



Los desafíos y amenazas de la internacionalización de la Educación Superior

Ana Cravino

Ciclo Básico Común - Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Juan Eduardo Roldán

Instituto Tecnológico de Buenos Aires (Argentina)

Fecha de recepción: 23/Jun/2018

Fecha de aceptación: 10/Sept/2018

Resumen: Dentro del escenario de la globalización en las últimas décadas se han registrado una serie de transformaciones en los sistemas de Educación Superior que ha dado lugar a un modelo de Universidad más orientado al mercado, convirtiéndola en una mercancía negociable en lugar de un bien público. Dicho fenómeno, sumado a la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ha permitido que se borren las fronteras nacionales y aparezca en un juego de competencia, más que de colaboración, una oferta internacional y transnacional. Asimismo una nueva generación de estudiantes, nativos tecnológicos, es tentada por una oferta educativa que apela a la interactividad, rapidez y éxito profesional inmediato.

Palabras clave: Educación Superior; Educación transnacional; Educación Superior Internacional; Cooperación Internacional; mercantilización educativa

Abstract: **Challenges and threats of internationalization of Higher Education**

Within the scenario of globalization in the last decades there have been a series of transformations in the systems of Higher Education that has given rise to a model of university more oriented to the market, turning it into a negotiable good instead of a public good. This phenomenon, combined with the emergence of new information and communication technologies, has allowed national boundaries to be erased and a transnational and international offer appears in a game of competition rather than cooperation. Also a new generation of students, native technological, is tempted by an



educational offer that appeals to interactivity, speed and immediate professional success.

Keywords: Higher Education, Cross-border Education; International Higher Education; International Cooperation; *mercantilization of education*

Introducción

En el contexto actual de los procesos de globalización que afectan, indefectiblemente, a la Educación Superior (Rama, 2005), como hacen referencia innumerables autores (Iriarte y Ferrazino, 2015) (De Wit *et al*, 2005), vale diferenciar entre los fenómenos de transnacionalización e internacionalización del sistema universitario, ya que el segundo de estos términos puede dar cuenta de “*promesas y realizaciones no comerciales de la educación*”, mientras que el primero permitiría la “*conformación de grandes empresas trasnacionales que controlarán el mercado mundial de educación*”. (Gascón Muro y Cepeda Dovala, 2004).

En este sendero, Fernández Lamarra y Mario Albornoz (2014, p. 17) destacan que estos fenómenos no son nuevos, ni en América Latina, ni en Argentina en particular. No obstante, la intensidad con que han crecido estos tipos de ofertas educativas en las últimas dos décadas motiva un análisis minucioso. Para estos autores, entonces, el desarrollo de este proceso se pone en evidencia observando el importante incremento de las actividades que investigadores y docentes de universidades de la región desarrollan en universidades extranjeras, así como la instalación en la región de sedes de universidades foráneas, la multiplicación de programas de educación a distancia (con programas, materiales y títulos extranjeros, con o sin apoyo local), el crecimiento de universidades virtuales, el aumento de los programas de intercambio de profesores y estudiantes tanto de grado como de posgrado y la aparición de carreras que se ofrecen con doble titulación nacional e internacional.

Sin embargo, cabe señalar que para Altbach y Knight (2006) la internacionalización no tiene el sesgo negativo que conlleva la educación transnacional ya que “*Los programas internacionales ponen al alcance de los estudiantes oportunidades para estudiar en el extranjero y entrar en contacto con otras culturas. Las iniciativas internacionales también permiten el acceso a la educación superior en países donde las instituciones locales no se dan abasto con la demanda*”.



Es por ello que la Secretaría de Políticas Universitarias, dependiente del Ministerio de educación de la Nación, presenta el “Programa de Internacionalización de la Educación Superior y Cooperación Internacional (PIESCI)”, considerando que este organismo debe promover la internacionalización de las instituciones universitarias argentinas para su fortalecimiento integral. De modo tal que la “internacionalización” no es vista institucionalmente como un peligro al que se asomaría la Educación Superior sino una meta necesaria para consolidar su fortalecimiento y su integración. En este sentido el programa mencionado define sus acciones:

