

# ***Hacia la integración integral y solidaria en las carreras de comunicación: propuesta de competencias básicas***

Jenny AMPUERO

Correspondencia

Jenny Carol Ampuero Justiniano

Calle centenario N° 100  
Casilla Postal 701

E-mail:

jennyampuero@uagrm.edu.bo /  
jennyampuero@gmail.com

Recibido: 04/10/11

Aceptado: 08/11/11

## **RESUMEN**

En un contexto regional que se debate entre la globalización, los avances sin precedentes en los campos de la ciencia y la tecnología, la expansión de la sociedad de la información y del conocimiento, de la gran demanda/oferta educativa y la realidad latinoamericana de creciente injusticia social, pobreza, desigualdad de oportunidades y de nuevos escenarios político-ideológicos de la región, la integración regional se plantea como una respuesta necesaria, conveniente y urgente. Una integración desde una visión *integral y solidaria*, que promueva los aspectos sociales y culturales, desde el intercambio horizontal y no competitivo, desde la noción de la construcción de caminos comunes. En esta perspectiva se plantea un doble reto a las carreras de comunicación. Por un lado, la inserción de la temática de integración en la currícula con el desarrollo de *competencias* que estén *transversalizadas* en los planes académicos. Por otro lado, se propone la necesidad de una internacionalización de las carreras que permita procesos de autoevaluación y reflexión sobre la formación profesional en el campo, con alianzas estratégicas, acreditadas internacionalmente, con innovación en educación a distancia, *online* y transnacional, con presencia en el ámbito internacional.

**PALABRAS CLAVE:** Comunicación, Integración, Internacionalización.

## ***Towards an integral, solidarity integration in communication and media degrees: A proposal of basic competences***

### **ABSTRACT**

In a regional context which lies in between two opposing scenarios: that of globalization, an unprecedented evolution and progress in science and technology, the expansion of the information and knowledge society, and the growth of educational demands and opportunities, on the one hand, and that of growing social injustice, poverty, unequal opportunities, and new political, ideological situations in Latin America, on the other hand, regional integration becomes a necessary, convenient, urgent answer. Such integration must include solidarity and community values, and needs to promote social and cultural values from a community perspective aiming to build common paths. Communication and media degrees face a double challenge. First, the curricula must include the concept of integration which should be developed as a competence and worked upon across course programs. Second, it is necessary to adopt an international focus so that these studies allow for self-assessment and reflection on the professional training in the field, through strategic agreements, which are internationally accredited, through innovation in distance, online, transnational education and through international presence.

**KEYWORDS:** Communication, Integration, Internationalization.

### **1. *La dimensión internacional de la educación superior***

La dimensión internacional en la educación superior se presenta hoy como una respuesta a los retos que impone la globalización, en un contexto regional que se debate entre el desarrollo de las TICs, los avances sin precedentes en los campos de la ciencia y la tecnología, la expansión de la sociedad de conocimiento, la expansión de la oferta/demanda educativa y la realidad latinoamericana de creciente injusticia social, pobreza y desigualdad de oportunidades.

Por ello, hoy más que nunca la integración regional es necesaria, conveniente y urgente (ZARUR, 2008). A las razones que históricamente se vienen argumentado para promoverla y que datan de hace muchas décadas, se agregan otras exigencias propias de los nuevos escenarios políticos, económicos y culturales de los países del área, que han demostrado la necesidad de alianzas internacionales estratégicas para el desarrollo.

Estas *alianzas* implican la construcción de espacios comunes con el fin de mejorar servicios, de hacer frentes comunes, de contribuir al entendimiento global.

Así, la integración política y económica entre los países debe sustentarse en la integración cultural y educativa. En esta perspectiva, las universidades enfrentan el enorme desafío de promover una conciencia social favorable al proceso de integración de la región,

“...integración que reconozca la diversidad pero que valore la identidad cultural común, capacitación de recursos humanos que permita competir con ventaja de «bloque» en un mundo que es cada vez más integrado, pero no siempre más solidario, compatibilización y armonización de los sistemas educativos, sin homogenización” (GAZZOLA, 2006).

En esta dirección, las universidades de la región han reforzado sus acciones sobre este tema y se está incorporando con más fuerza la dimensión internacional, a la que se ha denominado como *internacionalización* –aunque este término es aún confuso– para referirse de manera genérica a estos procesos. Esto no es nuevo, en realidad, el discurso ha estado siempre vigente en el ámbito universitario, y con más fuerza a partir de los años '90 con el escenario de la globalización, la sociedad de la información y el conocimiento.

La pregunta que nos formulamos es: ¿de qué manera las facultades de comunicación pueden contribuir al proceso de integración de los países de la región? En este trabajo se está planteando como respuesta de ensayo, un doble reto a las carreras de comunicación. En primer término, la incorporación del tema de integración en la formación académica de los comunicadores sociales; y el segundo, también importante y a su vez un proceso paralelo al anterior, es la internacionalización de las carreras de comunicación con sus pares en la región, provocando procesos internos de calidad y pertinencia académica. Es un doble reto, pero en tiempos de globalización es una tarea urgente.

