

EDITORIAL

La internacionalització de la universitat en la societat xarxa

Josep M. Duart

Professor dels Estudis de Psicologia i Ciències de l'Educació de la UOC i director de la *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*

Per què hem d'internacionalitzar la nostra universitat? Aquesta és, segons el nostre parer, la pregunta que s'ha de fer qualsevol equip directiu universitari davant del repte de la internacionalització. És a dir, la internacionalització ha de formar part de la seva planificació estratègica, que emana de la seva missió i visió, i no pot ser (ni hauria de ser-ho) el resultat d'una cosa improvisada. El motiu de situar aquesta internacionalització en l'àmbit estratègic de qualsevol institució no és sinó entendre i mostrar la importància de definir quin és el lloc que, com a institució, volem ocupar en la nostra societat global, què hi volem aportar i quins volem que siguin els nostres socis. Es tracta, per tant, d'un posicionament institucional, i aquesta és la seva importància estratègica.

RUSC dedica el seu monogràfic a reflexionar sobre la internacionalització de la universitat. Hans de Wit, professor d'Internacionalització de l'Ensenyament Superior a l'Escola d'Economia i Gestió de la Universitat de Ciències Aplicades d'Amsterdam, ha coordinat aquest número, que presenta aportacions rellevants, que recolzen en l'observació d'experiències concretes, en l'anàlisi de processos ja elaborats i en l'extensa bibliografia que hi ha sobre el tema. I, a més, d'acord amb el focus temàtic de RUSC, els articles analitzen i valoren la internacionalització de la universitat en el marc de la societat de la informació i del coneixement, és a dir, en un entorn global, en el qual la xarxa té un significat especial i aporta nous reptes, oportunitats i escenaris a la visió d'aquest concepte. No hi ha dubte que les aportacions que els nostres lectors trobaran en el monogràfic seran molt útils en els processos estratègics d'internacionalització de les universitats.

En la societat xarxa, formada per nodes d'influència, la universitat (amb un procés previ de reflexió estratègica) ha d'avaluar en quin o quins d'aquests nodes es pot situar, i s'ha de preguntar per què i, sobretot, què pot aportar a aquest node perquè realment hi sigui acceptada. Per a ser en un d'aquests nodes cal sumar coneixement, experiència, reflexió, anàlisi, etc. Per aquest motiu, el treball institucional de definir, per exemple, les àrees i els àmbits d'excel·lència de la institució i els seus reptes és important. A partir d'això serà possible mostrar credencials suficients per a poder optar a un node de la xarxa i comprometre's amb altres institucions en el seu desenvolupament i creixement.

Considerem, per tant, que l'estratègia d'internacionalitzar la institució universitària ha de tenir en compte com és la nostra societat xarxa, global, i fer-ho mitjançant processos àgils comunicatius i d'intercanvi de coneixement, una tasca que facilita internet i que es fonamenta en les xarxes socials de coneixement que s'hi constitueixen.

Segons la nostra opinió, la reflexió sobre la internacionalització no s'ha de basar en paràmetres ja obsolets avui dia, com ara el nombre d'estudiants internacionals o de professors estrangers, la llengua dels programes acadèmics o la quantitat de projectes de recerca en què participen universitats d'altres països. Aquests elements potser són indicadors clars de l'èxit de la nostra estratègia institucional, però, en cap cas, no l'han de definir. Per a aconseguir bons resultats amb relació a aquests indicadors o altres, hem de marcar algunes accions i prioritats. Es poden posar alguns exemples determinats que s'exposen en alguns dels articles del monogràfic. Una estratègia interessant, implantada per algunes universitats gràcies a les possibilitats de la xarxa, consisteix a crear programes híbrids (és a dir, amb un disseny pedagògic mixt que combina la presencialitat i la no-presencialitat d'una manera indiferent i que constitueix un continu formatiu entre el professor i els estudiants) d'objectius i continguts globals. Aquests programes incorporen, ja des del disseny, professors d'altres institucions i països, i també institucions que tinguin relació amb la temàtica d'estudi. S'han de pensar globalment des del disseny pel que fa als continguts i els objectius, i s'han d'adreçar necessàriament a un públic global, internacional. I la llengua del programa, per exemple, serà el resultat del mateix disseny del curs i no una premissa prèvia per a la internacionalització. Un altre exemple, molt més simple, però igualment interessant, és crear programes de continguts internacionals útils no per a atreure estudiants estrangers, sinó per a permetre l'accés a continguts internacionals als estudiants del nostre país o de l'entorn immediat de la universitat. La recerca universitària i les seves dinàmiques fonamentades en projectes i en equips és, sens dubte, un altre element fonamental en el disseny d'estratègies d'internacionalització. I una vegada més, no es basaran en la llengua o en el nombre d'estrangers que formen l'equip, sinó en la temàtica de la recerca, en la seva qualitat i en la visibilitat de les seves aportacions per a la comunitat científica.

La internacionalització de la universitat és un plantejament estratègic d'una institució, i s'ha d'entendre i organitzar com a tal. La societat xarxa ens ha obert noves possibilitats que situen la universitat, els seus programes i la seva comunitat acadèmica en un espai global en el qual poden aportar coneixement i valorar el que ja hi ha. La institució s'ha de definir i situar en l'espai global, i aportar-hi la seva excel·lència i el seu coneixement.

Josep M. Duart
Director de RUSC