual sea la categorización que quisiéramos emplear (Klapper 1960; McQuail 1985; Wolf 1985; Montero 1993), estamos convencidos de que la exposición a los mensajes de los medios de comunicación genera una serie de efectos que, aunque a día de hoy aún resulte complejo definir y entender, existen, tal y como señala la bibliografía especializada. Siguiendo entre otros a Berelson (1949), Hall (1973), McQuail (1985) y Thompson (1998) —por citar algunos de los autores más clásicos—, estamos convencidos de que el proceso de recepción es complejo, variante en intensidad y amplio en matices. Otros investigadores como Fairclough (1989), Jäger (2001), Wodak (2007), Mayr (2008) o Castells (2009) han insistido en que lenguaje y poder están inextricablemente unidos, independientemente de que el lenguaje no sea el único medio para ejercer el poder. Lo que de ello se deduce es que al hablar de las estrategias pragmáticas de construcción del mensaje periodístico estamos refiriéndonos también a las estrategias de creación del poder simbólico vinculado a las industrias mediáticas. Por ello, y aunque resulte complicado definir qué tipo de efectos ha provocado el discurso sobre la universidad y la educación superior en sus lectores y audiencias, las conclusiones a las siguientes cuestiones de investigación deben ser encuadradas en este planteamiento.

Por otro lado, la teoría de la enunciación nos proporciona un planteamiento teórico que indirectamente ofrece información sobre la creación de opinión pública, al asumir que tanto emisor como receptor son funciones del propio texto. Los aspectos que examinaremos en los siguientes apartados nos informan de cuál es el “lector modelo” de la información periodística sobre universidad y cuál es la percepción y valoración del tema que cada uno de los diarios presupone en su lector típico, nos señalan cuáles son las universidades que le interesan y nos hablan sobre su valoración de las mismas.

2.3.1. Universidades y sistemas universitarios más destacados en los medios objeto de estudio

En el apartado §4.3.3 del cap. 3, ya explicamos la tipología empleada en nuestra investigación para desentrañar las diferentes formas con las que encontramos las referencias a la universidad y la educación superior en el CDe. Identificamos cuatro categorías esenciales, que señalamos con las letras A, B, C y D, y sus subcategorías nos sirvieron para analizar los tipos de instituciones universitarias y conceptos universitarios que en cada caso eran objeto de atención:

- A. Mención individual / Universidad a título individual.
- B. Tratamiento colectivo / Colectivo de universidades.
- C. Alusión genérica / Sistema universitario español y/o educación superior.
- D. Oposición según financiación pública o privada / Universidades públicas o privadas.

El Colectivo A, correspondiente a la suma de la mención individual de universidades valoradas como conjunto específico, es el que porcentualmente tiene mayor visibilidad en prensa en cada uno de los cuatro rotativos; lo que demuestra el amplio interés de estos diarios por las universidades a título individual, si bien los nombres de la institución varían según la cabecera del medio. En el caso de *ABC*, las que ocupan las primeras posiciones de una forma clara y rotunda son las andaluzas —por la particularidad ya mencionada del especial peso de esa edición en el periódico de *Vocento*—, pero ello solo no justifica su elevada presencia, que solo podemos entender a partir del enorme interés de esta cabecera por el sector educativo terciario andaluz. Para *El Mundo*, y en línea con el elevado peso de la edición Madrid en su CDe, es muy relevante la presencia de la UCM, a gran distancia de las siguientes, UPV-EHU y UC3; la UCM también tiene gran presencia en *El País*, a distancia de las siguientes, UPV-EHU y la UV y otras. *La Vanguardia* opta claramente por centrar su atención en Cataluña, por lo que las universidades más presentes son, sin duda alguna, las catalanas, con la UB, la UPC y la UAB entre las de mayor cobertura; pese a ser clasificado como un periódico de difusión nacional (Armentia Vizuite, Elexgaray Arias, y Pérez Fuentes 1999), esta circunstancia justifica la insistencia con que la OJD o Coca y Peñalva (1998) incluyen *La Vanguardia* dentro de la categoría de “regional”. Es, indudablemente, un medio que atiende informativamente y de forma especial la comunidad en la que se ubica.

Por orden de relevancia, las universidades que reciben mayor atención en el conjunto del Colectivo A, sin hacer referencia a rotativos concretos son la UCM, la US, la UPV-EHU, la UCO, la UB, la UV, la UCLM, la UPO, la UAB, la Loyola Andalucía, la UPC y la USC. Es decir, que estas son las universidades con mayor “visibilidad mediática”

(Legerén 2014) en el período analizado, independientemente de la intención comunicativa que se emplee para referirse a ellas.

La lectura de sus nombres propios y la comprobación de su gran vinculación con las ediciones regionales de estos rotativos nos lleva a concluir que están representadas en mayor medida aquellas con edición regional en el rotativo en cuestión; o sea, que la presencia de universidades a título individual depende de la existencia de una edición del medio en esa comunidad autónoma. En este sentido, será interesante ver lo que ocurre en estos momentos tras el cierre de gran parte de las ediciones regionales de los medios analizados (por ejemplo, *ABC* anunció la eliminación de las ediciones impresas en Canarias y Baleares (Arranz 04/12/2014); *El País* eliminó las ediciones de Andalucía, Valencia, Galicia y País Vasco en 2015 (Arranz 01/04/2015; Gálvez 31/03/2015), y *El Mundo*, por ejemplo Valladolid, Galicia y Castilla y León (ecoteuve.es 10/05/2013; elconfidencialdigital.com 19/03/2012).

Este comportamiento nos lleva a la conclusión de que las universidades son consideradas como generadoras de informaciones y opiniones principalmente de proximidad; interesan directamente a la sociedad en la que se ubican, y no son, por tanto, presentadas o percibidas como actores sociales que despierten un interés más allá de su zona inmediata de influencia.

En cuanto a los sistemas universitarios autonómicos y su presencia en medios, existe esa misma relación directa entre la existencia de ediciones regionales de los medios y la mayor aparición de ese sistema universitario autonómico en el diario. Así, en *ABC*, el sistema universitario autonómico más presente es el andaluz; en *El País*, el valenciano; en *El Mundo* el madrileño y en *La Vanguardia* el catalán.

Estas dos conclusiones responden a una de las preguntas que dejaba en el aire Legerén (2014), cuyos resultados la llevaban a pensar que probablemente otro tipo de investigación confirmara que los “medios locales seleccionan las noticias por el criterio de proximidad, informan de “su universidad” (2014, 281). Sustituyendo aquí “medios locales” por edición regional o local, lo visto en relación a universidades y sistemas universitarios autonómicos confirma sus previsiones.

En cuanto al concepto único y singular de “universidad” o “educación superior” (colectivo C, “UN-ED” en el análisis) ocupa la segunda posición en cuanto a representatividad si lo comparamos con los colectivos A, B, o D, en su conjunto. Sin embargo, si tomamos el listado de universidades, así como los sistemas autonómicos de forma individual, este concepto es el más representativo sin duda alguna, con la única excepción del *ABC*. Los datos porcentuales concretos de *El País* duplican los de *El Mundo* o *ABC*, por lo que entendemos la especial relevancia (noticiabilidad) que el concepto “universidad y educación superior”, en un sentido general e inclusivo, sin calificativos geográficos ni de ningún otro tipo, tiene en este medio.

Por otra parte, a través de las escasas referencias nominales a la “universidad privada” como colectivo genérico, deducimos que su constitución como significante discursivo con entidad propia dentro del discurso mediático es muy escasa, de hecho casi

inexistente. Observamos que este modelo de universidad está de hecho integrado en el conjunto de universidades en el discurso mediático; ello puede ser por el escaso número de universidades privadas presentes en el sistema universitario español, pero entendemos que es parte de su escasa visibilidad como colectivo, con valores y entidad propia y diferenciada.

2.3.2. Posible relación estable entre la valoración de las universidades y/o sistemas universitarios y los medios

En un apartado inicial de la tesis expusimos los principios ideológicos con los que se ha vinculado a los medios de comunicación objeto de nuestro análisis (Torrent y Tassis 1966; Desvois 1977; Iglesias 1980; Sinova 1989; Gaitán Moya 1992; Cachan Alcolea 1995; Esteban 1995; Palomares 1995; Cotarelo 1996; Fuentes y Fernández Sebastián 1998; Hallin y Mancini 2004; Vidal Beneyto 05/07/2004; Seoane y Sueiro 2004; Huertas 2006; Teruel Rodríguez 2006; Castro Sanz 2007; Castro Torres 2010; Reig 2011; Sáenz de Ugarte 2014; Soteras 16/02/2014). Si bien en ese apartado no hemos hecho referencia explícita a la política universitaria (que según hemos subrayado, se corresponde con dos períodos legislativos diferentes, ya que el PSOE presidió el gobierno de la nación entre 2010-11 y el PP entre 2012-13) ni a los rectores o sus preferencias políticas, es una obviedad su existencia, lo que se puso de manifiesto en el análisis de nuestro Corpus Definitivo, en algunos casos.

Pero antes de pasar a analizar estos datos, queremos recordar lo que encontramos en cuanto cruzamos los datos relativos a la valoración de la universidad con cada uno de los periódicos: en un elevado porcentaje, los textos mostraban a una valoración neutra de la universidad, sin existir resultados significativamente diferentes entre medios, pues esa valoración neutra era superior a un 70% en todos los casos. En relación al segundo tipo de valoración más presente en el corpus, la negativa, es reseñable el hecho de que son *El Mundo* y el *ABC* los que más la utilizan, aunque sus porcentajes no superan el 20%. Esa valoración negativa es mucho menor en *El País* y *La Vanguardia*; menos de la mitad que la de los otros diarios.

Estos datos permiten hablar de dos tendencias: una, la formada por *El País* y *La Vanguardia*, los periódicos que más valoración neutra hacen de la universidad y menor valoración negativa. Por otro lado *El Mundo* y el *ABC*, que son los de menor valoración neutra y mayor valoración negativa. La aplicación de la *prueba chi cuadrado* a estas variables nos confirmó que sí existía una relación significativa entre ambas y los medios mencionados.

Para analizar de forma cualitativa la relación entre las legislaturas y el posicionamiento del medio respecto al actor político, el modelo pragmático asumido en los planteamientos teóricos (Gallardo 2013, 2014, 2015; Gallardo y Enguix 2014; Enguix y Gallardo 2015; Enguix 2015b) nos permitió ver diferencias en el tratamiento discursivo

de los titulares de los medios y, por ende, en su análisis de la política educativa, el partido en el gobierno y algunos colectivos universitarios.

El ABC muestra en sus titulares una acerada crítica a miembros y propuestas educativas del partido en el gobierno durante 2010-11, el PSOE. Como ya ha señalado alguna bibliografía, ese posicionamiento viene a confirmar su proverbial lejanía del PSOE (Reig 2011). En su crítica de acontecimientos en los que alguna universidad está implicada manifiesta su distanciamiento de actores políticos identificados con la izquierda o el PSOE; ello lleva al medio a censurar a la universidad en concreto (véase la UCM o la UA), algunas veces haciendo énfasis en sus siglas, su nombre, y otras atribuyéndola a su mayor responsable político, el Rector, según la *estrategia predicativa* de personalización de la que ya hemos hablado.

Durante la legislatura del PP, el ABC funciona como instrumento de justificación de sus políticas, próximas por otra parte al discurso neoliberal de la educación y a su declarada orientación “monárquico-liberal-conservadora” (Olmos 2002), donde se enfatiza la necesidad de responsabilidad, eficiencia, eficacia, etc., aunque la acepción exacta de estos términos nos lleve con frecuencia a pensar en la *estrategia léxica* por su utilización ambigua cuando no claramente sesgada.

Respecto a *El Mundo* nuestra observación es que, aunque establece cierta distancia crítica con el PSOE y muestra proximidad al PP, parecen ser consideraciones o planteamientos propios sobre la política educativa los que guían su postura discursiva. Así, un repaso a los textos muestra una aproximación a las políticas universitarias que trató de llevar adelante Ángel Gabilondo mostrando una *estrategia intencional* de ilocutividad representativa y el uso de titulares de este mismo cariz; lo mismo ocurre con el tratamiento crítico respecto a algunas decisiones políticas adoptadas por el Ministro de Educación, Cultura y Deporte del PP en esa etapa, José Ignacio Wert. Ello conduce a cierto desconcierto, teniendo en cuenta lo planteado habitualmente por la bibliografía en cuanto a su posicionamiento político en clave nacional (Esteban 1995; Hallin y Mancini 2004); la lectura del corpus nos conduce a pensar que *El Mundo* actúa en relación a la educación superior de acuerdo a una ideología establecida y propia, próxima a las posturas neoliberales en boga a día de hoy, tal y como han señalado otros análisis similares; por ejemplo, MacMillan (2002) o Blackmore y Thorpe (2003) mencionan también casos¹⁷¹ en los que, en lugar del paralelismo político, prima la ideología del medio en relación a la educación superior. En el caso de *El Mundo* parece que es el medio el que cuenta con su propia visión —que podríamos calificar de *neoliberal*— de la educación, de rendición de cuentas para la institución universitaria, y

¹⁷¹ La investigación de MacMillan (2002) es uno de los epílogos de una investigación de la Loughborough University, denominada “Information and Democracy”, y que dirigió el profesor Peter Golding (Golding s.a.), en la que analizaron la prensa tabloide británica, como también hace MacMillan. El proyecto “Media/ting Change” de Blackmore y Thorpe (2003) que dio pie al citado artículo, consistió en diferentes propuestas, entre ellas se incluye un análisis de contenido de dos periódicos: el *Herald Sun* de Murdoch y el *The Age*, de Fairfax Press —ambos australianos— además de un programa radiofónico educativo de la ABC Radio National, conocido como *Education Report*, entre otras cosas.

esa visión es la que revelan sus textos. En relación a algunas universidades, como la UCM, el diario de *Unidad Editorial* sigue la estela crítica ya señalada en el *ABC*; el Rector funciona como especial elemento metonímico de la institución a la que representa.

En el caso de *El País* y su posicionamiento ideológico en relación a las dos legislaturas, sus esquemas parecen claros y sí corroboran lo expuesto previamente por la bibliografía (Hallin y Mancini 2004; Vidal Beneyto 05/07/2004; Seoane y Sueiro 2004; Reig 2011): muestra aceptación y acuerdo con las posturas educativas del PSOE y distancia respecto a las medidas del PP. Por otro lado, su crítica a instituciones educativas terciarias se realiza desde un planteamiento argumentativo (en el que prima la racionalidad del discurso (Gallardo 2014)), sin que se emplee la descalificación, con un estilo más cuidado y ambiguo que el utilizado por *ABC* y *El Mundo*. Esta observación coincide con lo planteado por Canel (1999) al señalar ese estilo “más sobrio y analítico en su expresión y aparentemente, menos comprometido con una postura” que mantiene *El País*. Sobre todo en relación al *ABC* y *El Mundo*, sobre las que señalaba, tienen un “estilo argumentativo directo, explícito y agresivo”. Nuestro análisis, según vimos por ejemplo a propósito de los usos léxicos, confirma esta tendencia.

La Vanguardia es un diario que cuida los elementos formales del lenguaje periodístico y muestra respeto por las formas, así que elude la descalificación directa, aunque no la crítica con argumentos. De nuevo, un repaso a sus textos nos recuerda su anclaje geográfico en Cataluña. De hecho son infrecuentes los temas sobre universidades españolas específicas. Sus intervenciones acerca del gobierno de la comunidad autónoma –en las dos legislaturas analizadas, en su caso, tripartito y CIU- muestran un tratamiento entre representativo y expresivo positivo; tan solo durante la legislatura del PP en el gobierno de la nación se lee un posicionamiento ligeramente crítico y contrario a determinadas políticas.

2.3.3. Posible relación entre el género periodístico, la ilocutividad empleada y sistemas universitarios o universidades concretas

Para dar respuesta a esta pregunta tomamos como referencia los dos géneros más significativos de nuestro corpus: por un lado la noticia (con una representatividad de un 72,8% en el conjunto del CDe.) y por otro el artículo de opinión (un 11,4%).

Dado que realizar un estudio de todos los colectivos universitarios identificados (82 en total) no solo era un aspecto inabarcable, sino que por la escasez de la muestra en algunos casos, no hubiera sido representativo, decidimos conocer esa citada relación únicamente en los casos de las universidades y sistemas universitarios que previamente habían obtenido porcentajes elevados o significativos en el análisis de cada medio. Para ello seleccionamos los tres más significativos de cada diario:

- En el *ABC*, la US, la UN y la UCO.
- Para *El Mundo*, el sistema universitario español, la UCM y la UPV-EHU.

- En *El País*, el sistema universitario español, la UCM y la UPV-EHU.
- Para *La Vanguardia*, el sistema universitario español, el sistema universitario catalán y la UB.

En relación al sistema universitario español, colectivo protagonista común en todos ellos, prima su tratamiento discursivo con intencionalidad representativa, que es de un 100% en el caso del ABC y *El Mundo*, y algo inferior en *El País* y *La Vanguardia*. Si bien “el periodismo es un fenómeno de interpretación” (Gomis 1987, 1991), sería esperable una ilocutividad representativa en relación a todos los colectivos analizados, sobre todo en el género informativo por excelencia, la noticia. Sin embargo, también sabemos que la “pretensión de objetividad” (Muñoz Torres 1995) es tan solo eso, una pretensión, y que no hay tanta diferencia en relación a la noticia y la columna de opinión y otros géneros; la bibliografía sobre comunicación mediática ha insistido en la dificultad de asumir la dicotomía que esa “pretensión objetivista” clásica ha planteado acerca de los juicios de hechos y los juicios de valor (González Gaitano, *apud.* Muñoz Torres 1995). Un análisis como el que hemos realizado, de base claramente lingüística, pone aún más de relieve el hecho de que los mensajes responden siempre a una serie de elecciones discursivas realizadas por su emisor, que es siempre un sujeto intencional e interpretativo.

Respecto al resto de colectivos, en las noticias seguía primando esa ilocutividad representativa, si bien la expresiva negativa era elevada en algunos casos: próxima a un 30% en el caso del ABC y la US y la UCO, y también en el caso de la UCM y *El Mundo*.

