

# Alumni y universidad: un camino de ida y vuelta

«Los antiguos alumnos como embajadores de reputación» fue el tema de la tercera edición del congreso «Building Universities' Reputation» (BUR 2018), organizado por la Universidad y celebrado en el edificio Alumni de Madrid del 2 al 4 de octubre. Veinticuatro expertos de diez países hablaron sobre el vínculo que se genera entre los estudiantes y su universidad y sobre cómo reforzarlo a través de actitudes y actividades que aporten valor añadido a los *alumni* y contribuyan de ese modo a mejorar la reputación de los centros académicos.

TEXTO *Lucía Martínez Alcalde [Fia 12 Com 14]*  
FOTOGRAFÍA *José Juan Rico Barceló*

«EL FOCO DE LAS ENTIDADES ALUMNI SON los estudiantes. La experiencia *alumni* comienza el primer día de clase. Un alumno satisfecho y orgulloso de su universidad es un *alumni* embajador en potencia». Sobre esta idea, expuesta en el *position paper* del congreso, se basó la conversación durante el «Building Universities' Reputation» (BUR 2018). El tema enlazaba así con el BUR 2017, que profundizó en la experiencia del estudiante en su paso por las aulas universitarias. Al final, como se dijo en esa ocasión, la reputación de la universidad depende de la de sus estudiantes.

Como recogía el documento preparatorio del BUR 2018, el Informe de la Federación Alumni España 2015 indica que «la palabra *alumni* procede del verbo latino que significa alimentar o nutrir. El uso más común de la palabra *alumni* está asociado a términos como “graduado”, “que ha finalizado con éxito un grado”, “comunidad” y “alrededor del mundo”. Por otra parte, *alma mater* es una expresión, también latina, que significa «madre que nutre» y que se emplea para referirse a la universidad. Tal vez no sea casualidad que ambas nociones se vinculen con la acción de alimentar. No

es solo la institución la que aporta: también sus alumnos y *alumni* pueden contribuir a su misión en cuanto a reputación, empleabilidad y apoyo a sus proyectos.

Para ayudar a cimentar este nexo existen las oficinas Alumni, una de cuyas misiones, según planteó el congreso, es transformar la relación desde una vinculación más transaccional y poco personal a una de colaboración y confianza. Como señaló **Claire O'Sullivan**, *associate director* de la Oficina Alumni de la Universidad de Birmingham, «las oficinas Alumni son el vehículo que permite la conexión entre los antiguos alumnos y la universidad. Se deben crear las oportunidades para que esa conexión sea realmente verdadera. No es hacer algo para ellos, es hacerlo con ellos».

## EL RETO: LA FORMACIÓN PERMANENTE.

En una de las mesas redondas centrales del BUR 2018 dialogaron dos rectores de universidades distantes geográficamente (Singapur y Utrecht) pero con una visión compartida sobre varios desafíos que afronta la institución universitaria: la innovación docente y pedagógica y la continuidad en la formación de los estudiantes.



Tang Eng Chye, Alfonso Sánchez-Tabernero y Bert van der Zwaan.



«El vínculo del antiguo alumno nace y se fortalece sobre todo en su paso por la universidad. Si la experiencia del estudiante es positiva, memorable, se crea un sentido de pertenencia con vocación de permanecer»

CHRISTINE FAIRCHILD  
Directora Alumni de la Universidad de Oxford



Alberto Andreu habló sobre los retos de la comunicación con los *alumni*.



Bert van der Zwaan participó en el diálogo sobre el futuro de la universidad.



«La reputación no se crea solo invirtiendo en campañas de *marketing*: es necesario identificar a las personas influyentes que estudiaron en tu universidad y trabajar conjuntamente con ellas para que tu mensaje sea mucho más creíble»

PETTER NYLANDER  
Global CEO de Universum



«Es difícil convencer a la institución de que invierta en historias, pero la reputación de los *alumni* se ampara en crear historias sobre las personas, que inspiren a otros y les hagan sentir que algo positivo pasa dentro de sus recintos»

BEN SOWTER  
Director de la Unidad de Inteligencia del ranking QS

«El Foro Económico Mundial estima que dos tercios de los niños que hoy van al colegio trabajarán en profesiones que no existen todavía», afirmó **Tan Eng Chye**, rector de la Universidad Nacional de Singapur, en alusión a las tendencias en la educación superior.

En ese mismo sentido, **Bert van der Zwaan**, presidente de la Liga de Universidades de Investigación Europeas (2016-2018) y rector de la Universidad de Utrecht hasta junio de este año, subrayó la innovación como uno de los retos de las instituciones académicas. «Debemos mirar qué sucede en la sociedad y trasladarlo a las aulas, porque el cambio no es algo que debemos temer sino una realidad que necesitamos acoger. Solo así sabremos lo que la sociedad necesita, y seremos capaces de generar un retorno hacia ella que redundará en nuestra buena reputación», resaltó. **Van der Zwaan** destacó, asimismo, la necesidad de la creatividad en este panorama: «La universidad debe pasar de transferir un mero conocimiento a favorecer que las personas lo empleen de una manera más creativa». En su opinión, nos enfrentamos a un cambio en la investigación, a un aumento de la colaboración entre universidades y a un mercado laboral que demandará trabajadores más flexibles.

Por su parte, el rector de la Universidad de Singapur explicó la apuesta de su institución: se ofrece a sus graduados la posibilidad de volver tras veinte años y cursar de manera gratuita dos cursos del programa que quieran para actualizarse. «No puedes aprender todo en cuatro años», dijo **Chye**.

La formación continua es una oportunidad y un reto. Puede contribuir a mejorar la preparación, la empleabilidad y la reputación de los alumnos y los graduados. Para **Van der Zwaan**, la clave de la educación universitaria es reconocer que los estudiantes esperan una experiencia de aprendizaje permanente durante toda su vida y puede que esto lleve a un giro en la concepción de los estudios universitarios. **Nt**