

EXPORTACION DE SERVICIOS UNIVERSITARIOS

Por Miguel Angel Gutierrez

Universidad de Buenos Aires

Noviembre 1998

ESQUEMA PRESENTACION

1. De La Sociedad de Información a la Sociedad de Conocimiento

2. La Universidad en la Producción de Conocimiento

3. El Mercado Educativo Global

4. La Oferta de Servicios Universitarios

1. DE LA SOCIEDAD DE INFORMACION A LA SOCIEDAD DE CONOCIMIENTO.

La función tradicional de la ciencia y la tecnología en la era industrial fue servir al proceso de producción generando ventajas comparativas, las que se afirmaron en un sistema económico abierto, de teórica igualdad racional, pero de hecho, sólo beneficioso para quienes disponían de la tecnología, la capacidad de transporte y comunicación y el conocimiento de los mercados.

Consecuencia primaria de la introducción de nuevos métodos y tecnologías fue el crecimiento de la

producción material lo que condujo a su vez a la masificación del consumo. La organización económica se desarrolló dentro de un esquema de subordinación del mercado al poder político formalizado bajo la forma del Estado-Nación.

Casi dos siglos después, las extraordinarias transformaciones operadas por la llamada "tercera ola", han modificado en forma substancial las estructuras de relaciones económicas al interior y exterior de los Estados, siendo quizá su consecuencia más notable, la pérdida de valor relativo de la producción y comercialización de bienes materiales frente a la producción de servicios. Así se produce el advenimiento de la sociedad de información, con las características que destacamos en el cuadro.

La sinergia resultante de una combinación entre una cadena de innovaciones tecnológicas en el sector de computación y comunicación - que comprime el espacio¹ y el tiempo- y el auge de la producción de contenidos simbólicos, ha generado nuevas fuerzas creativas destinadas a modificar profundamente los modos de vida y producción de las sociedades del fin de siglo.

Características de la Sociedad de Información

-
- ?? Economía basada en la capacidad de procesar información, ésta deviene en su factor dinámico.
- ?? Mayor consumo público de información.
- ?? Creciente internacionalización de servicios.
- ?? El sistema educativo debe atender la producción.

¹ Las mejoras en la capacidad de almacenamiento de información previstas para los próximos diez años por la Nasa en 1993 eran de 45 gigabits por pulgada cuadrada en discos magnéticos-ópticos, y anunciaba la irrupción del almacenaje holográfico y de aparatos de estorage a escala molecular teóricamente capaces de almacenar millones de veces más información que cualquier otra técnica conocida hasta el presente.

Una visión simplista de la economía de los países desarrollados puede llevar a creer que el rol de la información - como factor dinámico de la economía- está en relación con el uso creciente de la computación en la producción y la comercialización, cuando en realidad, está más vinculado con la capacidad de una sociedad para generar mecanismos destinados a potenciar la *capacidad de* su recurso más valioso: su propia gente, para *obtener y aplicar información*, transformándola en conocimientos.

El estado actual del desarrollo tecnológico y del sistema de producción pos - industrial no se mide tanto por la cantidad de información de que se dispone para la toma de decisiones, sino por su capacidad de producir nuevos conocimientos. Esto nos sitúa frente a una nueva y aún más dramática transición, cual es el paso de la sociedad de información a la sociedad del conocimiento. Los cambios radican en el más potente de los instrumentos de producción conocidos: la inteligencia humana.

"El carácter de los mecanismos socio - económicos que permiten a los miembros de una sociedad incrementar su base de conocimientos es una característica distintiva importante entre las sociedades con capacidad para satisfacer sus necesidades diversas y crecientes y aquellas que no la tienen".

La relación entre una comunidad, lo que dicha comunidad sabe y la realidad conocida, cambia en forma permanente. Lo que realmente saben los miembros de una sociedad depende de su interacción dinámica con los mecanismos sociales que relacionan las fuentes de información con los usuarios de las mismas. Desde esta perspectiva el rol de las universidades se revaloriza sustancialmente².

