



LA CREATIVIDAD COMO EJE DE INTEGRACIÓN INTERCULTURAL: Programas intensivos de movilidad internacional en la educación superior

Creativity as the axis of intercultural integration
Intensive international mobility programs in higher education

ELENA DE PRADA CREO
Universidad de Vigo, España

KEYWORDS

*Short-term programs
Intensive programs
Creative tourism
Interculturality
Internationalization
International mobility
Higher education*

ABSTRACT

International mobility has proven to contribute very favourably to university students' personal, academic and professional development. Ensuring that most students have access to this type of experience should be a priority to guarantee their holistic education. In the case of short-term mobilities, specific planning through creative tourism formulas that allow for optimal use of intercultural exchanges can determine the success of the experience. The evaluation of the proposed model suggests the importance of integrating these types of activities when designing efficient policies.

PALABRAS CLAVE

*Programas de corta duración
Programas intensivos
Turismo creativo
Interculturalidad
Internacionalización
Movilidad internacional
Educación superior*

RESUMEN

La movilidad internacional ha demostrado contribuir muy favorablemente al desarrollo personal, académico y profesional del alumnado universitario. Conseguir que la mayor parte de los estudiantes tengan acceso a este tipo de experiencias debe de ser un objetivo prioritario para favorecer su formación integral. En el caso de las movilizaciones de corta duración, hacer una planificación específica a través de fórmulas de turismo creativo que permitan el máximo aprovechamiento de los intercambios interculturales puede determinar el éxito de la experiencia. La evaluación del modelo propuesto sugiere la importancia de integrar este tipo de actividades a la hora de diseñar políticas eficientes.

Recibido: 17/ 08 / 2022

Aceptado: 23/ 10 / 2022

1. Introducción

1.1. La movilidad internacional

La movilidad internacional de estudiantes ha demostrado contribuir de una forma muy positiva al desarrollo personal, académico y profesional del alumnado universitario. Conseguir que una amplia mayoría tenga acceso a este tipo de experiencias se está convirtiendo en uno de los objetivos prioritarios de las universidades para favorecer la formación integral de los estudiantes y mejorar los índices de calidad de la institución (de Wit, 2011). Dentro de este contexto, una de las cuestiones que más preocupan a los investigadores y gestores universitarios es determinar fórmulas que permitan que las estancias en el extranjero sean aprovechadas al máximo por el alumnado con el fin de poder desarrollar todos los beneficios competenciales e interculturales que este tipo de experiencias pueden fomentar. Si bien ya se venían desarrollando formatos de intercambios intensivos entre diversas universidades, recientemente, haciéndose eco de esta necesidad, la Comisión Europea ha programado acciones de corta duración a través de los programas BIP (Blended Intensive Program) dirigidos a fomentar la comprensión de la diversidad cultural europea (Erasmus+, 2021).

Estos programas entran en funcionamiento dentro de una respuesta global a todo tipo de movilidades altamente positiva y en continuo aumento (OECD, 2021). De especial relevancia en nuestro contexto es el alto impacto de las movilidades temporales centradas en el reconocimiento de créditos (programa Erasmus +), frente a las movilidades enfocadas a cursar los estudios completos en otro país (Kelo *et al.*, 2006; (Bürger *et al.*, 2011). Así, nos encontramos en la actualidad con un significativo aumento del flujo de estudiantes entre los diferentes países realizando movilidades de muy diversa índole, en las que España ocupa una posición de liderazgo tanto en emisión como en recepción de estudiantes (OECD, 2021). Aprovechar esta ventaja competitiva puede ser determinante para proveer al alumnado de una idónea formación competencial derivada de la internacionalización, tanto en la emisión como, en el caso que nos ocupa, la recepción de estudiantes.

1.2. La internacionalización en casa

En los últimos años, la concepción de la internacionalización de la educación superior ha experimentado cambios significativos, que se han ido modulando desde la mencionada aproximación al proceso de internacionalización a través de la movilidad de estudiantes a diferentes países con convenios, hasta el creciente interés en todo lo que acontece en torno al fenómeno de internacionalización en casa, es decir, la recepción de aquellos estudiantes de otros países que se integran de forma temporal o total para cursar el grado completo en el propio sistema. Esta visión de la internacionalización, por tanto, va más allá de la mera movilidad, e intenta fomentar una visión más equilibrada y distributiva de la internacionalización a través de acciones inclusivas que beneficien a todo el alumnado (Almeida *et al.*, 2019; Varguillas *et al.*, 2021; De la Cruz Rios *et al.*, 2021). Así, la interacción generada enriquecería, a diferentes niveles, tanto al colectivo visitante como al anfitrión. Para este último grupo, poder verse inmersos en un contexto intercultural plenamente significativo e integrador, sin necesidad de desplazarse al exterior, puede constituir un elemento de igualdad de oportunidades en lo que respecta a la adquisición de competencias interculturales y los beneficios que conllevan. Esta configuración es especialmente relevante en aquellos casos que se perciban dificultades o experimenten temores para salir al extranjero, por lo que esta primera aproximación a convivir en entornos interculturales desde la propia localidad (Almeida *et al.*, 2019; Beelen y Jones, 2015; De Wit y Leask, 2015; Leask, 2015) puede proporcionar una gran oportunidad para obtener los múltiples beneficios derivados de la internacionalización y adquirir las destrezas interculturales necesarias para futuras modalidades de intercambio.

