

**“RED ALMA MATER. OPORTUNIDADES INTERNACIONALES: ESTRATEGIA
PARA SISTEMATIZAR Y FORTALECER LA DIFUSIÓN DE LA
INFORMACIÓN”**

ALFREDO ANDRÉS MORENO RAMÍREZ

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINSTRATIVAS
PRACTICAS ACADEMICAS
PEREIRA
2011**

**“RED ALMA MATER. OPORTUNIDADES INTERNACIONALES: ESTRATEGIA
PARA SISTEMATIZAR Y FORTALECER LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN”**

ALFREDO ANDRÉS MORENO RAMÍREZ

**Proyecto de práctica, el cual es requisito fundamental para la aprobación de
dicho periodo de formación.**

LINA MARIA ALVAREZ VELEZ

**UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA
PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINSTRATIVAS
PRACTICAS ACADEMICAS
PEREIRA
2011**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	8
EJE DE INTERVENCIÓN.....	10
OBJETIVOS.....	12
1 UNA INTRODUCCIÓN A LA ACADEMIA: INTERNACIONALIZACIÓN, RELACIONES INTERNACIONALES, SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.....	13
1.1 IMPORTANCIA DEL ÁREA DE RELACIONES INTERNACIONALES PARA EL CONTEXTO ACADÉMICO.	13
1.1.1 Definición del concepto de internacionalización académica:	13
1.1.2 Importancia e historia de la internacionalización académica:	14
1.1.3 Papel de las oficinas de Relaciones Internacionales dentro de las universidades y relevancia del Área de Relaciones Internacionales:	20
1.2 RELEVANCIA DE UNA BUENA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN.	22
1.2.1 Sociedad de Información y Economía del Conocimiento.	23
1.2.2 Tecnologías de la información y la comunicación.....	24
2 RECONOCIMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS PROBLEMAS DE DIFUSIÓN ...	27
2.1 ORIGEN DE LOS RESULTADOS (METODOLOGIA).....	27
2.1.1 Cronograma de actividades	28
2.2 ENTREVISTAS A LAS ÁREAS MISIONALES ACADÉMICAS DE LA RAM. 29	
2.2.1 Fallas en la cadena de difusión de la información internas.....	30
2.3 ENTREVISTAS A LAS OFICINAS DE RELACIONES INTERNACIONALES DE LAS UNIVERSIDADES ALIADAS A LA RAM.....	32
2.3.1 Fallas en la cadena de difusión de la información externas.....	33
3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	35
BIBLIOGRAFIA	38

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Tabla: Cronograma de actividades 28

Ilustración 2. Cronograma de actividades 29

ANEXOS

- ANEXO 1 [PROPUESTA DE REALIZACIÓN DEL PROYECTO](#)
- ANEXO 2 [ENCUESTA A LAS DEMÁS ÁREAS MISIONALES DE LA RAM](#)
- ANEXO 3 [ENCUESTA A LAS OFICINAS DE RELACIONES
INTERNACIONALES DE LAS UNIVERSIDADES ALIADAS A LA
RAM](#)

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto se pudo realizar gracias a la colaboración del señor Pierre Hupet, que me incluyó en todos los proyectos que desde el área de relaciones internacionales y otras áreas, se coordinaban; A todas las personas que trabajan para el funcionamiento eficiente, responsable y transparente de la RED ALMA MATER; A todas las personas que desde las universidades aliadas a las red manejan las oficinas de relaciones internacionales, y también a mi tutora, la profesora Lina Álvarez, a todos ellos muchas gracias, fueron de gran ayuda y apoyo.

SINTESIS

Este proyecto tiene como finalidad fortalecer los canales de comunicación de la oficina de Relaciones Internacionales de la red de universidades públicas del Eje Cafetero, RED ALMA MATER¹. El departamento de Relaciones Internacionales constata fallas en la cadena de difusión de la información que no le permiten ser completamente eficiente respecto a su misión dentro de la Institución, por esta razón y con el propósito de realizar el proyecto de práctica, que es un requisito esencial para aprobar dicho periodo, el estudiante Alfredo Andrés Moreno Ramírez, del programa de Negocios Internacionales, se propone llevar a cabo este proyecto denominado “RED ALMA MATER. Oportunidades Internacionales: Estrategia para sistematizar y fortalecer la difusión de la información”

Palabras claves: *Relaciones Internacionales, Difusión, Información, internacionalización académica, Sociedad de la información.*

This project aims to strengthen the communication channel of international relations area of the network of public universities in the Eje Cafetero, RED ALMA MATER. The international relations department state faults in the chain of disseminating information that doesn't allow the department to be fully efficient with respect to his mission within the institution, for this reason and in order to make the intern project which is an essential requirement to approve the above mentioned period, the student Alfredo Andrés Moreno Ramírez, of the international business program it is proposed to carry out this project called: “RED ALMA MATER. International Opportunities: Strategy to systematize and strengthen the dissemination of information”.

Keywords: *international relations, diffusion, information, academic internationalization, information society.*

¹ En lo sucesivo RAM.