"En la actualidad varios autores expresan que la comparación presente y futura entre las naciones se realizará a través de parámetros que permitan apreciar la capacidad de desarrollar "fuerzas de aprendizaje" y esas fuerzas de aprendizaje se irán dando a través de las habilidades que los países desarrollen en manejar la variable información en la generación del conocimiento."³

La forma en la que la población participa del acceso y uso de la información se constituirá en el nuevo clivaje que separará reprobos de elegidos. Si la riqueza fue más democrática que la sangre, y el conocimiento parece sin duda, más disponible que la riqueza, la materialización de la *igualdad de oportunidades* en la generación de "valor agregado inteligente" será sin duda el desafío estratégico de más importancia que debemos afrontar.

2. LA UNIVERSIDAD EN LA PRODUCCION DE CONOCIMIENTO

La institución universitaria ha sido desde sus orígenes, casi un milenio atrás - aún mucho antes del surgimiento de las naciones- hasta el presente un fenómeno de proyección internacional. Los estudiantes se desplazaban desde todos los confines de Europa para acceder a Bologna, Heidelberg y otros pocos centros donde podían acceder al conocimiento "universal ". Lo mismo pasaría en la América Hispana, donde sólo cincuenta años después del descubrimiento se alzaba la primer universidad en Santo Domingo, seguida luego, por otras en Lima, México, Chuquisaca, Córdoba, etc.

Más allá de que la propia naturaleza del conocimiento reconoce una vocación universal, esa localización geográfica en pocos y privilegiados lugares generó una

² No estoy seguro que se transforme definitivamente de formadora de 'elites' a formadora masiva de dirigentes, pero es seguro que su rol será estratégico en la conformación de las sociedades futura.

³ **KEMPER GONZALEZ, FELIX H, ESCOBAR VALDEZ, Gloria y otros, "América 21"**, Asunción, Paraguay, 1998

prolongada tradición de movilidad de profesores y estudiantes y de cooperación transnacional y de convergencia de ideas en líderes de diferentes puntos del continente.

En el Siglo de la consolidación del Estado Nación, la institución universitaria sirvió al conocimiento desde la trinchera del desarrollo nacional o más concretamente en su interrelación con los sistemas educativo, productivo y de prestigio.

En un mundo aún por definir, donde el paradigma de organización ha dejado de ser el Estado y aún no son claramente visibles los centros de poder que lo reemplazan, la reformulación de la institución universitaria no sólo es posible, sino también necesaria.

EL NUEVO ROL DE LAS UNIVERSIDADES

La globalización de la producción, el comercio y las comunicaciones ha creado un mundo altamente interconectado, aunque no homogéneo debido a la persistencia y acrecentamiento de la brecha entre países ricos y pobres y aún dentro de ellos.

En la sociedad del conocimiento, las empresas no se medirán por su valor contable de manera tradicional, sino por sus recursos humanos, patentes, potencial de transformar conocimiento en productos, el desarrollo será antes innovación que crecimiento.

Si, cómo afirma el Instituto de Desarrollo de Personal (IPD) de los Estados Unidos, en un estudio realizado en 1997 "la capacidad de generar el conocimiento y fomentar el aprendizaje continuo serán los parámetros críticos del suceso de las empresas que sean exitosas en 1998"; ninguna institución mejor que las universidades para atender este desafío. La educación superior es imperativamente necesaria para resolver los problemas existentes y para evitar los que depara el futuro.

Para cumplir este rol y mantener y afianzar su excelencia, la transformación de la educación superior es fundamental para integrar en una nueva dimensión internacional, intercultural e interinstitucional dimensión la enseñanza, investigación y demás funciones de servicios que le son propias a las universidades.

EXPORTACION DE SERVICIOS UNIVERSITARIOS

Como lo expresa la IAUP,⁴ "los avances de la tecnología de la comunicación se constituyen en un poderoso instrumento para apoyar esta internacionalización de la educación y para democratizar el acceso a las oportunidades educativas, sin embargo la extensión del acceso a las nuevas tecnologías de comunicación e información, todavía permanece no equitativamente distribuido alrededor del mundo". Este efecto no deseado de esa extensión puede amenazar la diversidad cultural, incrementando la brecha en la producción, diseminación y apropiación del conocimiento

A más, la cooperación internacional ha tenido relativamente poco impacto en la globalización de la riqueza y de los recursos, incluso en la esfera de la educación superior. Lo que es peor la exportación de cerebros y otras consecuencias negativas de una cooperación pobremente diseñada ha exacerbado la condición de subdesarrollados de aquellos países receptores de la cooperación. En tiempos recientes, intereses comerciales y financieros han ganado preeminencia en el proceso de internacionalización y por la vía del entrenamiento especializado, amenazan con desplazar a las universidades a los aspectos menos redituables de la educación superior.

