

Internacionalización Un renovado reto de las universidades

La internacionalización es uno de los desafíos fundacionales de las universidades. La sociedad del siglo XXI ha acuciado su relevancia como elemento competitivo. Convertida ya en un imperativo institucional, las universidades de todo el mundo renuevan las estrategias con las que aumentar su proyección internacional.

> **Pedro Farias** / *Vicerrector de Comunicación y Proyección Internacional*

María de los Ángeles Rastrollo / *Directora de Secretariado de Proyección Internacional y Cooperación*

Sergio Roses / *Profesor del Departamento de Periodismo*

Es habitual escuchar hablar en los medios sobre la internacionalización de las universidades. En ocasiones, la fragmentación del discurso da lugar a creencias erróneas sobre su significado. La más común, identificar internacionalización únicamente con el programa Erasmus. El fenómeno es más complejo. De hecho, la “internacionalización” es el proceso mediante el cual se integra y aumenta la dimensión internacional en la investigación y la docencia universitaria. Por tanto, el reto supera la cuestión de la movilidad.

Otro error consiste en considerarla un fenómeno reciente. Al contrario, antecede incluso a las universidades. Los grandes pensadores de la antigüedad ya se aventuraban a cruzar fronteras para escudriñar la sabiduría de otras civilizaciones y las élites importaban el talento extranjero para instruir a su descendencia. Más tarde, el medioevo frenó esta tendencia, que fue de nuevo avivada con la creación de las universidades en el siglo XIII. Estas jóvenes instituciones ocuparon el epicentro de la creación de conocimiento. Los estudiantes peregrinaban desde sus países hacia los grandes centros: Bolonia, París, Oxford... Los académicos partían en busca de maestros de países lejanos. La prevalencia del latín como lengua vehicular garantizaba la transmisión del conocimiento allende las fronteras geográficas...

La utopía del “saber universal”, referencia y modelo de los pensadores ilustrados, encuentra hoy, en nuestra moderna sociedad globalizada, una herramienta fundamental: las nuevas tecnologías de

La sociedad del siglo XXI tiene problemas globales como la producción de la energía, la pobreza o el medioambiente que requieren cooperación internacional

la información y la comunicación. Hacer llegar tan fácilmente el conocimiento por encima de barreras geográficas supone un hito impensable para nuestros ilustres ancestros. Pero, a pesar de ello, las barreras siguen existiendo: culturales, políticas, económicas... Siguen dificultando el acceso de los ciudadanos de cualquier nación a ese enorme caudal de conocimiento que se vehicula en las redes. Se genera en numerosos entornos, pero que se condensa, reposa, refina, transfiere y avanza, sobre todo, en la Universidad. Como base fundamental para el avance social, tiene

en las instituciones universitarias su mejor apoyo. Y estas persiguen esa utopía de extender el saber mediante sus políticas de internacionalización.

La internacionalización, por tanto, nació por sí misma como una consecuencia inexorable a los procesos de producción de conocimiento y educación superior. Dicho esto, ¿por qué genera hoy ríos de tinta en los medios? La respuesta es compleja, pero podemos subrayar tres razones: la certeza de que las universidades más internacionalizadas alcanzan mayores cotas



Foto: UMA

de competencia científica, las nuevas exigencias de la sociedad del conocimiento y la ruptura de las fronteras nacionales en el mercado de la educación superior.

La sociedad del siglo XXI tiene problemas globales como la producción de la energía, la pobreza, o el medioambiente que requieren cooperación internacional. Los científicos necesitan trabajar de forma colaborativa para afrontar estos desafíos. Por otra parte, el mercado de trabajo ahora es internacional y la sociedad multicultural. Requiere profesionales con conocimiento, capacidades técnicas y sociales que les permitan desarrollarse en entornos geográficos y culturales diferentes. En consecuencia, el mercado de la educación superior ha resquebrajado sus limitaciones territoriales. Los adelantos en los transportes y en la comunicación hacen más fácil y barata la movilidad de personas e ideas. Las universidades ahora también pugnan internacionalmente para atraer a estudiantes y para financiarse. Nuevas exigencias, nuevas responsabilidades.

La UMA ha potenciado una política de convenios, promoviendo modelos de alianzas, como Andalucía Tech o la oficina en la Universidad de In-Cheon

La competición por el espacio internacional es insoslayable. Actualmente, todos los ojos miran a los rankings para comparar universidades. Estos listados jerarquizados incluyen entre sus indicadores cuestiones relacionadas con la dimensión internacional de la actividad universitaria. Asumen que las mejores universidades publican sus hallazgos en revistas científicas de alto impacto internacional, producen gran parte de ellos en colaboración con otras universidades, atesoran científicos profusamente citados en dichas publicaciones, cuentan en sus plantillas con profesores extranjeros y consiguen atraer en mayor medida que otras a estudiantes extranjeros de grado, master y doctorado.