- *Cooperación internacional.*
- *Promoción de la universidad argentina en el mundo.*
- *Articulación de las demandas y necesidades del sistema universitario argentino en materia de internacionalización de la educación superior.*

Asimismo, Jane Knight (2010) reconoce la polisemia del concepto y enuncia las diferentes interpretaciones que conlleva el término “internacionalización”: Por un lado,

“...para algunos significa una serie de actividades tales como la movilidad académica de estudiantes y profesores, redes internacionales, asociaciones y proyectos, nuevos programas académicos e iniciativas de investigación”. También es entendida como “la transmisión de la educación a otros países a través de las nuevas disposiciones, como sucursales o franquicias universidades, usando una variedad de técnicas presenciales y a la distancia”. Mientras que para muchos comprende “la inclusión de una dimensión internacional, intercultural y/o global dentro del currículo y el proceso de enseñanza-aprendizaje.”

Y, por último, encarna dentro de una mirada que no desdeña las nuevas tecnologías de la comunicación e información, la creación de centros regionales de educación, sitios web educativos y redes de conocimiento. Estas diferentes concepciones hacen de la internacionalización un fenómeno complejo que exige mayores precisiones.

Por otra parte, no es posible negar, que la atracción de estudiantes extranjeros, forma parte, asimismo, del proceso de mercantilización de la Educación Superior, pues aquel hecho permite ampliar recursos económicos así como extender internacionalmente el



prestigio de una institución. No es lejana a esta intención la acción propuesta por la Secretaría de Políticas Universitarias de *“Promoción de la universidad argentina en el mundo”*.

Recordemos en este sentido que el 18 de diciembre de 2000, ante el Consejo de Comercio de Servicios de la Organización Mundial de Comercio (OMC), la delegación de Estados Unidos presentó una propuesta referida a los servicios de enseñanza superior tendiente a *“liberalizar el comercio de este importante sector de la economía mundial”*. Es obvia la intención de esta proposición: “facilitar la transnacionalización de los servicios de enseñanza superior para generar condiciones que beneficien a los proveedores de los mismos”. (Gascón Muro y Cepeda Dovala, 2004, p. 33). Poco tiempo después, en abril 2002, los rectores asistentes a la III Cumbre Iberoamericana de Rectores de Universidades Públicas, firmaron la “Carta de Porto Alegre”, dando cuenta explícitamente a la comunidad académica universitaria y a la sociedad en general de los efectos nefastos que desencadenaría en la región la firma del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS o GATS). En ese mismo año, los rectores de la Asociación de Universidades del Grupo Montevideo, que congrega a 16 instituciones de Educación Superior pública de Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile y Argentina, debatieron ampliamente sobre el tema y acordaron fijar estrategias comunes para impedir la consideración de la Educación Superior como mercancía y ratificaron el reclamo ante los gobiernos nacionales para que no suscriban compromisos en el marco de la OMC. Por último, también en el 2002, en nuestro país, el Consejo Interuniversitario Nacional manifestó a la Cancillería argentina su explícita oposición a los acuerdos. El entonces rector de la Universidad Nacional de Rosario y presidente del Consejo Interuniversitario Nacional, Ricardo Suárez alertó que *“El mercado no tiene valores, sino apetitos y que estos se calman con ganancias. Eso no es educación”*. (Lorca, 2002)

No obstante, esta oposición que se dio en diferentes escalas y gran intensidad durante el año 2002, fue precedida por diferentes normativas sancionadas a fines de la década del 90 que prepararon el advenimiento de la Educación Superior transnacional. En ese sentido debemos señalar que la Ley de Educación Superior N° 24251/95 ya establecía tanto el reconocimiento de títulos extranjeros (Artículo 29 inciso k), siendo competencia de las propias Universidades –y no del Ministerio de Educación- la determinación de los mecanismos y como las exigencias necesarias para resolver las solicitudes de reválida que se le presenten. Asimismo, resuelve que por un acuerdo