Sin embargo, junto a un contexto plenamente favorable y cargado de muy buenas intenciones sobre el papel, nos encontramos con la ausencia de materias en los planes de estudios o acciones específicas que favorezcan la convivencia y la comprensión de la diversidad cultural. Estas limitaciones se dan tanto a nivel del conocimiento sobre las diferentes culturas con las que se va a producir la interacción como en las estrategias más idóneas a emplear para favorecer la interculturalidad. Es por ello que la planificación específica de actividades intensivas de corta duración dentro del esquema de movilidad europeo, como los programas BIP, es un gran reto sobre el que se debe profundizar, ya que puede condicionar y determinar el éxito de la experiencia. Por otra parte, estos programas constituyen el marco perfecto para poder desplegar acciones formativas sin interferir con los aspectos curriculares. Igualmente, pueden permitir el desarrollo y potenciación de otras destrezas esenciales para la formación integral del alumnado universitario, como son las competencias cooperativas, interculturales y creativas.

1.3. Movilidad, interculturalidad y creatividad

Un destacado beneficio de las movilidades internacionales es la posibilidad de integrarse en un nuevo entorno en el que los estudiantes han de desplegar diferentes estrategias de adaptación y poner a prueba su formación en diversas competencias. Sin menospreciar la innegable relevancia de las destrezas comunicativas necesarias

para una efectiva interacción e integración (De Prada *et al.* 2021), una necesidad fundamental es el desarrollo de otra línea de competencias que no cuentan en el sistema universitario español con el espacio académico que las cambiantes necesidades del mundo en que vivimos y que afectan al bienestar emocional del alumnado. Nos referimos a las competencias interculturales y creativas, que pueden aportar determinantes beneficios a los estudiantes (Lee, Therriault y Linderholm, 2012). Por ello, buscar fórmulas que canalicen el desarrollo de estas competencias debería ser prioritario. La interrelación entre ambas competencias está avalada por numerosos estudios, que destacan que estar en contacto con otras culturas favorece el desarrollo de la creatividad (Leung y Chiu, 2010; Tadmor, Tetlock, y Peng, 2009), tanto en lo que se refiere a la producción de nuevas ideas (Leung y Chiu, 2010; Maddux & Galinsky, 2009) como a nuevos enfoques y perspectivas (Leung *et al.*, 2008). Al hablar de contacto, es importante tener presente de que éste tenga un carácter interactivo, no es suficiente la mera exposición (Aytug, Rua, Brazeal, Almaraz, & González, 2018).

Implicar a todos los estudiantes al mayor número de experiencias interculturales debería ser prioritario ya que a mayor número de interacciones mayores posibilidades de desplegar su potencial intercultural y creativo (Dewaele, 2016; Lee *et al.*, 2012; Moons, & Robins, 2013; Kim, 2016). Por tanto, facilitar la integración de todos los participantes y limitar las opciones de que se formen grupos mono-culturales tanto en los contextos formales como informales es fundamental, ya que las interacciones multiculturales han demostrado ser beneficiosas para la adquisición de competencias globales, internacionales e interculturales (Soria & Troisi, 2014). Igualmente, el papel facilitador de las universidades puede ser determinante para paliar los posibles efectos limitados o incluso adversos que el contacto entre grupos de estudiantes de diferentes orígenes pudiera generar (Kondakci *et al.* 2008). Por ello, es importante destacar la importancia de realizar acciones específicas dirigidas a concienciar y formar al alumnado para favorecer su adaptación a las nuevas situaciones interculturales en las que se integre (Núñez *et al.*, 2017; Thomas & Waugh, 2020) y mejorar no solo sus competencias interculturales sino su creatividad (Maddux *et al.*, 2010) y bienestar emocional.

1.4. Turismo creativo

En este marco internacional en el que se pretenden optimizar las experiencias interculturales y creativas dentro de un contexto extra-académico, las acciones dirigidas al conocimiento del lugar de destino en cooperación e interacción con los estudiantes locales puede aportar singulares beneficios a ambas comunidades. Es en este sentido donde los principios del turismo creativo cobran especial relevancia y aplicabilidad. Diversos estudios entre los que se encuentran las aportaciones de Richards and Raymond, (2000), UNESCO (2006), y Richards (2011) han ofrecido diferentes definiciones de turismo creativo que hacen referencia a experiencias participativas y auténticas que permiten a los visitantes desarrollar su potencial creativo y sus habilidades a través del contacto con la población local y su cultura. Esta formulación sugiere un cambio de perspectiva destacando un rol activo en lugar de pasivo, y un énfasis en la cultura “viva” o intangible más que en el patrimonio cultural estático y tangible, lo que convierte a los visitantes en co-intérpretes y co-creadores a medida que desarrollan sus habilidades creativas (Ivcevic and Mayer, 2009). En relación con el componente interactivo que destacábamos, es importante destacar que para que una actividad tenga un efecto sobre la creatividad, es necesario que los visitantes se vean inmersos en experiencias que pongan el foco en la interactividad (Hung *et al.* 2016, Tan *et al.* 2013). Igualmente, además de ser interactivas, los visitantes necesitan percibir que esa experiencia que viven es auténtica (Chronis y Hampton, 2008) y está arraigada en los rasgos y valores locales.

Se ha igualmente destacado que el aspecto creativo de la experiencia deja una mayor huella en los participantes (Hurriyati y Sofwan, 2015), influyendo en su nivel de satisfacción y recuerdos positivos y aumentando las intenciones de volver a visitar el destino y recomendarlo (Ali *et al.*, 2015). Por ello, ofrecer experiencias en la que los visitantes se impliquen activamente, participando en la co-creación de actividades emocionantes e interesantes (Suhartanto *et al.* 2019) es esencial para consolidar el vínculo del visitante con el destino. Por ello, si deseamos que las actividades programadas tengan un efecto con el mayor beneficio posible para el alumnado desde el punto de vista del fomento y desarrollo de su potencial creativo, es necesario que quienes planifiquen las tareas aboguen por tener en cuenta la presencia del elemento de co-creación (Ross *et al.* 2017), esencial para que la experiencia se convierta en memorable y única (De Prada y Mareque, 2020). Este tipo de turismo creativo, además, puede ser desarrollado en cualquier espacio, tanto rural como urbano. En este último caso, implantarlo en una ciudad pequeña, como el caso que nos ocupa, no constituye una limitación sino todo lo contrario, ya que muchas ciudades con menor tamaño cuentan con un número de infraestructuras culturales y vida cultural (Mareque *et al.* 2021) comparable a las más grandes.