Una vez entendida la dimensión internacional como un elemento competitivo vinculado a la calidad, las universidades

han tratado de amplificar su proyección internacional. Durante el siglo XX vieron la luz iniciativas como el Espacio Europeo de Educación y el programa Erasmus. Hoy, la panoplia de recursos es más variada: contratan a investigadores extranjeros de prestigio, se asocian con centros para competir por recursos y para crear títulos dobles, acuden a ferias internacionales, crean consorcios y asociaciones, innovan en educación a distancia, ofertan estudios en inglés, abren sedes en el extranjero y fomentan la internacionalización en casa, es decir, facilitan la adquisición de las competencias internacionales a los miembros de su comunidad que no participan en actividades de movilidad.

También la UMA ha hecho esfuerzos en diferentes frentes. Ha creado una red de socios en todos los continentes a través de la participación en organizaciones y asociaciones internacionales como la European University Association. Ha potenciado una política de convenios, promoviendo nuevos modelos de alianzas. Son los casos del Campus de Excelencia Internacional Andalucía Tech o la oficina en la universidad surcoreana de In-Cheon. Ha incrementado su competitividad en proyectos internacionales orientados a la investigación (Programa Marco de la UE, Espacio Iberoamericano del Conocimiento), a la movilidad con fines formativos o de capacitación profesional (Long Learning Programme de la UE: Erasmus, Erasmus Mundus, Grundvig, Leonardo) y a la cooperación para el desarrollo, transfiriendo el conocimiento en I+D a países poco favorecidos. Del mismo modo, se ha cultivado la cultura internacional de la comunidad, facilitando la movilidad hacia el extranjero con fines científicos, formativos o docentes y el aprendizaje de otros idiomas.





Laboratorio de Desarrollo Cardiovascular y Angiogénesis de la Universidad de Málaga. / Foto: Aurora Álvarez Narvéez (Uciencia)

Nuestra comunidad científica cuenta con experiencia internacional. De acuerdo a una encuesta suministrada al profesorado en 2013 (n=338), el 58,6% de los investigadores realizó al menos una estancia en el extranjero en los últimos cinco años, el 51,48% participó en proyectos de investigación internacionales, el 72,5% publicó al menos un artículo científico en una revista extranjera y el 50% firmó artículos con autores de otros países. A pesar de ello, el contexto actual requiere más músculo internacional.

Actualmente, la UMA está desarrollando una Estrategia de Internacionalización de segunda generación. Una hoja de ruta para alcanzar mayores niveles de competitividad en el ámbito internacional que prioriza los objetivos cualitativos con verdadero valor añadido.

La nueva estrategia seguirá favoreciendo la movilidad, incorporando un mayor número de universidades de máximo prestigio internacional a su oferta de destinos. Se promoverán las alianzas con universi-

La nueva estrategia seguirá favoreciendo la movilidad incorporando un mayor número de universidades de máximo prestigio internacional a su oferta de destinos

dades de alta reputación. Se impulsará la presencia institucional en el exterior con el desarrollo de nuevos “modos de entrada” en otros países, por ejemplo, con la creación de oficinas o delegaciones internacionales fuera de las fronteras españolas.

Se estimularán las colaboraciones internacionales, la producción científica y su publicación en revistas internacionales; se reforzará el apoyo y asesoramiento en la solicitud de proyectos, y se aumentarán los recursos para la atracción de científicos reputados. La transferencia de resultados hacia el exterior será impulsada, por ejemplo, a través de la creación de empresas de base tecnológica con participación extranjera o dirigidas al mercado exterior desde su concepción. Por otra parte, se fortalecerá el vínculo entre la cooperación para el desarrollo y la actividad científica.

Para mejorar la oferta docente, se desarrollará un protocolo para la creación de nuevas titulaciones internacionales. Y, entre otras actuaciones, se pondrá en marcha un plan de promoción en el exterior para atraer a estudiantes extranjeros. Nuestro profesorado está concienciado con la necesidad de actuar. La mayoría de los encuestados mostraron, por ejemplo, su acuerdo con la importancia de atraer a estudiantes internacionales para máster y doctorado (93,8%) o incluir una perspectiva internacional en su docencia (82,8%).

En definitiva, gracias a esta nueva estrategia, la UMA responderá a las exigencias del entorno global y mejorará, en consecuencia, su desempeño en los rankings. Se renueva así el compromiso con un reto de siempre, la internacionalización, cuya vigencia cobra hoy más relevancia que nunca. ●