⁴ IAUP, Statement 1998. "*Towards a Century of Cooperation: Internationalization of Higher Education*"

La opción hoy es tomar la iniciativa en el proceso de internacionalización de la educación superior o dejar que las fuerzas de la globalización, como lo es el mercado, sean las que determinen nuestras acciones.

Valor de la educación

El siempre destacado valor de la educación, no ha sido una cuestión adecuadamente estudiada y muchas veces se funda en presupuestos que pueden conducir a errores. La idea de que el conocimiento es algo que se distribuye sin más costo que el del salario del docente y los relativos al funcionamiento de la institución educativa, por ejemplo, descansa en el supuesto que a diferencia de los bienes fungibles que se agotan con el uso, el conocimiento se trata de un bien intangible e inagotable, que puede multiplicarse por la simple transmisión.

Desde una visión de este tipo se ha estructurado buena parte del sistema educativo en nuestros países, una fuerte inversión en infraestructura edilicia, una menor en equipo docente y en salarios distribuidos igualitariamente. Como se creía que el conocimiento de los docentes era permanentemente valioso. con esta organización se podía brindar educación general a todos; y superior y especializada a quienes la pudiesen aprovechar.

El conocimiento es hoy terriblemente perecedero. Con el extraordinario desarrollo de todas las ciencias, el conocimiento tiene sólo vida limitada y rápidamente deviene en obsoleto, aquella tradicional idea del progreso que alborozó a nuestros padres, hoy podría revivir con reconocer que afortunadamente, el conocimiento siempre está cambiando.

Si dejamos de lado, por un momento los aspectos relacionados con la formación moral y la socialización que involucra la educación, lo que en realidad se está valorando es la función de intermediación en la adquisición de la información necesaria para el desempeño de un rol activo en el mundo del trabajo y sólo en el caso de universidades de gran prestigio su papel en la producción de nuevos conocimientos

Si la tarea educativa entonces, es fundamentalmente trabajo de información-formación - y no ignoro el valor de la producción de conocimientos que deriva de la investigación científica, o la reflexión filosófica, ¿ cómo debe valorarse la misma?

Una visión cortoplacista puede considerar a la educación un bien en sí mismo, una visión pragmática, por el contrario, valoraría la utilidad para generar nuevos conocimientos o para proporcionar un mejor posicionamiento en el mercado de trabajo. De hecho este es el criterio que aplican las mejores universidades estadounidenses cuando valorizan el nivel de ingreso anual de sus egresados.

Es indudable que la educación, como los ámbitos familiares, y sociales de proximidad, juegan un rol importante en la estratificación social tradicionalmente marcada por la polaridad ricos - pobres.

Es claro que la transferencia de información no puede valorarse adecuadamente sin contabilizar también el uso que de esta hace o hará el receptor, sea para su propia satisfacción o formación personal (uso individual) o para la aplicación de esa información en su vida laboral o social (uso social).

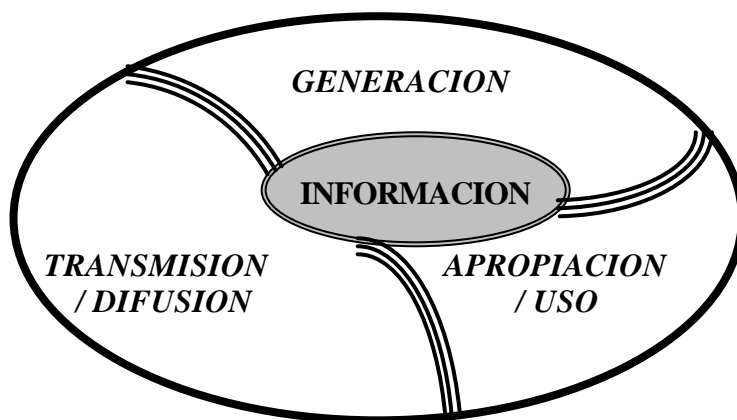
Asimismo cabe considerar que si se incluye la perspectiva del receptor (para escapar a la idea de consumidor y de mercado) no toda la información recibida tiene igual valor. El grueso de aquella está constituida por conocimientos rutinarios u obsoletos; deontológicos y de procedimientos; simple acumulación de lugares comunes; o finalmente contenidos burocráticamente incorporados a una currícula aplicada a lo largo y ancho del país, sin consideración de las diferencias contextuales.