Pero los detalles más significativos aparecieron en relación al género interpretativo analizado: la columna de opinión. Los datos mostraron que, pese a primar la ilocutividad representativa, había alguna excepción muy significativa. El caso era *El Mundo* y su tratamiento de la UCM, donde la ilocutividad expresiva negativa llega a ser de un 66,7% y la representativa de un 22,2%. En otro apartado de la tesis ya nos hemos referido a las estrategias pragmáticas empleadas en su discurso, claramente críticas con la institución y sus representantes; estos datos cuantitativos confirman ese tratamiento discursivo. Otro caso significativo es el del ABC y la US pues, aunque en este caso prima la ilocutividad representativa, la expresiva negativa se aproxima al 40%. No hace falta más que leer algunos de los textos con los que el ABC presentó ciertos acontecimientos que convirtió en seriales —utilizando mecanismos de *dosificación informativa* (Enguix 2015a) o los que, a partir de Rodrigo Alsina (1980a) calificamos de *spin-off periodístico*—, como la normativa de copia de exámenes de principios de 2010, o el proceso de construcción de una biblioteca universitaria en el Prado de San Sebastián, para comprobar ese uso de la crítica negativa.

Aun así, nos encontramos instituciones para las cuales la ilocutividad representativa en artículos de opinión es total, como la UCO en el ABC, la UPV-EHU en *El Mundo* y *El País*, o la UB en *La Vanguardia*.

Significativa es también la ilocutividad con la que *La Vanguardia* presenta una parte importante de sus artículos de opinión referidos al sistema universitario catalán donde, aunque prima la ilocutividad representativa, hay un elevado porcentaje de discurso positivo hacia ese colectivo y otro que encajamos bajo la categoría “cajón de sastre” de Otras.

3. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

La tesis que el lector tiene entre sus manos ha buscado el equilibrio entre las bases teóricas seleccionadas para el análisis —fundamentalmente, el modelo teórico creado por Gallardo (2013, 2014) para el análisis de corpus de discursos políticos— y la naturaleza mediática de los datos manejados. Creemos que el modelo teórico ha resultado apropiado y ha ofrecido resultados que, probablemente, aún podrían ser más extensos y profundos. Manejar un corpus de 4.536 textos es una tarea ardua que en ocasiones nos ha hecho dirigir nuestros esfuerzos a determinados colectivos universitarios en detrimento de otros menos representativos, o hacer selecciones en la presentación de resultados en pro de facilitar una lectura ágil y que atendiera a datos significativos, porque la presentación blanco sobre negro de todos los resultados que 4.536 registros pueden ofrecer, al respecto de 25 variables, alguna de las cuales contaba con 82 valores era una tarea inabarcable (aun así, el Anexo de tablas y datos pretende ofrecer una visión más amplia de todo el trabajo realizado).

Podríamos, además, haber ampliado el trabajo con otro tipo de datos, y de hecho así nos lo planteamos en una primera fase de diseño de la investigación. El análisis del discurso podría haberse enriquecido con entrevistas en profundidad a responsables de los diarios analizados, para tratar de conocer las rutinas establecidas, o la organización informática de los medios, o la relación de las noticias publicadas con la existencia de una agenda previamente establecida por entes institucionales. Hemos de decir al respecto que se trató de contactar con los departamentos de documentación de estos medios para aclarar algunas cuestiones que nos pudieran servir para conocer de primera mano cuáles eran los procesos de trabajo establecidos entre el medio impreso y el *online* (dependencias e independencias), o cómo se realizaba la incorporación de los textos periodísticos a las bases de datos que sirvieron de fuente de exportación de registros. Las gestiones se realizaron sin éxito.

También, en un momento inicial, tuvimos la intención de realizar una encuesta a los responsables universitarios de comunicación, para conocer su posición respecto a la visibilidad en prensa; conocer sus flujos de trabajo habría sido interesante en muchos aspectos, especialmente los referidos a la vinculación con las delegaciones autonómicas de cada medio, cuando existen. Pero esta posibilidad fue aplazada y finalmente no la

incluimos por razones de tiempo, pero no descartamos abordarla en trabajos posteriores.

Respecto al análisis realizado, entendemos que algunas categorías admiten mayor desarrollo; por ejemplo, los aspectos de intertextualidad serían más reveladores si hubiéramos codificado en cada caso el tipo de emisores citados por el diario: tanto entre los protagonistas de la actualidad, como entre las fuentes citadas, podría ser relevante haber analizado si pertenecen a la comunidad universitaria o al ámbito político/gubernamental. No descartamos analizar este aspecto en el futuro.

Entendemos, por otro lado, que el estudio planteado en esta tesis se podría aplicar a una institución educativa concreta con el fin de conocer los mecanismos externos, de encuadre informativo-discursivo y de generación de opinión pública que existen en ese caso, y proceder al establecimiento de instrumentos de mejora.

CAPÍTULO 6 - Bibliografía y otras fuentes documentales

- 20minutos. 30/01/2014. "Pedro J. Ramírez deja la dirección de 'El Mundo' y será sustituido por Casimiro García-Abadillo". *20 minutos*. <http://www.20minutos.es/noticia/2044070/0/pedro-j-ramirez/se-despide/redaccion-el-mundo/>
- 233grados.com. 04/03/2010. "ABC une sus redacciones". *233grados.com*. <http://233grados.lainformacion.com/blog/2010/03/abc-une-sus-redacciones.html>
- 233grados.com. 10/06/2010. "ABC enseña la nueva cara de su nuevo modelo". *233grados.com*. <http://233grados.lainformacion.com/blog/2010/06/nuevo-abc.html>.
- 233grados.com. 20/10/2014. "Las claves del rediseño de El Mundo". *233grados.com*. <http://233grados.lainformacion.com/blog/2014/10/las-claves-del-redise%C3%B1o-de-el-mundo.html>.
- Abad, Alejandra. 13/01/2011. "'Elpais.com' quiere volver a la OJD para medirse con 'Elmundo.es'". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2011-01-13/elpais-com-quiere-volver-a-la-ojd-para-medirse-con-elmundo-es_420622/.
- ABC. 10/11/2013. "Principios, pensamiento y rigor". *ABC*. <http://www.abc.es/medios/20131110/abci-principios-pensamiento-rigor-201311100629.html>
- ABC. 30/04/2015. "Destituido Casimiro García Abadillo como director de 'El Mundo'". *ABC*. <http://www.abc.es/medios/20150430/abci-david-jimenez-director-mundo-201504301754.html>
- Aguilar, Miguel Ángel. 24/08/2010. "Carlos Mendo en la onda". *El País*. http://elpais.com/diario/2010/08/24/necrologicas/1282600802_850215.html
- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. 2011. *Marco general de medios de España*. Madrid: AIMC. <http://www.aimc.es/>
- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. 2012. *Marco general de los medios en España*. Madrid: AIMC. <http://www.aimc.es/>
- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. 2013. *Marco general de medios de España*. Madrid: AIMC. <http://www.aimc.es/>

- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. 2014. *Marco general de los medios en España*. Madrid: AIMC. <http://www.aimc.es/>
- Alberdi, Aintzane, José Ignacio Armentia Vizuet, José María Caminos, y Flora Marín Murillo. 2002. "El rediseño de *El Correo* como ejemplo de la consolidación de la prensa de servicio". *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* 7: 99-134.
- Alcolea Díaz, Gema, María José Pérez Serrano, y María Estrella Gutiérrez David. 2012. "Análisis del proceso de entrada de Liberty en el capital de Prisa, sus causas y consecuencias"
- Alfonso Albornoz, Luis. 2002. "La prensa diaria y periódica: pionero pero problemático salto online". En Enrique Bustamante, coord. *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*, 141-178. Barcelona: Gedisa.
- Alfonso Albornoz, Luis. 2005. Los diarios online de información general: El caso de los grandes periódicos en español. Tesis doctoral. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I. Universidad Complutense de Madrid.
- Almirón, Núria. 2006. Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y PRISA (1976-2004). Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. <http://www.tdx.cat/handle/10803/4191>
- Almirón, Núria. 2007. "La deuda de Sogecable y Prisa: análisis y génesis de una estrategia empresarial global de alto riesgo". *Cuaderns del CAC* 29 (set-des.):109-120.
- Altheide, David. 1976. *Creating Reality. How TV News Distorts Events*. Beverly Hills: Sage.
- Althusser, Louis. 1970. *Ideología y aparatos ideológicos del estado*. Buenos Aires: Nueva Visión. Traducido por: Alberto J. Plá. 1974.
- Amadeo, Belén. 1999. La aplicación de la teoría del Framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996). Tesis doctoral. Universidad de Navarra.
- Amadeo, Belén. 2002. "La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados". *Revista de Comunicación* 1: 6-32.
- 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.
- Anderson, Gary L. 2007. "Media's Impact on Educational Policies and Practices: Political Spectacle and Social Control". *Peabody Journal of Education* 82 (1):103-120. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/01619560709336538>
- Aparicio, Pedro. 19/12/2014. "Antonio Fernández-Galiano: 'OJD y EGM se han quedado antiguos para medir nuestros resultados'". *PR Noticias*. <http://prnoticias.com/hemeroteca/20137019-antonio-galiano-habla-en-exclusiva-con-prnoticias>
- Areso, Diego. 11/01/2009. "Sobre el rediseño de El Mundo". *Quinta Tinta. Un blog de diseño y prensa*. <http://www.quintatinta.com/2009/01/11/sobre-el-redisen-de-el-mundo/>
- Areso, Diego. 21/10/2014. "El Mundo alineado a la izquierda". *Quinta Tinta. Un blog de diseño y prensa*. <http://www.quintatinta.com/tag/el-mundo/>
- Aruguete, Natalia y Belén Amadeo. 2012. "Encuadrando el delito: pánico moral en los periódicos argentinos". *América Latina Hoy*, 62, 177-196. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Arranz, Rubén. 04/12/2014. "ABC dejará de publicarse en papel en Baleares y Canarias en 2015, y sólo podrá comprarse en Kiosko y Más". <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/53815->

abc-dejara-de-publicarse-en-papel-en-baleares-y-canarias-en-2015-y-solo-podra-comprarse-en-kiosko-y-mas

- Arranz, Rubén. 01/04/2015. "Duro golpe de Cebrián a la información regional de 'El País': ordena el cierre de 4 delegaciones". *Vozpópuli*. <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/60010-duro-golpe-de-cebrian-a-la-informacion-regional-de-el-pais-ordena-el-cierre-de-4-delegaciones>
- ASP 12.051. Encuesta sobre el prestigio de la profesión docente (marzo de 2012).
- Austin, John L. 1962. *How to do things with words. The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955*. London: Oxford University Press.
- Ariño Ortiz, Gaspar. 1983. "Autonomía y Reforma Universitaria: La Ley Maravall". *Cuenta y Razón* (13): 59-76.
- Ariño Villarroya, Antonio, ed. 2008. *El oficio de estudiar en la Universidad: compromisos flexibles*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- Armentia Vizuite, José Ignacio, y José María Caminos Marcet. 2003. *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.
- Armentia Vizuite, José Ignacio, Jon Elexgaray Arias, y Juan Carlos Pérez Fuentes. 1999. *Diseño y periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibersitatea.
- Bamberg, Michael G., y Molly Andrews, eds. 2004. *Considering counter narratives: Narrating, resisting, making sense*. Philadelphia, PA: John Benjamins.
- Baker, Chris. 1997. *Global Television. An introduction*. Oxford -Malden, Mass: Blackwell Publishers.
- Baker, Mike. 1994. "Media coverage of education". *British Journal of Educational Studies* 42 (3):286-297. doi: [10.1080/00071005.1994.9974002](https://doi.org/10.1080/00071005.1994.9974002)
- Bandura, Albert. 2002. "Social Cognitive Theory of Mass Communication". En Jennings Bryant y Dolf Zillmann, eds. *Media Effects. Advances in Theory and Research*, 121-154. Mahwah- New Jersey- London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bañón Hernández, Antonio. 2002. *Discurso e inmigración: propuestas para el análisis de un debate social*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Bañón Hernández, Antonio. 2003. "Análisis crítico del discurso sobre la inmigración. A propósito de la representación de los actores comprometidos". *Interlingüística* (14):15-30.
- Bañón Hernández, Antonio. 2004. "El modelo de integración difundido por la prensa española. A propósito del pañuelo de Fátima". En Francisco Checa, Juan C. Checa, y Ángeles Arjona, eds. *Inmigración y derechos humanos. La integración como participación social*. Barcelona Icaria, 229-262.
- Bañón Hernández, Antonio. 2005. "El debate político. Una aproximación desde el análisis del discurso oral". *Llengua, Societat i Comunicació* 3:10-19.
- Bañón Hernández, Antonio. 2006a. "La asociación discursiva de terrorismo e inmigración. Un ejemplo de incomunicación intercultural". *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales* 4: 259-277.
- Bañón Hernández, Antonio. 2006b. "Mali y los inmigrantes malienses. Notas sobre la representación discursiva en el diario EL PAÍS". En Manuel Lario Bastida, ed. *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Convivir sin racismo, 145-170.

- Bañón Hernández, Antonio, ed. 2007a. *Discurso periodístico y procesos migratorios*. Donostia-San Sebastián: Tercera Prensa-Hirugarren Prentsa.
- Bañón Hernández, Antonio. 2007b. "El discurso periodístico a propósito del viaje de los inmigrantes pobres". En Ricard Zapata Barrero y Teun A. van Dijk, eds. *Discursos sobre la inmigración en España. Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*. Barcelona: Fundación CIDOB.
- Bañón Hernández, Antonio. 2007c. "El simulacro y su aplicación al Análisis crítico del discurso. A propósito de la representación televisiva de las personas emigradas". En Jesús Ángel Baca Martín, ed., 213-231. *Comunicación y simulacro*. Sevilla: Arcibel Editores.
- Bañón Hernández, Antonio. 2008. "Análisis crítico del discurso de los medios de comunicación sobre las personas emigradas. Una mirada personal". En María Martínez Lirola, ed. *Inmigración, discurso y medios de comunicación*, 23-44. Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert.
- Bañón Hernández, Antonio, y Inmaculada Urán. 2011. "La representación discursiva de las Enfermedades Raras y de los afectados los nombres y las cifras". En Antonio Bañón Hernández, Javier Fornieles Alcaraz, Josep Solves Almela, y Inmaculada Rius Sanchís, eds. *Desafíos y estrategias comunicativas de las enfermedades raras: la investigación médica como referente : estudio cuantitativo-discursivo de la prensa escrita impresa y digital española (2009-2010)*, 151-164. Valencia. CIBERER.
- Baratech, Gonzalo. 20/05/2014. "El beneficio del Grupo Godó cae el 82% en 2013". *Economía Digital*.
http://www.economiadigital.es/es/notices/2014/05/el_beneficio_del_grupo_godo_cae_el_82_en_2013_54651.php.
- Bardin, Laurence. 1986. *El análisis de contenido*. Torrejón de Ardoz: Akal.
- Baró i Queralt, Jaume. 1996. "OJD controla los medios electrónicos". *El profesional de la información*.
http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/1996/noviembre/ojd_controla_los_medios_electrnicos.html
- 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.
- Bascuñán Valdés, Aníbal. 1960. *Introducción al estudio de las ciencias jurídicas y sociales*. Santiago: Editorial Jurídica de Chile.
- Bateson, Gregory. 1955. "A Theory of Play and Fantasy". En Katie Salen y Eric Zimmerman, eds. *The Game Design Reader. A Rules of Play Anthology*, 314-328. Cambridge, Massachussets/London, England: The MIT Press.
- Benito, Ángel. 1982. *Fundamentos de Teoría General de la Información*. Madrid: Pirámide.
- Benito, Mario, y Javier Vidal. 20/01/2009. "Algunas puntualizaciones". *En Caja Baja*.
<http://www.encajabaja.com/2009/01/algunas-puntualizaciones.html>
- Bennett, W. Lance, y Shanto Iyengar. 2008. "A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication". *Journal of Communication* 58 (4):707-731. doi: [10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x).
- Benveniste, Émile. 1958. "De la subjetividad en el lenguaje". *Problemas de lingüística general. Volumen I*. México: Siglo XXI.

- Benveniste, Émile. 1970. "El aparato formal de la enunciación". *Problemas de lingüística general Volumen II*. México: Siglo XXI.
- Berelson, Bernard Reuben, y Paul F. Lazarsfeld. 1948. *The analysis of communication content*. Universitetets studentkontor.
- Berelson, Bernard Reuben. 1949. "What missing newspaper means?" En Paul F. Lazarsfeld y Frank N. Stanton, eds. *Communication Research. 1948-1949*, 111-128. New York: Harper and Brothers, 1949.
- Berelson, Bernard Reuben. 1952. *Content Analysis in Communication Research*. New York: Hafner. 1971.
- Berganza Conde, Rosa. 2008. "Medios de comunicación, "espiral del cinismo" y desconfianza política. Estudio de caso de la cobertura mediática de los comicios electorales europeos". *ZER Revista de Estudios de Comunicación* 25 (13):121-139.
- Behr, Roy L., y Shanto Iyengar. 1985. "Television News, Real-World Cues, and Changes in the Public Agenda". *Public Opinion Quarterly*. 49: 38-57.
- Bermejo, Manuel. 2009-10. "La autonomía universitaria desde la Ley Moyano de 1857 a su plasmación constitucional: el largo y tortuoso devenir de una vieja aspiración tratando de definir su contenido". *Ivs Fvgit* 16: 235-285.
- Bernal Rodríguez, Manuel. 1997. *La crónica periodística: tres aproximaciones a su estudio*. Sevilla: Padilla Libros.
- Bernal, Sebastián, y Lluís Albert Chillón Asensio. 1985. *Periodismo informativo de creación*. Barcelona: Mitre.
- bits20.com. 23/01/2011. "El País se autoproclama líder de internet tras marcharse de OJD/Nielsen". *Bits 20*. <http://www.bits20.com/medios/el-pais-autoproclama-lider-internet-marcharse-ojd/>
- Blackmore, Jill, y Pat Thomson. 2004. "Just 'good and bad news'? Disciplinary imaginaries of head teachers in Australian and English print media". *Journal of Education Policy* 19 (3): 301-320.
- Blackmore, Jill y Stephen Thorpe. 2003. "Media/ting change: the print media's role in mediating education policy in a period of radical reform in Victoria, Australia". *Journal of Education Policy* 18 (6): 577-595.
- Blasco Mira, Josefa Eugenia, y Santiago Mengual Andrés. 2010. "Análisis de datos cualitativos asistido por ordenador en Ciencias de la Educación". En Rosabel Roig Vila y Massimiliano Fiorucci (eds): *Claves para la investigación en innovación y calidad educativas: la integración de las tecnologías de la información y la comunicación y la interculturalidad en las aulas / Strumenti di ricerca per l'innovazione e la qualità in ambito educativo: le tecnologie dell'informazione e della comunicazione e l'interculturalità nella scuola*, 71-84. Alcoi: Marfil.
- BOE, Boletín Oficial del Estado. 1943. *Ley de 29 de julio de 1943, sobre ordenación de la Universidad española*. Ministerio de Educación Nacional BOE núm. 212, de 31/07/1943.
- BOE, Boletín Oficial del Estado. 1968. Decreto-ley 5/1968, de 6 de junio, sobre medidas urgentes de reestructuración universitaria. BOE núm. 137, de 07/06/1968.
- BOE, Boletín Oficial del Estado. 1991. RD 557/1991 de 12 de abril, sobre Creación y Reconocimiento de Universidades y Centros Universitarios. BOE núm. 95 de 20/04/1991.
- BOE, Boletín Oficial del Estado. 2001. *Ley Orgánica 6/2001 de Universidades*, BOE número 307, de 24/12/2001.

