

Narrativas universitarias sobre cultura e identidad latinoamericana: análisis crítico del discurso en medios educativos

University Narratives on Latin American Culture and Identity: Critical Discourse Analysis in Educational Media

Yurima Valdivieso Gutiérrez

Universidad Bernardo O'Higgins, Santiago (UBO). Santiago, Chile

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-8109-5455>

Correo electrónico: yurimavg@gmail.com

Alexis Matheu Pérez

Universidad Bernardo O'Higgins (UBO), Santiago, Chile

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7859-9030>

Correo electrónico: alexis.matheu@ubo.cl

Lázaro Yunier Dunán Mesa

Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas, La Habana, Cuba

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0134-1811>

Correo electrónico: lydm87@gmail.com

RESUMEN

Introducción: La educación superior y los medios educativos juegan un papel central en la construcción de la cultura y la identidad universitaria en América Latina, influyendo en la percepción de la diversidad, la inclusión social y la preservación de tradiciones locales. Este estudio analiza cómo las universidades latinoamericanas comunican su cultura e identidad mediante sus medios educativos, ofreciendo elementos relevantes para investigadores, docentes y gestores de la comunicación intercultural, así como para el diseño de políticas educativas inclusivas.

Métodos: Se realizó un estudio cualitativo documental mediante la revisión sistemática de sitios web institucionales, boletines y comunicados oficiales de 30 universidades latinoamericanas, totalizando 120 documentos. Se aplicó el análisis crítico del discurso para identificar patrones de representación, estrategias narrativas y construcciones de sentido, así como posibles estereotipos culturales.

Resultados: Los resultados muestran patrones recurrentes relacionados con diversidad cultural, identidad institucional, representación de tradiciones locales y promoción de la imagen universitaria. Aproximadamente el 75 % de los textos enfatiza valores institucionales y estrategias de visibilidad.

Conclusiones: Se concluye que los medios educativos universitarios actúan como agentes de construcción cultural y mediadores de identidad, visibilizando la diversidad y reforzando la identidad institucional en la región. Se recomienda fortalecer la comunicación inclusiva y culturalmente sensible para apoyar políticas educativas interculturales, fomentar la ciudadanía

crítica y promover la equidad en la educación superior. Los hallazgos amplían la comprensión de cómo las universidades latinoamericanas construyen y comunican sus identidades culturales desde un enfoque humanístico multidimensional.

PALABRAS CLAVE: medios educativos; diversidad cultural; universidades latinoamericanas; identidad institucional; análisis crítico del discurso

ABSTRACT

Introduction: Higher education and educational media play a central role in the construction of university culture and identity in Latin America, influencing perceptions of diversity, social inclusion, and the preservation of local traditions. This study analyzes how Latin American universities communicate their culture and identity through their educational media, providing relevant insights for researchers, teachers, and intercultural communication managers, as well as for the design of inclusive educational policies.

Methods: A qualitative documentary study was conducted through the systematic review of institutional websites, newsletters, and official communications from 30 Latin American universities, totaling 120 documents. Critical discourse analysis was applied to identify patterns of representation, narrative strategies, and meaning constructions, as well as possible cultural stereotypes.

Results: The results reveal recurring patterns related to cultural diversity, institutional identity, representation of local traditions, and the promotion of the university image. Approximately 75 % of the texts emphasize institutional values and visibility strategies.

Conclusions: It is concluded that university educational media act as agents of cultural construction and mediators of identity, making diversity visible and reinforcing institutional identity in the region. Strengthening inclusive and culturally sensitive communication is recommended in order to support intercultural educational policies, foster critical citizenship, and promote equity in higher education. The findings broaden the understanding of how Latin American universities construct and communicate their cultural identities from a multidimensional humanistic perspective.

KEYWORDS: Educational Media; Cultural Diversity; Latin American Universities; Institutional Identity; Critical Discourse Analysis

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Concepción y/o diseño de investigación:

Yurima Valdivieso Gutiérrez (40 %)
Alexis Matheu Pérez (30 %)
Lázaro Yunier Dunán Mesa (30 %)

Análisis e interpretación de datos:

Yurima Valdivieso Gutiérrez (50 %)
Alexis Matheu Pérez (30 %)
Lázaro Yunier Dunán Mesa (20 %)

Adquisición de datos:

Yurima Valdivieso Gutiérrez (50 %)
Lázaro Yunier Dunán Mesa (50 %)

Escritura y/o revisión del artículo:

Yurima Valdivieso Gutiérrez (40 %)
Alexis Matheu Pérez (40 %)
Lázaro Yunier Dunán Mesa (20 %)

INTRODUCCIÓN

La cultura y la identidad institucional constituyen elementos estratégicos en la consolidación de la imagen pública de las universidades latinoamericanas. En un contexto marcado por la globalización y la internacionalización de la educación superior, la comunicación de estos valores a través de medios educativos digitales se ha convertido en una práctica imprescindible para fortalecer la legitimidad, la pertenencia y el posicionamiento de las instituciones en entornos altamente competitivos (Martínez & Ramírez, 2020; Pérez-Latre & Sánchez-Tabernero, 2022). Este estudio se inscribe en la tradición de las humanidades al contribuir a la reflexión crítica sobre cómo se construyen y transmiten narrativas culturales e identitarias en el ámbito universitario latinoamericano.

A lo largo de las últimas décadas, la universidad latinoamericana ha sido escenario de profundas transformaciones derivadas de los procesos de globalización, mercantilización del conocimiento y expansión de las tecnologías digitales. Estos cambios han reconfigurado los modos de enseñar, investigar y comunicar, situando la cultura institucional como un componente estratégico de la gobernanza universitaria. Desde una perspectiva humanística, esta transformación plantea interrogantes sobre la autenticidad de las identidades institucionales, pues el lenguaje de la excelencia y la competitividad global tiende a desplazar la misión social y cultural que históricamente caracterizó a las universidades públicas latinoamericanas. La comunicación educativa, en este sentido, se convierte en un terreno donde se negocian los significados del conocimiento, la ciudadanía y la inclusión.

La identidad universitaria no se limita a un conjunto de símbolos o narrativas institucionales, sino que se expresa en prácticas comunicativas que reflejan valores, tradiciones y compromisos sociales. Investigaciones recientes destacan que los medios digitales de carácter educativo —plataformas virtuales, repositorios, redes sociales académicas y canales institucionales— son esenciales para difundir esa identidad y consolidar una cultura universitaria participativa (García-González, 2021; Vásquez & Torres, 2023). Asimismo, estos medios contribuyen al fortalecimiento de la visibilidad institucional en rankings internacionales y en indicadores de calidad, factores que hoy influyen directamente en la competitividad de las universidades de la región (Gómez-Marcos, Ruiz, Ruff & Matheu, 2023). No obstante, esta lógica de posicionamiento convive en tensión con la necesidad de proyectar narrativas inclusivas y culturalmente diversas.

