

Colaboración Bilingüe: su Impacto en la Internacionalización y Rankings Internacionales.

Dra. Gabriela Gerón Piñón, *Connecting Iberoamérica*, gabrielageronpinon@gmail.com

Resumen

En este trabajo se analiza el papel de Latinoamérica en el contexto mundial y la importancia de los idiomas español e inglés. Se presentarán los resultados del estudio de 1,881 páginas Web de universidades de 20 países de Iberoamérica, en donde se analizó si éstas contaban con algún tipo de información en inglés. Se explorará también el impacto en la internacionalización y los rankings al colaborar en un ambiente bilingüe. Finalmente, se harán algunas recomendaciones a las universidades con el propósito de inspirarlas a romper la barrera del idioma y darle visibilidad al mundo de los grandes proyectos e iniciativas que se están llevando en el país.

Palabras clave:

Webometrics; Iberoamérica; universidades; inglés.

Introducción

Latinoamérica es una región joven, cambiante y emergente (ECLAC, 2014; Kapur y Crowley, 2008), que en el contexto mundial de la educación superior es importante, ya que de acuerdo con la UNESCO (2009), la matrícula representa el 9,79% del total mundial y se le conoce como “el continente de la esperanza” por su gran potencial de crecimiento (Altbach et al., 2009). En la actualidad Latinoamérica sufre de un importante retraso tecnológico (Arocena y Sutz, 2005). Las razones de esta diferencia tecnológica radican en una baja capacidad de las empresas para innovar, así como en las carencias en la calidad de los sistemas educativos (World Economic Forum, 2015). Las ciencias, las tecnologías y la innovación son las impulsoras del desarrollo. De acuerdo al reporte de ciencias de la UNESCO *hacia el 2030* (UNESCO, 2015), en la mayoría de los países de Latinoamérica aún existe un rezago en términos de la producción de tecnología. En la figura 1 puede apreciarse la diferencia entre los países del G20 y los países latinoamericanos (México y Argentina) miembros de este grupo.

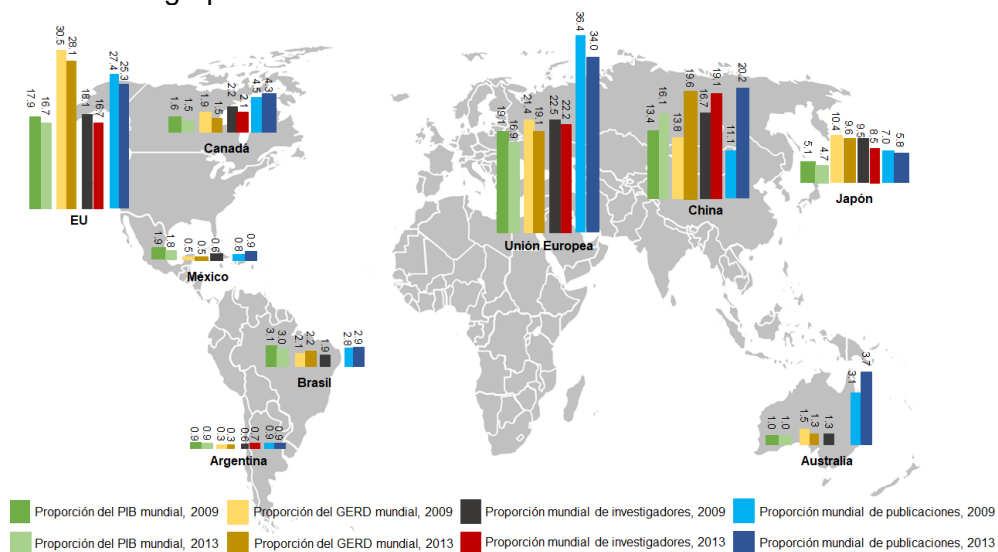
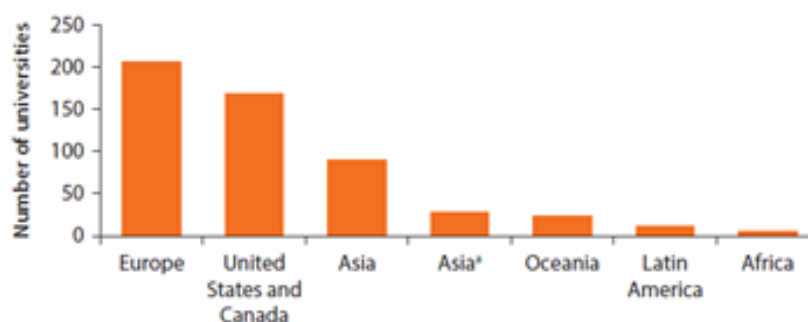


Figura 1. Proporción mundial del PIB, GERD, investigadores y publicaciones en los países del G20 del año 2009 y 2013