En esa línea, educar para la integración significa promover una transformación progresiva en los valores, actitudes y comportamientos. Para ello, es vital preparar a los estudiantes de comunicación para el ejercicio de la ciudadanía hacia la integración desde una perspectiva global, fomentando la interculturalidad –cuya base será la intraculturalidad–, los derechos humanos, la participación, el diálogo.

La propuesta que esbozamos se realiza a partir de la inserción de competencias desde la transversalidad, porque permite tener al tema de integración en los principios orientadores del currículum en todas las etapas del proceso educativo. En pocas palabras, fomentar una cultura de la *integración*.

Ahora bien, ¿qué *integración*?

## 2. Integración integral y solidaria

En un sentido genérico, la *integración* supone (LÓPEZ, 2008) una serie de procesos convergentes, voluntarios, solidarios, graduales y progresivos en que dos o más entes acuerdan planes y decisiones comunes en aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, entre otros.

Integrar implica unir, articular esfuerzos, recursos, culturas con el fin de mejorar una situación dada, resolver problemas y/o llegar a metas comunes con beneficios equitativos para las partes en base a consensos y la voluntad de ellas para la construcción de una historia común.

Tradicionalmente, la *integración* estaba ligada principalmente a aspectos económicos, lo que hoy resulta claramente restrictivo e insuficiente. El fenómeno de la globalización, el actual escenario político de las regiones del área, donde los movimientos indígenas y organizaciones sociales están irrumpiendo en la toma de decisiones del Estado, como en el caso boliviano, la visibilización de la multiculturalidad de nuestros pueblos, entre otros aspectos, nos obligan a avanzar hacia un concepto de integración más amplio.

Un concepto que promueva el diálogo, la inclusión desde los principios de democracia. Una integración que parta de los aspectos sociales, culturales, educativos. Dentro de esta perspectiva, la Comunidad Andina de Naciones, la CAN, en la declaración de Tarija (2008), proponía una “*integración integral*”:

*“...es necesario profundizar y desarrollar el proceso de integración de la comunidad andina, tomando en cuenta, de manera más efectiva, las visiones y enfoques de los países miembros, con el fin de lograr una unidad en la diversidad, al servicio del VIVIR BIEN de nuestros pueblos y de la armonía con la naturaleza. Es necesario forjar una integración integral, más equilibrada entre los aspectos sociales, culturales, económicos, ambientales y comerciales”.*

En palabras de Moya (2008), integrar es reconocer como diverso aquello que se integra (es más diversidad que uniformidad); integrar es mucho más que actuar juntos, es una asociación para producir una historia común, por ello integrar es mucho más que unir, es construir *una casa común*. Así, el término de *integración* adquiere otro sentido, el sentido de la *solidaridad* y *no de la competitividad*, de intercambio horizontal y ligado a procesos de transformación para la liberación y equidad de los actores.

A este ideal de integración que proponemos lo denominamos *integración integral y solidaria*. Una integración con nombre y apellido, sin lugar a equívocos.

Centrada en los sujetos, en el proceso, en la diversidad con sentido de alteridad. Es, en última instancia, la lucha por la libertad.

La integración, así entendida, ¿es posible? Luis Ramiro Beltrán decía hace unos años, *no renunciemos jamás a la utopía*. Esa frase quedó en nosotros como un llamado de esperanza. La utilizamos ahora con el convencimiento de que otra integración *es posible*. Y es posible en la medida que construyamos este sueño común entre todos.

Pero veamos de qué manera podemos insertar este sueño en las carreras de comunicación.

### **3. Competencias básicas para la formación en el campo comunicacional para una integración integral y solidaria**

#### **3.1. Antecedentes**

Las carreras de comunicación en América Latina surgieron en la década de los '60. Pero más allá del dato histórico, se puede ver que el estudio de la comunicación desde la academia es nuevo, y como tal, en sus pocos años de existencia, ha tenido que atravesar muchos desafíos desde la misma construcción de su objeto de estudio –tema aún en discusión– pasando por ricas reflexiones sobre los enfoques teórico-epistemológicos, sus métodos y sus técnicas.

En Bolivia, la primera carrera de comunicación surgió en 1966 en la Universidad Católica Boliviana, y se denominaba “Escuela de Periodismo”. Con la implantación del neoliberalismo en 1984 y la proliferación de medios privados, se crea un campo laboral privilegiado y las carreras e institutos en el campo se incrementan en gran medida. Hasta la fecha, existen nueve carreras de comunicación pertenecientes al sistema público y 32 al sistema privado, sin contar los institutos de formación técnica en las áreas de periodismo, producción televisiva y ramas afines. Un número elevado en relación a la escasa población que no llega a los diez millones.