entre Estados, es posible homologar títulos universitarios extranjeros de acuerdo a convenios internacionales de reconocimiento. Con respecto a la Educación a distancia, la Resolución N°1716/98 y el Decreto 81/98 regulan la oferta educativa. Asimismo el Ministerio de Educación, a través del decreto 276/99, instituye las normas a las que se deberán ajustar las instituciones universitarias extranjeras que pretendan instalar subsedes en el país, señalando explícitamente que dichas instituciones deberán someterse a las mismas regulaciones previstas en la Ley de Educación Superior para Universidades privadas nacionales, sin establecer normativas especiales para dichas instituciones extranjeras. Empero, advertía Marquis (2002, p. 14) que cuando una universidad extranjera fuera de las fronteras del país *“concreta su oferta mediante esa modalidad, vía internet, aula virtual, teleconferencia, correo electrónico, cassette, videos, etc., la ley argentina no puede alcanzarla, lo que impide no sólo prohibirla sino también regularla o condicionar su funcionamiento.”*

Esta situación configura lo que Rama (2005) definió como “Tercera Reforma de la Educación Superior” caracterizada por la internacionalización y el establecimiento de un modelo trinario (público-privado-internacional). En estas circunstancias aparece una “Lógica nacional defensiva” y “Asociaciones rectorales”, cuyas manifestaciones damos cuenta. Esto, según Rama, determina por un lado el incremento de cobertura universitaria por la ampliación de la oferta educativa, por otro, la necesidad de establecer normas de regulación tanto a nivel nacional como internacional, y, asimismo, requiere iniciar una discusión global acerca del significado de la educación como un bien público internacional.



Forma de Suministro según AGS	Explicación	Ejemplos en Educación Superior	Tamaño Potencial de Mercado
1. Suministro más allá de las Fronteras	La prestación de un servicio donde éste traspasa las fronteras (no requiere de desplazamiento físico del consumidor)	Educación a distancia; Aprendizaje electrónico; Universidades virtuales	Actualmente un mercado relativamente pequeño; Aparentemente con gran potencial a través de los TICs y sobre todo por Internet.
2. Consumo en el extranjero	prestación del servicio que requiere el desplazamiento del consumidor al país del proveedor	Estudiantes que van a otro país a estudiar	Actualmente representa el porcentaje más grande del mercado global en servicios educativos
3. Presencia Comercial	El proveedor establece o tiene instalaciones comerciales en otro país para prestar el servicio	Sede local o campo satélite; Instituciones gemelas; Acuerdos de franquicia con instituciones locales	Interés creciente y fuerte potencial para el crecimiento futuro. Muy polémico puesto que parece imponer reglas internacionales a la inversión extranjera.
4. Presencia de Personas naturales	Personas que viajan temporalmente a otro país a prestar el servicio	Profesores, maestros, investigadores trabajando en el extranjero	Potencialmente un mercado fuerte dado el énfasis en la movilidad de los profesionales

Cuadro 1

Formas de Suministro de la Educación Superior Transnacional

Fuente: García Guadilla *et al* (2004)

Modalidades de la Educación Transnacional



A partir de los acuerdos de la OMC la transnacionalización de la educación es entendida entonces como la prestación -servicio- comercial por instituciones – empresas- que operan a nivel internacional. Según Sylvie Didou Aupetit (2002) encontramos que estas prestaciones asumen diferentes formas:

a) Sedes locales de universidades extranjeras.

En este caso se trata de la apertura en el país “anfitrión” de una sede de la institución de educación superior extranjera, en donde se dicta de manera completa un programa formativo. Inicialmente, como no existía norma jurídica que lo regulara, las universidades extranjeras se constituyeron como asociaciones civiles sin fines de lucro en el país y se presentaron solicitando la autorización bajo el régimen de universidad privada. Con este marco legal, la Universidad de Bologna inició sus actividades en octubre de 1998. Poco tiempo después el Ministerio de Educación de la Nación sanciona el decreto 276/99 que autoriza a las universidades extranjeras a abrir sedes local y un año más tarde por el Decreto PEN N° 726 se aprueba el funcionamiento de la sede de la Universidad de Bologna en Buenos Aires.

Otras universidades, como fue el caso de la Universidad Internacional Lynn de Florida, Estados Unidos, no tuvo la misma suerte al intentar crear una sede local en Nordelta.. La Resolución específica de la CONEAU (Resolución 336/99) que no concede la autorización a esa institución presenta argumentos exhaustivos. A pesar de esta impugnación existen otros programas de diferentes universidades (Harvard, NYU) de Estados Unidos en Buenos Aires orientados a facilitar el contacto con la cultura argentina y el idioma español.

b) Ofertas tipo educación a distancia y e-learning.