Otro aspecto, relevante al plantearnos la valoración de la educación es la creencia muy generalizada de que produce necesariamente un crecimiento espiritual general y un

mejoramiento personal en una suerte de bondad cultural que compromete la comprensión general.

Más allá de esta idea romántica de la educación, y de los tradicionales mecanismos de mercados para asignar un costo a la función educativa en uso en la mayoría de los países altamente desarrollados; en realidad el valor de la actividad básica de la institución universitaria, - así como de las restantes del sistema educativo, pero especialmente en la instancia de la formación profesional- está directamente vinculada con la participación de todos sus claustros en el ciclo de **producción de conocimiento - conocimiento de la producción - producción basada en el conocimiento**, el que a su vez está centrado en la información.

El valor de la información se vincula, aunque lo trasciende, con el contexto donde se localiza y en sus diferentes estadios en el proceso de producción, transmisión y uso. En primer lugar la información es generada, luego se formaliza y es transmitida, para tener finalmente un uso sea este individual (de la simple apropiación a la satisfacción de intereses personales) o de aplicación social. Dicho proceso se refleja en la siguiente gráfica



Cualquiera sea la instancia donde se ponga el acento en relación con el rol de la universidad no puede ignorarse que la información, como insumo básico de la producción de conocimientos, se constituye sin duda en la clave de la asignación de valor. A más capacidad de generación, transmisión y aplicación de conocimiento mayor será su valor en la sociedad de información.

Valor de la educación universitaria:

La universidad como institución básica de acumulación y desarrollo de ese activo intangible que es la educación enfrenta la dificultad de las limitaciones de la contabilidad clásica para valorizar: productos innovadores, calidad, flexibilidad, procesos ajustados a tiempos razonables, usuarios satisfechos, reproducción de recursos humanos calificados, motivación, excelencia de los procesos internos y tampoco considera planes, oportunidades, riesgos e incertidumbres.

Tomada cuenta de la dificultad para evaluar el valor de una educación universitaria, podemos considerar alguna propuesta, como la de Dertouzos,(1998), que calcula ese valor en un tres por ciento del ingreso total adicional que un graduado cobrará como tal a lo largo del trabajo de toda una vida

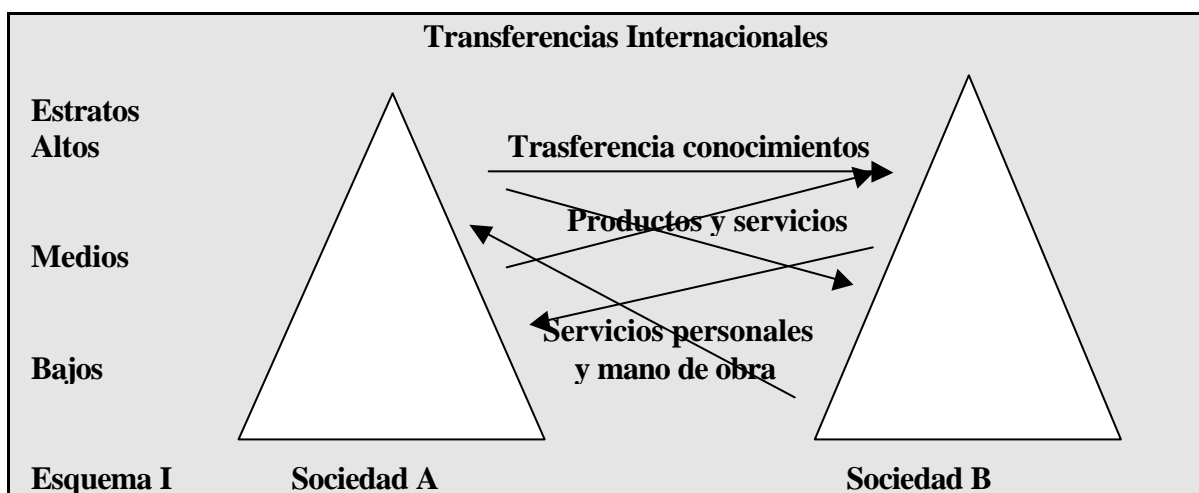
Aún desde esta óptica, no debería descartarse una apreciación del contexto donde la formación universitaria se realiza, dado que un país desarrollado posee una oferta voluminosa de bienes y servicios para la transmisión y adquisición de conocimientos, que sólo parcialmente se refleja en su sistema universitario: el parque computacional, el software, las bases de datos y el procesamiento acumulado de información tienen una participación en el producto bruto interno mayor en cientos de veces a los países de menor desarrollo relativo y todo ello contribuye a mejores oportunidades de formación.