Este fenómeno no sólo se dio en Bolivia, sino en todos los países de la región. Así, las carreras de comunicación han colmado las universidades. A pesar de su corta data, la comunicación se ha puesto “de moda” en los últimos veinte años; en la actualidad el interés sigue vigente por el influjo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El auge de las carreras de comunicación ha obligado a propios y extraños a realizar numerosos estudios sobre la legitimación de la comunicación al interior de

las ciencias sociales y a plantear diferentes posiciones, desde la visión pragmática del campo pasando por una visión más humanista hasta los modelos críticos.

En el caso boliviano, un estudio realizado (TORRICO, 2005) da cuenta de que las carreras de comunicación en Bolivia tienen una tendencia marcada hacia los campos de la comunicación organizacional, periodismo, publicidad y producción de medios (televisión, radio). Algunas carreras del país cuentan con el área de Comunicación para el Desarrollo en la cual se destacan las asignaturas de políticas públicas y formulación de proyectos de desarrollo. No existe nada vinculado con el tema de integración.

Sobre este punto, en septiembre de 2008, algunos representantes de las 82 facultades de comunicación social que forman parte de la Comunidad Andina, se reunieron en Lima para dar a conocer los resultados de una investigación de carácter regional, cuya finalidad fue hacer un diagnóstico del rol actual de los comunicadores en la integración andina, así como plantear nuevas formas de incorporar la integración en la formación de comunicadores utilizando para ello las nuevas tecnologías y promoviendo una gran red de docentes e investigadores.

Los resultados más sobresalientes de esa reunión fueron:

- Existe una tendencia general a comprender los fenómenos de integración a nivel global, donde los centros de atención son Europa y Estados Unidos, y a nivel nacional se mira con detalle la realidad de cada país, desconociéndose el ámbito de la región andina.
- Se evidencia una demanda por trabajar el tema de la integración en las aulas partiendo del estudio de cómo se construyen las identidades culturales en cada uno de los países que conforman la CAN, con miras a la construcción de una identidad regional.
- Una de las conclusiones sugiere una visión interdisciplinaria para incorporar la integración desde las facultades no solo de comunicación, sino también de relaciones internacionales, derecho y economía.

Estas conclusiones a las que se arribaron nos muestran el creciente interés de las carreras de comunicación de los países que integran la CAN por introducir esta temática en los planes de estudio. A continuación esbozamos una propuesta.

### **3.2. Las competencias en la perspectiva curricular crítica**

El desarrollo de competencias dentro de un currículo educativo pone de manifiesto partir de la voluntad política institucional de asumir la importancia de

la temática de integración. Supone una mirada hacia el interior de las carreras de comunicación desde una visión comprometida en plena conciencia de la actual coyuntura de creciente cambio y polarización en las regiones del área. Supone ir más allá de la tradicional discusión sobre lo técnico o lo teórico. Es una mirada transdisciplinaria comprometida con los tiempos de cambio.

Ahora bien, desde esa concepción, se propone la inserción de la temática de integración como un área transversal en las carreras de comunicación. En el ámbito educativo, los temas transversales son un conjunto de contenidos de enseñanza basados en el desarrollo de competencias específicas por parte de los estudiantes.

La *transversalidad* implica que estas competencias sean desarrolladas a lo largo de todo un plan académico, por tanto, llegan a formar parte en las actividades planteadas en todas las áreas curriculares del sistema educativo y para el objetivo propuesto, serán planteadas desde una perspectiva curricular crítica, es decir dialógica y dialéctica, para conseguir una “masa crítica” éticamente formada, que

*“...enfatisa la contextualización política y la actitud de compromiso para transformar la sociedad. Intenta cambiar mejorando la sociedad. Al ser comunicativo, dilucida por vía del diálogo democrático y el debate. Va por la vía del auto convencimiento o auto concienciación ilustrada por la dialéctica comunicativa, los valores conforme a los cuales se podría llevar a cabo esa transformación los actores educativos contrastan esos principios con la práctica, los problemas acuciantes de la vida dialogan, discuten y deducen lo más conveniente ubicado en un tiempo histórico en cuanto miembro de un grupo social” (RODRÍGUEZ, 2006).*

Ahora bien, las competencias en este contexto se entienden como habilidad de enfrentarse a una demanda individual o social de manera exitosa o de realizar una actividad o una tarea. Las competencias tienen, por tanto, una dimensión externa,

*“...puesto que están orientadas a satisfacer una demanda social caracterizada por un contexto determinado y una dimensión interna, ya que dependen de las estructuras mentales internas (en el sentido de las habilidades, capacidades o disposiciones inherentes al individuo) de la persona. Las competencias son observables únicamente en las acciones concretas que realizan las personas particulares” (BONI, 2005).*

Partiendo de estos fundamentos, para una formulación adecuada de competencias se requiere esbozar los principios rectores de la *integración integral solidaria*. Este ejercicio es importante porque a partir de ellos se direccionan las competencias. Para ello proponemos:

- a) Valoración de la dimensión global de la persona y del ciudadano: ciudadanía, democrática, ambiental, paritaria, intercultural, social y justa.
- b) Defensa de la paz como criterio de convivencia intercultural.
- c) Respeto por las normas y valores que favorecen la convivencia.
- d) Diálogo como base de las relaciones humanas y como recurso.
- e) Visión histórica y política comprometida con la libertad de nuestros pueblos.