Esta modalidad es muy compleja de analizar, debido tanto a la multiplicidad de proveedores involucrados como a las ofertas educativas promocionadas. Entre los proveedores se destacan:



- Las corporaciones que brindan formación a distancia. Por ejemplo encontramos la “Oracle University”¹, que depende de la corporación del mismo nombre, quien ofrece diferente tipo de capacitaciones desde cursos hasta diplomaturas en distintas modalidades (presenciales, virtuales en tiempo real, en línea, tutoriales para autoaprendizaje, en grupos laborales, etc.) generalmente orientadas al software y a los sistemas de gestión de datos.
- Las empresas transnacionales que se asocian con universidades locales. Por ejemplo IBM, quien sostiene que *“En los últimos años se han desarrollado distintos proyectos académicos con universidades nacionales y privadas de nuestro país como UTN (Universidad Tecnológica Nacional), Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Universidad Nacional de La Plata, ITBA, Universidad de Palermo, Instituto Universitario Aeronáutico, entre otras”*.² Similar experiencia se llevó a cabo entre la empresa Microsoft.
- Las universidades extranjeras que ofertan licenciaturas y posgrados en línea. Según Didou Aupetit (2002) *“Para este tipo de instituciones, México y Argentina han sido, al parecer, puertas de entrada a América Latina.”* La amplia variedad de propuesta incluye desde universidades españolas reconocidas en este tipo de programas como Universidad Nacional de Educación a Distancia de España (UNED)³ o la Universidad Abierta de Cataluña (UOC, por sus siglas en catalán)⁴ hasta la Atlantic International University con sede central en Honolulu⁵, que no encuentra autorizada por ninguna agencia **acreditadora reconocida por la Secretaría de Educación de los Estados Unidos**,⁶ y que ofrece desde carreras de grado hasta Doctorados.

¹ <http://www.oracle.com/lad/ar/education/eblast/r-oaec-0aer-190612-ol-1666735-es.html>

² <https://www.ibm.com/ar/ibm/universities.phtml>

³ <http://www2.uned.es/buenos-aires>

https://web.facebook.com/ceubuenosaires12?sw_fnr_id=4244235602&fnr_t=0&_rdc=1&_rdr

⁴ <http://www.uoc.edu/portal/es/>

⁵ <https://www.aiu.edu/spanish/>

⁶ En los Estados Unidos actualmente existen siete agencias autorizadas para cubrir las seis regiones de los Estados Unidos. Colectivamente, las siete Comisiones Regionales acreditan a



García de Fanelli (1999) advertía ya hace muchos años que:

“Ante la creciente proliferación de diplomas fraudulentos vía Internet, el Consejo de Educación a Distancia y Entrenamiento (Distance Education and Training Council) la única agencia nacional reconocida que evalúa programas a distancia en los Estados Unidos ha tratado de diseminar información sobre estos programas, a fin de que los usuarios de estos cursos puedan discernir entre un programa de calidad y uno fraudulento. Los así llamados “diploma mills” han sido una preocupación para la normativa norteamericana sobre educación superior.”

Estas “fabricas de diplomas” han requerido una mayor eficiencia y rigor en los organismos de control y en las agencias acreditadoras. Diversos países han tenido que salir a defender mediante legislaciones la calidad educativa y la buena fe de sus ciudadanos seducidos por estas ofertas engañosas o decididamente fraudulentas.

- Las empresas que ofrecen cursos de aspecto universitario: Una de ellas, Next-U (Next-University), afirma taxativamente que las competencias laborales que garantizan el éxito profesional no pasan actualmente por la Educación Superior: *“La Universidad está desconectada del mundo laboral, y, en consecuencia, no capacita a sus egresados para ser exitosos en las empresas.”*⁷ Sin embargo, la autodenominación de “university” es violatoria del marco legal de nuestro país. La ley de Educación Superior 24521/95 señala expresamente en el Art. 27 que *“Las instituciones que responden a la denominación de «Universidad» deben desarrollar su actividad en una variedad de áreas disciplinarias no afines orgánicamente estructuradas en facultades, departamentos o unidades académicas equivalentes”*. Y en su Art. 62 señala que estas instituciones se constituyen “sin fines de lucro”.

c) Franquicias

más de 3 mil instituciones, entre las que se incluyen entidades públicas, privadas sin fines de lucro, y entidades privadas con fines de lucro.