En América Latina, donde coexisten múltiples realidades socioculturales, la comunicación de la cultura universitaria debe atender no solo a objetivos de visibilidad, sino también a procesos de inclusión y diversidad. Estudios sobre educación superior han evidenciado que los discursos institucionales, cuando son coherentes y participativos, promueven una formación ciudadana crítica y el reconocimiento de la diversidad cultural (López & Restrepo, 2021; Gómez-Morales, 2022). En este sentido, los medios educativos en línea no solo fortalecen la integración de comunidades universitarias diversas, sino que también

fomentan la cohesión social mediante la construcción de narrativas interculturales horizontales.

Por otra parte, investigaciones recientes en el contexto chileno y latinoamericano han mostrado que la gestión universitaria vinculada a la cultura institucional y la comunicación tiene un impacto directo en la percepción de calidad y legitimidad social de las universidades (Ruff, Ruiz & Benites, 2023; Elena, Alberto, Ruff & Matheu, 2023). La formación continua, la innovación en los procesos académicos y el vínculo con el medio se configuran como factores clave para articular un relato institucional que trascienda lo académico y proyecte una identidad con sentido social (Escobar, Ruiz, Matheu & Martínez, 2021). Estos hallazgos refuerzan la necesidad de analizar cómo los discursos universitarios se constituyen en instrumentos estratégicos de comunicación cultural, capaces de consolidar confianza y pertenencia en sus comunidades.

No obstante, persiste una tensión entre las prácticas comunicativas orientadas a la proyección internacional y aquellas que buscan reflejar de manera auténtica la diversidad cultural de las comunidades académicas. Numerosos discursos institucionales tienden a priorizar la imagen y el posicionamiento competitivo en detrimento de narrativas inclusivas, lo que limita su capacidad para representar la pluralidad de identidades presentes en los campus universitarios latinoamericanos (Ruff, Ruiz & Benites, 2023). Esta situación plantea un problema científico central: ¿cómo logran las universidades equilibrar la necesidad de legitimidad y visibilidad global con la responsabilidad de comunicar valores de inclusión y diversidad cultural en sus medios educativos?

La revisión de la literatura muestra que la cultura universitaria es un eje central para comprender los procesos de movilidad académica y la internacionalización de la educación superior, pues las narrativas institucionales moldean tanto la imagen proyectada como la experiencia de estudiantes y académicos (Escobar, Toledo & Pérez, 2020). Desde esta perspectiva, los medios educativos no deben entenderse únicamente como canales de información, sino como espacios de construcción simbólica donde se negocian identidades y se legitiman prácticas institucionales.

En este marco, resulta relevante analizar las estrategias con las que las universidades latinoamericanas articulan sus medios educativos para transmitir mensajes alineados con su misión, visión y valores, al mismo tiempo que responden a las demandas de un público cada vez más conectado y exigente en términos de transparencia y coherencia institucional (Mendoza, 2020; Cano & Rodríguez, 2024). De este modo, la investigación se orienta a comprender la dimensión cultural y humanística de la comunicación universitaria, aportando al debate académico sobre educación, cultura e identidad en América Latina.

En la actualidad, la comunicación universitaria se desarrolla en un escenario donde confluyen dos fuerzas aparentemente opuestas: la digitalización acelerada del conocimiento y la necesidad de avanzar hacia su descolonización. Las plataformas digitales, los campus virtuales y las redes académicas internacionales abren oportunidades inéditas para la cooperación y la visibilidad, pero también pueden reproducir

desigualdades epistémicas y jerarquías lingüísticas que marginan saberes locales y comunitarios. Desde la perspectiva de la descolonización del conocimiento, resulta imprescindible repensar cómo las universidades latinoamericanas comunican sus identidades en entornos digitales, evitando la homogenización cultural y promoviendo una circulación equitativa de discursos y prácticas académicas.

Este análisis no solo busca describir prácticas comunicativas, sino también comprender su papel en la configuración de imaginarios colectivos sobre la universidad latinoamericana. En una época en la que la visibilidad digital parece definir el prestigio institucional, resulta fundamental reflexionar sobre cómo las narrativas culturales universitarias pueden contribuir a la equidad simbólica y al fortalecimiento del sentido de pertenencia en comunidades diversas. En esa línea, este estudio pretende aportar evidencias y reflexiones que orienten políticas de comunicación universitaria más inclusivas, coherentes y culturalmente sensibles, fortaleciendo así el diálogo entre comunicación, educación e identidad en el espacio latinoamericano contemporáneo.

El objetivo de este artículo es analizar cómo las universidades latinoamericanas comunican su cultura e identidad a través de sus medios educativos, ofreciendo información relevante para investigadores, docentes y gestores interesados en políticas de comunicación intercultural.

METODOLOGÍA

Tipo de estudio, período y lugar

Se desarrolló una investigación cualitativa de diseño documental y exploratorio, orientada al análisis crítico del discurso (ACD) aplicado a medios educativos institucionales. El estudio se llevó a cabo entre enero y marzo de 2024 y abarcó universidades de América Latina, con representación del Cono Sur, la región andina, Centroamérica y el Caribe.

El uso del ACD resultó pertinente, en tanto permitió develar cómo las narrativas institucionales expresaron relaciones de poder, procesos de legitimación y sentidos culturales asociados a la identidad universitaria. Desde una perspectiva humanística, esta metodología posibilitó comprender no solo el contenido literal de los textos, sino también las ideologías y valores que los sustentaron, situando la comunicación universitaria como una práctica cultural y social en sí misma.

El ACD se empleó como enfoque hermenéutico y crítico, lo que permitió trascender la descripción literal de los textos y examinar los discursos institucionales como prácticas sociales situadas en contextos históricos y organizacionales específicos. Esta aproximación metodológica facilitó la interpretación de los relatos comunicacionales en tanto expresiones de poder, pertenencia y legitimidad, así como la identificación de los valores culturales que las universidades promovieron a través de sus medios educativos.

El análisis se orientó a comprender cómo los discursos sobre cultura e identidad universitaria funcionaron como mediaciones simbólicas entre las políticas institucionales y las experiencias de las comunidades académicas. Desde esta perspectiva, el enfoque permitió reconocer tensiones entre modelos de comunicación orientados al posicionamiento global y aquellos centrados en la inclusión y la diversidad cultural, aportando una comprensión más profunda y contextualizada del fenómeno comunicacional universitario en la región.

Este enfoque resultó particularmente adecuado para el estudio de medios educativos, dado que permitió analizar las formas en que el lenguaje institucional construyó significados sobre cultura, identidad y pertenencia, visibilizando tanto las estrategias discursivas como los silencios o exclusiones presentes en los textos, y aportando así una mirada interpretativa sobre la coherencia entre el discurso y las prácticas institucionales.