Entendidos así los principios de la transversalidad en integración, se plantean las siguientes competencias:

*En el ámbito de la integración:*

- a) Comprende los elementos de la integración regional a través de la valoración, práctica y reflexión del diálogo como punto de partida de todo proceso de integración.
- b) Reconoce los esfuerzos de integración históricos de la región de una manera crítica y reflexiva y propone formas alternativas de integración.
- c) Gestiona a través de políticas públicas de comunicación, la articulación de programas nacionales y supranacionales de integración a través de la interrelación y/o articulación entre grupos de la sociedad civil dentro de su país y fuera de él con la finalidad de establecer y asumir de manera unánime el planteamiento y las demandas colectivas.

*En el ámbito de la identidad y diversidad cultural:*

- a) Divisa la realidad multicultural del mundo con el referente de su propio entorno sociocultural desde la valoración de la diversidad.
- b) Ubica las relaciones interculturales en el contexto de la integración regional, analizando sus niveles y dimensiones sociales y políticas.
- c) Reconoce el valor y los derechos de las personas sin privilegiar o discriminar su condición cultural y lingüística; por lo tanto, promueve tanto su voz como la de los demás para generar cambios trascendentales en las prácticas socioculturales y socioeducativas.

*En el ámbito de las formas de gobierno, la democracia y participación ciudadana:*

- a) Reconoce los derechos y deberes de la ciudadanía valorando la inclusión social y equidad en las distintas esferas del Estado.

- b) Reconoce las formas de gobierno, las relaciones de poder y las formas de desarrollo históricas desde una visión crítica e ideologizada.
- c) Ubica la construcción de la integración a partir de la participación y negociación de conflictos con la ciudadanía.

En esta línea, los contenidos cognitivos, procedimentales y actitudinales que se sugieren incorporar son:

TABLA 1. Contenidos cognitivos, procedimentales y actitudinales.

<b>Contenidos cognitivos</b>	<b>Contenidos procedimentales</b>	<b>Contenidos actitudinales</b>
<p><b>Integración</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La simbología del proceso de integración, sus componentes y características.</li> <li>• Registros históricos sobre los esfuerzos de integración en las diversas áreas.</li> <li>• Políticas públicas para la articulación de programas nacionales.</li> <li>• Políticas públicas para la realización de proyectos comunitarios supranacionales.</li> </ul> <p><b>Identidad y diversidad cultural</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La formación de la identidad.</li> <li>• Globalización y diversidad cultural.</li> <li>• Diversidad cultural y etnocentrismo.</li> <li>• Diversidad, diferencia y desigualdad social.</li> <li>• Interculturalidad y estructura sociopolítica.</li> </ul> <p><b>Formas de gobierno, democracia y participación ciudadana</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelos de gobierno, instrumentos de poder y desarrollo.</li> <li>• Normas de convivencia.</li> <li>• Derechos y deberes individuales y colectivos.</li> <li>• Participación ciudadana y construcción social.</li> <li>• Negociación de conflictos.</li> <li>• Visiones distintas sobre la inserción, el Estado, el desarrollo.</li> <li>• Inclusión y equidad social.</li> <li>• Derechos de los Pueblos Indígenas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensamiento crítico.</li> <li>• Argumentación efectiva</li> <li>• Cooperación y resolución de conflictos.</li> <li>• Identificación de problemas.</li> <li>• Debates, diálogo y argumentación.</li> <li>• Localización y clasificación de fuentes y de información.</li> <li>• Análisis de las fuentes de información.</li> <li>• Observación directa de objetos, paisajes, fenómenos y procesos.</li> <li>• Identificación de sensaciones y sentimientos.</li> <li>• Análisis de documentos escritos, audiovisuales y registros orales.</li> <li>• Reflexión a partir de la práctica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés y actitud crítica ante los hechos sociales.</li> <li>• No discriminación por razón de la nacionalidad.</li> <li>• Respeto por el entorno, por el patrimonio natural, cultural y por la diversidad.</li> <li>• Respeto por normas colectivas que favorecen la convivencia.</li> <li>• Participación en formas de organización social.</li> <li>• Valoración del trabajo cooperativo.</li> <li>• Sensibilidad por las situaciones personales y colectivas de injusticia.</li> <li>• Interés por la búsqueda y práctica de formas de vida más justas.</li> <li>• Respeto a la diversidad.</li> <li>• Capacidad de diálogo con culturas diferentes INTERCULTURAL.</li> <li>• Capacidad de generar una agenda pública regional.</li> </ul>

Lo anterior se constituye en una propuesta de base para aquellas carreras/facultades de comunicación que consideren pertinente esta área en la formación de los comunicadores de este nuevo siglo. Cabe resaltar que no se trata de “meter” contenidos en lo establecido, se trata de cambios estructurales que parten desde políticas educativas macro (desde la misma universidad), que requieren voluntad política y, por supuesto, recursos. De ello nos ocupamos en el siguiente apartado.