1.5. Cursos intensivos y trabajo en equipo

Como ya destacaba Davies (2006) hace unos años, existen pocas investigaciones que verifiquen las ventajas y desventajas de los programas intensivos, algo muy necesario para poder planificar con solvencia los diferentes programas intensivos, tal y como se está haciendo necesario con la proliferación de los programas de corta duración promovidos desde Europa. A pesar de la dificultad en comparar resultados de programas intensivos

versus no intensivos, la revisión de la literatura sugiere que no hay elementos que permitan concluir que los cursos intensivos puedan ser menos eficaces si se imparten de forma adecuada (Davies, 2006). Al contrario, en numerosos ámbitos, este formato ha probado ser altamente idóneo si se planifica de la forma adecuada (Dwyer, 2004; De Prada, 2021) y en numerosos casos más efectivo que otros formatos (Scott, 2003), al permitir fórmulas más interactivas y constructivas (Kucsera & Zimmaro, 2010).

Haciendo hincapié en la gran relevancia de este componente interactivo, es importante destacar la conveniencia de fomentar e integrar estructuras de trabajo en equipo y cooperación dentro de la formación universitaria, ya que además de los beneficios emocionales que redundan en el bienestar del alumnado (Akindele, 2012), aumentando su motivación y autoestima (Chantathai, *et al.*, 2015; Toader *et al.*, 2021), propicia también el desarrollo de otras competencias psico-sociales y académicas (Chapman & Van Auken; Lau *et al.*, 2014). Estas competencias serán fundamentales no solo durante su etapa formativa sino también con su incorporación al mercado laboral. Los últimos cambios en las formas de trabajo, con más fórmulas híbridas y la composición intercultural de los equipos requieren priorizar la conexión, confianza y camaradería entre los diferentes miembros, con acciones a desarrollar como complemento al contexto profesional (Johnson, 2021).

2. Objetivos

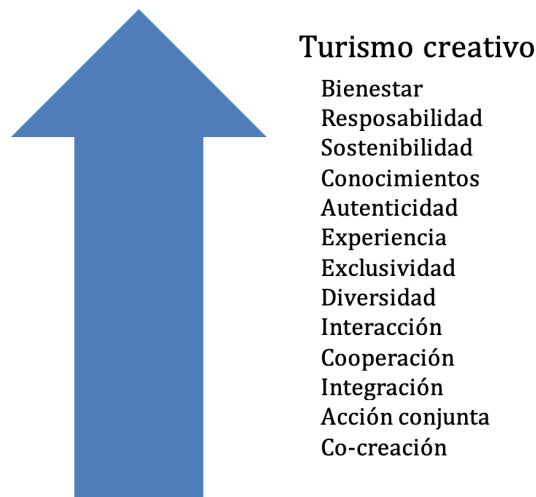
Teniendo en cuenta el contexto enunciado respecto a los programas internacionales intensivos y la relevancia de maximizar el impacto de estos programas para la adquisición de competencias cooperativas, interculturales y creativas se describen y analizan los rasgos fundamentales de la integración de una propuesta basada en los ejes fundamentales del turismo creativo mencionadas, diseñando una actividad introductoria interactiva adaptada al contexto de intercambio. Una vez desarrollada, se pone en práctica y evalúa con el fin de verificar la posible eficacia de esta fórmula para integrar en este tipo de contextos.

3. Metodología

3.1. Descripción del programa

Teniendo en cuenta las características del grupo y contexto (actividad turística dentro de un contexto académico de programas intensivos internacionales), para esta tarea específica se adoptaron y adaptaron los siguientes rasgos del turismo creativo (De Prada y Mareque, 2020).

Figura 1. Rasgos turismo creativo



Fuente: Elaboración propia, 2022

Así, el objetivo fue diseñar una actividad que tuviese presente los rasgos del turismo creativo anteriormente sintetizados y fomentase la interactividad y cooperación desde el inicio del programa intensivo. El diseño de la actividad propuesta parte de dos hechos fundamentales:

1. Por un lado, la observación obtenida por experiencias anteriores de seminarios y talleres conjuntos organizadas con socios de la red Erasmus + de que la interacción e integración entre los estudiantes se producen cuando se aproximan las últimas jornadas de la semana, limitando con ello, los múltiples beneficios que se podrían haber obtenido de haber iniciado la necesaria conexión y cohesión de grupo con anterioridad.

2. Por otro, la adaptación de formatos procedentes de otros ámbitos de conocimiento con aplicabilidad habitualmente a otros contextos, como es el caso del turismo creativo, que podrían constituir una forma de paliar las mencionadas limitaciones.

Con estas premisas se constituyó el “Ourense Challenge” organizado dentro del contexto de la International Week de la facultad, que celebra este evento, al igual que muchos otros centros europeos, con el fin de profundizar en las relaciones entre personal y alumnado de todos los países socios. En esta ocasión hubo alumnado y profesorado procedente mayoritariamente de Alemania, Croacia, Portugal, Lituania en forma presencial, y Estados Unidos, Turquía e India de forma virtual. Con el fin de aunar lazos entre los participantes de forma presencial, se diseñó una actividad para realizar durante el primer día del evento, como toma de contacto para favorecer la interacción y cooperación. Debido al perfil de los participantes, con mayoría de estudiantes españoles, algunos originarios de la ciudad de referencia (en este caso, Ourense), se formaron grupos internacionales y equilibrados en cuanto a la procedencia de los integrantes.