La internacionalización es la respuesta a la globalización dado que cubre una amplia gama de servicios, entre ellos la educación a distancia, la investigación y la colaboración académica (Altbach, 1998; Biddle, 2002). Dado que la competitividad internacional es importante para las universidades de Latinoamérica, los temas de rankings internacionales están ganando una gran importancia entre los principales objetivos estratégicos que buscan los gestores de las universidades de la región. Los rankings globales tienen implicaciones geográficas, ya que reflejan la posición, no sólo de las universidades, sino también indirectamente de los países y regiones (Erkkilä, 2014), lo que explica su importancia para las universidades. América Latina está fuera del mapa de los rankings globales (Jöns y Hoyler, 2013). De acuerdo al estudio realizado por el World Bank (2017), a partir del ranking Top 500 ARWU, se muestra que la participación de la región representa un 2% mundial. En la figura 2 se realizó un promedio de las posiciones de los rankings Times, US News, ARWU y QS World University Ranking del 2014 de las regiones del mundo.



Source: Academic Ranking of World Universities 2014, Shanghai Ranking Consultancy, <http://www.shanghairanking.com/>.
a. Minus Japan and China.

Figura 2. Número de universidades en el Ranking ARWU 2014

Los rankings internacionales son una parte integral del panorama de la educación superior. Sin embargo, se concentran sólo en unos cientos de universidades de las más de 20,000 instituciones de educación superior que existen en el mundo (Millot, 2015). De acuerdo a Docampo (2008), los rankings más influyentes a nivel mundial son el Academic Ranking of World Universities (ARWU) y el World University Ranking (THE). Ambos confirman la reputación de las universidades americanas y británicas líderes (Marginson y Van der Wende, 2007). Estos datos ponen en evidencia que las universidades necesitan rankings con enfoques regionales más constructivos (Marginson, 2012). La escasa representación de universidades no anglosajonas ha provocado la aparición de otros rankings como el QS World University Ranking (QS Ranking) que se basa en cuatro áreas clave de interés: investigación, empleabilidad, enseñanza e internacionalización (Hasan, 2013). Este ranking se ha expandido con gran éxito hacia nuevas regiones, entre ellas América Latina.

Los motivos de la baja aparición de universidades de la región en los rankings internacionales son varios, entre los que se destacan:

- América Latina se caracteriza por una baja producción de publicaciones académicas (Donoso y Crittenden, 2008). La investigación no es una actividad clave en América Latina (Arocena y Sutz, 2005; Lim, 2015).
- Las publicaciones en español o portugués encuentran mayores dificultades para ser citadas fuera de los países iberoamericanos.
- Muchas revistas que no están en inglés son excluidas de las bases de datos globales (Marginson, 2012).
- La falta de fluidez de un segundo idioma (Berry y Taylor, 2014). Aunque es importante resaltar que el español es la segunda lengua del mundo por número de hablantes y es el segundo idioma de comunicación internacional.

El Webometrics Rankings of World Universities, elaborado por el Laboratorio de Cibermetría del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC) que mide la presencia, la actividad y los contenidos de las IES de todo el mundo en la Web. Vale decir que este indicador no está relacionado directamente con la calidad institucional de las universidades, sino más bien con la visibilidad que se genera dentro de la red (Barsky, 2012). La página de Internet Webometrics (2016) describe una serie de buenas prácticas para las universidades y centros de investigación a nivel mundial para conseguir una adecuada presencia en la Web entre la que se destaca en utilizar el idioma inglés. La audiencia Web es realmente global, luego no se debe pensar localmente. Versiones en otros lenguajes, sobre todo el inglés, son obligatorias no sólo para las páginas principales, sino para otras secciones seleccionadas, especialmente los documentos científicos.

Materiales y métodos

En la presente investigación se analizaron las páginas Web de 1,881 universidades de 20 países de Iberoamérica con el objetivo de identificar si cuentan con una página Web en inglés. Debido a que vivimos en un mundo global, como se planteó anteriormente, la investigación y colaboración universitaria se realiza en inglés, por lo que es importante que las universidades lo reconozcan para que puedan adoptar esta práctica. El número de universidades por país que se analizaron se presenta en la Tabla 1.

País	Universidades	País	Universidades
Argentina	110	Honduras	19
Bolivia	55	México	552
Chile	110	Nicaragua	52
Colombia	303	Panamá	26
Costa Rica	69	Paraguay	53
Cuba	51	Perú	110
República Dom.	32	Puerto Rico	51
Ecuador	68	España	70
El Salvador	35	Uruguay	17
Guatemala	15	Venezuela	83

Tabla 1. Universidades participantes en el estudio por país

Es importante resaltar que se incluyeron en este estudio a las universidades de España porque en este país también se habla español, por lo que se enfrenta a la misma barrera del idioma de los países de Latinoamérica. Los resultados se analizarán respecto a este país que pertenece a la Unión Europea.