Además de que la inversión en el sistema educativo de las sociedades opulentas es considerablemente mayor que aquella requerida por urgencias más elementales: alimentos, agua, salud, vivienda.

Si la educación, como la información tiene valor por el contexto donde se articula, y la información y la producción de conocimiento simbólico han hecho posible el extraordinario crecimiento económico de los países centrales, puede ser una tentación concluir que la mejor educación sólo puede ser alcanzada en aquellos.

Si esto fuese irremediamente así, y nuestro porvenir este sujeto a los inexorables mecanismos de mercado, el abismo entre sociedades ricas y pobres se realimentará haciendo cada vez más pronunciada e insostenible la brecha entre la extrema riqueza y la extrema pobreza.

Dado que la forma como se realiza el comercio, y el flujo de conocimientos entre sociedades no es una transferencia de comunidad a comunidad sino de grupos o estratos a grupos o estratos generalmente homogéneos de dichas comunidades, esto sería posible diagramarlo conforme el cuadro siguiente:



Miguel A. Gutierrez, 1998

El mecanismo de transferencia de conocimientos no está dirigido a toda la sociedad receptora sino pareciera orientarse a los niveles altos en forma de know how, patentes, franquicias (relaciones de conocimiento aplicado), y cursos de postgrado, de grado o formación técnica, (relaciones de conocimiento personalizado) entre otras modalidades.

Lamentablemente los datos del comercio internacional no discriminan entre compradores y vendedores por estrato o nivel social, ni contabiliza el destino de los servicios personales de los inmigrantes de países subdesarrollados en la sociedad de destino, para corroborar en forma empírica esta hipótesis de trabajo.

Ahora bien, la creciente movilidad de los factores educativos: conocimientos, tecnologías, profesores, estudiantes, investigadores genera por una parte una posibilidad de conocimiento localizado o adquirido en terreno, cuando se trata de aspectos específicos de

las sociedades involucradas (economía, historia, cultura) o en función de una alta especialización o menor costo a igualdad de oferta.

Según la NASA, que es el mayor usuario de tecnología de sistemas de comunicación e información, en su "Technology Directions for the 21st Century", los sistemas pueden devenir obsoletos muy pronto en el ciclo de vida a pesar de la capacidad de actualización con que se los diseña desde el comienzo. Si esto es así con los sistemas de comunicación e información, que podemos decir con respecto al hombre, (el que puede considerarse un sistema de información y decisión en sí mismo), si no adopta un sistema de up-grade o actualización permanente para evitar ese riesgo.

UNIVERSIDAD Y MERCADO

***"A la universidad le ha costado siempre utilizar los términos mercantiles"*(Carlos Mendieta, Universidad de Barcelona).**

Un prejuicio ideológico objetaría que aquella universidad que opere como empresa queda condicionada a la lógica de mercado y abandona su finalidad superior que es la educación pública. Desde la misma óptica se acepta, sin embargo, que la universidad es una fuente de producción de conocimientos - quizá por aquello de Marx de que el hombre se produce a sí mismo o que la sociedad es el resultado de las relaciones de producción -, pero no siempre se está dispuesto a aceptar que la venta de servicios siga a la producción.

