

Especialistas compartieron experiencias durante un encuentro en Temuco:

Estas son las claves para destacar como una atractiva ciudad universitaria

■ Municipios que se preocupan de promover ciclovías y alternativas de conexión entre campus, empresas dispuestas a trabajar con emprendedores jóvenes y oficinas públicas que ayudan a encontrar trabajo son algunos ejemplos.

M. CORDANO

¿Qué tienen en común la ciudad de Montreal en Canadá, Manizales en Colombia y Cambridge en Inglaterra?

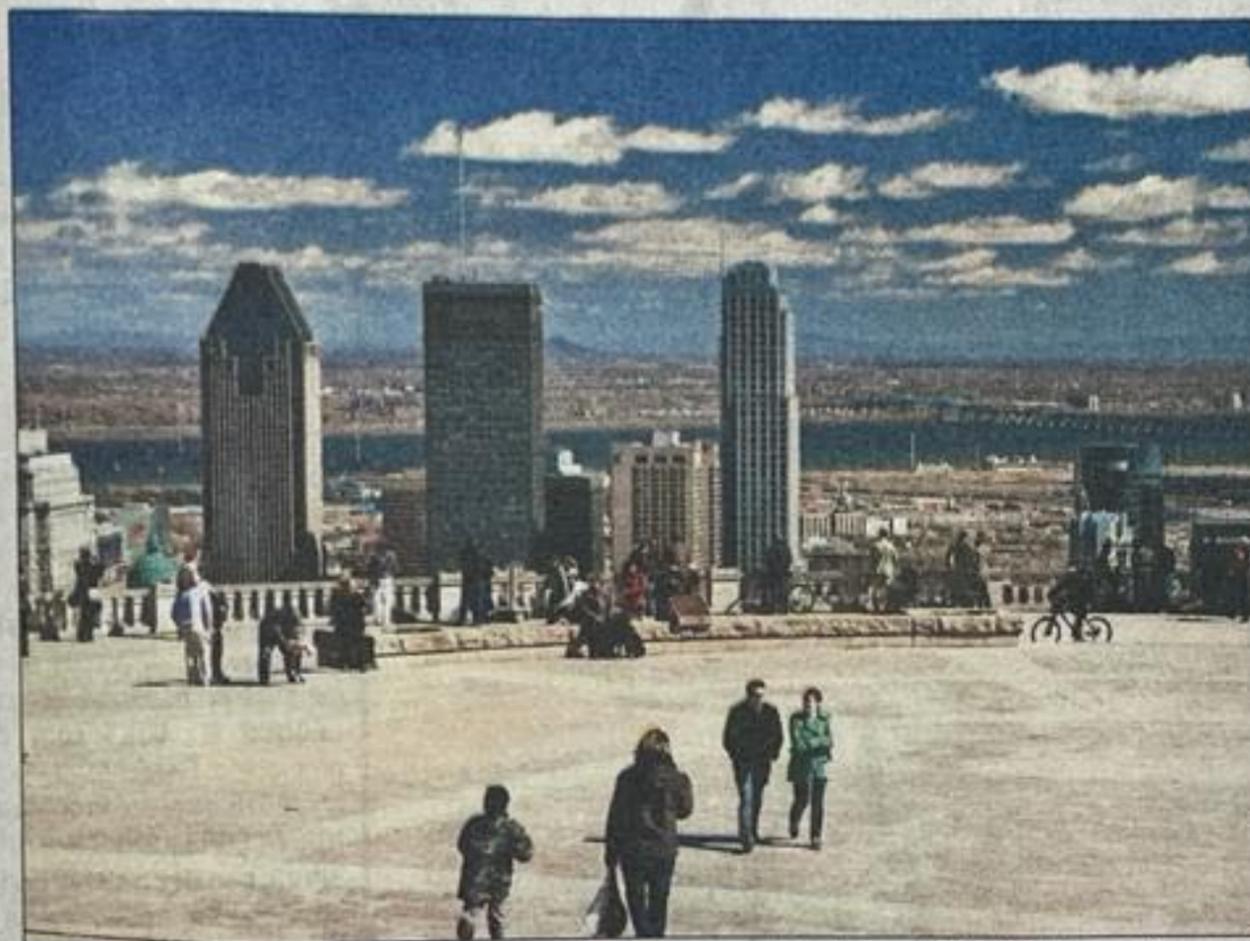
Todas se definen como ciudades universitarias, un concepto que describe urbes con alta población de estudiantes, en las que abiertamente se trabaja para asegurar su bienestar y calidad de vida. Las casas de estudio se consideran parte del atractivo turístico y suelen influir de forma importante en la economía y cultura de cada una de estas zonas.