La actividad se organizó fomentando un clima emocional favorable, basado en la consideración, el respeto y la seguridad para poder realizar las tareas propuestas en un estado de tranquilidad relajación y bienestar (Xu and Chan, 2010) y se enmarcó dentro de una aproximación histórico-cultural a la ciudad de referencia, que puede ser fácilmente extrapolable y aplicable a cualquier destino, adaptándolo a sus características. Dado el carácter internacional del grupo, la descripción de la prueba y la actividad se llevó a cabo utilizando el inglés como lengua de comunicación. Se organizó en 10 retos de carácter auto-competitivo, es decir, se consideraban ganadores los grupos que consiguiesen superar todos los retos, aportando como prueba, la respuesta correcta a las 10 preguntas y/o la foto o vídeo creativos en los que apareciesen los distintos componentes del grupo y que confirmase que los participantes habían realizado en conjunto las tareas propuestas. Las respuestas se enviaban a través de un formulario accesible a través de la aplicación social propuesta por el alumnado colaborador en las tareas de organización. El material generado se subía igualmente a la mencionada aplicación.

La primera prueba tenía como objetivo presentar y formar vínculos entre todos los participantes, introducir el contexto cultural del evento y comenzar a cohesionar a los integrantes de cada uno de los recién formados grupos e integrarlos en una dinámica de trabajo en equipo. La tarea consistió en visualizar una versión contemporánea de música y baile tradicional, aprenderse unas líneas en el idioma local, gallego, que apelan al espíritu general del evento: “non hai fronteriras” (no hay fronteras) y unos pases de baile. Con ello, se pretendía la contextualización cultural e integración de todos los participantes como preparación al resto de las tareas, persiguiendo con ello cumplir los principios de turismo creativo efectivo, especialmente los referidos al rol activo (Richards and Wilson, 2007), la interacción (Binkhorst, 2007; Hung *et al.* 2016; Tan *et al.* 2013) la autenticidad (Chronis and Hampton, 2008; Fawcett and Cormack, 2001) y la co-creación (Hurriyati & Sofwan, 2015; Suhartanto *et al.* 2019). El resto de las tareas tenían como objetivo la consolidación y cohesión de los recién formados grupos a través de la consecución de metas compartidas, la exploración de la ciudad con una perspectiva activa e interactiva y la producción de contenido creativo resultado de las aportaciones de todos los integrantes del grupo. Todo ello, persiguiendo que la actividad tuviese un impacto emocional favorable y duradero, contribuyendo a la persistencia de recuerdos positivos y deseos de repetir fórmulas similares (Hung *et al.*, 2019).

El recorrido utilizó como marco contextual la cultura de la región, Galicia, y como hilo conductor la historia de la ciudad, desde los primeros pobladores a la actualidad, deteniéndonos en los diferentes vestigios que se conservan: desde castros, puentes, recursos termales, plazas, iglesias, catedrales, palacios hasta emblemáticos edificios comerciales, hoy reconvertidos, en muchos casos, en espacios públicos. Cada una de las actividades contaban con una contextualización histórico-cultural, artística y de vida cotidiana sobre el reto. Para superarlo, era necesario leer con detenimiento la información (nuevo conocimiento) y, a partir de ahí, realizar las tareas, basadas en la obtención de nueva información adicional que, en muchos casos, incluía interactuar con los habitantes de la ciudad, la observación detenida del recurso patrimonial, la implicación en la interpretación del patrimonio y la creación de contenido digital. En suma, atendiendo al principio de sostenibilidad del turismo creativo, el diseño de la actividad intenta utilizar los recursos patrimoniales tangibles e intangibles existentes en la ciudad y conferirles una nueva dimensión trazada dentro de una dinámica interactiva, cooperativa y creativa.

3.2. Descripción del estudio

110 participantes procedentes de diferentes universidades europeas realizaron el descrito reto cultural basado en los principios del turismo creativo y, posteriormente, se les solicitó cumplimentar un cuestionario elaborado para conocer sus impresiones sobre la experiencia. Se recibieron 72 respuestas válidas.

Participantes:

La muestra se compone de 72 participantes, 51 mujeres (70,83%) y 21 hombres (29,17%). El 26,39% de los participantes estudian y son de la ciudad de Ourense; el 22,22% vive y estudia en la ciudad de Ourense, pero proceden de otra ciudad o país; el 34,72% residen temporalmente por estudios en Ourense y el 16,67% son participantes procedentes de otro país. Todos tenían conocimientos de inglés a nivel B1 (intermedio) o superior.

Instrumento y procedimiento:

Se diseñó un cuestionario basado en las investigaciones previas descritas y los objetivos del programa, con el fin de obtener la valoración de los participantes. Para garantizar su validez, las preguntas fueron revisadas por cinco expertos de las áreas de psicología y educación cuyas opiniones fueron tomadas en consideración para la versión final del instrumento (Cabero y Llorente, 2013; Weir, 2005). Las formulaciones estaban dirigidas a extraer opiniones y valoraciones sobre los siguientes aspectos:

1. Percepción de la eficacia del “Ourense Challenge” para la interacción entre los participantes el primer día y cumplir los retos propuestos.
2. Contribución de la tarea a establecer lazos entre los participantes.
3. Valoración de la dificultad de las tareas .
4. Aprendizaje de nuevos aspectos histórico-culturales de la ciudad.
5. Valoración de la adecuación del modelo como fórmula para conocer un nuevo destino.
6. Percepción de la cooperación entre los integrantes del grupo para realizar los retos y las tareas creativas.
7. Nivel de satisfacción respecto al resultado de una tarea específica, en este caso, la elaboración de un portafolio con las 10 fotos creativas en grupo interactuando en las diferentes etapas.
8. Recomendación de actividades similares a las planteadas en el “Ourense Challenge” para conocer nuevos lugares.
9. Deseo de repetir experiencias de este tipo.
10. Mantenimiento en la memoria de recuerdos gratos vividos con el grupo.