- BOE, Boletín Oficial del Estado. 2007. Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. BOE núm. 89, de 13/04/2007.
- BOE, Boletín Oficial del Estado 2010. Real Decreto 1791/2010, de 30 de diciembre, por el que se aprueba el Estatuto del Estudiante Universitario. BOE num. 318 de 31/12/2010.
- Boeckelmann, Frank. 1975. *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili. 1983.
- Borah, Porismita. 2011 "Conceptual Issues in Framing Theory: A Systematic Examination of a Decade's Literature". *Journal of Communication*, 61 (2): 246–263.
- Boronat Mundina, Julia. 1993. Los temas educativos en la prensa nacional: análisis de contenido. Tesis doctoral. Madrid: UNED.
- Boronat Mundina, Julia. 1995. *Medios de comunicación y educación: análisis de contenido de la prensa educativa*. Palencia: U.N.E.D.
- Borrat, Héctor. 1989. *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Borrat, Héctor. 2006. "Los periódicos, narradores en interacción". En Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, eds. *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Barcelona: La Crujía ediciones.
- Bricall, Josep M. 2000. *Informe Universidad 2000*. Publicaciones de la Universidad de Barcelona.
- Bruner, Jerome Seymour. 1985. Dos modalidades de pensamiento. En: 1986. *Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona: Gedisa. 2004, pp. 23-53. Traducción de: Beatriz López.
- Bruner, Jerome Seymour. 1993. Explaining and interpreting: Two Ways of Using Mind. En Harman, G., ed. *Conceptions of the human mind: essays in honor of George A. Miller*, 123-136. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Bruns, Axel. 2003. "Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news", *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: quarterly journal of media research and resources*, 107, 31-44. http://eprints.qut.edu.au/189/01/Bruns_Gatewatching.PDF
- Bustamante, Enrique, coord. 2002. *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique, Rosa Franque, Trinidad García Leyva, Xosé López, y Xosé Pereira. 2008. *Alternativas en los medios de comunicación digitales: televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Busto Salinas, Lorena. 2013. "University communication departments. Analysis of the situation in Spain". *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico* 19: 641-649.
- Cabero Almenara, Julio, y Felicidad Loscertales Abril. 1995. "La imagen del profesorado y la enseñanza en los medios de comunicación de masas". *Revista de la Educación* (306): 87-125.
- Cabero Almenara, Julio, y Felicidad Loscertales Abril. 1996. "Elaboración de un sistema categorial de análisis de contenidos para analizar la imagen del profesor y la enseñanza en la prensa". *Bordón* 48 (4): 375-392.
- Cabero Almenara, Julio, y Felicidad Loscertales Abril. 1997. "La imagen del profesorado y la enseñanza en la televisión". *Revista de Educación* 313: 87-125.
- Cabero Almenara, Julio, y Felicidad Loscertales Abril. 1998. *¿Cómo nos ven los demás?: la imagen del profesor y la enseñanza en los medios de comunicación social*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

- Cabero Almenara, Julio, Felicidad Loscertales Abril, Trinidad Núñez-Domínguez, Rosalía Romero, Ana Duarte, Soledad Domenech, Antonio Cabero, Antonio Fera, Ignacio Aguaded, y Pedro Román. 1995. "Dos medios de creación de imagen social: la prensa y la televisión. Un estudio en desarrollo", *II Congreso de Nuevas Tecnologías de la Información para la Educación*. 22, 23 y 24 de nov. 1995, Palma de Mallorca.
- Cacciatore, Michael A., Dietram A. Scheufele, y Shanto Iyengar. 2015. "The End of Framing As We Know it ... and the Future of Media Effects". *Mass Communication and Society*, en prensa. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/15205436.2015.1068811>.
- Cachan Alcolea, Carlos. 1995. Ideología subyacente de *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *El Correo Español*, a la luz de la información ecológica. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Callaghan, Karem, y Frauke Schnell, eds. 2005. *Framing American Politics*. Pittsburg, PA: University of Pittsburg Press.
- Camacho, Ignacio. 20/02/2011. "El "abece" del periodismo moderno". ABC. <http://www.abc.es/20110220/cultura/abcp-abece-periodismo-moderno-20110220.html>
- Campos Freire, Francisco. 2007. "Los principales grupos mundiales de medios de comunicación siguen siendo negocios de familia". *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* 22: 141-166.
- Camps, Magí, ed. 2004. *Libro de redacción: La Vanguardia*. Barcelona: Ariel/La Vanguardia.
- Canel, María José. 1999. "El País, ABC y El Mundo: tres manchetas, tres enfoques de las noticias". *ZER Revista de Estudios de Comunicación* 4:97-117.
- Canel, María José, y José Javier Sánchez-Aranda. 1999. "La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias". *Anàlisi*, 23: 151-170
- Canga Larequi, Jesús. 1994. *El diseño periodístico en prensa diaria. Normas básicas*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- Cantavella, Juan. 1996. *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona: Ariel.
- Cantavella, Juan. 1999. "Textos dinámicos y atractivos para un periodismo cambiante. Aproximación a las tendencias de futuro en los géneros periodísticos". *Estudios del Mensaje Periodístico* 5: 63-75.
- Cappella, Joseph N., y Kathleen Hall Jamieson. 1997. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. New York: Oxford University Press.
- Carabaña, Julio. 2005. "La carrera del profesor universitario: cada día más larga, más pobre y más precaria". En Miguel Ángel García Calavia y Ernesto Cano Cano, eds. *¿Hacia dónde va la universidad?* Valencia: Germania, 45-68.
- Carreras, Josep. 2007. "Evaluación de la calidad docente y promoción del profesorado (V). Legislación universitaria española (c): desarrollo de la Ley Orgánica de Universidades (2002-2005)". *Educación Médica* 2 (10):69-85.
- Carreras, Josep. 2009. "Evaluación de la calidad docente y promoción del profesorado (VI). Legislación universitaria española (d): modificación de la Ley Orgánica de Universidades. Profesorado funcionario: de la habilitación a la acreditación (2004-2008) (1.ª parte)". *Educación Médica* 12 (2):63-72.
- Casado Velarde, Manuel. 1978. "La transformación nominal, un rasgo de estilo de la lengua periodística". *Cuadernos de investigación filológica*, 4: 101-112.

- Casado Velarde, Manuel. 2008. "Algunas estrategias discursivas en el lenguaje periodístico hoy". *Boletín Hispánico Helvético*, 12: 71-97.
- Casado Velarde, Manuel, y Alberto de Lucas. 2013. "La evaluación del discurso referido en la prensa española a través de los verbos introductores". *Revista Signos*, 46 (83): 332-360.
- Casasús, Josep Maria, y Luis Núñez Ladevéze. 1991. *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Casero-Ripollés, Andreu. 2003. "Sin papeles: la identidad de los inmigrantes en los medios de comunicación". En Víctor Francisco Sampedro Blanco, ed. *La pantalla de las identidades: medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria, 233-258.
- Casero-Ripollés, Andreu. 2004. "Informando del 'otro': estrategias del discurso periodístico en la construcción de la imagen de los inmigrantes". *Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación* (4): 221-236.
- Casero-Ripollés, Andreu. 2007a. "Discurso mediático, inmigración e ilegalidad: legitimando la exclusión a través de las noticias". En Ricard Zapata Barrero y Teun A. van Dijk, eds. *Discursos sobre la inmigración en España. Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*. Barcelona: Fundación CIDOB, 69-92.
- Casero-Ripollés, Andreu. 2007b. "Inmigración e ilegalidad la representación mediática del "otro" como problema". *Cultura, lenguaje y representación. Revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I* (4):33-48.
- Castel, Alan. 2008. "Metacognition and learning about primacy and recency effects in free recall: The utilization of intrinsic and extrinsic cues when making judgments of learning". *Memory & Cognition*. 36: 429-437.
- Castells, Manuel. 2009. *Communication and Power*. New York: Oxford University Press.
- Castelo, Santiago. 2012. "Los 150 años de Don Torcuato". *ABC*.
<http://www.abc.es/20110220/tercera/abcp-anos-torcuato-20110220.html>
- Castillo Díaz, Ana, María Victoria Carrillo Durán, y Juan Luis Tato Jiménez. 2013. "Branding online en las universidades españolas. Análisis de los valores funcionales y emocionales en sus websites corporativos". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 19 (número especial marzo): 85-97.
- Castro Sanz, Carles. 2002. *La reconversión tecnológica y empresarial en un periódico consolidado: el caso de "La Vanguardia"*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
<http://www.tdx.cat/handle/10803/4107>
- Castro Torres, Carmen. 2010. *La prensa en la transición española, 1966-1978*. Madrid: Alianza.
- CASUE, Comisión Académica Sectorial de las Universidades Españolas. 2004. Propuesta de reformas a introducir en el sistema de habilitación nacional.
http://www.uco.es/ugt/archivo/2004/040915_CASUE_Propuesta_Reformas_Habilitacion.pdf
- CASUE, Comisión Académica Sectorial de las Universidades Españolas. 2004. Reunión de la CASUE. Conclusiones. Cádiz. <http://goo.gl/NCEBIP>
- Cebrián Herreros, Mariano. 1992. *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.
- Charolles, Michel. 1978. "Introduction aux problèmes de la cohérence des textes Approche théorique et étude des pratiques pédagogiques". *Langue française* 38 (1): 7-41.
- CIS. 2006. Barómetro noviembre 2006. Online: Centro de Investigaciones sociológicas.
http://www.cis.es/cis/opencm/ES/I_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=6077

- Civila Salas, Amparo. 2005. "La imagen social del profesorado en la prensa". *Teoría de la Educación* 17: 227-254.
- Clapeo, Christopher. 2005. Do Universities have "successful" brands? *International Journal of Educational Advancement*, 6 (1), 54-59.
- Clapeo, Christopher. 2010. What defines "successful" university brands? *International Journal of Public Sector Management*, 23 (2), 169-183.
- Coca, César, y José Luis Peñalva. 1998. *Modelos de los medios de comunicación social. Periodismo escrito*. Gipuzkoa: Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.
- Coffey, Amanda y Paul Atkinson. 1996. *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Alicante: Publicaciones de la Universidad de Alicante. 2005.
- Cohen, Bernard C. 1963. *The Press and Foreign Policy*. New York: Harcourt.
- Cohen, Louis, Lawrence Manion, y Keith Morrison. 2000. *Research Methods in Education*. London & New York: Routledge. 2007.
- Cohen, Jennifer. L. 2010. "Teachers in the news: A critical analysis of one US newspaper's discourse on education, 2006-2007". *Discourse* 31 (1): 105-119. doi: [10.1080/01596300903465450](https://doi.org/10.1080/01596300903465450).
- Colle, Raymond. 2011a. El análisis de contenido de las comunicaciones. 1. Fundamentos. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Colle, Raymond. 2011b. El análisis de contenido de las comunicaciones. 2. Técnicas de análisis. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Colle, Raymond. 2011c. El análisis de contenido de las comunicaciones. 3. Ejemplos de aplicaciones. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Congreso de los Diputados. (s.a.) "IX Legislatura 2008-2011 (Del 1 de abril de 2008 al 13 de diciembre de 2011)". <http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso/Diputados/Historia/LegIX>
- Cotarelo, Ramón. 1996. *El alarido ronco del ganador: las elecciones de 1996, los medios de comunicación y el porvenir de España*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- Cresswell, John W. 2002. *Educational Research. Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson. 2012.
- CRUE, Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas. 2001. "Nota de prensa de la Conferencia de Rectores (CRUE)". *Perfiles Educativos* XXIII (91): 106-107.
- CRUE, Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas. 2003. Informe sobre las disfunciones detectadas en el sistema de habilitación nacional y su posible mejora. Madrid.
- CRUE, Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas. 2004. Documento del Comité Permanente para la Asamblea General de la CRUE, sobre cambios en la LOU y orientaciones de las políticas universitarias. <http://www.crue.org/pdf/asamblea-crue20041.pdf>
- Cruz Moya, Olga. 2005. Las migraciones en el discurso periodístico almeriense del siglo XX: Análisis crítico de tres corpus de noticias. Tesis doctoral. Universidad Pablo de Olavide. http://www.dissoc.org/recursos/tesis/Tesis_Cruz_Moya.pdf
- Cruz Moya, Olga. 2007. "La representación de los emigrantes y de los inmigrantes en la prensa almeriense del siglo XX". En Antonio Bañón Hernández, ed. *Discurso periodístico y procesos migratorios*, Donostia: Tercera Prensa, 259-296.

- Cunningham, Peter. 1992. "Teachers' professional image and the Press 1950-1990". *History of Education* 21 (1): 37-56. [doi: 10.1080/0046760920210103](https://doi.org/10.1080/0046760920210103)
- D'Angelo, Paul, y Jim A. Kuypers. 2010. *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. New York: Routledge.
- De Fleur, Melvin L., y Sandra J. Ball-Rokeach. 1966. *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. 1986.
- De Fontcuberta, Mar. 1980. *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona: A.T.E.
- De Fontcuberta, Mar. 1993. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.
- De Fontcuberta, Mar, y Héctor Borrat. 2006. *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- De la Orden, Arturo. 1988. Informática e investigación educativa, en aspectos metodológicos de la investigación educativa. En Iñaki Dendaluce, coord. *II Congreso Mundial Vasco*. Madrid: Nancea, 276-295.
- De la Serna, Víctor. 1996. *El Mundo: libro de estilo*. Madrid: Temas de Hoy.
- De Moragas Spà, Miquel. 1981. *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. 5ª edición ed. Barcelona: Gustavo Gili. 1991.
- De Moragas Spà, Miquel. 1986. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- De Pablos Pons, Juan, y Javier Ballesta Pagán. 2011. "La presencia del tema educativo en los medios de comunicación". *Educación mediática y Competencia digital. Congreso Internacional*, Segovia, 2011.
- De Puelles Benítez, Manuel. 2004. *Elementos de política de la educación*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- De Puelles Benítez, Manuel. 2005. "La influencia de la nueva derecha inglesa en la política educativa española (1996-2004)". *Historia de la educación: Revista interuniversitaria* (24): 229-253.
- De Puelles Benítez, Manuel. 2008. "Las grandes leyes educativas de los últimos doscientos años". *CEE Participación Educativa* (7): 7-15.
- De Vreese, Claes H. 2005. "News framing: Theory and typology". *Information design journal+ document design* 13 (1): 51-62. http://www.jcmcr.com/upload/Studies_file/1233468300.pdf
- De Vreese, Claes H., Peter, Jochen, y Holli A. Semetko. 2001. "Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross-National Comparative Study of Frames in the News". *Political Communication* 18 (2): 107-122. [doi:10.1080/105846001750322934](https://doi.org/10.1080/105846001750322934).
- de Vreese, Claes H., y Hajo Boomgaarden. 2003. "Valenced news frames and public support for the EU". *Communications* 28 (4): 361-381.
- Del Puerto, José M. 12/06/2015. "Morgan Stanley abona en Bolsa los rumores de fusión El Mundo – Vocento". *El Boletín.com*. <http://www.elboletin.com/mercados/117972/morgan-stanley-rumores-fusion-elmundo-vocento.html>.
- Desvois, Jean-Michel. 1977. *La prensa en España (1900-1931)*. Madrid: Siglo XXI.
- Díaz Noci, Javier, y Koldo Meso Ayerdi. 1999. *Periodismo en internet. Modelos de prensa digital*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Díaz Noci, Javier, y Ramón Salaverría, eds. 2003. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

- Díaz Noci, Javier. 2000. "Las raíces de los géneros periodísticos interpretativos: precedentes históricos formales del reportaje y la entrevista". *Estudios sobre el mensaje periodístico* 6, http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_06/6-4-Inve/6-4-02.htm
- Díaz Nosty, Bernardo. 2002. *La prensa diaria en la UE: Estructura y proyección digital*. Madrid: Asociación de Periodistas Europeos.
- Díez Hochleitner, Ricardo. 1992. "La reforma educativa de la LGE de 1970. Datos para una crónica". *Revista de Educación (Madrid)* 261-278.
- Diez Hochleitner, Ricardo, Joaquín Tena Artigas, y Marcelino García Cuerpo. 1977. "La reforma educativa española y la educación permanente". *Experiencias e Innovaciones en Educación* (31): 1-116.
- Domke, David, Dhavan V. Shah, y Daniel B. Wackman. 1998. "'Moral Referendums': Values, News Media, and the Process of Candidate Choice". *Political Communication* 15 (3): 301-321.
- Dovifat, Emil. 1959. *Periodismo*. México: Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana.
- Dovring, Karin. 1956. "Land Reform as a Propaganda Theme". En Folke Dovring, ed. *Land Labour in Europe (1900-1950)*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- Dovring, Karin. 1959. *Road of Propaganda: the Semantics of Biased Communication*. New York: Philosophical Library.
- Ducrot, Oswald. 1972. *Decir y no decir*. Barcelona: Anagrama. 1982.
- Ducrot, Oswald. 1984. *El decir y lo dicho: polifonía de la enunciación*. Barcelona: Paidós. 1986.
- During, Simon, ed. 1993. *The Cultural Studies Reader*. London/New York: Routledge. 1999.
- Eagleton, Terry. 1991. *Ideología. Una introducción*. Madrid: Paidós. 1997.
- E. M. 30/04/2015. "El Consejo de Administración de Unidad Editorial nombra a David Jiménez director de EL MUNDO". *El Mundo*. <http://www.elmundo.es/television/2015/04/30/55425cc622601d256e8b4586.html>
- E. M. 29/06/2015. "El director de EL MUNDO nombra a su nuevo equipo". *El Mundo*. <http://www.elmundo.es/television/2015/06/29/55916eb222601d704e8b4593.html>
- Echazarreta Soler, Carmen. 2002. *Sociedad y reforma educativa: un análisis de la prensa en Cataluña*. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona. <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/43075>
- ecoteuve.es. 10/05/2013. "Los trabajadores de El Mundo de Valladolid y CyL tachan de "desprecio" y "huida" el cierre de las ediciones". *El Economista*, <http://ecoteuve.economista.es/publicidad/343978222/programas/noticias/4816387/05/13/Los-trabajadores-de-El-Mundo-de-Valladolid-y-CyL-tachan-de-desprecio-y-huida-el-cierre-de-las-ediciones-.html>
- Edelman, Murray J. 1993. "Contestable categories and public opinion". *Political Communication*, 10: 231-242.
- El Mundo. 1990. "Principios ideológicos", <http://www.elmundo.es/sociedad/unidadeditorial/principiosideologicos.html>
- El Mundo. 03/02/2003. "La Vanguardia cuelga en la Red 121 años de historia periodística". <http://www.elmundo.es/navegante/2003/02/03/empresas/1044291188.html>
- El Mundo. 03/07/2007. "Unedisa ha muerto, viva Unidad Editorial". *El Mundo del S. XXI*, 03/07/2007. <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/30/comunicacion/1183171340.html>