Resultados y discusión

Los resultados del análisis de las universidades en Iberoamérica que cuentan en su página Web con información en inglés se presentan en la figura 3. Se resalta que en España el 86% de las universidades cuenta con información de mucha calidad en inglés en donde principalmente se promueven los programas de intercambio, las líneas de investigación y los proyectos de colaboración internacional. En el resto de los países de Latinoamérica mostraron un promedio del 13%.

Los resultados del análisis por tipo de universidad pueden apreciarse en la figura 4. Se resalta que en España el 97% de las universidades públicas cuentan con una página de internet en inglés, mientras que este porcentaje es del 76% en las universidades privadas. Cabe resaltar que en Latinoamérica las universidades privadas tienen un mayor porcentaje de sus páginas Web en inglés, a excepción de Chile, Colombia y Uruguay.

Puede apreciarse que existe una gran área de oportunidad para que las universidades de Latinoamérica cuenten con una página Web en inglés que les permita tener visibilidad en una audiencia mundial, por ende, una mayor colaboración internacional.

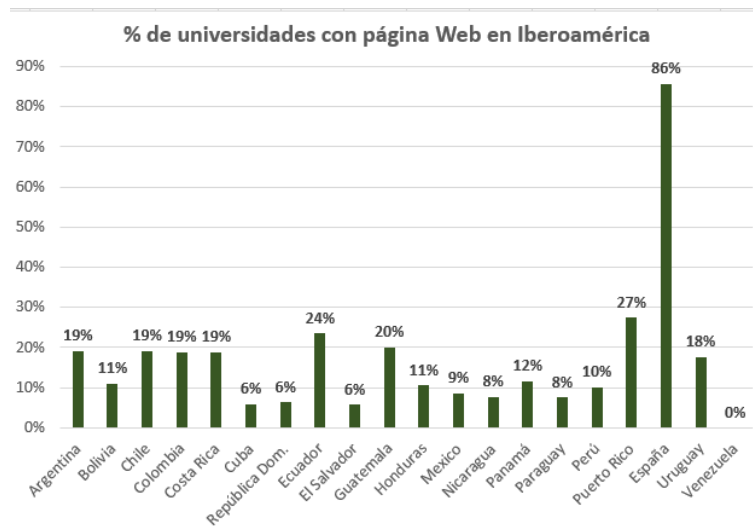


Figura 3. % de universidades que cuentan con información en inglés en su página Web

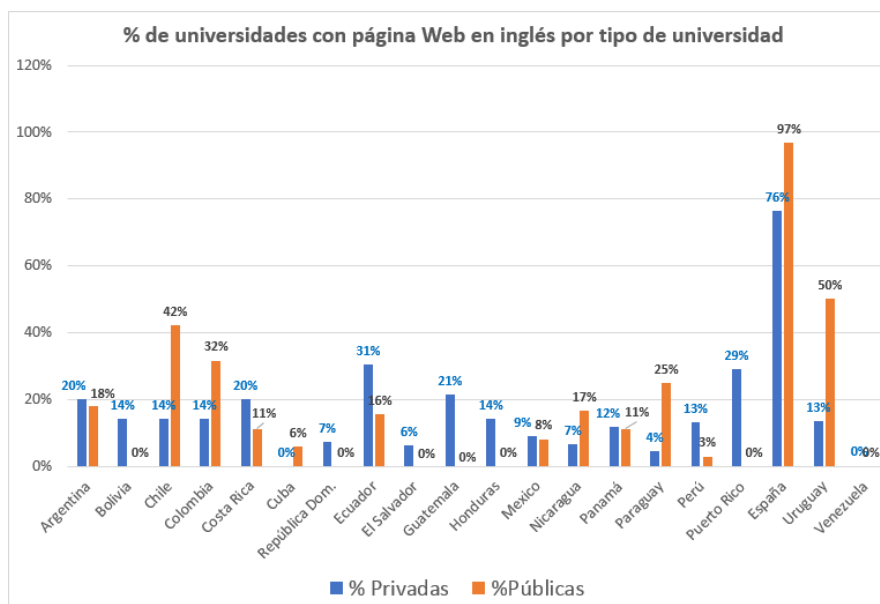


Figura 4. Análisis por tipo de universidad

Como parte de la Tesis doctoral de la autora, se demostró estadísticamente que la implementación de un Website externo con información disponible en inglés tiene un impacto en el lugar que ocupan las universidades en los rankings internacionales. En esa investigación se estudiaron los rankings QS World, QS LAC y Scimago World. Finalmente, el ranking Webometrics mide dos indicadores que pueden ser influenciados por contar con información en inglés. El indicador de presencia que mide el tamaño (número de páginas) del dominio principal de la universidad y subdominios tomando como fuente Google. El indicador de visibilidad que mide el número de redes externas (subredes) que originan enlaces a las páginas Web de las universidades.