Pensemos cuales son las consecuencias de este sistema de pensamiento: las universidades estatales seguirán dependiendo del subsidio estatal, los conocimientos que ellas produzcan - siempre que el ciclo investigación- docencia se cumpla realmente- quedan librados a la libre apropiación por el mercado, mediante la incorporación del profesional o el uso de la tecnología o capacidades adquiridas por este, en una negociación en condiciones siempre desiguales, como es el mercado del trabajo. Por otra parte nada impide que otras universidades privadas, usen la capacidad adquirida en aquellas para cobrar por sus servicios educativos, sin realizar investigación.

¿Es realmente éste el pensamiento de la universidad, o responde a aquellos cuyos intereses entran en riesgo si se introducen esquemas de prestación de servicios y competitividad en la universidad porque se modifican el sistema tradicional de relaciones de poder dentro la institución educativa, modificándose las jerarquías cristalizadas de la docencia?

El interés de la universidad en los servicios a terceros está fundado en primer lugar en la necesidad en encontrar fuentes alternativas de financiamiento a la subvención pública

La fundamentación ética está en la selección de los campos de actividad, el respeto a los valores humanos, individuales y sociales, y en competir dentro de reglas académicas antes que sólo criterios de utilidad crematística.

LOS SERVICIOS UNIVERSITARIOS

Los servicios en el ámbito académico se presentan como asistencia tecnológica (asesoramiento, investigación aplicada), capacitación (posgrados-pasantías- training-re-entrenamiento), transferencia de tecnología (know how, derechos y regalías).

Estos son los campos más difundidos, pero no hay razones para que no encuentre otros: el entretenimiento, el arte y la producción cultural, por ejemplo, o prestaciones en el área de salud, certificaciones, etc.

Conviene recordar que la ronda Uruguay del GATT, con la discusión y adopción del Acuerdo general sobre el comercio de servicio, extendió a estos la normativa y

práctica multilateral que caracterizaba el comercio de productos. Este acuerdo “abarca cuatro modalidades de suministros internacional de servicios; *suministro trans-fronterizo* (por ejemplo los servicios de transporte); *presencia comercial* (como el suministro de servicios en el extranjero); *consumo en el extranjero* (como el turismo); y *movimientos de personal* (por ejemplo la entrada y permanencia temporal de consultores extranjeros).

Como se puede ver, la prestación de servicios universitarios corresponde por lo menos a tres, sino a todas las modalidades contempladas en el acuerdo, no obstante son pocos los datos que reflejan el valor económico de los servicios universitarios en el conjunto de los servicios transables.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES

En tanto servicios: cursos de grado, posgrados, investigación, extensión; todos aquellos que brindan o pueden brindar las universidades son menos tangibles que los productos comerciales, y si bien no pueden ser visualizados como algo material, en forma directa por el potencial comprador extranjero, sea este institucional (otra universidad), corporativos (empresas) o individual (alumnos), es claro que participan en gran medida de la imagen general del país de origen: nivel de desarrollo tecnológico, calidad de sus profesionales, tradición de investigación, entre otros.

Desde esta perspectiva, anticipemos que las alianzas estratégicas no sólo son dominio de las grandes corporaciones, pueden ser también recursos útiles para combinar beneficios de la especialización funcional con la eficiencia de los procesos integrados, en la vida de las universidades, usufructuando de un mejor posicionamiento de los eventuales asociados, que pueden resultar muy tentadores para determinados mercados.

Volviendo a las características que presentan los servicios, la comunicación de la oferta de estos, presenta algunas peculiaridades, requiere especial atención poder transformar una oferta intangible en un producto concreto a través de los folletos, videos, presentaciones, los que deben dar cuenta adecuada de la cantidad y calidad de contenidos, información y métodos a los que se accede y a su potencial utilización.

De todos modos es cierto que una carrera universitaria, cursos de especialización o formación de posgrado son elementos más concretos que asesorías, evaluación tecnológica, investigación básica u otras modalidades de servicios universitarios y en algunos casos no requiere de gran imaginación formular una idea clara de lo que se obtendrá.