Universo y muestra

El universo del estudio estuvo conformado por universidades latinoamericanas con presencia institucional en medios digitales de carácter educativo, incluyendo sitios web, boletines institucionales, plataformas virtuales y redes académicas.

Se seleccionaron 30 universidades con el objetivo de garantizar una representación equilibrada entre instituciones públicas y privadas, consolidadas y emergentes, así como entre países con distintos niveles de desarrollo educativo. Esta diversidad favoreció la identificación de patrones comunes y particularidades discursivas propias de cada subregión, permitiendo comparar cómo los discursos institucionales varían en función de los contextos nacionales, las políticas de internacionalización y las trayectorias históricas de cada universidad, aportando así una mirada integral del panorama comunicacional latinoamericano.

Criterios de inclusión

- disponibilidad de medios educativos institucionales de acceso abierto;
- publicaciones emitidas entre 2020 y 2023, período de consolidación del uso intensivo de plataformas digitales tras la pandemia de COVID-19;
- representación de al menos cuatro subregiones latinoamericanas (Cono Sur, región andina, Centroamérica y Caribe).

Criterios de exclusión

- documentos administrativos internos sin fines educativos;
- publicaciones de carácter exclusivamente promocional o publicitario.

La muestra final estuvo compuesta por 120 documentos institucionales, entre sitios web oficiales, boletines electrónicos y comunicados institucionales. La delimitación de este corpus permitió equilibrar la amplitud regional con la profundidad analítica, asegurando

la representación de distintos modelos de comunicación universitaria. Las universidades seleccionadas diferían no solo en tamaño y ubicación geográfica, sino también en la manera de concebir la función educativa de sus medios: mientras algunas privilegiaron la difusión de logros académicos y científicos, otras resaltaron la participación estudiantil, la interculturalidad o la sostenibilidad como ejes discursivos. Esta diversidad posibilitó observar cómo los discursos institucionales configuran narrativas diferenciadas de identidad universitaria según sus contextos culturales y estratégicos.

Asimismo, la elección de un corpus de 120 documentos respondió al principio de saturación teórica, ya que permitió identificar recurrencias y variaciones significativas en torno a las nociones de cultura, inclusión y pertenencia. Este enfoque cualitativo, basado en la selección intencional, se orientó a la comprensión profunda de los discursos más que a su generalización estadística, lo que refuerza la pertinencia del método para estudios de comunicación institucional y análisis del discurso.

Variables y categorías de análisis

Las categorías se establecieron a partir de un proceso sistemático de revisión y comparación de los documentos institucionales, considerando su pertinencia para el estudio de la comunicación universitaria desde una perspectiva cultural y humanística. Su selección respondió al objetivo de analizar cómo las universidades proyectaron su identidad, gestionaron la diversidad y construyeron legitimidad a través de los discursos emitidos en medios educativos digitales.

Cada categoría se concibió de manera interrelacionada, entendiendo la cultura universitaria como un sistema simbólico complejo en el que la identidad institucional se configuró mediante la interacción entre valores, prácticas comunicativas y estrategias de posicionamiento. En este marco, la inclusión y la diversidad se asumieron no como dimensiones accesorias, sino como componentes constitutivos de la visibilidad y de la cohesión social promovida por las instituciones. Esta interrelación permitió observar cómo la promoción de la cultura institucional y la atención a la diversidad estaban articuladas estratégicamente en los discursos, reflejando prioridades y tensiones propias de cada contexto universitario.

El proceso de análisis permitió identificar que los límites entre las categorías fueron flexibles, posibilitando zonas de convergencia entre los discursos de identidad, legitimidad y diversidad cultural. Esta interdependencia favoreció una interpretación integral del fenómeno comunicacional universitario, permitiendo comprender cómo los mensajes institucionales configuraron narrativas coherentes y simultáneamente complejas sobre cultura, pertenencia y proyección externa.

Se definieron como categorías principales:

1. *Cultura universitaria*: tradiciones, símbolos y valores que reflejaron la historia, los principios y los compromisos éticos de la institución.

2. *Identidad institucional*: misión, visión y narrativa identitaria, que permitieron observar cómo las universidades definieron y comunicaron su singularidad y propósito institucional.
3. *Inclusión y diversidad cultural*: representación de grupos diversos y estrategias discursivas orientadas a visibilizar la pluralidad de la comunidad universitaria.
4. *Visibilidad y legitimidad institucional*: discursos de posicionamiento, referencias a rankings y prestigio académico, que reflejaron la proyección externa y la consolidación del reconocimiento social.

Cada categoría se operacionalizó mediante indicadores discursivos y narrativos, identificados a través de codificación abierta y categorización temática. Este procedimiento permitió capturar tanto elementos explícitos como implícitos en los textos, considerando metáforas, repeticiones, énfasis y silencios, y asegurando que el análisis reflejara la complejidad de los discursos institucionales sobre cultura, identidad y diversidad.

Recolección y análisis de datos

La codificación se realizó de manera manual, apoyándose en matrices analíticas diseñadas en Excel, donde se registraron las unidades discursivas más representativas de cada categoría. Este procedimiento permitió identificar patrones semánticos, metáforas recurrentes, estrategias de enunciación y elementos de repetición que se destacaron en los textos institucionales. Posteriormente, se aplicó el ACD de forma interpretativa, considerando dos niveles complementarios:

1. *Nivel textual*: se centró en la elección léxica, el tono comunicativo, las estructuras gramaticales y las estrategias retóricas utilizadas para construir significado.
2. *Nivel contextual*: se vinculó la producción discursiva con marcos ideológicos y estratégicos más amplios, incluyendo políticas de internacionalización, inclusión, diversidad cultural y gestión de la cultura institucional.

La integración de ambos niveles permitió una lectura crítica del material, evidenciando cómo las universidades configuraron sentido y legitimidad mediante el lenguaje, y cómo sus discursos reflejaron tanto prioridades institucionales como tensiones entre visibilidad externa y representación de la diversidad interna.

Rigor metodológico

Para garantizar la validez y confiabilidad del estudio se implementaron múltiples estrategias. En primer lugar, se realizaron revisiones por pares entre investigadores especializados en comunicación universitaria, asegurando la coherencia y consistencia del proceso analítico. En segundo lugar, se aplicó la triangulación de fuentes mediante el contraste de información proveniente de sitios web, boletines electrónicos y redes educativas institucionales. Por último, los registros primarios se conservaron en una base

de datos privada, con la posibilidad de depositarlos posteriormente en un repositorio institucional de acceso abierto.