- El Mundo. 25/06/2010. "ELMUNDO.es ya es Galicia". *El Mundo del S. XXI*, 25/06/2010, <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/06/24/galicia/1277377705.html>
- El Mundo. 19/10/2014. "EL MUNDO estrena nuevo look", <http://www.elmundo.es/television/2014/10/19/54414224ca4741b2088b456c.html>
- El Mundo. 2004. "100 propuestas para la regeneración democrática de España". <http://www.elmundo.es/documentos/2004/02/espana/100propuestas/>
- El Mundo, 01/11/2011. "Cien propuestas para defender y fortalecer la democracia", <http://estaticos.elmundo.es/elecciones/elecciones-generales/2011/propuestas/100propuestas.pdf>
- El País. 07/09/2007. "Lydia Aguirre asume la dirección de ELPAIS.com". *El País*. http://elpais.com/elpais/2007/09/07/actualidad/1189153032_850215.html
- El País. 04/10/1989. "'La Vanguardia' estrena nuevo diseño". *El País*. http://elpais.com/diario/1989/10/04/sociedad/623458802_850215.html
- El País. 09/10/2007. "EL PAÍS será el periódico global en español". *El País*. http://elpais.com/diario/2007/10/09/sociedad/1191880804_850215.html
- El País. 13/03/2009. "La nueva OJD digital desata la polémica entre los grandes medios", *El País*. http://elpais.com/diario/2009/03/13/sociedad/1236898807_850215.html
- El País. 14/10/2007. "EL PAÍS cambia con sus lectores". *El País*. http://elpais.com/diario/2007/10/14/domingo/1192333953_850215.html
- El País. 17/12/2009. "Gumersindo Lafuente y Lydia Aguirre, nuevos adjuntos a la dirección de EL PAÍS". *El País*. http://sociedad.elpais.com/sociedad/2009/12/17/actualidad/1261004419_850215.html
- El País. 19/01/2011. "EL PAÍS alcanza en diciembre el liderazgo en Internet en España". *El País*. http://elpais.com/diario/2011/01/19/radiotv/1295391602_850215.html
- El País. 2014. *El País: Libro de estilo*. Madrid: Aguilar, 22 ed.
- El País. 25/01/2012. "EL PAÍS gana ventaja como líder de la prensa". *El País*. http://elpais.com/diario/2012/01/25/sociedad/1327446003_850215.html
- elconfidencialdigital.com. 18/06/2007. "Pedro J. Ramírez prepara un rediseño de El Mundo, que se estrenará en otoño: no es una respuesta a la remodelación anunciada por Cebrián para El País". *El Confidencial Digital*. http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Pedro-Ramirez-Mundo-Cebrian-Pais_0_758324165.html.
- elconfidencialdigital.com. 19/03/2012. "Unidad Editorial cierra una delegación emblemática de El Mundo: León. La ha mantenido hasta el cese de Zapatero, y de allí llegó a Marca Óscar Campillo". *El Confidencial Digital*. Acceso 11/04/2015. http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Unidad-Editorial-Mundo-Zapatero-Campillo_0_1799820005.html
- elconfidencialdigital.com. 07/10/2013. "El Gobierno maniobra para 'cargarse' a Pedro J. Ramírez, domesticar a laSexta y mantener neutralizado El País". *El Confidencial Digital*. http://www.elconfidencialdigital.com/politica/Gobierno-Pedro-Ramirez-neutralizado-Pais_0_2139386041.html
- elconfidencialdigital.com. 11/11/2014. "El Mundo despide a Pedro J. Ramírez". *El Confidencial Digital*. Acceso 11/04/2015. http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Mundo-despide-Pedro-Ramirez_0_2379961981.html

- elconfidencialdigital.com. 23/03/2015. "La llegada de Santiago Bergareche relanza la fusión Vocento – Unidad Editorial". *El Confidencial Digital*. Acceso 10/08/2015.
http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Santiago-Bergareche-Vocento-Unidad-Editorial_0_2457354247.html
- elconfidencialdigital.com. 30/04/2015. "El Mundo justifica la destitución de Casimiro García-Abadillo argumentando que el periódico necesita un director "con perfil digital"". *El Confidencial Digital*. http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Mundo-destitucion-Casimiro-Garcia-Abadillo-argumentando_0_2481951811.html
- elconfidencialdigital.com. 05/05/2015. "Por qué y cómo Fernández-Galiano consiguió la destitución de García-Abadillo como director de El Mundo". *El Confidencial Digital*.
http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Fernandez-Galiano-consiguio-destitucion-Garcia-Abadillo-Mundo_0_2484351721.html
- elconfidencialdigital.com. 08/06/2015. "El plan de las hermanas Luca de Tena en la fusión Vocento- Unidad Editorial: quedarse ellas con ABC". *El Confidencial Digital*.
http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Tena-Vocento-Unidad-Editorial-ABC_0_2503549631.html
- elconfidencialdigital.com. 22/06/2015. "El Mundo paraliza el convenio a la espera de los cambios de David Jiménez". *El Confidencial Digital*. Acceso 12/08/2015.
http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Mundo-paraliza-convenio-David-Jimenez_0_2513148662.html
- elconfidencialdigital.com. 06/07/2015. "Revolución en El Mundo: David Jiménez prioriza la edición en internet frente al papel". *El Confidencial Digital*.
http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Revolucion-Mundo-David-Jimenez-internet_0_2520347960.html
- elconfidencialdigital.com. 10/08/2015. "Pedro J. Ramírez prepara un 'otoño caliente' contra el Gobierno Rajoy". *El Confidencial Digital*. http://www.elconfidencialdigital.com/medios/Pedro-Ramirez-caliente-Gobierno-Rajoy_0_2541345845.html
- eldiario.es. 30/04/2015. "Casimiro García-Abadillo, destituido como director de 'El Mundo'". *eldiario.es*. Acceso 10/07/2015. http://www.eldiario.es/sociedad/Casimiro-Garcia-Abadillo-destituido-director-Mundo_0_382862601.html
- Elliott, Gregory. 1996. "Ideología". Editado por Michael Payne, *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*. Buenos Aires-Barcelona-México: Paidós. 2002.
- El-Madkouri Maataoui, Mohamed. 2006. "El Otro entre Nosotros: el musulmán en la prensa". En Manuel Lario Bastida, ed. *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Convivir sin racismo, 97-124.
- El-Madkouri Maataoui, Mohamed. 2007. "La imagen del Otro en la escritura marroquí en lengua española". *Hesperia. Culturas del Mediterráneo* (7): 193-210.
- El-Madkouri Maataoui, Mohamed, y Mustapha Taibi. 2005. "La imagen del mundo árabe en la prensa española". *Afear/Ideas* (8): 61-64.
- elmundo.es. 16/10/2008. "Columnistas".
http://www.elmundo.es/elmundo/opinion_columnistas.html
- elmundo.es. 11/01/2009. "EL MUNDO se moderniza en papel e internet". *El Mundo*.
<http://www.elmundo.es/elmundo/2009/01/11/comunicacion/1231636330.html>

- elmundo.es. 12/01/2009. "EL MUNDO estrena nuevo diseño". *El Mundo*.
<http://www.elmundo.es/elmundo/2009/01/11/comunicacion/1231636703.html>.
- elmundo.es. 20/08/2013. "ELMUNDO.es se dispara un 15% en julio". *El Mundo*.
<http://www.elmundo.es/elmundo/2013/08/19/comunicacion/1376941414.html>.
- elmundo.es. 20/12/2012. "EL MUNDO, 15 años de liderazgo 'on line'". *El Mundo*.
http://quiosco.elmundo.orbyt.es/ModoTexto/PaginaNoticialImprimir.aspx?id=12127101&sec=ElMundo&fecha=20_12_2012&pla=pla_11014_Madrid&tipo=1.
- Embid Irujo, Antonio. 2011. "Marco histórico, legal e institucional de las universidades: el papel de la autonomía universitaria". En *El marco institucional de las Universidades públicas: políticas de mejora*. Fundación Europea Sociedad y Educación, 15-39.
- Enguix Oliver, Salvador. 2013. Periodismo político en España: de la academia a las portadas de la prensa. Tesis Doctoral. Universitat de València
- Enguix Oliver, Salvador. 2015a. *Periodismo político. Fundamentos, práctica y perspectivas*. Bellaterra-Castelló de la Plana-Barcelona-València: UAB-UJI-UPF-UV.
- Enguix Oliver, Salvador. 2015b. "La información política en los periódicos españoles: análisis del contenido y análisis del discurso", *Anthropos* 242, e.p.
- Enguix Oliver, Salvador, y Beatriz Gallardo Paúls. 2015. "Política televisada y su reflejo en Twitter: medios y seguidores". En Álvaro Rocha, Arnaldo Martins, Gonçalo Paiva Dias, Luís Paulo Reis, y Manuel Pérez Cota. *Sistemas e Tecnologias de Informação. Atas da 10ª Conferência Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*. 17-20 Junho de 2015. Vol II.
- Entman, Robert. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication* 43 (4): 51-58.
- Entman, Robert. 2007. "Framing Bias: Media in the Distribution of Power". *Journal of Communication* 57 (1):163-173. [doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x).
- Entman, Robert. 2010. "Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008". *Journalism* 11 (4): 389-408. [doi: 10.1177/1464884910367587](https://doi.org/10.1177/1464884910367587)
- Epstein, Edward. 1973. *News from nowhere*. New York: Random House.
- Escribano González, María Isabel. 2014. Encuadres de la violencia de género en la prensa escrita y digital, nacional y regional. *La Verdad, La Opinión, El Mundo y El País* desde la teoría del Framing (2005-2010). Tesis doctoral. Universidad de Murcia.
- Esteban, Esther. 1995. *El tercer hombre. P.J. la pesadilla de F.G.* Barcelona: Espasa Calpe.
- Esteve Zarazaga, José Manuel, y Alice F. B. Fracchia. 1984. "L'image des enseignants dans le moyens de communications de masses". *European Journal of Teacher Education* (7): 203-209. [doi: 10.1080/0261976840070210](https://doi.org/10.1080/0261976840070210).
- Fabra, Modesto. 16/01/2006. "Sobre la universidad internacional". *El País*.
http://elpais.com/diario/2006/01/16/cvalenciana/1137442703_850215.html.
- Fagoaga, Concha. 1982. Periodismo interpretativo: el análisis de la noticia. Barcelona: Mitre.
- Fairclough, Norman. 1989. *Language and power*. Essex: Longman.
- Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, Norman. 2003. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London/ New York: Routledge.

- Fairclough, Norman. 2009. "A Dialectical-Relational Approach to Critical Discourse Analysis." En Ruth Wodak and Michael Meyer, eds. *Methods of Critical Discourse Analysis*, 162-86. London: Sage.
- Feria, Antonio. 1997. "Los valores de la LOGSE a través de la prensa escrita". *Comunicar* 9: 51-59.
- Fernández González, Herminio J. 12/01/2009. "Soy otro bloquero cenizo que habla (mal) del rediseño de El Mundo". Blog *Cuatro tipos*. <https://cuatrotipos.wordpress.com/2009/01/12/soy-otro-bloquero-cenizo-que-habla-mal-del-redisen-de-el-mundo/>
- Fernández, Luz. 04/12/2007. "El laberinto de la medición de audiencias 'online'". *El País*. http://elpais.com/diario/2007/12/04/radiotv/1196722804_850215.html.
- Festinger, Leon. 1957. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford, CA.: Stanford University Press.
- Fielding, Nigel, y Raymond Lee, eds. 1991. *Using Computers in Qualitative Research*. Londres: Sage.
- Forcada, Daniel. 25/02/2015. "Vocento pierde 22,3 millones tras rebajar sus créditos fiscales y cerrar dos canales". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-02-25/vocento-registra-perdidas-de-22-3-millones-de-euros-en-2014_718313/
- Forcada, Daniel. 26/02/2015. "Vocento contiene la sangría de 'ABC' pero el diario aún se deja otros 4,1 millones de euros". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-02-26/vocento-contiene-la-sangria-del-abc-pero-aun-se-deja-otros-4-1-millones-de-euros_718402/
- Forcada, Daniel. 27/02/2015. "PRISA da entrada a Qatar con un 10% para sufrir pérdidas de 2.000 millones". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-02-27/prisa-da-entrada-a-qatar-con-un-10-para-superar-perdidas-de-2-000-millones_719765/
- Forcada, Daniel. 09/03/2015. "Vocento pone en prenda toda la empresa para satisfacer a la banca y refinanciar la deuda". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-03-09/vocento-hipoteco-todas-las-joyas-de-la-corona-para-refinanciar-su-deuda_721680/
- Forcada, Daniel. 01/05/2015. "RCS finiquita por sorpresa a Casimiro para volcarse en el futuro digital de 'El Mundo'". *El Confidencial Digital*. Acceso 10/08/2015. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-05-01/rcs-finiquita-por-sorpresa-a-casimiro-para-volcarse-en-el-futuro-digital-de-el-mundo_786158/
- Forcada, Daniel. 12/06/2015. "Vocento se dispara en bolsa ante los nuevos tambores de fusión con 'El Mundo'". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2015-06-12/vocento-se-dispara-en-bolsa-ante-los-nuevos-tambores-de-fusion-con-el-mundo_881591/.
- Foucault, Michel. 1966. *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Madrid: Siglo XXI Editores. Traducción de Elsa Cecilia Frost. 2006
- Foucault, Michel. 1969. *La arqueología del conocimiento*. Madrid: Siglo XXI Editores. Traducción de Aurelio Garzón del Camino. 2009
- Fowler, Roger. 1991. *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
- Fowler, Roger, Bob Hodge, Gunther Kress, y Tony Trew. 1979. *Lenguaje y control*. Traducido por Valente Reyes. México: Fondo de Cultura Económica, 1983.
- Fraenkel, Jack R., Norman E. Wallen, y Helen H. Hyun. 1990. *How to design and evaluate research in education*. 8th. edition 2012, ed: Mc Graw Hill.
- Franklin, Bob. 1994. *Packaging politics: political communication in Britain's media democracy*. London: Arnold.

- Franklin, Bob. 2004. "Education, education and indoctrination! Packaging politics and the three "Rs"". *Journal of Education Policy* 19 (3): 255-270.
- Fuentes Romero, Emilio 2003. Prensa y Educación en el proceso de integración europea. Tesis doctoral. Universidad de Málaga.
<https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarRef.do?ref=285963>
- Fuentes, Juan Francisco, y Javier Fernández Sebastián. 1998. *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid: Síntesis.
- Gabardo Vallejo, José Andrés. 2010. "Internet, en medio de los medios". Seminario de medios Madrid, Madrid. www.aimc.es/-Ponencias-y-articulos-.html
- Gabardo Vallejo, José Andrés. 2014. "EGM (Estudio General de Medios)". *Revista Índice* 61: 28.
- Gaitán Moya, Juan Antonio. 1992. "La opinión del diario *El País* en la Transición española". *REIS* 57: 149-164.
- Gallardo Paúls, Beatriz. 1996. *Análisis conversacional y pragmática del receptor*. Valencia: Episteme.
- Gallardo Paúls, Beatriz. 2006. "El diálogo entre personas". En Joaquim Llisterri Boix y María Jesús Machuca, eds. *Los sistemas de diálogo*. Bellaterra/Soria: Universidad Autónoma de Barcelona/Fundación Duques de Soria, 5-90.
- 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. 2015. "Programas de tertulia política en Twitter: un modelo neurocomunicativo de análisis del discurso", e.p.
- Gallardo Paúls, Beatriz, y Salvador Enguix Oliver. 2014. "Estrategias de encuadre discursivo en periodismo político. Análisis de un corpus de titulares". *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación* (58): 90-109. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_CLAC.2014.v58.45471.
- Gallardo Paúls, Beatriz, y Salvador Enguix Oliver. 2015. Opciones discursivas en la cobertura electoral: los temas en la campaña europea de 2014. En M. Isabel López y Eulalia Hernández, eds. *Homenaje a Ricardo Escay Zamora*, Universidad de Murcia.
- Gamson, William A., y Andre Modigliani. 1989. "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach". *American Journal of Sociology* 95
- Gamson, William A. 1992a. *Talking Politics*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Gamson, William A. 1992b. "The Social Psychology of Collective Action", en Aldon Morris y Carol McClurg eds. *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven/Londres: Yale University Press, 52-76.
- Gans, Herbert J. 1979. *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. New York: Pantheon Books.
- García Asensio, M. Ángeles. 2010. El discurso de los Telediarios. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona.
- García Santamaría, José Vicente, Javier López Villanueva, Gema Alcolea Díaz, María José Pérez Serrano, María Estrella Gutiérrez David, Gloria Rosique Cedillo, Fátima Ramos del Cano, Anto J. Benítez, Manuel Armenteros, y Manuel Sánchez Cid. 2012. *Los procesos de*

“financiarización” en los grupos de comunicación españoles y el caso Prisa-Liberty. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.