#### **4. La internacionalización: el paso en el camino de la integración**

La integración regional es un proceso donde convergen prioridades, la complementariedad y solidaridad de la interdependencia en una voluntad política en la búsqueda de un bienestar común. Es la construcción de caminos comunes.

En este proceso, la internacionalización es una respuesta proactiva de inserción de una institución en las relaciones entre naciones para responder a la lógica y dinámica de la mundialización y los procesos globalizantes. Se puede afirmar que la internacionalización es parte del proceso de integración. Es un camino para llegar a esa construcción común.

En educación superior, la internacionalización implica una apertura institucional hacia la calidad y pertinencia académica para lograr visibilidad con sus pares en la región y el mundo. Desde este punto de vista, la internacionalización es objetivo y proceso a la vez. En cuanto proceso, permite una mirada hacia la misma universidad, hacia sus objetivos, sus metodologías, sus enfoques. Es un *re/conocerse* para darse a conocer. Implica procesos de acreditación y autoevaluación. En las carreras de comunicación sería un gran avance en la reflexión teórica metodológica del campo, así como en las metodologías de enseñanza/aprendizaje y evaluación.

Como objetivo en sí misma están los beneficios que presenta una entidad educativa *internacionalizada* con alianzas estratégicas del sector y otros afines, con diversidad de proveedores, acreditada internacionalmente, con innovación en educación a distancia, online y transnacional, con movilidad académica a través de programas intra e inter-regionales, con competencia internacional, con movimiento de capital, ideas, conocimiento y tecnología, entre otros.

Por ello, la internacionalización de las carreras de comunicación se constituye en el mayor reto de este siglo. Es la única manera de hacer frente al nuevo escenario mediático y a la sociedad de la información y el conocimiento. Es el camino hacia la calidad y pertinencia del campo, es la respuesta transformadora del mundo académico ante la globalización que permite trascender el mercantilismo educativo y social, la competitividad dura, a favor de la construcción de la Sociedad del

Conocimiento apoyada por una cooperación solidaria, horizontal, propiciando pertinencia, calidad, equidad y accesibilidad.

#### **4.1. El camino recorrido**

Las carreras de comunicación de la región han logrado un avance significativo en relación a la conformación de redes que aglutinan a sus pares en la región. Prueba de ello es la FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social), organismo internacional con más de 27 años de actividad que ha logrado aglutinar a más de doscientas facultades y escuelas de Comunicación, de veintitrés países de América Latina y otras regiones.

Sus actividades se concentran en el desarrollo de seminarios, congresos y otras con miras a cualificar la formación en el campo comunicacional, así como la investigación, el intercambio académico, la información y difusión de noticias y actividades, y un área que creemos muy importante, la gestión de recursos de la cooperación internacional.

Un aspecto significativo y digno de resaltar es que FELAFACS no solo ha contribuido a fortalecer los procesos de integración/internacionalización de las carreras de comunicación, sino que también ha contribuido a la integración de las carreras al interior de cada país. En el caso boliviano, el divorcio entre el sistema público y privado de universidades era casi imposible de salvar. Sin embargo, la gestión de la Federación ha contribuido a la formación de lo que hoy se denomina la ABOCCS (Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social). Similares actuaciones ha tenido con otros países.

La FELAFACS ha logrado manejar recursos de la cooperación internacional de manera equitativa entre los países de la región con fines de mejoramiento de la calidad académica, a través de la gestión de fuentes de financiamiento para actividades sectoriales y multisectoriales en la región. También ha fortalecido la construcción de currículos e investigaciones en miras de actualización para la pertinencia del campo y ha promovido movilidad entre docentes de comunicación en pre y posgrado.

Prueba de la gran labor de esta entidad son precisamente los Encuentros Latinoamericanos de Comunicación, espacio académico que cada tres años aglutina a una gran cantidad de docentes, investigadores, estudiantes y profesionales ligados al quehacer comunicativo.

Uno de los pioneros en ese sentido es el CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina). Creado en 1959, se

constituyó en el centro de los académicos de las carreras de comunicación y afines de toda la región, y tuvo una gran influencia en el pensamiento comunicacional y la producción en el campo.