Además de estas estrategias, se incorporaron principios de transparencia metodológica mediante la documentación detallada de cada fase del análisis, desde la codificación inicial hasta la interpretación final. Este procedimiento garantizó la trazabilidad de los datos y facilitó la replicabilidad del estudio, permitiendo que futuras investigaciones puedan comparar resultados y validar hallazgos en contextos similares. La verificación cruzada de códigos entre los investigadores fortaleció la fiabilidad de las conclusiones, asegurando que las interpretaciones reflejaran de manera precisa los discursos y las prácticas comunicativas observadas.

El procedimiento aplicado permitió no solo reconocer patrones recurrentes, sino también identificar diferencias significativas en la manera en que las universidades comunicaron su cultura e identidad. Esto facilitó contrastar prácticas discursivas entre instituciones consolidadas y emergentes, públicas y privadas, así como entre distintas subregiones latinoamericanas, aportando una visión más completa y contextualizada del fenómeno estudiado.

Consideraciones éticas

El estudio utilizó únicamente fuentes de acceso público, sin involucrar sujetos humanos, por lo que no requirió consentimiento informado ni revisión por comité de ética. Se garantizó la citación responsable de todas las fuentes, respetando las normas de integridad académica y de acceso abierto. Además, se asumió un compromiso ético con la interpretación responsable de los discursos institucionales, evitando juicios normativos y privilegiando el respeto por la diversidad cultural y simbólica de las comunidades académicas analizadas.

Asimismo, se adoptaron medidas para preservar la confidencialidad de la información sensible contenida en los documentos, evitando la divulgación de datos que pudieran asociarse directamente a individuos o grupos específicos dentro de las universidades. La sistematización y codificación de los textos se realizó de manera que los hallazgos reflejaran patrones generales y tendencias institucionales, sin estigmatizar ni descontextualizar las prácticas observadas. Esta aproximación garantizó que los resultados del estudio fueran interpretados con rigor, responsabilidad y consideración por la pluralidad de voces presentes en los medios educativos analizados.

RESULTADOS

Se analizaron 30 universidades latinoamericanas, lo que permitió examinar un total de 120 documentos institucionales, distribuidos en sitios web (50), boletines (40) y redes académicas (30). La Tabla 1 presenta la distribución detallada de estos documentos, evidenciando que los sitios web constituyeron la fuente más frecuente, lo que refleja la

prioridad de las universidades en proyectar su identidad institucional en plataformas digitales de alto alcance, dada su permanencia, accesibilidad y capacidad de llegar a públicos diversos. En contraste, los boletines y redes académicas, aunque menos numerosos, permiten una comunicación más segmentada y directa con comunidades académicas específicas, evidenciando distintas estrategias de visibilidad institucional según el canal utilizado.

Tabla 1. Distribución de los documentos analizados por tipo (n=120)

TIPO DE DOCUMENTO	N	% DEL TOTAL DE DOCUMENTOS
Sitios web	50	42
Boletines	40	33
Redes académicas	30	25

Fuente: Elaboración propia

Los hallazgos evidenciaron patrones discursivos recurrentes que reflejaron cómo las universidades articulan su identidad institucional y su proyección internacional. En la mayoría de los documentos (75 %) se destacaron la misión, la visión y los valores institucionales como ejes de legitimidad, indicando que la comunicación universitaria priorizó la consolidación del prestigio institucional sobre la visibilidad de prácticas inclusivas concretas. Numerosos textos enfatizaban logros académicos, acreditaciones internacionales y rankings globales como indicadores de excelencia, reforzando la narrativa de legitimidad y posicionamiento competitivo.

La preeminencia de los sitios web sugiere que las universidades busquen establecer una presencia permanente y fácilmente accesible, dirigida a un público amplio que incluye estudiantes, académicos, socios internacionales y evaluadores externos. Este canal permite articular mensajes de identidad y legitimidad de manera sistemática, contrastando con los boletines y redes académicas, que suelen focalizar la comunicación hacia comunidades específicas y con un lenguaje más cercano o participativo. La frecuencia distinta de documentos según el medio sugiere que las universidades aplican estrategias específicas: los sitios web priorizan la visibilidad ante un público amplio, y los boletines y redes académicas se centran en fortalecer la integración interna.

Se observó también que las universidades consolidadas y de mayor tamaño tendieron a producir más documentos en sitios web, mientras que las instituciones emergentes o de menor escala privilegiaron boletines y redes académicas, lo que sugiere una adaptación de la estrategia comunicativa a sus recursos y alcance institucional. Este patrón inicial de distribución permitió contextualizar el análisis de los discursos, evidenciando en qué medios se concentran los esfuerzos por comunicar cultura, identidad y visibilidad, y sirviendo de base para examinar la inclusión y la diversidad cultural en los documentos institucionales.

El 60 % de los documentos incluyó referencias explícitas a la diversidad cultural y la inclusión, pero solo el 35 % mostró articulación con acciones verificables hacia comunidades culturalmente diversas, como programas de becas para estudiantes de

poblaciones indígenas, talleres de intercambio cultural o proyectos de vinculación con escuelas locales. Esta diferencia sugiere que la inclusión en los discursos se presentó más como una estrategia simbólica que como un reflejo de políticas efectivas, evidenciando una tensión entre legitimidad simbólica y acción práctica (Tabla 2).

Tabla 2. Presencia de categorías discursivas en los documentos analizados (n=120)

CATEGORÍA	N	% DEL TOTAL DE DOCUMENTOS (N=120)
Cultura universitaria	85	71
Identidad institucional	90	75
Inclusión y diversidad cultural	72	60
Visibilidad y legitimidad	84	70

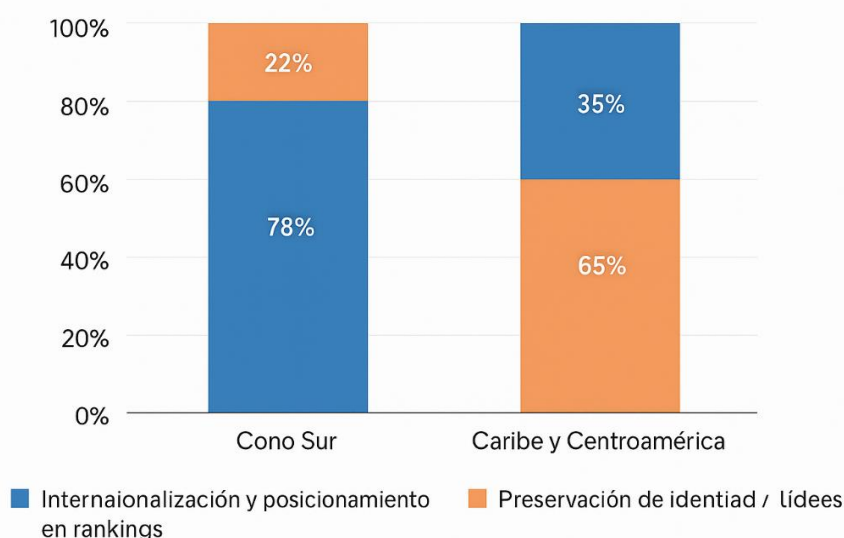
Fuente: Elaboración propia

Nota: Las categorías no fueron excluyentes; un mismo documento pudo aparecer en más de una categoría, por lo que la suma de n superó el número total de documentos analizados.