- García Santamaría, José Vicente, M^a Dolores Clemente Fernández, y María López Aboal. 2013. "La organización de las redacciones en los nuevos diarios digitales españoles y su relación con los nuevos modelos de negocio". *Textual & Visual Media* 6: 141-160.
- García-Alonso Montoya, Pedro. 1995. "El Mundo del Siglo XXI" (1989-1994) Unidad Editorial, S.A.: Lanzamiento y desarrollo de una empresa informativa. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Gardin, Matias. 2015. "Higher education in crisis: Post-war lessons from Finland and West Germany". *Journal of Contemporary European Research* 11 (2): 196-211.
- Gargurevich Regal, Juan. 1982. *Géneros periodísticos*. Quito: Belen.
- Garrido Gallardo, Miguel Ángel. 2010. "Retórica y periodismo". En Concepción Martínez Pasamar, coord. 2010. *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*, 11-29. Francfort del Meno, Lang.
- Garrido Medina, Joaquín. 2000. "Science news in english and spanish: styles as discourse structures in texts". En Angela Downing Rothwell, Arsenio Jesús Moya Guijarro, José Ignacio Albentosa Hernández, coords. *Talk and text: studies on spoken and written discourse*, Universidad de Castilla-La Mancha, 11-30.
- Garrido Medina, Joaquín. 2006. "[Imagen y palabra en la construcción de discurso del texto publicitario](#)", *Español actual: Revista de español vivo*, 86: 81-103.
- Garrido Medina, Joaquín. 2007a. "[Construcción de discurso en noticias de prensa](#)", *Revista española de lingüística*, 37 (1):139-168.
- Garrido Medina, Joaquín. 2007b. "[Relaciones de discurso](#)". *Pandora: revue d'etudes hispaniques*, 7: 305-332
- Garrido Medina, Joaquín. 2011. "Reseña: La argumentación en el periodismo: *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*". *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*, 47: 65-81.
- Garrido Medina, Joaquín. 2014. "Unidades intermedias en la construcción del discurso". *Estudios de Lingüística del Español*, 35: 97-115.
- Gaziel. 1971. *Història de La Vanguardia (1884-1936)*. Paris: Edicions Catalanes.
- Gellner, Ernest. 1988. *State and Society in Soviet Thought*. Oxford: Basil Blackwell.
- George, Alexander L. 1969. "The "operational code": A neglected approach to the study of political leaders and decision-making". *International Studies Quarterly*. 23: 190-222.
- Gerbner, George. 1967. An institutional approach to mass communications research. En L. Thayer, eds. *Communication theory and research*. Springfield, Ill: Charles C. Thomas.
- Gerbner, George. 1969. Toward "Cultural Indicators". The analysis of mass mediated public message systems. *AV Communication review*. 17 (2): 137-148
- Gerbner, George, y Larry Gross. 1974. "System of cultural indicators". *Public Opinion Quarterly* 38: 460-461.
- Gerbner, George. 1977. "Comparative cultural indicators". En George Gerbner ed. *Mass media policies in changing cultures*. New York: Wiley, 199-205.

- Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan, y Nancy Signorielli. 2002. "Growing Up with Television. Cultivation Processes". En Jennings Bryant y Dolf Zillmann, eds. *Media Effects. Advances in Theory and Research (2)*. Mahwah- New Jersey- London: Lawrence Erlbaum Associates, 43-67.
- Geuss, Raymond. 1981. *The idea of a critical theory: Habermas and the Frankfurt School*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Giddens, Anthony. 1985. *The Nation-State and Violence*. Cambridge: Polity Press.
- Gifreu, Josep. 1996. *Estructura general de la comunicación pública*. Barcelona: Pòrtic.
- Giménez Armentia, Pilar, y María Rosa Berganza Conde. 2009. *Género y medios de comunicación: un análisis desde la objetividad y la teoría del framing*. Madrid: Fragua.
- Giner de los Ríos, Francisco. 1990. *Escritos sobre la universidad española*. Madrid: Espasa Calpe.
- Giró Martí, Xavier. 1999. Anàlisi crítica del discurs sobre nacionalisme i identitat als editorials de la premsa diària publicada a Catalunya des de la transició fins al govern del PP (1977-1996). Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
<http://www.tesisenred.net/handle/10803/4206>
- Giró Martí, Xavier, y José Manuel Jarque. 2007. "El discurso editorial sobre inmigración de *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico* y *Avui*, desde El Ejido hasta la cumbre europea de Sevilla (1999-2002)". En Ricard Zapata Barrero y Teun A. van Dijk, eds. *Discursos sobre la inmigración en España. Los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*. Barcelona: Fundación CIDOB, 17-44.
- Gitlin, Todd. 1980. *The Whole world is watching: mass media in the making & unmaking of the New Left*. Berkeley [etc.]: University of California Press.
- Gobierno de España, (s.a.). "X Legislatura de España".
<http://www.lamoncloa.gob.es/gobierno/gobiernosporlegislaturas/paginas/XLegislatura.aspx>
- Goffman, Erving. 1971. *Relaciones en público: Microestudios del orden público*. Madrid: Alianza, 1979.
- Goffman, Erving. 1974. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Golding, Peter (s.a.) Information and Democracy. An audit of public information in the media. *Economic and Social Research Council, ESRC Full Research Report, L126251016*. Swindon: ESRC.
<http://www.researchcatalogue.esrc.ac.uk/grants/L126251016/read>
- Gómez, Rosario G. 23/04/2012. "Los accionistas de Vocento firman la paz". *El País*.
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/04/23/actualidad/1335190340_669086.html
- Gómez-Borrero, Pilar. 2010. *Prensa e internet: ¿dónde está el negocio?* Madrid: MediosON / EOI.
- Gómez Borrero, Pilar, y José Vicente García Santamaría. 2014. "La medición de audiencias en la prensa online". *XX Congreso de la Sociedad Española de Periodística*, Barcelona, 13 y 14 de junio de 2014. <http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2014/06/COMUNICACION%20C3%93N-SEP-CONGRESO-BARNA-2014.pdf>
- Gómez Ochoa, Fidel y Pedro Reques Velasco. 2009. "De la Universidad española a las universidades españolas. La enseñanza superior en la España democrática (1976-2008)". En Pedro Reques, coord. *Universidad, sociedad y territorio*, Santander: Universidad de Cantabria: Banco Santander, 93-110.

- Gomis, Llorenç. 1989. *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.
- Gomis, Llorenç. 1991. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós.
- Graña González, Manuel. 1930. *Ejercicios y orientaciones de periodismo*. Madrid: Compañía Iberoamericana de Publicaciones.
- Grice, H. Paul. 1957. "Meaning". En Danny D. Steinberg y Leon A. Jakobovits, eds. *Semantics: An Interdisciplinary Reader in Philosophy, Linguistics and Psychology*. London/New York: Cambridge University Press, 1971, 53-59.
- Grice, H. Paul. 1975. "Lógica y conversación". En Luis Miguel Valdés Villanueva ed. *La búsqueda del significado: lecturas de filosofía del lenguaje*. Madrid: Tecnos / Universidad de Murcia, 511-530. 1991.
- Grossi, Giorgio. 1983. "Livelli di mediazione simbolica nell'informazione di massa". En Livolsi M. *Sociologia dei processi culturali*, 223-236. Milán: Angeli.
- Grossi, Giorgio. 1985. *Representazione e rappresentazione*. Milano. Franco Marletti, Giorgio.
- Guijarro González, Susana. 2009. "La Universidad en la España Medieval (ss. XIII-XV)". En Pedro Reques, coord. *Universidad, sociedad y territorio*, Santander: Universidad de Cantabria - Banco Santander, 23-50.
- GUMG, Glasgow University Media Group. 1976. *Bad news*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- GUMG, Glasgow University Media Group. 1980. *More bad news*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- GUMG, Glasgow University Media Group. 1982. *Really bad news*. Londres: Writers and Readers.
- Gumperz, John J. 1982. *Discourse strategies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gunther, Richard, José Ramón Montero, y José Ignacio Wert. 1999. "The media and politics in Spain: from dictatorship to democracy". *Working Papers. Institut de Ciències Polítiques i Socials UAB*. (WP176).
- Habermas, Jürgen. 1962. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili. 1981.
- Haering Pérez, Félix, y Javier García Velasco. 2008. *La Educación Superior en España: enseñanzas y títulos en el sistema "tradicional" y en el sistema configurado en el actual proceso de reforma*. Madrid: CIMEA.
- Hall, Stuart. 1970. "Leisure, Entertainment and Mass Communications". *Society and Leisure*. 2 (2): 28-47.
- Hall, Stuart. 1973. "Encoding, decoding". En Simon During, ed. *The Cultural Studies Reader*, New York: Routledge, 1993.
- Hall, Stuart. 1974. "Media Power-Double Bind". *Journal of Communication* 24 (4): 19-26.
- Hall, Stuart. 1977a. "Culture, Media and the Ideological Effect." In *Mass Communication and Society*, editado por James Curran, Michael Gurevitch y Woollacott, 315-348. Sage: University of California.
- Hall, Stuart. 1977b. "The Hinterland of Science: Ideology and the 'Sociology of Knowledge'." *Working Papers in Cultural Studies*, 1977, 10 10:9-32.

- Hall, Stuart. 1980. "Introduction to media studies at the Centre". En Stuart Hall, David Hobson, Andrew Lowe, Paul Willis, eds. *Culture, media, language: working papers in Cultural Studies*, London: Hutchinson, 117-121.
- Hall, Stuart, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke, y Brian Roberts, eds. 1978. *Policing the Crisis. Mugging, the State and Law and Order*, Palgrave Macmillan.
- Halliday, Michael Alexander Kirkwood. 1961. "Categories of the theory of grammar." *Word*, 17 (3): 241-292.
- Halliday, Michael Alexander Kirkwood. 1978. *Language as a Social Semiotic. The social interpretation of language and meaning*. London: Edward Arnold. 1992 ed.
- Halliday, Michael Alexander Kirkwood. 1994. *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo. 2004. *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer, 2008.
- Hansen, Anders. 2009. "Researching 'teachers in the news': the portrayal of teachers in the British national and regional press". *Education 3-13. International Journal of Primary, Elementary and Early Years*, 37 (4): 335-347. doi: [10.1080/03004270903099900](https://doi.org/10.1080/03004270903099900).
- Hernández Gómez, Francisco, y Rocío Zamora Medina 2010. "Diagnóstico de la imagen de marca de las instituciones universitarias en España". Actas II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social Universidad La Laguna, http://ucam.academia.edu/ROCIOZAMORA/Papers/435522/Diagnostico_De_La_Imagen_De_Marca_De_Las_Instituciones_Universitarias_En_Espana
- Hernández Corchete, Sira, y Beatriz Gómez Baceiredo. 2010. "Fábula y argumentación: la ficción como estrategia persuasiva en el discurso periodístico de opinión". En Concepción Martínez Pasamar, coord. 2010. *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*, 51-68. Francfort del Meno, Lang.
- Hernández Guerra, Adelaida, y Pablo Martel Escobar. 2006. "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". En Antonio Marín; Carlos Alejandro Pacho; Irene Trelles; Guadalupe Zamarrón, coords. *Universidad, comunicación y ciencia: contrastes*, Mexico: Universidad de Baja California y Mario Porrúa Edits, 109-126.
- Herzog, Herta. 1944. "What Do We Really Know about Daytime Serial Listeners". En Paul F. Lazarsfeld y Frank N. Stanton eds. *Radio Research*. 1942-3, 2- 23. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Hirst, Paul. 1979. *On Law and Ideology*. London: Macmillan.
- Holsti, Ole R. 1969. *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading M.A.: Addison-Wesley.
- Huertas, Josep M. 2006. *Una història de La Vanguardia*. Barcelona: Angle Editor.
- Howarth, David. 1995. "Discourse theory". *Theory and methods in political science*. Basingstoke: Palgrave.
- Howarth, David. 1997. "La teoría del discurso". En David Marsh y Gerry Stoker, eds. *Teoría y métodos de la ciencia política*, Madrid: Alianza, 125-142.

- Humanes, María Luisa. 2009. "Nuevos encuadres noticiosos en las elecciones generales de 2004. Estudio exploratorio sobre presencia de metacomunicación en la prensa española". *ZER Revista de Estudios de Comunicación* 14 (26): 105-128.
- Igartua, Juan José, y María Luisa Humanes. 2004. "Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Encuadre". *Comunicación y Sociedad* XVII (1): 47-75.
- Igartua, Juan José, y María Luisa Humanes. 2004. *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Iglesias, Francisco. 1980. *Historia de una empresa periodística. Prensa Española: editora de ABC y Blanco y negro (1891-1978)*. Madrid: Prensa Española.
- Iglesias, Francisco. 1996. "Factores históricos de la consolidación de la empresa periodística y las grandes tiradas". *Comunicación y estudios universitarios: revista de ciencias de la información* 6: 25-32.
- Infante Díaz, Jorge. 2010. "La reforma de los planes de estudio universitarios de la España democrática (1977-2000)". *Revista de Educación* 351: 259-282.
- Íñiguez Rueda, Lupicinio ed. 2006. *Análisis del discurso: manual para las ciencias sociales*. Barcelona: UOC.
- Íñiguez Rueda, Lupicinio, y Charles Antaki. 1994. "El análisis del discurso en psicología social". *Boletín de Psicología* 44: 57-75.
- Iranzo Montés, Luis Amador. 2011. El papel de la prensa diaria durante la transición a la democracia en Valencia (1976-1982). Tesis doctoral. Universitat de València. <http://www.tdx.cat/handle/10803/81883>
- Iyengar, Shanto, Mark D. Peters, y Donald R. Kinder. 1982. "Experimental Demonstration of the 'Not-So-Minimal' Consequences of Television News Programs." *American Political Science Review* 76 (December): 848-58.
- Iyengar, Shanto. 1990. "Framing Responsibility for Political Issues: The Case of Poverty". *Political Behavior* 12 (1): 19-40.
- Iyengar, Shanto. 1991. *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*. Chicago/London: University of Chicago Press. 1994.
- Iyengar, Shanto y Donald R. Kinder. 1987. *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press. 2010.
- Jäger, Siegfried. 2001. "Discourse and knowledge: Theoretical and methodological aspects of a critical discourse and dispositive analysis". En Ruth Wodak y Michael Meyer, eds. *Methods of critical discourse analysis*, London: Sage, 32-62.
- Jiménez, David. 30/04/2015. "Un simple periodista". *David Jiménez Blog*. <http://davidjimenezblog.com/2015/04/30/un-simple-periodista/>.
- Johnson Barella, Doris. 2005. "La literalidad en el uso de las citas directas en las noticias de la prensa regional navarra. Dos casos: *Diario de Noticias* y *Diario de Navarra*". *Comunicación y sociedad*, 18 (2): 109-140.
- Kahneman, Daniel, y Amos Tversky. 1979. "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk". *Econometrica*. 47 (2): 263-292.

- Kahneman, Daniel, y Amos Tversky. 1984. "Choices, Values, and Frames". *American Psychologist*. 39 (4): 341-350.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler, y Michael Gurevitch. 1973. "Uses and Gratifications Research". *The Public Opinion Quarterly* 37 (4): 509-523. [doi: 10.2307/2747854](https://doi.org/10.2307/2747854)
- Katz, Elihu, y Paul F. Lazarsfeld. 1955. *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, IL: Free Press.
- Katz, Elihu, Michael Gurevitch, y Hadassah Haas. 1973. "On the Use of the Mass Media for Important Things." *American Journal of Sociology* 38 (2):164-181.
- Kerbrat-Orecchioni, Catherine. 1980. *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*. Paris: Armand Colin. 1999.
- Key, Valdimer Orlando. 1961. *Opinión pública y democracia*. Traducción de Atanasio Sánchez. Buenos Aires: Bibliográfica Omeba. Knopf. 1967.
- Kitzinger, Jenny. 2004. *Framing Abuse: Media Influence and Public Understanding of Sexual Violence against Children*. London: Pluto Press.
- Klapper, Joseph. 1960. *The Effects of Mass Communications*. New York: Free Press.
- Koziner, Nadia Sabrina. 2013. "Antecedentes y fundamentos de la teoría del *framing* en la comunicación". *Austral Comunicación* 2 (1): 1-25.
- Krippendorff, Klaus. 1980. *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Traducido por Leandro Wolfson. Barcelona: Paidós. 1990.
- Krippendorff, Klaus. 1989. "Content analysis". En Erik Barnouw, George Gerbner, Wilbur Schramm, Tobia L. Worth y Larry Gross, eds. *International Encyclopedia of Communication*. New York: Oxford University Press, 403-407.
- La Vanguardia. 2001. Estatuto de Redacción de La Vanguardia. <http://www.sindicatperiodistes.cat/sites/default/files/documents/ER%20La%20Vanguardia.pdf>
- Laborda Gil, Xavier. 2003. "Análisis crítico del discurso político: lágrimas de cocodrilo y otros contratos comunicativos". *Papeles de José Padrón. Curso de Análisis del discurso e investigación social. Unidad I*. <http://padron.entretemas.com/cursos/AdelD/unidadI/AnalCritDiscPolitico.htm>.
- Laborda Gil, Xavier. 2012. *Lágrimas de cocodrilo. Análisis del discurso político*. Comunicación. Barcelona: Editorial UOC
- Laclau, Ernesto, y Chantal Mouffe. 1985. *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI, 1987.
- Lakoff, George. 2004. *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense, 2007.
- Lakoff, George, y Mark Johnson. 1980. *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra. Reprint. 2012.
- Lang, Gladys Engel, y Kurt Lang. 1959. "The mass-media and voting". *American voting behavior*, 217-235. Glencoe, Ill.: The Free Press.
- Lardiés, Alberto. 29/11/2013. "El EGM, en entredicho otra vez: datos contradictorios sobre la difusión de 'ABC'". *Vox Pópuli*. <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/35247-el-egm-en-entredicho-otra-vez-datos-contradictorios-sobre-la-difusion-de-abc>.