⁷ <https://www.nextu.com/blog/para-google-un-titulo-universitario-no-dice-nada>



Esta modalidad consiste en que la institución proveedora le otorga a la institución del país huésped, el permiso o la licencia para ofrecer el título de una carrera o programa propuesto por la institución proveedora. Un ejemplo de ello es el dictado de diferentes Maestrías que se dictan en nuestro país con formato diseñado desde el exterior. Ejemplo son dos instituciones españolas con alcance internacional como **ESADE Business School y IE Business School** que dictan sus programas en diferentes instituciones educativas del país: Universidad Católica de Córdoba, Universidad de San Isidro, Universidad de San Andrés, entre otras.

- d) Las alianzas entre instituciones nacionales y extranjeras de educación superior en torno a la instalación de una oferta curricular bi o tri nacional, en el marco de programas de cooperación macrorregional o el doble título, por convenios directos entre universidades.

En Argentina, esta oferta educativa se ha desarrollado principalmente al nivel de posgrado. Sin embargo, a diferencia de las franquicias que se dan entre instituciones privadas, los acuerdos de cooperación o de doble titulación pueden darse también con Universidades Nacionales de gestión pública, considerando que las carreras de posgrado, a diferencia de las de grado, son aranceladas. Es por ello que la aparición de una Universidad extranjera de prestigio también constituye un recurso de marketing para hacer más atractiva la oferta educativa.

Un rubro aparte son las Universidades Internacionales como la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO, que es definida por la Secretaría de Políticas Universitarias como una Universidad “internacional” y no como una institución extranjera, presentándose entonces como un ejemplo paradigmático de la pretendida y deseada cooperación internacional. El aumento significativo de estudiantes de posgrado en esta institución durante los últimos años manifiesta este reconocimiento.

Desafíos y amenazas

Vale en este sentido recordar lo que diversos estudios coinciden en destacar como un conjunto de mutaciones en la estructura valorativa de los futuros alumnos de la Universidad: Siendo entonces que, como destaca Iriarte (2008), se ha establecido una cultura que reifica el dinero, rinde culto a la imagen y a la búsqueda de lo inmediato (Zelaya 2003), enfatiza los comportamientos individualistas o narcisistas, determina una pérdida de la importancia del esfuerzo donde todo es medido en un esquema



simplista de costo-beneficio, reemplazando la categoría de autosuperación (que entraña necesariamente perseverancia y dedicación) por la de “triumfo rápido” (lo cual si no llega, implica visualizar cada “fracaso” como terminal y definitivo).

Del mismo modo, la imposición de la lógica del mercado y la creciente demanda de profesionalización, provoca la elección de una carrera universitaria en términos de “salida laboral”, donde prima la obtención de un título en el menor plazo posible, considerándose entonces no los tiempos “legales” de cursada –establecidos por el Plan de estudio-, sino lo que el imaginario califica como carrera corta o larga, o fácil o difícil. De igual modo, también es una presencia en el imaginario de los jóvenes el temor al desempleo. Por ello se eligen carreras que se asocian con un “trabajo seguro” y cuya cursada parezca “divertida”. Es por ello que la oferta de titulaciones *on line* crece exponencialmente, siendo también significativo el rol de las redes sociales.

Por otra parte, también debemos reconocer que el desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación, está influyendo sobre los aspectos básicos de las relaciones sociales, así como el auge de las redes sociales. Una de las consecuencias más evidente de estas transformaciones son los cambios en la concepción del espacio y el tiempo. Marquis (2002, p. 1) afirma entonces que:

“El espacio se ve modificado dado que las nuevas tecnologías trascienden las fronteras, acercándonos instantáneamente a hechos y personas. El tiempo se altera debido al predominio de la instantaneidad propiciada por la tecnología on line. Como consecuencia, un gran número de comunicaciones basadas en transacciones de papel y encuentros cara a cara son ahora reemplazadas por el uso de tecnologías informáticas.”