No obstante y a pesar de las características comunes que pueden tener los potenciales usuarios provenientes de un mismo ámbito cultural, no debe ignorarse que siempre hay razones "individuales" que sirven de fundamento a la decisión de acceder a tal o cual servicio determinado.

En este punto no se puede ignorar el rol del consejero académico o "advisor", para orientar al potencial usuario sobre los servicios disponibles u ofrecidos más allá de la información que se vuelque en los catálogos; el contacto directo con el potencial cliente es vital para desarrollar la confianza y superar barreras culturales.

DEBILIDADES

En un nivel macro-económico podemos mencionar como una carencia fundamental la **falta de determinación del PBII** (producto bruto interno de información), en tanto los criterios tradicionales de cuentas nacionales no discriminan el contenido de tecnología e información de la producción (industrias cerebro-intensivas), ni tampoco clasifican la

participación de los sectores de la economía identificando aquellos que pueden caracterizarse como las nuevas industrias de información.

Es importante también la **falta de identificación de la demanda**: desconocimiento de los demandantes de educación. Falta de identificación y tipificación de mercados potenciales tanto locales, nacionales, regionales o mundiales, esto impide formular un planeamiento estratégico en función de aquellos más interesantes en términos de ingresos, prestigio, potencial de multiplicación.

Otro punto a considerar es la **falta de tipificación de la oferta**: en esto el servicio universitario es igual al productor de bienes primarios originalmente orientado a satisfacer la demanda local, basado fuertemente en la tradición, al no diferenciar calidades se pierden mercados más sofisticados.

En cuanto a la **estrategia competitiva**, es necesario destacar que para los proveedores de servicios que no pueden formalizarse en un producto material definido, se requiere de una estrategia diferente, la que inicialmente podría comenzar gradualmente con experiencias pilotos en el propio mercado nacional, tentado luego lo regional y lo mundial.

Asimismo al no plantearse como una operación comercial típica, se carece de la previsión presupuestaria para el desarrollo de campañas agresivas de apertura de mercados y colocación de la oferta. Lo que configura otra debilidad: la **carencia de esquemas de financiamiento**

La naturaleza intangible de los servicios también es una debilidad cuando se trata de obtener financiamiento. Excepto países altamente desarrollados los bancos no ofrecen financiamiento para la exportación de este tipo de servicios o desde el punto de vista del consumidor para pagar cursos que se desarrollarán en el extranjero.

Aspectos más específicos, como son los relativos a la facilidad o no para realizar pagos mediante transferencias; la diferente valoración de similares servicios en el exterior que en el propio país; la continuidad o no de los flujos cuando se trata de períodos largos, son aspectos a considerar en la planeación de la oferta de servicios universitarios.

Otra dificultad, es que los servicios universitarios participan de un fuerte condicionamiento en relación con el tiempo, si el servicio ofrecido, este año, no se consume, no puede acumularse y los ingresos potenciales por el servicio son pérdida total.⁵ La intensidad del uso del propio servicio, como de los medios tecnológicos que le dan soporte - y que a su vez son servicios- es entonces de vital importancia.

Otros problemas menores, como la dificultad de encontrar el mostrador de ventas (oficina de relaciones internacionales, servicios de orientación, centros de vinculación tecnológica) para quienes quieren acceder desde el exterior a la adquisición de servicios de la universidad, también merecen ser considerados.

La planificación estratégica de la educación

La puerta de acceso al futuro para las instituciones vinculadas con la producción de conocimiento incluye un adecuado diagnóstico de la situación actual, de los escenarios futuros y del impacto de las estrategias que se adopten, lo contrario significaría más que ignorar el futuro, planificar el futuro con deliberada ignorancia.

⁵ En sentido inverso, las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías permitiría multiplicar por un factor no determinado la cantidad potencial de usuarios con diversos sistemas de educación a distancia

En relación con nuestras universidades, su posición en el mundo no deriva tanto de la situación geográfica, o de los recursos localizados en su área de influencia, como de su conciencia y ubicación con respecto a lo que el mundo es y será en un futuro inmediato.

En la sociedad de la información, las universidades como productoras de conocimiento e intermediarias de información tendrán un rol similar al de la gran empresa industrial en la sociedad de los siglos XVIII y XIX, de su capacidad de presencia en mundo dependerá su futuro y el de todos nosotros.