Al desglosar los resultados por región, se observó que las universidades del Cono Sur enfatizaron la internacionalización y el posicionamiento en rankings en un 78 % de los textos, mientras que las instituciones del Caribe y Centroamérica priorizaron narrativas centradas en la identidad local y la preservación de tradiciones (65 %). Esta diferenciación subregional evidencia que la proyección internacional y la representación de la diversidad cultural son estrategias discursivas en tensión, probablemente condicionadas por factores históricos, económicos y sociopolíticos, como la tradición de movilidad académica, la dependencia de financiamiento externo o la presencia de comunidades multiculturales (Figura 1).

Figura. Diferencias subregionales en la comunicación universitaria: internacionalización vs. identidad local

Enfoque de las universidades según subregión



Fuente: Elaboración propia

El análisis de contenido discursivo permitió identificar recursos retóricos utilizados para legitimar la identidad institucional. Entre ellos se incluyen metáforas de integración, como 'universidad como puente cultural', narrativas de liderazgo como 'formación de líderes globales' y expresiones aspiracionales vinculadas a la excelencia académica y la innovación tecnológica. Asimismo, se observaron referencias frecuentes a la sostenibilidad, el compromiso social y la internacionalización como valores centrales de la identidad institucional. Estos hallazgos evidencian la intención de vincular la proyección internacional con valores culturales internos y muestran que la comunicación universitaria funciona como un campo de disputa simbólica, donde se negocian continuamente la visibilidad internacional, la diversidad cultural y la legitimidad institucional.

El hecho de que solo el 35 % de los documentos vincule explícitamente la inclusión con acciones concretas evidencia que la retórica inclusiva no siempre se traduce en iniciativas tangibles. Esto sugiere que las universidades priorizan la construcción de una imagen institucional coherente con los valores de diversidad, más que la implementación efectiva de políticas inclusivas. La mayor atención a la internacionalización en el Cono Sur puede relacionarse con la tradición de movilidad académica y el fuerte énfasis en rankings internacionales, mientras que la prioridad de identidad local en el Caribe y Centroamérica refleja esfuerzos por fortalecer la cohesión cultural y responder a contextos sociales más heterogéneos.

Las metáforas de integración y liderazgo no solo legitiman la institución, sino que también funcionan como instrumentos para proyectar un posicionamiento internacional y reforzar valores culturales internos. En contraste, los recursos discursivos orientados a la inclusión simbólica son menos frecuentes, evidenciando un desequilibrio entre construcción de legitimidad y promoción de diversidad. La Tabla 3 presenta las metáforas más recurrentes, su función discursiva, región de aparición, frecuencia y su interpretación crítica.

Tabla 3. Principales metáforas en la comunicación universitaria y su función discursiva

METÁFORA/EXPRESIÓN	FUNCIÓN DISCURSIVA	REGIÓN/SUBREGIÓN	FRECUENCIA	INTERPRETACIÓN
Universidad como puente cultural	Integración	Centroamérica	Alta	Promueve inclusión simbólica, pero limitada acción práctica
Formación de líderes globales	Prestigio institucional	Cono Sur	Muy alta	Prioriza internacionalización sobre inclusión local

Fuente: Elaboración propia

La metáfora 'universidad como puente cultural' refleja un intento de posicionar a la institución como mediadora entre distintas comunidades culturales, pero la frecuencia limitada de acciones concretas indica que esta inclusión se mantiene principalmente en el plano simbólico. En contraste, 'formación de líderes globales' evidencia que la

construcción de prestigio institucional se prioriza sobre la inclusión efectiva de grupos culturalmente diversos.

Adicionalmente, se identificaron patrones de recursos discursivos asociados a la inclusión simbólica, tales como menciones a 'programas interculturales', 'respeto a la diversidad de pensamiento' y 'participación de comunidades locales en eventos académicos'. Sin embargo, estos recursos fueron menos frecuentes que los relacionados con legitimidad y visibilidad, reforzando la idea de que las universidades aún enfrentan desafíos para articular de manera efectiva la inclusión en sus prácticas comunicativas.

Estos patrones metafóricos se correlacionan con los datos observados en las Tablas 1 y 2, donde identidad y legitimidad institucional aparecen con mayor frecuencia que inclusión y diversidad cultural. Esto evidencia que visibilidad y proyección internacional continúan siendo los ejes centrales de la comunicación universitaria, mientras que la inclusión funciona más como un complemento simbólico que como una estrategia central. El predominio de recursos discursivos orientados a legitimidad e internacionalización frente a la escasa presencia de iniciativas verificables de inclusión sugiere un campo de disputa simbólica: las universidades buscan consolidar su prestigio global mientras que la representación efectiva de la diversidad queda en un segundo plano, lo que abre oportunidades para reflexionar sobre cómo equilibrar ambos objetivos en la práctica comunicativa.

Finalmente, estos resultados proporcionan un panorama integral de cómo las universidades latinoamericanas comunican su identidad y valores, estableciendo las bases para un análisis crítico de las implicancias de la visibilidad institucional y la inclusión simbólica en la sección siguiente.

DISCUSIÓN

Los resultados evidencian que las universidades latinoamericanas utilizan sus medios educativos como instrumentos estratégicos para comunicar su cultura e identidad institucional. La alta frecuencia de referencias a valores institucionales (75 % de los textos) y a la visibilidad internacional (70 %) indica que, si bien las instituciones buscan consolidar prestigio y legitimidad, esta proyección no siempre se acompaña de una articulación efectiva con la inclusión y la diversidad cultural. Desde una perspectiva humanística, términos como posicionamiento o ranking deben interpretarse como manifestaciones de la tensión entre la necesidad de visibilidad institucional y la autenticidad de la expresión cultural, más que como indicadores meramente administrativos o de gestión (Escobar, Ruiz, Matheu & Martínez, 2021; Ruff, Ruiz & Benites, 2023).

Estudios recientes sobre comunicación universitaria enfatizan que la legitimidad institucional en contextos de alta competencia global puede entrar en conflicto con políticas de inclusión auténticas (Cano & Rodríguez, 2024; López & Restrepo, 2021). Asimismo, la comunicación universitaria no solo refleja estrategias de legitimación

externa, sino que constituye un espacio simbólico donde se negocian valores, se construye identidad y se transmiten prácticas culturales, confirmando que los medios educativos funcionan como agentes de socialización y formación de ciudadanía (García-González, 2021; Vásquez & Torres, 2023; Gómez-Morales, 2022).