En estas circunstancias y ante la multiplicidad de ofertas, los organismos de acreditación se transforman también en herramientas del mercado ya que, mientras por un lado, permiten medir la supuesta calidad de las universidades, también sirven para establecer un ranking de instituciones de educación superior, cuestión que es usada por esas mismas universidades para persuadir de la validez de su oferta.

En el sentido opuesto, aparecen universidades de dudosa calidad que son denominadas en diversos países como “Universidades patito”, “universidades de garajes” o “Mickey Mouse degrees”, que funcionan sin la consabida autorización o acreditación. Estas organizaciones operan en países donde el costo de los estudios superiores de calidad es alto, ofreciendo entonces titulaciones similares a mucho



menor valor económico. En nuestro país donde la Universidad pública es gratuita, el atractivo del ofrecimiento radica en la supuesta facilidad, rapidez o en el aprendizaje basado en la práctica y no en la “aburrida e innecesaria” teoría...

Este es el contexto donde se desarrolla hoy en día la Educación Superior. Estos son los desafíos y amenazas a los que debemos enfrentarnos.

Referencias

Altbach, Philip y knight, Jane (2006) “Visión panorámica de la internacionalización en la educación superior: motivaciones y realidades” en *Perfiles educativos* N° 112, Vol. 28, México, enero de 2006.

De Wit, H.; Jaramillo I.; Gacel-Ávila, J.; Knight, J. (editores) (2005) *Educación Superior en América Latina. La dimensión internacional*. Bogotá: BM/Mayol Ediciones.

Didou Aupetit, Sylvie (2002) “Transnacionalización de la educación superior y aseguramiento de la calidad en México”, DIE, Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados del IPN en *Revista de la Educación Superior* en Línea N°124, 2002

Fernández Lamarra, Norberto y Albornoz, Mario (2014) “La Internacionalización de la Educación Superior y la Ciencia en Argentina” en Didou Aupetit, Sylvie (coord.) (2014) *Internacionalización de la Educación Superior y la Ciencia en América Latina y el Caribe: Un Estado del Arte*, Caracas: UNESCO-IESALC.

García De Fanelli, Ana María (1999) *La educación transnacional: la experiencia extranjera y lecciones para el diseño de una política de regulación en Argentina*, Buenos Aires: CONEAU .

García Guadilla, Carmen (edit) (2004) *El difícil equilibrio: La Educación Superior entre bien público y comercio de servicios. Implicaciones del AGCS (GATS)*, Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha.

Gascón Muro, Patricia; Cepeda Dovala, José Luis (2004) “De la mercantilización a la transnacionalización de la educación superior” en **Reencuentro N° 40, Encrucijadas**



de la educación superior ante el nuevo siglo, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

Iriarte, Alicia y Ferrazzino, Ana (2015) “Transnacionalización de la Educación Superior. Un nuevo paradigma” en *Asociación Latinoamericana de Sociología XXX Congreso ALAS 2015: Universidad latinoamericana: Interpelaciones y Desafíos*, Costa Rica.

Iriarte, Alicia (2008) “Los jóvenes universitarios: entre el declive del largo plazo y la dimensión del por-venir” en Iriarte, Alicia (2008) *Cambios epocales y transformaciones en el sistema de educación superior. La universidad argentina y los nuevos desafíos*, Buenos Aires: Editorial Teseo.

Knight, Jane (2010) “Internacionalización de la Educación Superior: Nuevos desarrollos y Consecuencias No Intencionadas” en *Boletín IESALC* N° 211, octubre de 2010 .

Lorca, Javier (2002) “La educación como mercancía” en *Página 12*, octubre de 2002.

Marquis, Carlos (2002) *Nuevos proveedores de Educación Superior en Argentina y Brasil*, Buenos Aires: IES.

Rama, Claudio. (2005) “La política de educación superior en América Latina y el Caribe” en *Revista de la Educación Superior Volumen XXXIV (2)*, N° 134, Pág. 47-62. México DF: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior .

Zelaya Marisa (2003) “Las universidades privadas miradas por los ingresantes”. Ponencia presentada en el *Congreso Latinoamericano de Educación Superior en el Siglo XXI*, 18, 19 y 20 de septiembre de 2003, San Luis.