Los participantes debían indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con una serie de valoraciones relacionadas con los temas expuestos a través de una escala Likert con cinco alternativas: (1) muy en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo (5) muy de acuerdo. El uso de este tipo de medición permite diferentes posibilidades de análisis y es considerada muy fiable (Bertram, 2008). Para valorar el aspecto de la permanencia de los recuerdos favorables, el cuestionario se administró dos meses después de la realización de la actividad. Se indicó que la participación era anónima, voluntaria y confidencial.

Análisis de datos:

Para el análisis de datos, se han utilizado frecuencias absolutas y relativas, expresada en porcentajes. Se incluyen en la tabla 1. Igualmente se ha calculado la media, la mediana, moda y la desviación estándar (SD) de todos los ítems objeto de análisis. Se han incluido en las tablas 2. Todos los análisis se realizaron con el paquete estadístico SPSS 21.0.

4. Resultados y análisis

El análisis estadístico de las respuestas permite focalizar los puntos fuertes y débiles de este tipo de experiencias intensivas y determinar en qué medida la implementación de principios de turismo creativo dentro del programa puede contribuir a potenciar su eficacia desde el punto de vista de los aspectos señalados.

Tabla 1. Frecuencias y porcentajes

	Valor	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Interacción	3	4	5,56%
	4	12	16,67%
	5	56	77,78%
Red contactos y amistades	3	3	4,17%
	4	19	26,39%
	5	50	69,44%
Conocimientos adquiridos	3	12	16,67%
	4	37	51,39%
	5	23	31,94%
Utilidad para conocer nuevos lugares	4	3	4,17%
	5	69	95,83%
Aspectos emocionales	3	1	1,39%
	4	11	15,28%
	5	60	83,33%

Colaboración	3	3	4,17%
	4	17	23,61%
	5	52	72,22%
Co-creación	3	4	5,56%
	4	13	18,06%
	5	55	76,39%
Recomendación	4	2	2,78%
	5	70	97,22%
Memorabilidad	3	1	1,39%
	4	3	4,17%
	5	68	94,44%

Fuente: Elaboración propia, 2022

Tabla 2: Media, mediana, moda y desviación estándar (SD)

	Mínimo	Máximo	Media Ponderada	Mediana	Moda	SD
Interacción	3	5	4,72	5	5	0,56
Red contactos y amistades	3	5	4,65	5	5	0,56
Conocimientos adquiridos	3	5	4,15	4	4	0,68
Utilidad para conocer nuevos lugares	4	5	4,96	5	5	0,20
Aspectos emocionales	3	5	4,82	5	5	0,42
Colaboración	3	5	4,68	5	5	0,55
Co-creación	3	5	4,71	5	5	0,56
Recomendación	4	5	4,97	5	5	0,16
Memorabilidad	3	5	4,93	5	5	0,30

Fuente: Elaboración propia, 2022

En términos generales, vemos que la valoración de la actividad ha sido muy positiva, ya que no se observan puntuaciones inferiores a 3 en ningún caso y en la mayor parte de las respuestas la puntuación más otorgada es 5 (tabla 2).

En lo que respecta a la interacción, se observa que la mayoría de los participantes consideraron que la actividad realizada facilitaba y fomentaba la interacción entre los participantes, con más del 94% indicando estar de acuerdo (16,67%) o muy de acuerdo (77,78%) con la percepción de que la experiencia contribuyó positivamente a establecer lazos entre los estudiantes locales y los visitantes, así como a aumentar su red de contactos y amistades internacionales (26,39% y 69,64% se muestran de acuerdo y muy de acuerdo) (tabla 1). En ambos casos la calificación más alta fue la valoración más repetida (tabla 2). Esto confirma la idoneidad de este formato de visita a la ciudad para favorecer y potenciar las interacciones y a través de ellas, la creatividad (Hung *et al.* 2016, Tan *et al.* 2013).

En lo que respecta al área del conocimiento, se pueden observar dos resultados bastante relevantes: por un lado, respecto a la aportación de adquisición de conocimientos sobre la ciudad, se puede observar que las puntuaciones otorgadas son más variables, con algo más de la mitad de participantes (51,39%) manifestando estar de acuerdo, un 31,94% muy de acuerdo y un 16,67% mantienen una percepción neutral (tabla 1). Si bien este apartado fue el que arrojó unas medias de valoración más bajas (4,15/5) y el 4 fue el valor más repetido (tabla 2) es un resultado que puede considerarse muy positivo si tenemos en cuenta que algo más de la mitad de los participantes procede o vive en la ciudad. El hecho de descubrir aspectos de la propia ciudad que se desconocían sugiere que otras visiones y aproximaciones a las rutas turísticas pueden no solo enriquecer los conocimientos de los visitantes, sino que los propios locales pueden aprender a mirar su ciudad con otros ojos y apreciar aspectos desconocidos, al aplicar otras perspectivas, contribuyendo con ello a desarrollar su potencial creativo (Maddux *et al.*, 2010; De Prada & Mareque, 2020). El interés que sugieren estos resultados se intensifica al valorar los participantes la idoneidad de la actividad para conocer nuevos lugares. En este caso, la gran mayoría de los participantes (95,83%) otorgaron la máxima puntuación (tabla 1) siendo la media un 4,96 (tabla 2). Así, de acuerdo con la percepción de los participantes en base a su experiencia, el modelo cooperativo propuesto a modo de retos puede resultar de utilidad para explorar nuevos lugares y conocerlos mejor dentro de un clima emocional favorable. Este aspecto basado en intentar conseguir el bienestar de los participantes es igualmente valorado de forma positiva por parte del alumnado. La gran mayoría mostró estar de acuerdo (15,28%) o muy de acuerdo (83,33%) con la percepción de que los retos eran interesantes y tenían el grado de dificultad adecuada, contribuyendo a que se realizasen con tranquilidad en un contexto interactivo de evasión y diversión, tal y como requiere el turismo creativo (Xu and Chan, 2010).