Así lo explicaron los especialistas que hace unos días compartieron sus experiencias en la Región de La Araucanía, durante el Encuentro Internacional de Ciudades Universitarias organizado por el proyecto Temuco UniverCiudad.

La iniciativa es una que reúne a las cinco universidades públicas y privadas con presencia en esa ciudad (de La Frontera, Católica de Temuco, Autónoma, Mayor y Santo Tomás), y a la Corporación para el Desarrollo Productivo de La Araucanía (Corparaucanía) con el objetivo de posicionarla, justamente, como un polo de desarrollo académico.

Fue durante este encuentro que Cate-rin Estrada, directora de Manizales Campus Universitario, comentó que en esta ciudad montañosa, ubicada en el eje cafetero de Colombia, la articulación entre distintas entidades —las universidades, el sector privado, el Estado y otros aliados— ha sido clave en su objetivo de ser un territorio universitario.

Por ejemplo, SUMA es el nombre de una alianza que reúne a seis universidades de la zona, y que a través de su programa de movilidad permite “que un estudiante que se inscribe en la U. de



Las ciudades deben contar con programas que ayuden a los estudiantes internacionales con los procesos migratorios, sugiere Miguel Codes, de Canadá. En la foto, Montreal.

Manizales en la carrera de Marketing, vea los ramos de emprendimiento en la U. Autónoma. Si este estudiante además tiene interés artístico, aunque no tenga que ver con su currículum, puede tomar una clase de Música en la U. de Caldas, sin que le genere ningún costo adicional. Hay mucha articulación dentro de las vicerrectorías académicas de todas estas universidades, de los procesos de registro académico”, señaló.

Siguiendo esta idea, SUMA Bibliotecas permite a los alumnos ingresar a las distintas bibliotecas de cada institución.

La opción de poder escoger genera enorme atractivo, comentó Estrada.

Cruce de ideas

Otros proyectos que han ayudado a generar esta identidad de ciudad universitaria corresponden a programas de becas ofrecidos por la alcaldía y los centros de estudio, así como la Oficina de la Bici, iniciativa que busca generar alternativas de movilidad sostenible.

“Desde la administración pública hay una apuesta hacia la infraestructura y la conexión entre sedes universitarias. Esto para seguir pensando a Manizales como un gran campus”, indicó la académica a propósito de los recursos que se han dedicado a parques, espacios para

caminar y ciclovías, por ejemplo.

Guillermo Ramírez, representante de Ecosistema Global Cambridge, coincidió con la importancia de formar alianzas para volver una ciudad un destino académico. Para ello habló del modelo de Silicon Fen de su universidad.

Según explicó, el concepto refiere a la “fertilización cruzada de ideas” entre la academia y las empresas, donde se persuade a las multinacionales —como Apple, Microsoft o AstraZeneca, en su caso— a establecerse, junto a emprendimientos, en los parques científicos e institutos de investigación de la ciudad.

Entre sus objetivos está poder conectar ideas con capital, expuso Ramírez.

Miguel Ángel Codes, asesor de Atracción de Estudiantes Internacionales del programa I Choose Montreal —iniciativa que se financia con fondos públicos y privados, dedicada a promover la ciudad canadiense como un destino para establecerse y capacitarse—, recordó que para atraer y retener estudiantes, las ciudades universitarias deben preocuparse de ayudar con temas prácticos del día a día: desde organizar actividades para que los nuevos alumnos descubran la ciudad y oferta cultural que esta ofrece, hasta ayudarlos con “trámites burocráticos para, por ejemplo, obtener un permiso de trabajo”, indicó.

Los expositores coincidieron en que cuando se apuesta por promover una ciudad como destino universitario, se obtienen beneficios a través de la generación de empleos asociados y el aporte de los mismos universitarios a la economía local. Además, se generan nuevas capacidades para la innovación y se consolida la interculturalidad.