Asimismo, existen otros espacios académicos importantes como la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), cuyo campo de acción está ligado al desarrollo de la investigación comunicacional en los países de la región a través de la producción, el debate y la divulgación de investigaciones en el campo.

También podemos mencionar otras iniciativas más recientes como la CIAC (Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas de Comunicación), fundada en abril de 2009 con los representantes de once entidades científicas presentes en el XI Congreso Iberoamericano de Comunicación y promovido por la Asociación Iberoamericana de Comunicación. Esta novísima confederación tiene como objetivo central la producción científica iberoamericana en el campo de las Ciencias de la Comunicación, en términos nacionales e internacionales.

Hasta aquí hemos mencionado algunas de las iniciativas en materia de comunicación. En pocas palabras, tenemos un gran camino recorrido.

#### **4.2 El camino por recorrer**

Los espacios mencionados son sin duda muy importantes y bastiones de los procesos de integración, intercambio y cooperación entre las carreras de comunicación de los países del área. Sin embargo, estas experiencias, en la mayoría de los casos, no han repercutido a nivel institucional. Dicho de otro modo: las carreras de comunicación se han beneficiado de estas iniciativas pero muchas no han logrado establecer políticas institucionales globales tendientes a la internacionalización. Podríamos decir que muchos países, como el caso boliviano, se han constituido en meros receptores.

El proceso de internacionalización supone una estrategia global institucional, exige un *marco de políticas claras* que orienten su desarrollo y generen un real impacto en el seno mismo de las carreras con repercusión real en todas las esferas académicas, desde la gestión de programas de movilidad docente estudiantil, hasta procesos de acreditación y compatibilización curricular con sus pares.

De principio, es importante priorizar esta demanda en la agenda institucional. Supone centrar los esfuerzos institucionales a favor de la internacionalización, en todos los niveles. Luego, es imprescindible en los países del área, asumir la

cooperación internacional, ya no como simple fuente de financiamiento, sino como un instrumento para la internacionalización de la educación superior.

*“La tendencia es entender, cada vez más, a la cooperación internacional y la internacionalización de la educación superior como un medio para el desarrollo institucional y como un modo de complementación de las capacidades de las universidades que permita la realización de actividades conjuntas y una integración con fines de mutuo beneficio” (ZARUR, 2008).*

En esta etapa se deben estimular programas de servicios de apoyo para estudiantes y visitantes internacionales, y la participación de actores en el ámbito internacional. Dicho de otro modo, crear las condiciones institucionales propicias para la configuración de espacios académicos comunes. En las carreras de comunicación, los espacios existen pero en algunos países, como el caso boliviano, no tienen la capacidad técnica institucional y académica para compartir. Y es que la internacionalización no es un acto para *recibir*, sino un proceso para *compartir*. Y, para compartir, se debe organizar la casa para *dar*.

Las instancias académicas mencionadas son una excelente base para la gestión de actividades y de cooperación internacional con miras a procesos de internacionalización. Este es un tema que debe plantearse en futuros eventos y acciones comunes para las facultades de comunicación.

La dimensión internacional de las carreras de comunicación no solo supone, a nuestro entender, la inserción del área de integración en la formación de los comunicadores de la región, debe ir acompañada de procesos de internacionalización de las carreras de comunicación. Para ello es vital conocer las tendencias mundiales, integrar el concepto en la vida universitaria, liderar y promover el proceso, definir las estructuras organizativas y programáticas, y velar por la sostenibilidad del proceso. En pocas palabras, crear una cultura de la integración y una política institucional de internacionalización.

## **Referencias bibliográficas**

- GAZZOLA, A. L. (2006). “Integración Académica e Internacionalización de la Educación Superior”. VI Pleno Del Consejo Universitario Iberoamericano. IESALC.
- LÓPEZ STEFONI, D. (2008). “Integración universitaria en América Latina y el Caribe”. Universidad de Valladolid, Programa de doctorado, Educación Superior para la Integración y el Desarrollo Humano Sostenible. Documento de trabajo. Santa Cruz, Bolivia (pp. 12-14).

- MOYA, U. C. (2008). "Pasadores de frontera. Partidos políticos en la perspectiva de la integración genuina Sur americana". *SIMPOSIUM*. Diálogo Sudamericano: Otra integración es posible. Disponible en: [http://www.pcslatin.org/eventos/2005/ecuador/pasadores\\_frontera.PDF](http://www.pcslatin.org/eventos/2005/ecuador/pasadores_frontera.PDF)
- RODRÍGUEZ ROJO, M. (Coord.) (2006). *Didáctica general. Qué y cómo enseñar en la sociedad de la información* (pp. 17-54). Valladolid: Ed. Biblioteca Nueva Universidad, Manuales y obras de referencia. Serie Educación.
- TORRICO VILLANUEVA, E. (Coord.) (2005). *El estado de la investigación de la comunicación en Bolivia* (pp. 38-45). La Paz: Azul Eds.
- ZARUR MIRANDA, X. (2008). *Integración regional e internacionalización de la educación superior en América latina y el Caribe* (pp. 182-186). IESALC-UNESCO.