De la misma forma, los aspectos cooperativos y de creación conjunta fueron altamente valorados por la mayoría de los participantes, mostrando estar de acuerdo o muy de acuerdo. (95,83 para cooperación y 94,45% para co-creación) (tabla 1), con medias muy similares, 4,68 para el primer caso y 4,71 para el segundo (tabla 2). El ítem correspondiente a la recomendación de la actividad para el objetivo con el que fue concebido, es decir, facilitar la interacción y cooperación intercultural a través de la actividad descrita fue el que arrojó valoraciones más altas, con un 97,22% de participantes valorándolo con la máxima puntuación (tabla 1) y una media de 4,97 (tabla 2). La persistencia de buenos recuerdos, con un porcentaje de 98,61% mostrando estar de acuerdo o muy de acuerdo (tabla 1) y una media de 4,93 (tabla 2) es indicativa de la efectividad de la actividad, tanto en el aspecto interactivo como emocional.

Los resultados anteriormente descritos confirman la percepción por parte de los participantes de la idoneidad del formato para fomentar el conocimiento, la interacción, el cooperativismo y los vínculos interculturales. En lo que respecta a la interacción y el trabajo en equipo podemos ver que los resultados confirman la eficacia de realizar actividades fuera del contexto académico para fomentar la cooperación (Johnson, 2021). Las investigaciones existentes que vinculan la interacción y la cooperación intercultural con el desarrollo del potencial creativo (Leung & Chiu, 2010; Maddux & Galinsky, 2009) (Leung *et al.*, 2008). (Aytug, Rua, Brazeal, Almaraz, & González, 2018; De Prada *et al.*, 2021) sugieren que este tipo de experiencia u otras formuladas de manera similar pueden contribuir, por tanto, no solo al fomento de las competencias interculturales en el alumnado sino las creativas también. Con ello, las instituciones universitarias estaremos contribuyendo a compensar la posible carencia formativa en estas áreas y fomentando la implicación del alumnado en actividades similares, gracias a la persistencia de buenos recuerdos, y la percepción de aprendizaje, la implicación emocional, la interacción y la co-creación (Ali y Husain, 2015; Hung *et al.*, 2016).

Considerando el todavía bajo número de estudiantes europeos que se integran en los tradicionales programas cuatrimestrales o anuales de movilidad Erasmus + (un 3,31% de españoles, contando todas las movilidades, según los datos del Ministerio de Universidades, 2020), el número de estudiantes que pueden beneficiarse de todas las ventajas a nivel competencial que ello implica es muy bajo. Por este motivo, es altamente recomendable planificar e implementar acciones de internacionalización en casa diseñadas con claros objetivos que posibiliten el desarrollo de las mencionadas destrezas.

5. Conclusiones e implicaciones

Integrar actividades interactivas de ocio en los programas de intercambio internacionales manifiesta contar con una aceptación muy favorable por parte de los participantes, corroborando investigaciones previas que destacan

la importancia del ocio, vida social y turismo en los estudiantes internacionales, que llegan a considerar estos aspectos como prioritarios a la hora de seleccionar los destinos (Teichler, 2004, Pérez Encinas *et al.*, 2021). Por ello, planificar este tipo de formatos y adaptarlos a las duraciones de los programas puede ser de gran relevancia para el éxito de las propuestas. Igualmente, es importante destacar que facilitar y fomentar contactos interculturales deben ser una tarea conjunta entre estudiantes internacionales, estudiantes locales y la institución (Otten, 2000). La proyección de este objetivo común, reforzado con el aprendizaje de destrezas interculturales permitirían lograr un máximo beneficio de la internacionalización para toda la comunidad universitaria.

Los resultados obtenidos en este trabajo pueden ser importantes a la hora de diseñar políticas eficientes tanto a nivel nacional como a nivel de la Unión Europea. Además, se pueden derivar implicaciones para potenciar las ventajas de las estancias de corta duración, y corregir las limitaciones. Si desde los entes organizadores planifican actividades que optimicen los formatos intensivos, tales como la aquí descrita, no solo se consigue la deseada interacción y cohesión desde los primeros momentos de los contactos presenciales, sino que se intensifican todos los beneficios derivados de la internacionalización en casa y las competencias de trabajo en equipo y, especialmente, la creatividad.

Dado la favorable acogida de este tipo de programas, sería deseable, para acciones similares, integrar previamente algún tipo de formación previa en destrezas interculturales, ya que ello facilitaría el proceso de adaptación (Thomas y Waugh, 2020) y la activación del potencial creativo (Maddux *et al.*, 2010). Este tipo de actividad puede ser aplicable a cualquier contexto que persiga una rápida cohesión en un grupo y fomentar destrezas esenciales para la formación del alumnado como la creatividad. Teniendo en cuenta la irrupción de los programas BIP en las universidades europeas y su carácter breve e intensivo es necesario adaptar la temporalidad e implicación de las acciones por parte de las universidades y comenzar a tomar un role activo en el diseño de actividades y acciones que fomenten la internacionalización en casa y el desarrollo de potencial estratégico. Para ello, es necesario recomendar más investigaciones dirigidas a conocer los puntos fuertes y débiles de los programas intensivos ya que este conocimiento es fundamental para poder planificarlos, estructurarlos y organizarlos de la forma adecuada.