- Lardiés, Alberto. 19/02/2014. "Los hermanos Bergareche apuestan por conservar su puesto en el convulso consejo de Vocento". *Vox Pópuli*. <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/39093-los-hermanos-bergareche-apuestan-por-conservar-su-puesto-en-el-convulso-consejo-de-vocento>
- Lardiés, Alberto. 07/07/2014. "Caixabank, Santander y HSBC aterrizan en Prisa con el 23% de su accionariado". *Vox Pópuli*. <http://vozpopuli.com/economia-y-finanzas/46000-caixabank-santander-y-hsbc-aterrizan-en-prisa-con-el-23-de-su-accionariado>
- LaRose, Robert, y Matthew S. Eastin. 2004. "A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance". *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 48 (3):358-377. doi: [10.1207/s15506878jobem4803_2](https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4803_2).
- Larrain, Jorge. 1979. *The Concept of Ideology*. London-Melbourne-Sydney-Auckland-Johannesburg: Hutchinson University Library.
- Lasswell, Harold Dwight. 1927. *Propaganda technique in the World War*. New York: P. Smith, 1938.
- Lasswell, Harold Dwight. 1948. "The Structure and Function of Communication in Society". En Lyman Bryson ed. *The Communication of Ideas*. New York: Harper.
- Lasswell, Harold Dwight, y Nathan Leites. 1949. *The Language of politics: studies in quantitative semantics*. Cambridge, Mass.: M.I.T.
- Lazarsfeld, Paul F. 1940. *Radio and the Printed Page. An Introduction to the Study of Radio and its Role in the Communication of Ideas*. New York: Duell, Sloane and Pearce.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard R. Berelson, y Hazel Gaudet. 1948. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press.
- Legerén, Elisa. 2014. *Visibilidad de las universidades andaluzas en los medios de comunicación on-line a través de Google News*. Tesis doctoral. Universidad de Granada, <http://www.ugr.es/~victorhs/tesisLegeren.pdf>.
- Leguina Vila, Jesús, y Luis Ortega Álvarez. 1982. "Reflexiones sobre la Autonomía Universitaria". *Revista Española de Derecho Administrativo* 35: 549-566.
- Levin, Ben. 2004. "Media-government relations in education". *Journal of Education Policy* 19 (3): 271-283. doi: [10.1080/0268093042000207610](https://doi.org/10.1080/0268093042000207610).
- Levinson, Stephen C. 1983. *Pragmática*. Barcelona: Teide. Traducción de África Rubiés Mirabet. 1989.
- Lewin, Kurt. 1947. "Frontiers in Group Dynamics. II. Channels of Group Life: Social Planning and Actio Research". *Human Relations*. Vol I, (2): 143-153. doi: [10.1177/001872674700100201](https://doi.org/10.1177/001872674700100201)
- Lippmann, Walter. 1922. *Public Opinion*. Free Press paperback: Harcourt, Brace. <http://www.gutenberg.org/ebooks/6456>.
- Lippmann, Walter. 1927. *The Phantom Public*. New York: Transaction Publishers.
- Llera, Francisco J., y Alfredo Retortillo. 2004. *Los españoles y la universidad. Primera encuesta nacional sobre la imagen pública del Sistema Universitario Español*. Madrid: ANECA.
- López Ramadán, Pablo. 2010. "Nuevas vías para el estudio del framing periodístico. La noción de estrategia de encuadre". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (16): 235-258.
- López, Manuel, y Pau Bolaños. 2003. "Géneros dialógicos: La entrevista y otros". En Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría, eds. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación, 495-524.

- López, Xosé; Pereira, Xosé, Enrique Bustamante, Rosa Franquet, y Trinidad García Leyva. 2008. "La prensa ante el reto on line. Entre las limitaciones del modelo tradicional y las incógnitas de su estrategia digital". En Enrique Bustamante et al., eds. *Alternativas en los medios de comunicación digitales: televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*. Barcelona: Gedisa, 177-243.
- López Aranguren, Eduardo. 1986. "El análisis de contenido". En Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez, y Francisco Alvira Martín, comps. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social*. Madrid: Alianza.
- López Pan, Fernando. 2002. "Las citas directas en el periodismo escrito. Literalidad y objetividad a la luz de los estudios lingüísticos". *Comunicación y Sociedad*, 15 (2): 79-93.
- López Pan, Fernando, 2010. "La oralidad fingida y la construcción del columnista como personaje. Dos estrategias para la construcción del ethos del columnista". En Concepción Martínez Pasamar, coord. 2010. *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*, 193-220. Francfort del Meno, Lang.
- Loscertales Abril, Felicidad, Julio Cabero Almenara, Trinidad Núñez-Domínguez, Antonio Cabero, Rosalía Romero, Ana Duarte, Soledad Domenech, Antonio Fera, Ignacio Aguaded, Pedro Román. 1995. "La imagen social del profesor y de la enseñanza... a través de los ojos del cine", *II Congreso de Nuevas Tecnologías de la Información para la Educación*, Palma de Mallorca, 22, 23 y 24 de nov. 1995.
- Loscertales Abril, Felicidad, Julio Cabero Almenara, y José Luis Pérez Díez de los Ríos. 1996. "Los medios de comunicación como creadores de imagen social. La imagen del profesorado y de la enseñanza en la prensa". *Universitas Tarracanensis. Revista de Ciències de l'Educació*, serie IV (2): 13-38.
- Lukács, Georg. 1923. *Historia y conciencia de clase*. Barcelona: Grijalbo. Traducido por Manuel Sacristán. 1975.
- Luke, Allan. 1997. "The material effects of the word: apologies, stolen children and public discourse." *Discourse: studies in the cultural politics of education* 18 (3):343–368. doi: 10.1080/0159630970180303.
- MacKuen, Michael. 1981. "Social communication and the mass policy agenda". En Michael B. MacKuen y Steve L. Coombs eds. *More than news: Media power in public affairs*. Beverly Hills: Sage, 17-44.
- MacMillan, Katie. 2002. "Narratives of Social Disruption: education news in the British tabloid press". *Discourse: studies in the cultural politics of education* 23 (1): 27-38.
- Maingueneau, Dominique. 1991. *L'analyse du discours: introduction aux lectures de l'archive*. Paris: Hachette.
- Mann, Michael. 1986. *The Sources of Social Power. Volume I. A History of Power from the Beginning to AD 1760*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mannheim, Karl. 1929. *Ideología y utopía. Introducción a la sociología del conocimiento*. Traducido por: Eloy Terron. Madrid: Aguilar. 1973.
- Maraña, Jesús. 01/02/2014. "Diez apuntes (y una postdata) sobre el cese de Pedro J". *Infolibre*. http://www.infolibre.es/noticias/opinion/2014/02/01/diez_apuntes_una_postdata_sobre_cese_pedro_13050_1023.html

- Marín Sánchez, Manuel, Trinidad Nuñez Dominguez, y Felicidad Loscertales Abril. 2000. "Imagen social del profesorado: un estudio a partir de los medios de comunicación: prensa y TV". *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado* (39): 47-156.
- marketingdirecto.com. 27/09/2007. "PRISA decide demandar a NIELSEN tras rebajar un 37% los usuarios de elpais.com". *Marketing Directo. El portal para marketing, publicidad y los medios*. <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/medios/prisa-decide-demandar-a-nielsen-tras-rebajar-un-37-los-usuarios-de-elpais-com/>.
- Marletti, Carlo. 1982. "L'informazione tematizzata. Nuove tecnologie della comunicazione e trasformazione dei modelli giornalistici". En Filippo Barbano ed. *Nuove tecnologie: Sociologia e informazione quotidiana*. Milano: Franco Angeli.
- Marletti, Carlo. 1983. "Oltre la propaganda. L'informazione come scambio politico". En Carlo Grossi ed. *Comunicare politica*. Milano: Franco Angeli.
- Marletti, Carlo. 1985. *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione politica*. Turin: Turin: ERI, Edizioni RAI.
- Marqués Pascual, Joaquín. 2012. La caída de difusión de los diarios de pago. Principales causas y su relevancia en el caso español. Tesis doctoral, Universitat Ramon Llull, <http://www.tdx.cat/handle/10803/101465>
- Martel Escobar, Pablo, y Adelaida Hernández Guerra. 2004. ¿Qué ofrece la ULPGC en la prensa? http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7063/7063557/estadisticas_ulpgc_en_la_prensa.pdf
- Martin, H. 1936. "Nationalism and children's literature". *Library Quarterly*, 6: 405-418.
- Martín Rojo, Luisa. 2006. "El análisis crítico del discurso: fronteras y exclusión social en los discursos racistas". En Lupicinio Íñiguez Rueda. *Análisis del discurso: Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: UOC.
- Martín Vivaldi, Gonzalo. 1973. *Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo (análisis diferencial)*. Madrid: Paraninfo.
- Martín Vivaldi, Gonzalo. 1982. *Curso práctico de redacción: teoría y técnica de la composición y del estilo*. Madrid: Paraninfo. 2003.
- Martínez Albertos, José Luis. 1974. *Redacción periodística: los estilos y los géneros de la prensa escrita*. Barcelona: ATE.
- Martínez Albertos, José Luis. 1983. *Curso general de redacción: lenguaje, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio, televisión y cine*. Madrid: Paraninfo. 1992.
- Martínez de Sousa, José. 2003. *Vocento. Libro de estilo*. Gijón: Trea.
- Martínez Lirola, María, ed. 2008. *Inmigración, discurso y medios de comunicación*. Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert.
- Martínez Pasamar, Concepción, coord. 2010. *Estrategias argumentativas en el discurso periodístico*. Francfort del Meno, Lang.
- Martínez Vega, José Antonio. 2000. *El periódico: la producción periodística en el umbral del siglo XXI*. Madrid: Universidad Europea de Madrid CEES.
- Marx, Karl, y Friedrich Engels. 1846. *La ideología alemana: crítica de la novísima filosofía alemana en las personas de sus representantes Feuerbach, B. Bauer y Stirner, y del socialismo alemán en las de sus diferentes profetas*. Barcelona: Grijalbo. Traducido por Wenceslao Roces. 1974.

- Mas, Fernando. 2007. "Referencia en Internet 24 horas al día 365 días al año". *El Mundo*.
<http://www.elmundo.es/especiales/2007/10/comunicacion/18elmundo/mundo.html>
- Mattelart, Armand, y Michèle Mattelart. 1997. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós.
- Mayr, Andrea, ed. 2008. *Language and Power. An Introduction to Institutional Discourse*. London-New York: MPG Books.
- Mazzoleni, Gianpietro. 2010. *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.
- McCombs, Maxwell. 1977. "Expanding the Domain of Agenda-Setting Research. Strategies for Theoretical Development". Paper presented at the Annual Convention of the Speech Communication Association. Washington, D.C. (December).
- McCombs, Maxwell. 2004. *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, UK/Malden, USA: Polity Press.
- McCombs, Maxwell, y Donald L. Shaw. 1972. "The agenda-setting function of mass-media". *The Public Opinion Quarterly* 36 (2): 176-187.
- McCombs, Maxwell E., Donald L. Shaw, y David H. Weaver, eds. 1997. *Communication and Democracy: Exploring the intellectual Frontiers in Agenda-setting theory*. Mahwah, NJ.: Psychology Press.
- McNair, Brian. 2000. *Journalism and Democracy. Evaluation of Political Public Sphere*. London: Routledge.
- McLellan, David. 1971. *Ideology*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McQuail, Denis. 1985. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós Comunicación, 1994.
- McRobbie, Angela. 1991. *Feminism and Youth Culture: From Jackie to Just Seventeen*. London: Macmillan.
- McRobbie, Angela. 1994. *Postmodernism and Popular Culture*. London/New York: Routledge.
- ME, Ministerio de Educación. 1962. *La Educación y el Desarrollo Económico Social. Objetivos de España para 1970*. Madrid.
- MEC, Ministerio de Educación y Ciencia. 1969. "Síntesis del 'Libro Blanco'. La educación en España: bases para una política educativa". *Enseñanza media*: 197-198.
- MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (s.a.). "Educación superior". MECD
<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/areas-educacion/sistema-educativo/enseanzas/educacion-superior.html>.
- MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (s.a.). "Campus de Excelencia Internacional".
<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/convocatorias/entidades/campus-excelencia-internacional.html>.
- MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (s.a.). "Educación superior". MECD
<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/areas-educacion/sistema-educativo/enseanzas/educacion-superior.html>
- Méndez García de Paredes, Elena. 1999. "Análisis de la reproducción del discurso ajeno en los textos periodísticos". *Pragmalingüística*, 7: 99-128.
- Méndez García de Paredes, Elena. 2000. "La literalidad de la cita en los textos periodísticos". *Revista española de Lingüística*, 30(1): 147-167.

- Méndez Rubio, Antonio. 1997. *Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura*. Valencia: Frónesis-Cátedra.
- Méndez Rubio, Antonio. 2004. *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia: Universitat de València.
- Merrill, John Calhoun. 1968. *The elite press: great newspapers of the world*. New York: Pitman.
- Merrill, John Calhoun, y Harold A. Fisher. 1980. *The World's Great Dailies: Profiles of Fifty Newspapers*. New York: Hastings House.
- Merrill, John C., John Lee, y Edward J. Friedlander. 1990. *Medios de comunicación social*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992.
- Michavila, Francisco, Jorge M. Martínez, Richard Merhi, Javier García Delgado, Rafael Puyol, Federico Gutiérrez-Solana, Javier Uceda, Juan A. Vázquez, José Antonio Pérez García, Juan Hernández Armenteros. 2013. *La Universidad española en cifras. 2012*.
http://www.crue.org/Publicaciones/Documents/UEC/LA_UNIVERSIDAD_ESPANOLA_EN_CIFRAS.pdf
- Milito Barone, Cecilia, y Tamar Groves. 2013. “¿Modernización o democratización? La construcción de un nuevo sistema educativo entre el tardofranquismo y la democracia”. *Bordón* 65 (4): 135-148.
- Mills, Charles Wright. 1959. *The sociological imagination*. New York: Oxford University Press.
- ME, Ministerio de Educación. 1962. *La Educación y el Desarrollo Económico Social. Objetivos de España para 1970*. Madrid.
- ME, Ministerio de Educación Nacional - OCDE. 1963. *Las Necesidades de Educación y el Desarrollo Económico-Social de España*. Madrid.
- ME, Ministerio de Educación. 2010. *Datos y Cifras del Sistema Universitario Español. Curso 2010-2011*. Madrid: Ministerio de Educación.
- MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. 2011. *Datos y Cifras del Sistema Universitario Español. Curso 2011-2012*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. 2012. *Datos y Cifras del Sistema Universitario Español. Curso 2012-2013*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. 2013. *Datos y Cifras del Sistema Universitario Español. Curso 2013-2014*. Madrid: Ministerio de Educación.
- MECD, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. 2015. *Estadística de Universidades, Centros y Titulaciones. Estructura Universitaria. Curso 2014/2015*. In EDUCAbase. Online: MECD.
- MI, Ministerio del Interior. 2008. “Elecciones generales 2008”.
<http://www.infoelectoral.interior.es/min/busquedaAvanzadaAction.html?vuelta=1&codTipoEleccion=2&codPeriodo=200803&codEstado=99&codComunidad=0&codProvincia=0&codMunicipio=0&codDistrito=0&codSeccion=0&codMesa=0>
- MI, Ministerio del Interior. 2011. “Elecciones generales 2011”.
http://elecciones.mir.es/resultadosgenerales2011/99CG/DCG99999TO_LI.htm
- Minsky, Marvin. 1974. "A Framework for Representing Knowledge". MIT-AI Laboratory Memo 306, June de 1974. <http://web.media.mit.edu/~minsky/papers/Frames/frames.html>
- Moeschler, Jacques, y Anne Reboul. 1992. *Dictionnaire Encyclopédique de Pragmatique*. Paris: Seuil. 1994.

- Montero, María Dolores. 1993. *La informació periodística i la seua influència social*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Monzón, Cándido. 1996. *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.
- Morley, David, y Charlotte Brunsdon. 1978. *Everyday Television: "Nationwide"*. London: BFI.
- Morley, David. 1980. *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Morley, David. 1986. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Muñoz, Blanca. 1989. *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona: Barcanova.
- Muñoz Torres, Juan Ramón. 1995. "Objetivismo, subjetivismo y realismo como posturas epistemológicas sobre la actividad informativa". *Comunicación y Sociedad VIII* (2): 141-171.
- Muñoz Torres, Juan Ramón. 2012. "Todavía sobre la objetividad periodística: hacia la superación de un paradigma fracturado". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 18 (2): 833-854. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n2.41049.
- Murphy, Roger, y Paul Warmington. 2003. "'Read all about it!' Sensational reporting of assessment results in media". *International Association for Educational Assessment (IAEA) Conference*, Manchester, UK, 5–10 October.
- Mutua, Kagendo. 2008. Counternarrative. En Lisa M. Given (Ed.). *The Sage encyclopedia of qualitative research methods* (pp. 133–134). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nelson, Thomas E., Rosalee A. Clawson, y Zoe M. Oxley. (1997). Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance. *American Political Science Review*, 91, 567–583.
- Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Neuman, Russell W., Marion R. Just y Ann N. Crigler. 1992. *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Nieto Báez, Cristina, y José Ignacio Aguaded Gómez. 2011. "Aprender a analizar los medios. Instrumento para el análisis de la imagen de la universidad en la prensa". Segovia: EDUMED.
- 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 doctoral. Universidad de Huelva. <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/7947>
- Nieto Martín, Santiago. 1986. *La temática educativa en la prensa. Análisis de Contenido*. Valladolid: Sever-Cuesta.
- Nieto Martín, Santiago. 1989. La incidencia de la educación en la prensa castellano-leonesa: análisis de contenido. Tesis doctoral. UNED.
- Nieto Martín, Santiago. 1991. "Proyección e imagen de la Universidad de Salamanca a través de la prensa local. Análisis de Contenido". *Studia Paedagogica* 23: 155-176.
- Nieto Martín, Santiago. 1992. "El 'análisis de contenido' como técnica de investigación documental: aplicación a unos textos de prensa educativa, y su interpretación mediante análisis de correspondencias múltiples". *Revista de Investigación Educativa* 20 (2): 179-200.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1973. "Return to the concept of powerful mass media". *Studies in Broadcasting* (9): 67–112.

- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1974. "The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion". *Journal of Communication* 24 (2): 43-51. doi: [10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x](https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x).
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1976. "Turbulencias en el clima de opinión: Aplicaciones Metodológicas de la Teoría de la Espiral del Silencio." American Association for Public Opinion Research, Asheville, North Carolina. Traducción: Eva Aladro Vico. 2010.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1983. "The Effect of Media on Media Effects Research." *Journal of Communication* 33 (3):157-165.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1993. *La espiral del silencio: opinión pública, nuestra piel social*. Barcelona: Paidós, 1995.
- Noriega, Javier L. 24/04/2012. "Los accionistas de Vocento entierran el hacha de guerra." *Cinco Días*. http://cincodias.com/cincodias/2012/04/24/empresas/1335274792_850215.html
- noticiasdot.com. 25/03/2009. "La medición de audiencias sigue siendo "el" problema: Los medios digitales piden un sistema transparente". *Noticiasdot*. <http://www.noticiasdot.com/wp2/2009/03/25/la-medicion-de-audiencias-sigue-siendo-el-problema-los-medios-digitales-piden-un-sistema-transparente/>.
- Núñez Ladevéze, Luis. 1987. "La retórica objetivadora en el lenguaje informativo: Examen de un ejemplo." *Revista de Ciencias de la Información* (4):233-266.
- Núñez Ladevéze, Luis. 1991. *Manual para periodismo: veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Barcelona: Ariel.
- Núñez Ladevéze, Luis. 1993. *Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*. Madrid : Síntesis
- Núñez Ladevéze, Luis. 1995. *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel.
- Núñez Ladevéze. 2004. *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.
- Núñez-Domínguez, Trinidad. 1998. La imagen social del profesorado no universitario: un estudio de tres emisores de rol: la LOGSE, la prensa y el propio colectivo profesional. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/570/Y_TD_PS-116.pdf
- Núñez-Domínguez, Trinidad, Felicidad Loscertales, y Gregorio Sánchez del Villar. 1994. "La imagen del profesor ¿Roles o estereotipos?" En Florentino Blázquez Entonado, Julio Cabero Almenara y Felicidad Loscertales Abril, comps. *En memoria de José M López-Arenas. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación para la Educación*. Sevilla: Alfar, 227-234.
- Núñez-Domínguez, Trinidad. 1999. "Los profesores vistos por la prensa. De la realidad al mito social". *Comunicar* 12: 47-54.
- Oca, Paco. 10/01/2009. "Llegó el ¿rediseño? de El Mundo". Blog *maquetadores*. <http://maquetadores.blogspot.com.es/2009/01/lleg-el-rediseo-de-el-mundo.html>
- OJD. 2008. *Normas Técnicas de Control de Diarios*. OJD. <http://www.introl.es/normas/descargar-normas/>
- Oleaque, Joan. 2015. Los gitanos en la prensa española. Variación y reiteración de los planteamientos de los diarios *ABC*, *El País* y *La Vanguardia* en la representación de los gitanos como grupo (1981-2010). Tesis doctoral. Universitat de València. <http://mobiroderic.uv.es/handle/10550/42269>

- Tichenor, Phillip, George A. Donohue, y Clarice N. Olien. 1970. Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly* 34: 159-170.
- Tichenor, Phillip, George A. Donohue, y Clarice N. Olien. 1980. *Community Conflict and the Press*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Olmos, Víctor. 2002. *Historia del ABC. Cien años clave en la historia de España*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Opfer, V. Darleen. 2007. "Developing a Research Agenda on the Media and Education". *Peabody Journal of Education* 82 (1):166-177.
- Palomares, Alfonso S. 2005. *Felipe González. El hombre y el político*. Barcelona: Ediciones, B.
- Pan, Zhongdang, y Gerald M. Kosicki. 1993. "Framing analysis: An approach to news discourse". *Political Communication* 10 (1): 55-75. doi: [10.1080/10584609.1993.9962963](https://doi.org/10.1080/10584609.1993.9962963)
- Padioleau, Jean G. 1985. "Le Monde et le "Washington Post": précepteurs et mousquetaires. Paris: Presses universitaires de France.
- Parejo Alfonso, Luciano, Rafael de Asís Roig, Luis López Guerra, Pablo Pérez Tremps, y Tomás Quadra Salcedo. 2002. *Informe sobre los aspectos de la Ley Orgánica de Universidades cuya constitucionalidad es cuestionable*. <http://www.abc.es/contenidos/apoyos/documentos/DICT-CRUE-LOU06032002.pdf>
- Parellada, Martí coord. 2012. *Informe CYD*. Barcelona: Fundación Conocimiento y Desarrollo.
- Park, Robert E. 1922. *The Immigrant Press and Its Control*. New York: Harper & Brothers.
- Parratt, Sonia F. 2008. *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Ciespal.
- Patterson, Thomas E., y Robert D. McClure 1976. *The unseeing eye: the myth of television power in national politics*. New York: Putnam's.
- Payne, Michael comp. 1996 . *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*. Buenos Aires-Barcelona-México: Paidós. 2002.
- Pêcheux, Michael. 1975. *Language, Semantics and Ideology*. New York: San Martin's Press. 1982.
- Perales García, Cristina. 2012. Anàlisi crítica de la cobertura de l'encaix de Catalunya i Euskadi dins Espanya a través dels discursos de la premsa espanyola, catalana i basca publicats durant la Transició i fins l'aprovació dels estatuts català i basc (1975-1979). Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. <http://www.tdx.cat/handle/10803/117379>
- Pérez Esparrells, Carmen. 2004. "La educación universitaria en España: el vínculo entre financiación y calidad". *Revista de Educación* 335: 305-318.
- Pérez Llavador, Jordi, y Juanjo Bas Portero. 1999. "Teoría del discurso y medios de comunicación". *Comunicación y estudios universitarios: revista de ciencias de la información*, 9: 9-13.
- Pérez Serrano, Gloria. 1984. *El análisis de contenido de la prensa. La imagen de la Universidad a Distancia*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Pérez Yuste, Ramón, Arturo Galán González, y José Quintanal Díaz. 2012. *Métodos y diseños de investigación en educación*. Madrid: UNED.
- Pérez-Díaz, Víctor, y Juan Carlos Rodríguez. 2013a. "Educación y prestigio docente en España: la visión de la sociedad." En *El prestigio de la profesión docente en España. Percepción y realidad*, editado por Fundación Europea Sociedad y Educación. Madrid: Fundación Europea Sociedad y Educación- Fundación Botín.

- Pérez-Díaz, Víctor, y Juan Carlos Rodríguez, eds. 2013b. *El Prestigio de la profesión docente en España. Percepción y realidad*. Madrid: Fundación Europea Sociedad y Educación - Fundación Botín.
- Pérez-Díaz, Víctor, y Juan Carlos Rodríguez. 2014a. *La comunidad universitaria opina. Sondeos de opinión*. Madrid: Fundación Europea Sociedad y Educación
https://www.researchgate.net/publication/275034933_La_comunidad_universitaria_opina._Sondeos_de_opinin._III_Encuentro_internacional_de_rectores_Universia.
- Pérez-Díaz, Víctor, y Juan Carlos Rodríguez. 2014b. *Opiniones de los españoles sobre sus universidades: algunas perspectivas*. Vol. Número Especial. Madrid: Studia XXI- Fundación Europea Sociedad y Educación - Santander Universidades.
<http://www.sociedadyeducacion.org/site/wp-content/uploads/Opiniones-sobre-la-universidad-NE.pdf>.
- Pérez-Díaz, Víctor, y Juan Carlos Rodríguez. 2015. "La reputación de las universidades." Building Universities' Reputation.
https://www.researchgate.net/publication/277329579_La_reputacin_de_las_universidades._Position_Paper.
- Pettigrew, May, y Maggie MacLure. 1997. "The press, public knowledge and the grant maintained schools policy". *British Journal of Educational Studies* 45 (4): 392-405.
- Piñuel Raigada, José Luis. 2002. "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido". *Estudios de Sociolingüística*. 3 (1): 1-42.
- Piñuel Raigada, José Luis, y José Antonio Gaitán Moya. 1995. *Metodología general: conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Piñuel Raigada, José Luis, y José Antonio Gaitán Moya. 2004. *La imagen de la educación en la prensa española*. Madrid: Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa.
- Piqué i Fernàndez, Toni 11/01/2009. "Gatopardismo". *Paper Papers*.
<http://www.paperpapers.net/2009/01/gatopardismo.html>.
- Pizarroso Quintero, Alejandro. 2010. "El periodismo en el primer tercio del siglo XX." *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* CLXXXVI (EXTRA JUNIO): 45-54.
- Popper, Karl. 1948. *The open society and its enemies*. London: Routledge y Kegan Paul. 1952.
- Potter, Jonathan, y Margaret Wetherell. 1987. *Discourse and social psychology: beyond attitudes and behaviour*. London: Sage. 1992.
- PR Noticias. 16/05/2006. "OJD y EGM, dos mediciones distintas que generan polémica". PR Noticias. <http://prnoticias.com/hemeroteca/16226-ojd-y-egm-dos-mediciones-distintas-que-generan-polemica>
- PR Noticias. 01/10/2007. "La Vanguardia hace un 'cambio tranquilo' y debuta con nuevo diseño". PR Noticias. <http://prnoticias.com/hemeroteca/49193-la-vanguardia-hace-un-cambio-tranquilo-y-debuta-con-nuevo-diseno>
- PR Noticias. 12/01/2011. "elpais.com pide volver a ser auditado por la OJD Interactiva". PR Noticias. <http://prnoticias.com/hemeroteca/10063331>
- PR Noticias. 11/01/2012. "OJD diciembre: Caídas generalizadas en los diarios digitales". PR Noticias. <http://prnoticias.com/hemeroteca/20111380-ojd-diciembre-caidas-generalizadas-en-los-diarios-digitales>

- PR Noticias. 22/03/2012. "El Mundo suprime su 'pestaña' digital de Galicia, una semana después de cerrar su edición en León". PR Noticias. <http://prnoticias.com/prensapr/2013142-el-mundo-cierra-su-edicion-digital-en-galicia-una-semana-despues-de-cerrar-su-edicion-en-leon>
- PR Noticias. 06/04/2015. "La revolución digital de Unidad Editorial: nuevos fichajes, rediseño de expansión.com y microvídeos". PR Noticias. <http://prnoticias.com/prensa/20139493-la-revolucion-digital-de-unidad-editorial-nuevos-fichajes-redisenio-de-expansion-com-y-microvideos>
- PR Noticias. 06/04/2015. "Pedro J. Ramírez cumple un año fuera de El Mundo: en doce meses el diario pierde un 13% de difusión". PR Noticias. <http://prnoticias.com/prensa/20138104-pedro-j-ramirez-cumple-un-ano-fuera-de-el-mundo-en-doce-meses-el-diario-pierde-un-13-de-difusion>
- PR Noticias. 13/05/2015. "Casimiro García Abadillo será director de 'El Mundo' hasta el 24 de mayo". PR Noticias. <http://prnoticias.com/prensa/20141177-casimiro-garcia-abadillo-el-mundo>
- PR Noticias. 29/05/2015. "Unidad Editorial abre el proceso para reorganizar sus redacciones y horarios". PR Noticias. <http://prnoticias.com/periodismo/20141646-unidad-editorial-reorganizar-redacciones>
- PR Noticias. 02/06/2015. "David Jiménez comienza con Sostres la limpia de columnistas en 'El Mundo'". PR Noticias. <http://prnoticias.com/prensa/20141751-salvador-sostres-despedido-el-mundo>
- PR Noticias. 15/06/2015. "Fernández Galiano pilota el enésimo intento de fusión Unidad Editorial-Vocento". PR Noticias. <http://prnoticias.com/prensa/20142136-antonio-fernandez-galiano-fusion-unidad-editorial-vocento>
- Price, Vincent, y David Tewksbury. 1997. "News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing". En G. A. Barrett y F. J. Boster, eds. *Progress in communication sciences*. Greenwich, CT: Ablex Publishing Corporation, 173–212.
- PRISA. 2008. *Informe anual 2008*. <http://www.prisa.com/uploads/ficheros/paginas/descargas/201110/descargas-informe-anual-de-gobierno-corporativo-2008-es.pdf>
- PRISA. 2010. *Informe anual 2010*. <http://www.prisa.com/informe-anual/master-informe-anual-2010/es/sources/projet/PRISA%2DInforme%2Danual%2D2010%2Epdf>
- PRISA. 2011. *Informe anual 2011*. <http://www.prisa.com/informe-anual-2011/>
- PRISA. 2012. *Informe anual 2012*. <http://www.prisa.com/informe-anual-2012/?idioma=es>
- PRISA. 2013. *Informe anual 2013*. <http://www.prisa.com/informe-anual-2013/>
- PRISA. 2014. *Informe de sostenibilidad 2014*. <http://www.prisa.com/informe-anual-2014/>
- Rachlin, Howarth. 1989. *Judgment, decision, and choice: A cognitive/behavioral synthesis*. New York: Freeman.
- Ravela, Pedro. 2003. *¿Cómo aparecen los resultados de las evaluaciones educativas en la prensa?* GTEE – GRADE/PREAL.. http://investigaciones.usbcali.edu.co/giece/images/stories/Resultados_de_evaluaciones_educativas_en_la_prensa.pdf
- Ramírez, Pedro J. 23/10/1989. "Primera Carta del Director del Diario EL Mundo", <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/05/18/comunicacion/1242666023.html>

- Ramírez Sánchez, Manuel, y Adelaida Hernández Guerra. 2008. "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". *I Jornada sobre Calidad en los Gabinetes de Comunicación*, Madrid, 2008
- Ramos del Cano, Fátima. 2011. "La Financiarización de los medios de comunicación en España. La entrada de LIBERTY ACQUISITIONS HOLDING CORP en el Grupo PRISA y la figura de Nicolas Berggruen como nuevo mecenas de la información". *Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (III CILCS)*. La Laguna: Universidad de La Laguna.
- Reese, Stephen D. 2001. "Prologue. A bridging model for media research". En Stephen Reese, Oscar Gandy, y August Grant, eds. *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Reig, Ramón. 2011. *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa.
- Reques Velasco, Pedro. 2009a. "Introducción. Justificación, objetivos y estructura." En *Universidad, sociedad y territorio*, 15-20. Santander: Universidad de Cantabria-Banco Santander.
- Reques Velasco, Pedro. 2009b. *Universidad, sociedad y territorio*. Santander: Universidad de Cantabria - Banco Santander.
- republica.com. 30/01/2014. "Pedro J. señala al Rey y a Rajoy como culpables de su destitución en 'El Mundo'". *República de las Ideas*. <http://www.republica.com/2014/01/30/pedro-j-senala-al-rey-y-a-rajoy-como-culpables-de-su-destitucion-en-el-mundo/>
- Retis, Jéssica. 2004. "La imagen del otro: inmigrantes latinoamericanos en la prensa nacional española". *Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación* (4): 119-140.
- Retis, Jéssica. 2006. "Hijos de la Madre Patria. Latinoamericanos en la prensa española, entre la compasión y el miedo". En Manuel Lario Bastida, ed. *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Convivir sin racismo, 125-144.
- Rhee, June W. 1997. "Strategy and issue frames in election campaign coverage: a social cognitive account of framing effects." *Journal of Communication* 47 (3): 26-48. doi: 10.1111/j.1460-2466.1997.tb02715.x.
- Ricoeur, Paul. 1989. *Ideología y utopía*. Barcelona: Gedisa.
- Rodrigo Alsina, Miquel. 1989a. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo Alsina, Miquel. 1989b. *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- Rodrigo Alsina, Miquel. 1993. "La recepción. Un ámbito para repensar la comunicación". *Estudios de periodismo de la ULL*, 2: 93-105.
- Rodrigo Alsina, Miquel. 2001. *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra - Valencia-Castellón -Barcelona: UAB -UV-UJI-UPF.
- Rodrigo Alsina, Miquel. 2003. "Confianza en la información mediática". *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 61-61: 145-153.
- Rosique Cedillo, Gloria. 2011. "La crisis económica del Grupo Prisa: perspectivas y estrategias empresariales". *Actas III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (III CILCS)*, La Laguna: Universidad de La Laguna.
- Rossi-Landi, Ferruccio. 1978. *Ideología*. Traducción de Esteban Rimbau Saurí. Barcelona: Labor. 1980.
- Rositi, Franco. 1978. *Informazione e complessità sociale*. De Donato, Bari.

- Ruiz Olabuénaga, José Ignacio. 2012. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto. Reprint, 5ª edición.
- Sabés Turmo, Fernando. 2008. "El rediseño de La Vanguardia y la aparición de Público: dos formatos informativos coetáneos." *Trípodos* (22):119-136.
- Sacks, Harvey. 1992. *Lectures on Conversation*. Editado por Gail Jefferson. Oxford: Blackwell. 1995.
- Sacks, Harvey. 1972. "An initial investigation of the usability of conversational data for doing sociology". En David Sudnow, ed. *Studies in social interaction*. New York: Free Press, 31-74.
- Sádaba Garraza, Mª Teresa. 2001. "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación". *Comunicación y Sociedad XIV* (2): 143-175.
- Sádaba Garraza, Teresa, Jordi Rodríguez Virgili, y Manuel Bartolomé Castro. 2012. "Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política". *OBS. Obercom. Research and Knowledge in Communication* 6 (2), 109-126.
- Sáenz de Ugarte, Iñigo. 24/02/2014. "Por qué El País quiere irse más a la derecha". *El Diario*. http://www.eldiario.es/rastreador/testamento-Pais-periodicos_6_232786742.html.
- Salaverría, Ramón, coord. 2005. *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social. Ediciones y publicaciones.
- Salaverría, Ramón, y Samuel Negredo. 2008. *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol 90.
- Salaverría, Ramón, Xosé López García; Moisés Limia Fernández; Antonio Isasi Varela; Xosé Pereira Fariña; Manuel Gago Mariño, y Rosario Calvo Diéguez. 2005. "Análisis comparativo de cibermedios: Lavanguardia.es, Elmundo.es y Elpais.es". En Ramón Salaverría, ed. *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla: Comunicación Social. Ediciones y comunicaciones, 125-143.
- Salvador Liern, Vicent. 2012. "L'ull despert: panoràmica". En Vicent Salvador ed. *L'ull despert. Anàlisi crítica dels discursos d'avui*. València: Tres i Quatre, 9-50.
- Sánchez Aranga, José Javier, y María Rosa Berganza Conde. 1999. "Framing en la prensa española: la información sobre la muerte y funeral de Diana de Gales". *Comunicación y Sociedad* 12 (1): 137-161.
- Sánchez Ferrer, Leonardo. 1996. *Políticas de reforma universitaria en España (1983-1993)*. Tesis doctoral. Instituto Juan March de Estudios e Investigaciones.
- Sánchez García, Francisco José. 2010. "Usos y abusos del discurso referido en la prensa política". *Cuadernos de periodistas*: 96-112.
- Saperas, Enric. 1987. *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.
- Sarfati, Georges-Élia. 1997. *Éléments d'analyse du discours*. Paris: Nathan.
- Scheufele, Dietram A. 1999. "Framing as a Theory of Media Effects". *Journal of Communication* 49 (1): 103-122.
- Scheufele, Dietram A. 2000. "Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: Another Look at Cognitive Effects of Political Communication". *Mass Communication and Society* 3 (2-3): 297-316.
- Scheufele, Dietram A. y David Tewksbury. 2007. "Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models". *Journal of Communication* 57: 9-20.
- Searle, John R. 1969. *Actos de habla: ensayo filosófico del lenguaje*. Madrid: Cátedra, 1980.