Conclusiones

En promedio un promedio del 13% de las universidades de Latinoamérica tiene información en inglés en tu página Web. De estas conclusiones se derivan algunas recomendaciones:

1. Contar con páginas Web en inglés que contengan información institucional relevante para una audiencia global (datos de la universidad, acreditaciones institucionales)

- nacionales e internacionales, posición en los rankings, convenios locales, nacionales e internacionales, proyectos de investigación, investigadores, programas de intercambio, publicaciones, etc.).
2. Colaborar con universidades en su entorno para compartir recursos, tecnologías, bibliotecas electrónicas, investigaciones sobre el uso de las TIC's, evaluaciones de Tesis, etc.).
 3. Participar en organizaciones internacionales (Agenda UNESCO 2030, International Association of Universities, International Council for Open and Distance Education, Institute of International Education, etc.).
 4. Aplicar en procesos de acreditación internacional y rankings internacionales.
 5. Incentivar a que sus profesores se den de alta en las páginas Web de las redes de investigación (ResearchGate, Google Scholar Citations, Mendeley, etc.).
 6. Implementar mecanismos de soporte para la comunidad académica (apoyo del Centro de Idiomas para traducciones, editores externos, compañías externas, etc.)
 7. Explorar iniciativas emergentes como Collaborative Online International Learning (COIL) para los intercambios internacionales virtuales.

Referencias bibliográficas:

- Altbach, P. G. (1998). *Comparative higher education: Knowledge, the university, and development*. Greenwich Publishing Group.
- Altbach, P. G., Reisberg, L. and Rumbley, L. E. (2009). *Trends in global higher education: Tracking an academic revolution*. Report prepared for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education, UNESCO Publishing, París.
- Arocena, R. and Sutz, J. (2005). Latin American universities: From an original revolution to an uncertain transition. *Higher Education*, vol. 50 (4), 573-592. <http://doi.org/10.1007/s10734-004-6367-8>.
- Barsky, O. (2012). Acerca de los rankings internacionales de las universidades y su repercusión en Argentina. *Debate Universitario*, vol. 1 (1), 30–78.
- Berry, C. and Taylor, J. (2014). Internationalisation in higher education in Latin America: policies and practice in Colombia and Mexico. *Higher Education*, vol. 67(5), 585–601. <http://doi.org/10.1007/s10734-013-9667-z>.
- Biddle, S. (2002). *Internationalization: Rhetoric or reality?* (Vol. 56). New York, NY: American Council of Learned Societies.
- Donoso, P. and Crittenden, V. L. (2008). Strategic management in Latin America. *Journal of Business Research*, vol. 61 (6), 587–589. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.06.032>.
- ECLAC (2014). Economic Commission for Latin America and Caribbean. "Preliminary Overview of the Economies of Latin America and the Caribbean". Recuperado de <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/6/49716/P49716.xml&xsl=/prensa/tpl-i/p6f.xsl&base=/prensa/tpl-i/top-bottom.xsl> [Consulta: Mayo 2014].
- Erkkilä, T. (2014). Global university rankings, transnational policy discourse and higher education in Europe. *European Journal of Education*, vol. 49 (1), 91–101. <http://doi.org/10.1111/ejed.12063>.
- Jöns, H. and Hoyler, M. (2013). Global geographies of higher education: The perspective of world university rankings. *Geoforum*, vol. 46, 45–59. <http://doi.org/10.1016/j.geoforum.2012.12.014>.
- Kapur, D. and Crowley, M. (2008). *Beyond the ABCs: higher education and developing countries*. Working Paper No. 139, Center for Global Development, Washington D.C.
- Lim, F.C. B. (2015). *Transforming research universities in Asia and Latin America: world class worldwide*. Quality Assurance in Education.
- Marginson, S. and Van der Wende, M. (2007). To rank or to be ranked: the impact of global rankings in higher education. *Journal of Studies in International Education*, vol. 11 (3-4), 306–329. <http://doi.org/10.1177/1028315307303544>.
- Millot, B. (2015). International rankings: universities vs. higher education systems. *International Journal of Educational Development*, vol. 40, 156-165. <http://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2014.10.004>.
- UNESCO (2009). *Trends in global higher education: tracking an academic revolution*. A Report Prepared for the UNESCO 2009 World Conference on Higher Education.
- UNESCO (2015). *UNESCO Science Report: towards 2030 – Executive Summary*. UNESCO Publishing.
- Webometrics (2016). *Ranking Web of Universities World*. Recuperado de <http://www.webometrics.info/en/world>. [Consulta: Noviembre 2016].