Referencias

- Akindele, D.O. (2012). Enhancing teamwork and communication skills among first year students at the University of Botswana. *TESOL Journal*, 6(1), 2–15.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2015). Creative tourists' experience, memories, satisfaction and behavioural intentions. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33(1), 85–100. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418>
- Almeida, J., Robson, S., Morosini, M., & Baranzeli, C. (2019). Understanding internationalization at home: Perspectives from the global North and South. *European Educational Research Journal*, 18(2), 200–217. <https://doi.org/10.1177/1474904118807537>
- Aytug, Z. G., Rua, T., Brazeal, D. V., Almaraz, J. A., & González, C. B. (2018). A socio-cultural approach to multicultural experience: Why interactions matter for creative thinking but exposures don't. *International Journal of Intercultural Relations*, 64, 29–42. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2018.03.004>
- Beelen, J., & Jones, E. (2015). Redefining internationalization at home. En A. Curaj, L. Matei, R. Pricopie, J. Salmi y P. Scott (Eds.) *The European Higher Education Area: Between Critical Reflections and Future Policies* (pp. 59–72). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-20877-0_5
- Bertram, D. (2008). *Likert Scales... are the meaning of life*. Topic report. <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>.
- Binkhorst, E. (2007.) Creativity in tourism experiences: The case of Sitges. En G Richards and J Wilson (Eds.) *Tourism, creativity and development*. (pp. 124–144). Routledge.
- Cabero Almenara, J. & Llorente Cejudo, M. C. (2013). La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información (TIC). *Eduweb. Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 7(2), 11–22.
- Chantathai, P., Tesaputa, K., & Somprach, K. (2015). Development of effective teacher program: Teamwork building program for Thailand's municipal schools. *International Education Studies*, 8(9), 138–147. <https://doi.org/10.5539/ies.v8n9p138>.
- Chapman, K.J., & Van Auken, S. (2001). Creating positive group project experiences: an examination of the role of the instructor on students' perceptions of group projects. *Journal of Marketing Education*, 23(2), 117–127. <https://doi.org/10.1177/0273475301232005>
- Chronis, A. & Hampton, R.D. (2008). Consuming the authentic Gettysburg: How a tourist landscape becomes an authentic experience. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 7(2), 111–126. <https://doi.org/10.1002/cb.241>
- Davies, W. M. (2006). Intensive teaching formats: A review. *Issues in educational research*, 16(1), 1–20.
- De la Cruz Rios, H. A., Quiñones Chumacero, S. M., Guillén Guillén, E. N., & Aguado Ligan, A. M. (2021). Actores involucrados en Ciencia, Tecnología e Innovación: una discusión necesaria. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(6), 333–344. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.20>
- De Prada Creo, E. y Mareque, M. (2020). Tourism. En M. A. Runco y S. R. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of Creativity* (pp. 649–656). Academic Press. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-809324-5.23709-7>.
- De Prada Creo, E., Mareque, M., & Pino-Juste, M. (2021). Deciphering the role of multilingualism in creativity at university: the influence of context. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*. <https://doi.org/10.1515/iral-2020-0170>
- De Prada Creo, E. (2021). Intensive Experiential ESP Programmes for Continuing Education: Analysis and Effectiveness. *The Journal of Continuing Higher Education*, 1–13. <https://doi.org/10.1080/07377363.2021.2002605>
- De Wit, H. (2011). Globalisation and internationalisation of higher education. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 8(2), 241–248.
- De Wit, H., & Leask, B. (2015). Internationalization, the curriculum and the disciplines. *International Higher Education*, 83, 10–12. <https://doi.org/10.6017/ihe.2015.83.9079>
- Dewaele, J-M. (2016). Multi-competence and personality. En V. Cook and L. Wei (Eds.), *The Cambridge Handbook of Linguistic Multi-competence*, (pp. 403–419). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CB09781107425965.019>
- Dwyer, M. M. (2004). More is better: The impact of study abroad program duration. *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, 10(1), 151–164. <https://doi.org/10.36366/frontiers.v10i1.139>
- Erasmus + (2021). Erasmus + 2021–2027: Enriching lives, opening minds through the EU programme for education, training, youth and sport. Publication Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ff1edfdf-8bca-11eb-b85c-01aa75ed71a1/language-en>
- Fawcett, C., & Cormack, P. (2001). Guarding authenticity at literary tourism sites. *Annals of tourism research*, 28(3), 686–704. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00062-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00062-1)
- Hung, K.P., Peng, N. & Chen, A. (2019). Incorporating on-site activity involvement and sense of belonging into the Mehrabian-Russell model—The experiential value of cultural tourism destinations. *Tourism Management*