- Searle, John R. 1976. "A classification of illocutionary acts". *Language in Society*, 5 (1): 1–23
- 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 doctoral. Universitat Ramon Llull.
- Seoane, María Cruz. 1996. "Los grandes diarios (1880-1936): empresas y público". *Comunicación y Estudios Universitarios: revista de Ciencias de la Información*, 6: 47-57.
- Seoane, María Cruz, y Susana Sueiro. 2004. *Una historia de El País y del grupo Prisa*. Madrid: Plaza y Janés.
- Serrano, Sebastián, y Susana Pérez de Pablos. 21/11/2001. "Entrevista a Pilar del Castillo, Ministra de Educación: 'Hay quienes protestan por defender sus privilegios'". http://elpais.com/diario/2001/11/24/sociedad/1006556405_850215.html
- Shoemaker, Pamela, y Stephen D. Reese, 1991. *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. White Plains, NY: Longman. 1996.
- Simpson, George. 1934. *The Negro in the Philadelphia Press*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania.
- Sinclair, John Mc. y Malcolm Coulthard. 1975. *Towards an analysis of discourse : the English used by teachers and pupils*. Oxford: Oxford University Press.
- Singh, Rajesh K. 2010. *Broadcast Journalism. Techniques of News Writing Reporting and Production*. Delhi: Mangalam Publishers.
- Sinova, Justino. 1989. *La censura de prensa durante el Franquismo (1936-1951)*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Soteras, Jaime. 16/02/2014. "El 'informe Caño' desata una crisis interna en el diario 'El País'". *Infolibre*. http://www.infolibre.es/noticias/medios/2014/02/16/el_informe_cano_desata_una_crisis_interna_diario_pais_13590_1027.html
- Soteras, Jaime. 18/02/2014. "Antonio Caño será el director de El País a partir del 4 de mayo en sustitución de Javier Moreno". *Infolibre*. http://www.infolibre.es/noticias/medios/2014/02/18/antonio_cano_nuevo_director_pais_13672_1027.html.
- Souvirón Morenilla, José María. 1988. *La universidad española: claves de su definición y régimen jurídico institucional*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Souvirón Morenilla, José María, y Fernando Palencia Herrejón. 2002. *La nueva regulación de las universidades: comentarios y análisis sistemático de la Ley Orgánica 62001, de 21 de diciembre de Universidades*. Granada: Comares.
- Stack, Michelle. 2006. "Testing, Testing, Read All About It: Canadian Press Coverage of the PISA Results". *Canadian Journal of Education* 29 (1): 49-69.
- Stempel, Guido H., y Bruce H. Westley, eds. 1989. *Research methods in mass communication*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Stone, Philip J., Dexter C. Dunphy, Marshall S. Smith, y Daniel M. Ogilvie 1966. *The General Inquirer: a computer approach to content analysis in the behavioral sciences*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Stubbs, Michael. 1983. *Análisis del discurso. Análisis sociolingüístico del lenguaje natural*. Madrid: Alianza. 1987.
- Suchman, Edward. 1942 "An Invitation to Music". En Paul F. Lazarsfeld, y Frank N. Stanton eds. *Radio Research*. 1941. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Taibi, Mustapha, y Mohamed El-Madkouri Maataoui. 2006. "Estrategias discursivas en la representación del Otro árabe". En Manuel Lario Bastida, ed. *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Convivir sin racismo, 125-144.
- Tankard, James W., Laura Hendrickson, Jackie Silberman, Kris Bliss, y Salma Ghanem. 1991. "Media frames: Approaches to conceptualization and measurement". *Paper presented at the annual convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication*, August, Boston, MA.
- Taylor, Sandra. 2007. "Researching Educational Policy and Change in "New Times": Using Critical Discourse Analysis". *Journal of Education Policy* 19 (4): 433-451.
- Tesch, Renata. 1988. "The impact of the computer on qualitative data analysis". Conferencia en la Annual Conference of the American Educational Research Association. New Orleans.
- Teruel Planas, M. Elvira. 1997. *Retòrica, informació i metàfora. Anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*. Bellaterra - València- Castelló de la Plana - Barcelona: UAB-UV-UJI-UB.
- Teruel Rodríguez, Laura. 2006. Los medios en la construcción de la realidad política: el caso de El Mundo (1993-1996). Tesis doctoral. Universidad de Málaga.
- Thomas, Sue. 2003. "The Trouble with Our Schools': A media construction of public discourses on Queensland schools". *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education* 24 (1):19-33. doi: [10.1080/0159630030303030](https://doi.org/10.1080/0159630030303030).
- Thomas, Sue. 2005. "The construction of teacher identities in educational policy documents: A critical discourse analysis". *Melbourne Studies in Education* 46 (2):25-44. doi: [10.1080/17508480509556423](https://doi.org/10.1080/17508480509556423)
- Thompson, John B. 1984. *Studies in the theory of ideology*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, John B. 1990. *Ideology and modern culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Cambridge: Polity Press.
- Thompson, John B. 1995. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós. 1998.
- Tiana Ferrer, Alejandro. 2007. "A la búsqueda del consenso en educación: la experiencia de la LOE". *Revista de Educación* (344): 83-100.
- Toledo, Daniel. 08/02/2012. "Guerra abierta entre los dueños italianos de 'El Mundo' por su inversión en España". *El Confidencial*. Acceso 10/08/2015. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2012-02-08/guerra-abierta-entre-los-duenos-italianos-de-el-mundo-por-su-inversion-en-espana_397100/.
- Toledo, Daniel. 06/06/2012. "La banca será el primer accionista de Prisa con el 20% y por delante de los Polanco". *El Confidencial*. <http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2012/06/06/la-banca-sera-el-primer-accionista-de-prisa-con-el-20-y-por-delante-de-los-polanco-99409#>
- Toledo, Daniel. 12/09/2012. "El Mundo' y las principales cabeceras de Unidad Editorial pierden más de 18 millones en 2011". *El Confidencial*. Acceso 10/08/2015. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2012-09-12/el-mundo-y-las-principales-cabeceras-de-unidad-editorial-pierden-mas-de-18-millones-en-2011_396828/.

- Toledo, Daniel. 22/05/2014. "Pedro J. Ramírez denuncia el control del Santander sobre los grandes diarios del país". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2014-05-22/pedro-j-denuncia-el-control-de-botin-sobre-la-prensa-cuatro-meses-despues-de-su-cese_134594/
- Toledo, Daniel. 16/07/2014. "'El Mundo' oficializa el cese de Pedro J. como consejero tras su relevo como director". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2014-07-16/el-mundo-oficializa-el-cese-de-pedro-j-como-consejero-tras-su-relevo-como-director_162814/
- Toledo, Daniel. 05/09/2014. "RCS sólo permitirá la boda Vocento-Unidad Editorial si maneja un paquete mayoritario". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2014-09-05/los-duenos-italianos-de-unidad-editorial-dejan-claro-en-madrid-que-solo-se-casaran-con-vocento-si-maneja-un-paquete-mayoritario_185863/
- Toledo, Daniel. 18/09/2014. "Vocento y Unidad Editorial apuestan por mantener 'ABC' y 'El Mundo' en su fusión". *El Confidencial*.
- Toledo, Daniel. 30/09/2014. "Cumbre de Vocento en busca de consensos para empujar en la fusión con 'El Mundo'". *El Confidencial*. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2014-09-30/cumbre-de-vocento-en-busca-de-consensos-en-plena-negociacion-con-unidad-editorial_219331
- Toledo, Daniel. 22/10/2014. "Unedisa, en el siglo XXI: gana 100 millones antes de Recoletos, pierde 900 después". *El Confidencial*. Acceso 07/08/2015. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2014-10-22/unedisa-en-el-siglo-xxi-gana-100-millones-antes-de-recoletos_401579/.
- Toledo, Daniel. 29/12/2011. "Unidad Editorial quiere prorrogar los recortes salariales para evitar nuevos despidos". *El Confidencial*. Acceso 07/08/2015. http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2011-12-29/unidad-editorial-quiere-prorrogar-los-recortes-salariales-para-evitar-nuevos-despidos_397162/.
- Tönnies, Ferdinand. 1922. *Kritik der öffentlichen meinung*. Berlin: Springer Berlin Heidelberg.
- Torrent i Fàbregas, Joan, y Rafael Tasis. 1966. *Història de la premsa catalana*. Barcelona: Bruguera
- Tuchman, Gaye. 1973. "Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected." *American Journal of Sociology*. 79 (1):110-131.
- Tuchman, Gaye. 1978. *Making news: a study in the construction of reality*. New York: The Free Press.
- Tuchman, Gaye. 1980. "La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas". *CIC*, 4: 199-217. 1999.
- Tuchman, Gaye. 2002. "The Production of News." En *A Handbook of Media and Communication Research*, editado por Klaus Jensen, 79-90. London and New York: Routledge.
- Tversky, Amos, y Daniel Kahneman. 1973. "Availability: A heuristic for judging frequency and probability". *Cognitive Psychology*, 5 (2): 207-232. [http://dtserver2.compsy.uni-jena.de/_C1257641005FF6B0.nsf/0/1538BC6A54743092C125764700444391/\\$FILE/TVERSKY+Availability+A+heuristic+for+judging+frequency+and+probability.pdf](http://dtserver2.compsy.uni-jena.de/_C1257641005FF6B0.nsf/0/1538BC6A54743092C125764700444391/$FILE/TVERSKY+Availability+A+heuristic+for+judging+frequency+and+probability.pdf)
- Tversky, Amos, y Daniel Kahneman. 1990. "Rational Choice and the Framing of Decisions". En Karen Schweers Cook y Margaret Levi, eds. *The Limits of Rationality*, 60-89. Chicago, IL: University of Chicago Press.

- UE, Unión Europea. 1999. *Proceso de Bolonia: creación del Espacio Europeo de Enseñanza Superior*. EUR-Lex. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=URISERV:c11088>
- UE, Unión Europea. 2009. *Educación y Formación 2020 (ET 2020)*. EUR-Lex. <http://eur-wodaklex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:ef0016>
- UE, Unión Europea. 2010. *Europa 2020: la estrategia de la Unión Europea para el crecimiento y la ocupación*. EUR-Lex. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=uriserv:em0028>
- Ulmer, Jasmine B. 2014. "Re-framing teacher evaluation discourse in the media: an analysis and narrative-based proposal". *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*:1-13. doi: [10.1080/01596306.2014.921756](https://doi.org/10.1080/01596306.2014.921756).
- Ungerleider, Charles. 2006. "Government, Neo - liberal Media, and Education in Canada". *Canadian Journal of Education* 29 (1):70-90.
- ULPGC, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. 2014-2015. Estadísticas de la ULPGC en la Prensa. Online: Gabinete de Comunicación ULPGC. http://www2.ulpgc.es/index.php?pagina=estadisticasprensa&ver=curso_academico&codigo_indicador=2&codigo_curso=27&codigo_mes=12
- Valbuena de la Fuente, Felicísimo. 1997. *Teoría General de la Información*. Madrid: Noesis.
- van Dijk, Teun A. 1977. *Texto y contexto: semántica y pragmática del discurso*. Cátedra. Lingüística. Madrid: Cátedra. 1992.
- van Dijk, Teun A. 1978a. *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós. 1992.
- van Dijk, Teun A. 1978b. *Las estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo XXI. 1996.
- van Dijk, Teun A. 1980. *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós, 1990.
- van Dijk, Teun A. 1983a. "Discourse Analysis: Its Development and Application to the Structure of News". *Journal of Communication* 33 (2):20-43.
- van Dijk, Teun A. 1983b. "Estructuras textuales de las noticias de prensa". *Anàlisi. Quaderns de comunicació i Cultura*, (7/8): 77-105.
- van Dijk, Teun A. 1985. "Introduction: Discourse Analysis in (Mass) Communication Research". En Teun A. Van Dijk, ed. *Discourse and Communication*, 69-93. Berlin: De Gruyter.
- van Dijk, Teun A. 1985. *Structures of News in the Press*. Editado por Teun A. van Dijk, *Discourse and Communication*. Berlin: De Gruyter.
- van Dijk, Teun A. 1986. "News schemata". In *Studying Writing. Linguistic approaches*, editado por Sidney Greenbaum y Charles R. Cooper, 155-186. Beverly Hills, CA.: Sage Publications.
- van Dijk, Teun A. 1987. "Social cognition, social power and social discourse". *Text*, 8: 129-157.
- van Dijk, Teun A. 1991. "The interdisciplinary study of news as discourse". En Klaus Bruhn-Jensen y N. Jankowski eds., *Handbook of Qualitative Methods in Mass Communication Research*, 108-120. London: Routledge.
- van Dijk, Teun A. 1993. "El poder i els mitjans de comunicació". *Periodística* (6):11-38.
- van Dijk, Teun A. 1995a. "The mass media today. Discourses of domination or diversity?" *Javnost/The Public* 2 (2):27-45.
- van Dijk, Teun A. 1995b. "Opiniones e ideologías en la prensa". *Voces y Culturas* 10 (2):9-50. 1996.

- van Dijk, Teun A. 1997. "What is Political Discourse Analysis?" En Jan Blommaert y Chris Bulcaen, eds. *Political linguistics*, 11-52. Amsterdam: Benjamins.
- van Dijk, Teun A. 1998. *Ideology. A multidisciplinary approach*. London: Sage.
- van Dijk, Teun A. 2001. "Discourse, ideology and context". *Folia Linguistica* XXXV (1-2):11-40.
- van Dijk, Teun A. 2002a. "El conocimiento y las noticias". *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació* 1:249-270.
- van Dijk, Teun A. 2002b. "Political discourse and political cognition". En Paul A. Chilton y Christina Schäffner, eds. *Politics as Text and Talk. Analytical approaches to political discourse*, 204-236. Amsterdam: Benjamins.
- van Dijk, Teun A. 2005a. "Discourse and manipulation". *Discourse and Society* 17 (2): 359-383. 2006.
- van Dijk, Teun A. 2005b. "Nuevo racismo y noticias. Un enfoque discursivo". En Mary Nash, Rosa Tello y Núria Benach, eds. *Inmigración, género, y espacios urbanos. Los retos de la diversidad*, 33-55. Barcelona: Bellaterra.
- van Dijk, Teun A. 2005c. "Política, ideología y discurso". *Quórum Académico* 2 (2):15-47. Traducido por: Irene Méndez.
- van Dijk, Teun A. 2007. "El racismo y la prensa en España". En Antonio Bañón Hernández, ed. *Discurso periodístico y procesos migratorios*, 27-80. Donostia: Gakoa Liburuak.
- van Dijk, Teun A. 2008. *Discurso y poder: contribuciones a los estudios críticos del discurso*. Barcelona: Gedisa. 2009
- van Dijk, Teun A. 2010. "Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso". *Revista de Investigación Lingüística* (13):167-215.
- Vicente Mariño, Miguel, y Pablo López Ramadán. 2009. "Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España". *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* 14 (26): 13-34.
- Vidal Beneyto, José. 05/07/2004. "'Le Monde' y los diarios de referencia". *El País*. http://elpais.com/diario/2004/07/05/sociedad/1088978406_850215.html.
- Vidal Beneyto, José, y Gerard Imbert. 1986. *El País y la referencia dominante*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Vliegthart, Rens, y Liesbet van Zoonen. 2011. "Power to the frame: Bringing sociology back to frame analysis". *European Journal of Communication* 26 (2):101-115.
- VOCENTO. 2010. Memoria anual. 2010. <http://www.vocento.com/pdf/vocento-memoria-2010/sources/projet/memoria-vocento-2011.pdf>
- VOCENTO. 2011. Informe anual 2011. <http://www.vocento.com/pdf/vocento-memoria-2011/memoria-vocento-2011.pdf>
- VOCENTO. 2012. Informe anual 2012. <http://www.vocento.com/pdf/vocento-memoria-2012/es/pages/vocento.pdf>
- VOCENTO. 2013. Memoria anual 2013. http://www.vocento.com/pdf/vocento-memoria-2013/img/pdf/memoria_es.pdf
- Voloshinov, Valentin N. 1976. *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*. Buenos Aires: Nueva Visión.

- Voltes Bou, Pedro. 1988. *Análisis empresarial y contable del auge del diario "La Vanguardia" en el período comprendido entre 1881 y 1939*. Barcelona: EADA.
- Wallace, Mike. 1993. "Discourse of derision: the role of the mass media within the education policy process". *Journal of Education Policy* 8 (4):321-337.
- Wallace, Mike. 1994. "Contribution of the Mass Media to the Education Policy Process". *American Educational Association Annual Meeting, 1994*.
- Walworth, Arthur. 1938. *School Histories at War: A Study of The Treatment of Our Wars in the Secondary School History Books of the United States and in Those of Its Former Enemies*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Waples, Douglas, Bernard Berelson, y Franklyn. R. Bradshaw. 1940. *What Reading Does to People. A Summary of Evidence on the Social Effects of Reading and a Statement of Problems for Research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Warburton, Terry, y Murray Saunders. 1996. "Representing teachers' professional culture through cartoons". *British Journal of Educational Studies* 44 (3):307-325. doi: [10.1080/00071005.1996.9974077](https://doi.org/10.1080/00071005.1996.9974077).
- Warmington, Paul, y Roger Murphy. 2003. "News media depiction of A-level results in 2002". *British Educational Research Association Conference. , Edinburgh, 11-13 September*.
- Warmington, Paul, y Roger Murphy. 2004. "Could do better? Media depictions of UK educational assessment results". *Journal of Education Policy* 19 (3): 285-299.
- Warmington, Paul, Roger Murphy, y Colin McCaig. 2005. "Real and imagined crises: the construction of political and media panics over education". *Research Intelligence*: 90, 12-14.
- Warner, Malcolm. 1971. "Organizational Context and Control of Policy in the Television Newsroom: a Participant Observation Study". *British Journal of Sociology*. 22 (3): 283-294.
- White, David M. 1950. "The "Gate Keeper": A Case Study In the Selection of News". *Journalism Quarterly* (27): 383-390.
- Wimmer, Roger D., y Joseph R. Dominick. 1991. *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Traducido por José Luis Dader. Barcelona: Bosch. 1996.
- Wodak, Ruth. 2001. "The discourse-historical approach". En Ruth Wodak, y Michael Meyer, eds. *Methods in Critical Discourse Analysis*, 63-94. Londres: Sage.
- Wodak, Ruth. 2007. "Editorial: Language and Ideology". *Journal of Language and Politics* 6 (1): 1-5.
- Wodak, Ruth, y Michael Meyer, eds. 2001. *Methods for Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publishers.
- Wodak, Ruth, y Paul A. Chilton, eds. 2005. *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis*. Amsterdam: John Benjamin.
- Wolf, Mauro. 1985. *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós, 1991.
- Wolf, Mauro, y Marjorie Fiske. 1949. "Why They Read Comics". En Paul F. Lazarsfeld, y Frank M. Stanton, eds. *Communication Research, 1948-49*: 3-50. New York: Harper and Brothers.
- Woodward, J.L. (1934). "Quantitative newspaper analysis as a technique of opinion research". *Social Forces*, 12 (4): 526-537.

Zarzalejos, José Antonio. 02/05/2010. "La defenestración del director de Abc". El País.
http://elpais.com/diario/2010/05/02/domingo/1272772364_850215.html.