---

**REALIDAD,  
PENSAMIENTO  
Y  
FORMACIÓN  
DEL PROFESORADO**

---



## ***Análisis de la afición a la lectura en usuarios adolescentes de la red social Tuenti***

Alba TORREGO GONZÁLEZ

Correspondencia

Alba Torrego González

Facultad de Filosofía y Letras.  
Universidad Autónoma de Madrid.  
C/ Cáceres 6, 2º C – 40004  
Segovia

Tel.: 665318718

E-mail:

alba.torrego@estudiante.uam.es

Recibido: 15/11/11

Aceptado: 31/12/11

### **RESUMEN**

Este artículo describe los resultados de un estudio sobre la afición a la lectura manifestada por los adolescentes de la red social Tuenti. Para ello se analizan los perfiles editados por trescientos usuarios comprendidos entre catorce y dieciocho años y algunas de las páginas que se crean en esta red para promocionar la obra de determinados autores. La mayoría de la población adolescente usuaria de las redes sociales muestra una actitud ante la lectura literaria que oscila entre el silencio y el rechazo. Sin embargo, Tuenti es una útil herramienta de promoción para los autores de éxito entre los adolescentes.

**PALABRAS CLAVE:** Hábitos lectores, Afición lectora, Redes sociales, Adolescentes.

## ***Analysing the love of reading of adolescent users of the social network Tuenti***

### **ABSTRACT**

This article describes the results of a study about the love of reading of adolescents who use the social network Tuenti. In order to do this, we analyze three hundred profiles created by users aged between fourteen and eighteen and some of the pages which are developed in this social network to promote some writers' work. Most adolescents using the social networks show an attitude towards reading which goes from silence to rejection. However, Tuenti is a useful tool to promote the most successful writers among adolescents.

**KEY WORDS:** Reading habits, Love of reading, Social network, Adolescents.

## **Introducción**

Los estudios recientes sobre hábitos de lectura en nuestro país muestran que, si preguntásemos a un grupo de adolescentes cuáles son sus principales aficiones, casi ninguno pondría en los primeros lugares la lectura (COLOMER, 2009). Así, según el estudio “Jóvenes españoles 2010” (GONZÁLEZ-ANLEO y GONZÁLEZ BLASCO, 2010), la afición a la lectura aparece en penúltimo lugar, relegada, entre otras, por las de ver la televisión, usar el ordenador, ir al cine o ir a la discoteca. Supera únicamente a las preferencias por visitar museos o exposiciones. En otro estudio, “Informe Generación 2.0” (SÁNCHEZ BURÓN y FERNÁNDEZ MARTÍN, 2010), se detallan los principales intereses de los adolescentes, entre los que destacan salir con los amigos, hacer deporte, ir al cine o utilizar una red social. Entre las aficiones citadas no aparece la de leer. Esto nos puede llevar a pensar que los jóvenes apenas leen y que, cuando lo hacen, es de forma obligada. Sin embargo, no leen libros pero están continuamente leyendo en las redes sociales, en foros o en blogs.

Si concentramos nuestra mirada en ámbitos más concretos, los resultados siguen siendo similares. José Manuel Muñoz y Azucena Hernández (2011) han evidenciado en su análisis descriptivo sobre los hábitos lectores del alumnado de Enseñanza Secundaria de la provincia de Salamanca que la lectura de libros, tebeos, cómics o incluso de revistas no está entre las actividades citadas como frecuentes por los adolescentes. La población encuestada en su estudio responde que dedica su tiempo a escuchar música, estar con la familia, salir de paseo con los amigos, hacer deporte, ver la televisión e indica que estas actividades las realiza con mucha frecuencia. Frente a ello, la mayor parte de la muestra también cita a la lectura, pero cuando se analiza el grado en el que se hace, una abrumadora mayoría contesta que “poco” o “muy poco”.

Esa frecuencia contrasta con la utilización cotidiana que hacen de las redes sociales. El análisis de estas redes sociales o redes virtuales es, sin duda, un desafío, puesto que nos encontramos ante un fenómeno nuevo que crece de manera acelerada. Es significativo que hoy, entre los adolescentes, el hecho de tener un perfil abierto en una red sea la regla más que la excepción, pues el 78% las utilizan (SÁNCHEZ y PÓVEDA, 2010). Todo apunta a que no son una moda efímera; al contrario, son un fenómeno que está transformando las relaciones sociales, pues los jóvenes las han incorporado a su vida diaria y satisfacen las necesidades de comunicación y de contacto de manera inmediata. Simultáneamente, las redes son una excelente herramienta para aquellos individuos que quieren darse a conocer y ser reconocidos (ESPINAR y GONZÁLEZ, 2009). Por eso aparecen en ellas

profusamente recogidas las aficiones, los gustos y los intereses de las personas usuarias.