Subregión Cono Sur: internacionalización y proyección global

En el Cono Sur, las universidades muestran una fuerte orientación hacia la visibilidad internacional. Los documentos revisados incluyen boletines que destacan convenios con universidades europeas y norteamericanas, participación en redes internacionales y programas de movilidad estudiantil. La Universidad de Buenos Aires y la Universidad de Chile sobresalen en estos aspectos; por ejemplo, un comunicado de la Universidad de Chile indica que «nuestros convenios con universidades europeas fortalecen la experiencia internacional de los estudiantes y consolidan el prestigio académico de la institución» (Universidad de Chile, 2023, párrs. 1-2). Investigaciones recientes corroboran que este tipo de comunicación fortalece la percepción de competitividad internacional, aunque puede relegar la inclusión cultural a un segundo plano (Martínez & García, 2022).

Desde el análisis crítico del discurso, se identifican recursos retóricos como metáforas de ‘puente académico’ y expresiones que construyen legitimidad como ‘formación de líderes globales’, articulando la identidad institucional con valores de excelencia y prestigio. Sin embargo, las referencias explícitas a la inclusión cultural son limitadas, evidenciando la tensión entre visibilidad global y diversidad local. Este patrón refleja un modelo de universidad que prioriza la legitimidad internacional sobre la promoción de ciudadanía crítica (Gómez-Marcos, Ruiz, Ruff & Matheu, 2023).

Subregión Caribe: identidad local y preservación cultural

En contraste, las universidades del Caribe privilegian la transmisión de tradiciones y la identidad local. La Universidad de La Habana y la Universidad de Puerto Rico destacan por boletines que visibilizan los festivales culturales y el rescate de lenguas autóctonas, mostrando un compromiso con la preservación de prácticas culturales propias. Un boletín señala que «las jornadas de integración comunitaria permiten visibilizar la diversidad cultural de nuestros estudiantes y fortalecer la identidad local» (Universidad de Puerto Rico, 2023, párr. 2). Estudios sobre comunicación universitaria en contextos multiculturales muestran que estas estrategias fomentan cohesión social y fortalecen la identidad comunitaria (Pérez & Morales, 2022; López & Restrepo, 2021).

Desde la perspectiva del análisis crítico del discurso, se observan estructuras narrativas que privilegian la cohesión interna y la participación comunitaria, utilizando el lenguaje inclusivo y las referencias explícitas a la diversidad. La comparación con el Cono Sur evidencia que, mientras el Caribe prioriza identidad local, la proyección internacional aparece de manera complementaria, reforzando la función humanística de los medios

educativos como agentes de preservación cultural y socialización ciudadana (López & Restrepo, 2021; Gómez-Morales, 2022).

Subregión Centroamérica: diversidad cultural y participación comunitaria

En Centroamérica, las universidades adoptan un enfoque mixto. La Universidad de Costa Rica y la Universidad Nacional Autónoma de Honduras combinan la internacionalización, la inclusión cultural y la participación comunitaria. Por ejemplo, un comunicado de la Universidad de Costa Rica indica que «la integración intercultural en nuestras plataformas digitales permite visibilizar estudiantes de distintos contextos étnicos y promover su participación activa en la vida académica» (Universidad de Costa Rica, 2023, párr. 3).

El análisis crítico del discurso evidencia la metáfora de integración ‘universidad como espacio de encuentro cultural’ y la narrativa de legitimidad ‘formación de líderes regionales’, que equilibran prestigio internacional con inclusión cultural. Estas narrativas reflejan la tensión entre globalización y autenticidad cultural, mostrando cómo los medios educativos promueven ciudadanía crítica mediante contenidos inclusivos (García-González, 2021; Cano & Rodríguez, 2024).

Región Andina: enfoque híbrido y preservación del patrimonio cultural

Las universidades andinas presentan un enfoque híbrido donde la internacionalización coexiste con la valorización del patrimonio cultural. La Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad de los Andes destacan programas de movilidad internacional y proyectos de documentación de lenguas y tradiciones locales. Un boletín describe un «programa digital para difundir tradiciones andinas, incorporando a estudiantes en la investigación y promoción del patrimonio cultural regional» (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2023, párr. 2).

El análisis crítico del discurso revela cómo se emplean metáforas y narrativas que articulan la excelencia académica con compromiso cultural, construyendo legitimidad institucional y promoviendo inclusión y preservación del patrimonio intangible. Estas estrategias muestran que los medios educativos pueden funcionar como agentes de transformación social, más allá de la proyección internacional (Vásquez & Torres, 2023; Elena, Alberto, Ruff & Matheu, 2023; Castillo & Ruiz, 2022).

Comparación con estudios previos

En comparación con investigaciones previas, nuestros hallazgos muestran tanto convergencias como diferencias significativas. Cano & Rodríguez (2024) destacan que la comunicación universitaria tiende a priorizar la internacionalización sobre la inclusión cultural, consolidando la legitimidad institucional en escenarios globales. Nuestros resultados confirman parcialmente esta tendencia, especialmente en el Cono Sur, donde la metáfora de ‘formación de líderes globales’ refleja claramente la primacía del prestigio

internacional. Sin embargo, en Centroamérica y el Caribe, se observa un mayor énfasis en integración cultural y visibilidad de la diversidad local, sugiriendo un enfoque más equilibrado respecto a ciudadanía crítica e inclusión simbólica.

López & Restrepo (2021) señalan que las instituciones educativas latinoamericanas utilizan recursos discursivos aspiracionales para proyectar una identidad institucional de excelencia, pero con alcance limitado en términos de acción concreta hacia la diversidad. Esto se refleja en los hallazgos de la investigación, donde expresiones como 'universidad como puente cultural' promueven inclusión simbólica, pero con menor presencia de acciones prácticas en programas interculturales o participación comunitaria. Por su parte, Gómez-Morales (2022) destaca que metáforas y narrativas de liderazgo suelen reforzar jerarquías internas y legitimidad institucional, lo que puede opacar la diversidad de perspectivas; nuestros datos confirman esta tendencia en el Cono Sur, mientras que en el Caribe se percibe un equilibrio relativo entre visibilidad internacional y promoción de valores culturales internos. Este contraste subregional sugiere que los enfoques discursivos no son homogéneos en América Latina y que las estrategias comunicativas se ajustan al contexto sociocultural y político de cada región.

Tensiones, patrones comunes y estrategias de comunicación inclusiva

A lo largo de todas las subregiones se identifican patrones comunes: coexistencia de discursos de prestigio y narrativas inclusivas, utilización de metáforas que legitiman la identidad institucional y priorización variable de internacionalización frente a identidad local. Las tensiones emergen cuando la visibilidad internacional predomina sobre la representación auténtica de la diversidad cultural o cuando las narrativas inclusivas no se traducen en acciones concretas de vinculación comunitaria.