- Perspectives*, 30, 43–52. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.003>
- Hung W.L., Lee, Y.J. & Huang, P.H. (2016). Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(8), 763–770. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.877422>
- Hurriyati, R. & Sofwan, D.M.P. (2015). Analysis of co-creation experience towards a creative city as a tourism destination and its impact on revisit intention. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 6(2), 179–190.
- Ivcevic, Z. & Mayer, J.D. (2009). Mapping dimensions of creativity in the life-space. *Creativity Research Journal*, 21(2-3), 152–165. <https://doi.org/10.1080/10400410902855259>
- Johnson, S.S. (2021). The Science of Teamwork. *American Journal of Health Promotion*, 35(5), 730-732. <https://doi.org/10.1177/08901171211007955a>
- Kelo, M., Teichler, U., & Wächter, B. (2006). Toward improved data on student mobility in Europe: Findings and concepts of the Eurodata study. *Journal of Studies in International Education*, 10(3), 194–223. <https://doi.org/10.1177/1028315306288755>
- Kim, D. (2016). *Role of cognitive flexibility in bilingualism and creativity*. [Doctoral Thesis]. University of Georgia (USA).
- Kucsera, J. V., & Zimmaro, D. M. (2010). Comparing the effectiveness of intensive and traditional courses. *College teaching*, 58(2), 62-68. <https://doi.org/10.1080/87567550903583769>
- Kutnjak, A., Gregurec, I., & Tomičić-Pupek, K. (2022). Lessons learned from work-based learning and intensive courses in higher education. En *EDULEARN22 Proceedings* (pp. 3890-3898). IATED. <https://doi.org/10.21125/edulearn.2022.0945>
- Lau, P., Kwong, T., Chong, K., & Wong, E. (2014). Developing students' teamwork skills in a cooperative learning project. *International Journal for Lesson and Learning Studies*, 3(1), 80–99. <https://doi.org/10.1108/IJLLS-03-2013-0018>
- Leask, B. (2015). *Internationalizing the curriculum*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315716954>
- Lee, C S., Therriault, D. & Linderholm, T. (2012). On the cognitive benefits of cultural experience: Exploring the relationship between studying abroad and creative thinking. *Applied Cognitive Psychology*, 26(5), 768–778. <https://doi.org/10.1002/acp.2857>
- Leung, A., Maddux, W., Galinsky, A. & Chiu, C. (2008). Multicultural experience enhances creativity. The then and how. *American Psychologist*, 63(3), 169–181. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.63.3.169>
- Leung, A. & Chiu, C. (2008). Interactive effects of multicultural experiences and openness to experience on creative potential. *Creativity Research Journal*, 20(4), 376–382.
- Maddux, W. & Galinsky, A. (2009). Cultural borders and mental barriers: the relationship between living abroad and creativity. *Journal of personality and social psychology*, 96(5), 1047. <https://doi.org/10.1037/a0014861>
- Maddux, W., Adam, H. & Galinsky, A. (2010). When in Rome ... learn why the Romans do what they do: How multicultural learning experiences facilitate creativity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(6), 731–741.
- Mareque, M., de Prada Creo, E., & Álvarez-Díaz, M. (2021). Exploring creative tourism based on the cultural and creative cities (C3) index and using bootstrap confidence intervals. *Sustainability*, 13(9), 5145. <https://doi.org/10.3390/su13095145>
- Ministerio de Universidades. Gobierno de España (2020). Estadística de Internacionalización. https://www.universidades.gob.es/stfls/universidades/Estadisticas/ficheros/Principales_resultados_1920.pdf
- Núñez, Q. Á. (2017). Pedagogía sistémica e interculturalidad: claves para construir un aula inclusiva. *Revista Lusófona de Educação*, (37), 165-179.
- OECD-Organization for Economic Cooperation and Development (2021). Education at a Glance 2021, OECD Indicators. Paris, OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/b35a14e5-en>.
- Otten, M. (2000). Impacts of cultural diversity at home. En P. Crowther, M. Joris, M. Otten, B., Nilsson, H. Teekens, H. & B. Wächter, *Internationalisation at Home: A Position Paper* (pp.15-20). European Association for International Education.
- Pérez-Encinas, A., Rodríguez-Pomeda, J., & de Wit, H. (2021). Factors influencing student mobility: a comparative European study. *Studies in Higher Education*, 46(12), 2528–2541. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1725873>
- Richards, G. (2011) Creativity and Tourism. The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23(8), 16–20.
- Ross, D., Saxena, G., Correia, F. & Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 37–47. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.08.001>
- Saad, C. S., Damian, R. I., Benet-Martínez, V., Moons, W. G., & Robins, R. W. (2013). Multiculturalism and creativity: Effects of cultural context, bicultural identity, and ideational fluency. *Social Psychological and Personality Science*, 4(1), 10–18. <https://doi.org/10.1177/1946430512470001>

- Science*, 4(3), 369-375. <https://doi.org/10.1177/1948550612456560>
- Scott, P. A. (2003). Attributes of high-quality intensive courses. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 97, 29-38. <https://doi.org/10.1002/ace.86>
- Soria, K. M., & Troisi, J. (2014). Internationalization at home alternatives to study abroad: Implications for students' development of global, international, and intercultural competencies. *Journal of studies in international education*, 18(3), 261-280. <https://doi.org/10.1177/1028315313496572>
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N. & Triyuni, N. (2019). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>
- Tadmor, C. T., Tetlock, P. E., & Peng, K. (2009). Acculturation strategies and integrative complexity: The cognitive implications of biculturalism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 40(1), 105-139. <https://doi.org/10.1177/0022022108326279>
- Tan, S.K., Kung, S.F. & Luh, D.B. (2013) A model of 'creative experience' in creative tourism. *Annals of tourism research*, 41, 153-174. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- UNESCO (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. Santa Fe, New Mexico, USA. October 25-27, 2006.
- Teichler, U. (2004). Temporary study abroad: The life of ERASMUS students. *European Journal of Education*, 39(4), 395-408. <https://doi.org/10.1111/j.1465-3435.2004.00193.x>
- Toader, C.S., Zajdel, M., Michalcewicz-Kaniowska, M., Dumitrescu, C.S., Orboi, M.D., & Gherman, R. (2021). Improving Teamwork skills by involving in project teams-A comparative study. *Lucrări Științifice Management Agricol*, 23(1), 79-86.
- Thomas, R. S., & Waugh, C. E. (2020). Effects of script-based communicative intervention on psychological and cultural adaptation in students abroad in second-language contexts. *Intercultural Education*, 31(2), 244-259. <https://doi.org/10.1080/14675986.2019.1702295>
- Varguillas, C., Brizuela Camacho, S. N., Villarroel Dávila, P. C., & Gallardo V., D. A. (2021). Estrategias de aprendizaje e integración Curricular en la Universidad Técnica Particular de Loja en Ecuador. *Revista Venezolana De Gerencia*, 26(95), 818-831. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.23>
- Weir, C. J. (2005). *Language Testing and Validation. An Evidence-based Approach*. Palgrave MacMillan. <https://doi.org/10.1057/9780230514577>.
- Xu J & Chan A (2010) Service experience and package tours. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(2), 177-194. <https://doi.org/10.1080/10941661003629987>