### **La red social Tuenti**

En este trabajo nos ocuparemos de la relación entre esas dos cuestiones: la afición a la lectura y la manifestación de la misma en las redes sociales. Nuestra intención es, además, mostrar cuáles son los gustos literarios de los adolescentes. Para ello, se empleará como fuente de estudio la red social Tuenti, la más frecuente en la adolescencia, pues un 80% de los adolescentes que las utilizan tiene un perfil en Tuenti (SÁNCHEZ BURÓN y FERNÁNDEZ MARTÍN, 2010).

Tuenti fue creada en 2006 y, según manifiesta la propia entidad (TUENTI, 2011), ha alcanzado en octubre de 2011 los doce millones de usuarios registrados. Las cifras que ofrece son muy llamativas:

*“Servimos casi 40.000 millones de páginas vistas al mes, cada día en nuestro chat se intercambian 200 millones de mensajes, se suben casi 4 millones de fotos cada día, se reproducen 6 millones de vídeos diariamente... datos que se traducen en el hecho de que el 15% del tráfico web de España pasa por nuestra plataforma”.*

No debe obviarse la dimensión económica de esta red social, que emplea actualmente a más de doscientos trabajadores: el accionista mayoritario de Tuenti es Movistar, que el 4 de agosto de 2010 se hizo con el 85% de ella por una cifra aproximada de 72 millones de euros (*El País*, 2010).

Tuenti ofrece la posibilidad de que los usuarios interactúen con otros usuarios, a los que generalmente conocen. Además, es una nueva forma de mostrarse a los demás. Otro de los factores claves de la elección de la red social Tuenti como fuente de datos es que no hay presencia de personas de otros grupos sociales, como los formados por padres o educadores. Por lo tanto, los adolescentes se muestran en Tuenti sin estar condicionados por la visión de estos otros grupos y esto puede descubrirnos una nueva perspectiva que se escapa a estudios basados en encuestas o en la observación en el aula. En otras ocasiones ya nos hemos ocupado de mostrar cómo el hecho de no estar acotados por otros grupos sociales deja más libertad a los jóvenes en el uso de la ortografía (TORREGO, 2010) y el léxico (TORREGO, 2011) en esta red social.

El funcionamiento de Tuenti es bastante sencillo e intuitivo. Cada usuario tiene su perfil, en el que incluye fotografías, vídeos o textos que puede compartir con

el resto de los usuarios. También puede incluir información sobre él y citar sus aficiones, libros, grupos de música o películas preferidas.

### ***Diseño y metodología del estudio***

Para realizar este estudio, se han tomado datos de trescientos usuarios de Tuenti, de edades comprendidas entre los catorce y dieciocho años. Coincidimos con Javier Callejo (2010) en que establecer unos márgenes de edad para acotar la adolescencia supone incorporar importantes dosis de convencionalismo, pero, como él mismo indica, para encontrar a los informantes se hace necesario señalar previamente, aun cuando sea de manera prudente y crítica, a la población. De ahí que para realizar este estudio se tomen datos de los usuarios de Tuenti con el rango de edad indicado. La elección de estos límites de edad se fundamenta en que Tuenti establece, al igual que otras redes sociales, como Facebook, el requisito de tener catorce años cumplidos para ser usuario –según las informaciones aparecidas en la prensa, esta red social borró 35.000 perfiles de usuarios en 2009 por no cumplir con la exigencia de tener catorce años– y en que los dieciocho años es la edad en que concluye la adolescencia según establecen organismos universales como la Organización Mundial para la Salud o documentos internacionales como la Convención sobre los Derechos del Niño.

Acceder a consultar la información que cada usuario tiene en su perfil no resulta fácil porque la mayoría de los usuarios de Tuenti no permiten ver su perfil a cualquier persona. La red social establece tres categorías dependiendo de la relación que haya entre los usuarios: amigos, amigos de amigo y fuera de la red propia. Entre las opciones de privacidad de Tuenti, el usuario puede escoger a quien permite ver la información de su perfil: sus amigos, los amigos de sus amigos o todos los usuarios de esta red social. Gran parte de los usuarios únicamente admiten el acceso a su perfil a sus amigos mientras que un pequeño número de personas permiten acceder a todos los usuarios de Tuenti. Esta cuestión debe ser tenida en cuenta para valorar la amplitud de nuestra muestra, que es de trescientas personas.

La información que se ha seleccionado para el análisis procede del perfil que cada usuario edita en Tuenti. En efecto, para registrarse como usuario en esta red social ha de proporcionarse una serie de informaciones personales, como la dirección, edad, colegio o universidad en que se cursó estudios y también se ofrece la posibilidad de mostrar los intereses y aficiones de cada uno, como los grupos musicales, discos, películas, libros, escritores,... en un apartado del perfil llamado “Mis intereses”.