Desde un enfoque humanístico, se proponen estrategias de comunicación inclusiva que permitan a los medios educativos convertirse en espacios de transformación social:

1. Integrar narrativas locales con mensajes sobre internacionalización y excelencia académica. Esto permite equilibrar la proyección global con la preservación de valores culturales internos, reforzando la identidad universitaria en contextos diversos.
2. Diseñar contenidos digitales que reflejen la diversidad estudiantil, incluyendo estudiantes indígenas, rurales y con necesidades especiales. Esto contribuye a la visibilización de grupos históricamente marginados y fomenta la ciudadanía crítica.
3. Promover visibilización de tradiciones y patrimonio cultural como parte integral de la comunicación institucional. La inclusión de eventos culturales y patrimonio intangible fortalece la cohesión social y el sentido de pertenencia.
4. Establecer políticas comunicativas que articulen ciudadanía, cohesión social e inclusión con objetivos de prestigio internacional (Cano & Rodríguez, 2024; Gómez-

Marcos, Ruiz, Ruff & Matheu, 2023). Esto asegura que las estrategias de visibilidad global no opaquen la diversidad cultural interna.

Nuevas estrategias sugeridas

1. Fomentar programas de mentoría intercultural entre estudiantes locales e internacionales. Estas iniciativas generan intercambios directos de experiencias culturales y fortalecen la comprensión mutua, consolidando la identidad universitaria como espacio inclusivo.
2. Utilizar indicadores de inclusión medibles en boletines y redes académicas. Esto permite monitorear la efectividad de la comunicación inclusiva y ajustar estrategias, conectando el discurso con la práctica.
3. Integrar la voz de los estudiantes con las comunidades locales en la narrativa institucional. La participación activa de los actores internos asegura que la comunicación universitaria refleje auténticamente la diversidad cultural y las prioridades locales.

Conexión con los debates actuales en la educación superior

Los hallazgos se vinculan con los debates contemporáneos sobre la descolonización del conocimiento, la interculturalidad y la ciudadanía crítica. La pandemia de COVID-19 y la intensificación del uso de las plataformas digitales han transformado la comunicación universitaria, aumentando la dependencia de medios educativos virtuales para transmitir la identidad institucional y los valores culturales. Este contexto refuerza la necesidad del empleo de las estrategias comunicativas humanísticas que equilibren prestigio global con inclusión auténtica, utilizando los medios digitales como agentes de construcción cultural, educativa y social en América Latina (Torres & Castillo, 2022; Gómez-Morales, 2022; Cano & Rodríguez, 2024).

Limitaciones del estudio

A pesar del rigor metodológico aplicado, este estudio presenta algunas limitaciones que deben considerarse al interpretar los resultados. En primer lugar, el corpus analizado se limitó a documentos institucionales de acceso público (sitios web, boletines y redes académicas), lo que implica que no se incluyeron comunicaciones internas ni percepciones directas de estudiantes, docentes o gestores, las cuales podrían aportar matices adicionales sobre la vivencia de la cultura y la identidad universitaria.

En segundo lugar, la selección de 30 universidades, aunque permitió una cobertura subregional diversa, no pretende representar exhaustivamente la totalidad del sistema universitario latinoamericano, por lo que los hallazgos deben entenderse como tendencias analíticas más que como generalizaciones estadísticas.

Asimismo, el análisis se concentró en el período 2020–2023, marcado por una intensificación del uso de plataformas digitales tras la pandemia de COVID-19, lo que puede haber influido en el tipo de narrativas institucionales observadas, especialmente en relación con la visibilidad, la internacionalización y la inclusión.

Finalmente, como en todo análisis crítico del discurso, la interpretación de los textos conlleva un componente hermenéutico que, aunque fue controlado mediante la triangulación y la revisión por pares, no elimina completamente la posibilidad de sesgos interpretativos. Estas limitaciones no invalidan los resultados, pero sí invitan a que futuras investigaciones incorporen los métodos mixtos, las entrevistas o los análisis longitudinales que permitan profundizar en la relación entre el discurso institucional, las prácticas comunicativas y las experiencias de las comunidades universitarias.

CONCLUSIONES

Los hallazgos de este estudio permiten extraer conclusiones que trascienden el análisis de casos individuales, revelando patrones y tendencias comunes en la comunicación universitaria de América Latina. Integrando la perspectiva humanística, el análisis crítico del discurso y la evaluación de prácticas comunicativas inclusivas, estas conclusiones ofrecen una visión general sobre cómo las universidades articulan la internacionalización, el prestigio institucional y la diversidad cultural en sus medios educativos. A partir de este marco, se destacan los siguientes aspectos:

- *Medios educativos como espacios estratégicos*: Los medios digitales de las universidades latinoamericanas funcionan como plataformas clave para la construcción de la cultura y la identidad institucional, integrando los discursos de prestigio, la internacionalización y los valores humanísticos.
- *Tensiones entre la proyección global y la inclusión cultural*: La comunicación institucional refleja conflictos entre la visibilidad internacional y la representación auténtica de la diversidad cultural. Estas tensiones varían según la subregión, evidenciando enfoques diferenciados hacia la internacionalización, la identidad local y la inclusión.
- *Recursos retóricos y narrativos*: El análisis crítico del discurso identificó metáforas, narrativas y expresiones que legitiman la institución, articulan valores de ciudadanía y promueven prácticas culturales, confirmando el papel de los medios educativos como agentes de formación social y cultural más allá de la transmisión informativa.
- *Estrategias de comunicación inclusiva*: La implementación de estrategias humanísticas y de inclusión en medios educativos constituye un mecanismo relevante para equilibrar el prestigio global con representación cultural auténtica, contribuyendo a

la construcción de la ciudadanía crítica y al fortalecimiento de la identidad regional.

- *Políticas comunicativas integrales*: Se evidencia la necesidad de diseñar políticas que contemplen la diversidad, el patrimonio cultural, la inclusión y la excelencia académica, aportando a debates contemporáneos sobre la interculturalidad, la descolonización del conocimiento y la educación superior humanística en América Latina.

En conjunto, estas conclusiones ofrecen un panorama integral de la comunicación universitaria en la región, donde los medios educativos no solo informan, sino que constituyen espacios de construcción simbólica, cultural y social. La articulación entre el prestigio, la internacionalización y la diversidad cultural demuestra la capacidad de las universidades para desempeñar un rol transformador, promoviendo la ciudadanía crítica y la preservación del patrimonio cultural. Por lo tanto, los hallazgos proporcionan insumos valiosos para el diseño de estrategias comunicativas más inclusivas y humanísticas, capaces de equilibrar la proyección global con identidad local y la diversidad, fortaleciendo la función social y cultural de la educación superior en América Latina.