Es este el gran desafío de nuestras universidades frente al milenio que tenemos por delante, como todo momento crítico, es también la oportunidad para el cambio y el crecimiento si somos capaces de responder a las necesidades de formación, con una nueva arquitectura institucional, basada en conceptos tales como organización para el aprendizaje, administración del conocimiento, e inteligencia cooperativa.

BIBLIOGRAFIA

ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), "Análisis del Comportamiento del Comercio en el Marco del Acuerdo de Cooperación e Intercambio de Bienes Culturales, Educativos y Científicos", ALADI/SEC/ Di 953 25 de julio de 1997.

ALLE, Verna, "The knowledge Evolution: expanding organizational intelligence", Butterworth-Heinemann, Boston, 1997.

AUCC (Association of Universities and Colleges of Canada), "What is the internacionalization?", en Uniworld, winter-spring 1992.

BRUNNER, José Joaquín, "Estado y Educación Superior en América Latina", en NEAVE, Guy y VAN VUGHT, Frans A. "Prometeo Encadenado. Estado y Educación Superior en Europa" Gedisa Editorial, Barcelona 1994.

CASTELLS, Manuel, "La Ciudad Informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional", Alianza Editorial, Madrid, 1995.

CINDA "Cooperación Internacional para el Desarrollo Científico y Tecnológico", Santiago de Chile, 1992.

GODOY, Horacio, "Socialware", Fundación Cuenca del Plata, Bs.As., 1987.

MOORE, Nick, "La sociedad de la Información", en UNESCO, "Informe Mundial sobre la Información 1997/98", París 1997.

NEAVE, Guy y VAN VUGHT, Frans A. "Prometeo Encadenado. Estado y Educación Superior en Europa" Gedisa Editorial, Barcelona 1994.

Plan Nacional Plurianual De Ciencia Y Tecnología 1998-2000, Gabinete Científico-Tecnológico Presidencia de la Nación, Buenos Aires, 1997.

OECD Documents, *"Internacionalización of Higher Education"*, París, 1997

KEMPER GONZALEZ, FELIX H, ESCOBAR VALDEZ, Gloria y otros,
"América 21", Asunción, Paraguay, 1998

SCHULTZ, Theodore W., *"Invirtiendo en la Gente"*, Sudamericana-Planeta,
Barcelona, 1985.

UNESCO, *"Informe Mundial sobre la Información 1997/98"*,

VITRO, Robert, *"Hacia una Economía para el Desarrollo Basado en el
Conocimiento"*, GAIIA (Global Alianza of Information Industries Association)

WINKLER, Donald R., *"La Educación Superior en América Latina,
Cuestiones Sobre Eficiencia y Equidad"*; Documentos para la discusión del Banco
Mundial, Washington 1994.

DIGITAL PAPERS

COLLIS, Betty, *"New Technologies and Internationalism: an overview of
Models"* <collis@edte.utwente.nl>

ELLINGBOE, Brenda J., *"The Most Frequently Asked Questions About
Internationalization"*, june 1997, College of Education & Human Development
University of Minnesota.

IAU, (International Association of Universities) *Statement -1998 "Towards a
Century of Cooperati3n: Internationalization of Higher Education"*.
<URL: www.unesco.org/iau/tfi-first.html>

LAJAS, Tamábás, *"Open and Distance Learning in Internationalisation of
Higher Education"* Technical University of Budapest. 12may98.
< nuffic@nuffic.nl>

LATCHEN, Colin, *"A Global Perspective on Flexible Delivery: Abstract"*,
< nuffic@nuffic.nl>

NORDEN, *"The Internationalization of Higher Education in the Nordic
Countries"*

TUNINGA, Ronald S.J., *"Virtual Mobility and International Business
Education: the Case of the Euro-MBA"* Open University of the Netherlands
Tun@ouh.nl

Regional Conference on Higher Education in Latin American and the
Caribbean, *"Declaraci3n"*, Havana, Cuba, 18-22 November 1996.

van VUGHT, F.A., *"Information Technology: The Next Step in the Development
of Academic Intitutions"*< nuffic@nuffic.nl>