REFERENCIAS

- CANO, M., & RODRÍGUEZ, L. (2024). *Comunicación intercultural y educación superior en América Latina*. Editorial Académica Latinoamericana.
- CASTILLO, R., & RUIZ, A. (2022). Estrategias de comunicación universitaria y diversidad cultural en medios digitales. *Revista Iberoamericana de Educación y Cultura*, 10(3), 45–63.
- ELENA, P., ALBERTO, R., RUFF, F., & MATHEU, J. (2023). Gestión universitaria, identidad institucional y percepción de calidad en medios digitales. *Revista Latinoamericana de Educación Superior*, 12(3), 45–62.
- ESCOBAR, M., RUIZ, A., MATHEU, J., & MARTÍNEZ, P. (2021). *Narrativas institucionales y construcción de identidad universitaria: Un enfoque humanístico*. Editorial Universitaria.
- ESCOBAR, M., TOLEDO, R., & PÉREZ, A. (2020). Movilidad académica y comunicación universitaria en América Latina. *Revista de Educación y Cultura*, 15(2), 23–41.
- GARCÍA-GONZÁLEZ, R. (2021). *Medios digitales y cultura universitaria: Construcción de ciudadanía y diversidad*. Editorial Académica Latinoamericana.
- GÓMEZ-MARCOS, F., RUIZ, A., RUFF, F., & MATHEU, J. (2023). Visibilidad institucional y prestigio académico: Tensiones en medios educativos universitarios. *Revista de Comunicación y Educación*, 10(1), 77–95.
- GÓMEZ-MORALES, V. (2022). *Inclusión y diversidad cultural en la educación superior: Prácticas y desafíos en el Caribe*. Editorial Humanidades.
- LÓPEZ, J., & RESTREPO, C. (2021). Identidad y cultura universitaria: Estrategias de comunicación inclusiva. *Revista de Educación Superior*, 14(4), 55–72.

- MARTÍNEZ, P., & GARCÍA, L. (2022). Internacionalización y comunicación universitaria en el Cono Sur: Tensiones y desafíos. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 12(1), 33–50.
- MARTÍNEZ, P., & RAMÍREZ, S. (2020). *Globalización, internacionalización y comunicación universitaria*. Editorial Académica.
- MENDOZA, T. (2020). Medios educativos y coherencia institucional en universidades latinoamericanas. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 8(2), 101–120.
- PÉREZ-LATRE, F., & SÁNCHEZ-TABERNEIRO, A. (2022). *Gestión de la imagen institucional en universidades globalizadas*. Editorial Universitaria.
- PÉREZ, F., & MORALES, J. (2022). Comunicación intercultural y cohesión social en universidades del Caribe. *Revista de Educación y Cultura*, 16(1), 22–41.
- RUFF, F., RUIZ, A., & BENITES, G. (2023). Tensiones entre prestigio internacional e inclusión cultural en universidades de América Latina. *Revista Iberoamericana de Educación y Cultura*, 11(2), 33–51.
- TORRES, L., & CASTILLO, R. (2022). *Medios digitales y estrategias humanísticas en universidades latinoamericanas*. Editorial Académica Latinoamericana.
- VÁSQUEZ, M., & TORRES, L. (2023). *Plataformas digitales y construcción de identidad universitaria: Un enfoque humanístico*. Editorial Académica Latinoamericana.
- UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. (2023). Boletín institucional sobre programas de doble titulación y movilidad estudiantil. <https://www.uba.ar/boletin2023>
- UNIVERSIDAD DE CHILE. (2023). Comunicado oficial sobre convenios internacionales y becas estudiantiles. <https://www.uchile.cl/boletin2023>
- UNIVERSIDAD DE COSTA RICA. (2023). Comunicado institucional sobre integración intercultural y plataformas digitales. <https://www.ucr.ac.cr/boletin2023>
- UNIVERSIDAD DE LA HABANA. (2023). Boletín institucional de actividades culturales y festivales. <https://www.uh.cu/boletin2023>
- UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HONDURAS. (2023). Boletín institucional sobre inclusión cultural y programas académicos. <https://www.unah.hn/boletin2023>
- UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS. (2023). Boletín institucional sobre documentación de tradiciones andinas y programas digitales. <https://www.unmsm.edu.pe/boletin2023>
- UNIVERSIDAD DE LOS ANDES. (2023). Boletín institucional sobre movilidad internacional y preservación cultural. <https://www.uniandes.edu.co/boletin2023>
- UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO. (2023). Boletín institucional sobre integración comunitaria y diversidad cultural. <https://www.upr.edu/boletin2023>

DATOS DE LOS AUTORES

Yurima Valdivieso Gutiérrez (1981, La Habana, Cuba). Licenciada en Bibliotecología y Ciencias de la Información por la Universidad de La Habana. Editora-redactora de artículos científicos especializada en la Editorial de Ciencias Médicas (ECIMED), del Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas (Infomed). Actualmente cursa el Magíster en Comunicación en la Pontificia

Universidad Católica de Valparaíso, Chile, y se desempeña como asesora en Gestión Estratégica de la Comunicación en la Universidad Bernardo O'Higgins. Sus líneas de investigación incluyen comunicación universitaria, inclusión laboral y social, análisis del discurso, interculturalidad y educación superior.

Alexis Matheu Pérez (1968, La Habana, Cuba). Doctor en Educación por la Universidad SEK Internacional de Santiago de Chile. Licenciado y Magíster en Estadística y Pedagogía por la Universidad de La Habana. Director del Centro de Investigación Institucional de la Universidad Bernardo O'Higgins, Chile. Sus líneas de investigación incluyen la aplicación de métodos estadísticos y matemáticos en la gestión de la educación superior, las políticas públicas, el big data y el análisis multivariante.

Lázaro Yunier Dunán Mesa (1987, La Habana, Cuba). Licenciado en Tecnología de la Salud, perfil Gestión de la Información en Salud. Coordinador Operativo de la Red SciELO Cuba, Especialista A en Gestión Documental de la Editorial de Ciencias Médicas (ECIMED), del Centro Nacional de Información de Ciencias Médicas (Infomed). Actualmente cursa la Maestría en Gestión de Información y Conocimiento en Ciencias de la Salud. Sus líneas de investigación se centran en la comunicación científica en el sistema de salud.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO: VALDIVIESO, Y.; MATHEU, A.; DUNÁN, L. Y. (2026). Narrativas universitarias sobre cultura e identidad latinoamericana: análisis crítico del discurso en medios educativos. *Islas*, 68(213): e1672.



Este texto se distribuye bajo una licencia Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial 4.0 Licencia Internacional.

ISSN: 0042-1547 (papel) ISSN: 1997-6720 (digital)

<http://islas.uclv.edu.cu>