INTRODUCCION

Los diversos fenómenos económicos, sociales, políticos, financieros y culturales que están ocurriendo globalmente no son ajenos a los procesos académicos. La transnacionalización y la globalización son cada vez más una realidad, poco a poco la sociedad se acerca a un mercado único, donde las empresas más sobresalientes y competitivas son las que perduran; el avance de las tecnología, la facilidad de transmisión de la información y las cada vez menos restricciones y facilidades para la movilización de personas en el contorno internacional, son algunos de los temas específicos que afectan directa o indirectamente la educación en el mundo. Las instituciones educativas y demás organizaciones globales se han dado cuenta de la importancia de ello y se han dado a la tarea de realizar procesos de internacionalización, creando fondos y destinando recursos hacia sus oficinas de relaciones internacionales u cualquier otra área designada para este asunto, sin embargo, también se han dado cuenta de que este proceso no es tan sencillo y que involucra, tanto recursos, como un compromiso de cooperación e integridad.

La Red de Universidades Públicas del Eje Cafetero, RED ALMA MATER, una institución creada, entre otras cosas, con el propósito de servir de instrumento de integración de las universidades asociadas y contribuir a la identificación, formulación y ejecución de planes de desarrollo universitario mancomunados en beneficio de sus asociados, es consciente de la importancia de fomentar y desarrollar el proceso de internacionalización para sus universidades aliadas y de su institución como tal. Para ello decidió destinar parte de sus fondos en la creación de una nueva área misional académica, el Área de Relaciones Internacionales. Esta área tiene como propósito fomentar y desarrollar proyecto de carácter internacional que mejore la integración, el reconocimiento y el dinamismo de las universidades miembros de la RAM.

Para llevar a cabo esta tarea el área de relaciones internacionales de la RAM requiere de un óptimo sistema de difusión de la información, de este modo, todas las demás áreas misionales de la RAM, las oficinas de relaciones internacionales y todos los estudiantes y docentes de las universidades aliadas

puedan acceder y beneficiarse de las actividades que en esta área se llevan a cabo. Sin embargo, se ha identificado algunas fallas en la cadena de difusión de la información que no le permiten ser completamente eficiente respecto a su misión dentro de la Institución, por esta razón es necesario desarrollar una estrategia para sistematizar y fortalecer la difusión de la información. Esta estrategia está compuesta de 3 puntos: el primero, una introducción a la academia, donde se concientiza y relaciona al lector con los principales temas que conciernen a las universidades pero enfocándose siempre en el objetivo del proyecto; el segundo, reconocimiento y análisis de los problemas de difusión, donde por medio de entrevistas y otros mecanismos empíricos se identifican problemas claves que frenan la difusión de la información, y el tercero, conclusiones y recomendaciones, para proponer una estrategia eficiente y positiva que permita en el mediano plazo fortalecer la difusión de la información.

EJE DE INTERVENCIÓN

El eje de intervención al cual responde el proyecto es el fortalecimiento de los canales de comunicación. Este eje se deriva de la observación que hace el alumno al llegar a realizar la relación de aprendizaje para la institución y darse cuenta de que muchos de los jóvenes de las universidades no están enterados de las grandes oportunidades que ofrece la RED ALMA MATER a todos los académicos, especialmente las oportunidades que ofrece el área de Relaciones Internacionales, al mantener una constante información sobre becas, convocatorias, documentos de interés y demás funciones que le son de gran utilidad para mejorar la educación de los jóvenes universitarios.

Para dar pie a este proyecto se parte de la hipótesis de que es necesario mejorar y fortalecer los canales de comunicación al igual que hacer una mayor y mejor promoción de la RED ALMA MATER, no solo hacia las universidades que la conforman (teniendo como prioridad estas), sino también hacia otras instituciones académicas, públicas y privadas de la región, esto con el fin de optimizar las funciones de la red y adquirir jóvenes más interesados en conocer y participar de los proyectos que de allí se derivan especialmente de la área de Relaciones Internacionales.

Es necesario resaltar que la RAM posee un departamento de comunicaciones y que su función no es menospreciada en este proyecto, por el contrario se espera que sirva de apoyo a las funciones que ellos realizan. Los problemas de difusión como se identificara más adelante no es tanto un problema de medios de comunicación, sino también de falta de cooperación.

Desarrollar un eje como estos involucra la colaboración de todos los dirigentes y asociados a las 4 áreas misionales de la RAM, al igual que del personal que conforman las oficinas de relaciones internacionales de las universidades aliadas a la RAM. El propósito de involucrarlos a todos es la transparencia y óptimo desarrollo del proyecto para finalmente poder beneficiar no solo al área de relaciones internacionales, sino también a todas las demás áreas de la RAM, así

como a los estudiantes, docentes e investigadores de las universidades miembros de la RED ALMA MATER.

OBJETIVOS

Objetivo general:

Fortalecer los canales de comunicación y permitir una mejor promoción de la RED ALMA MATER, especialmente del área de Relaciones Internacionales, y de las oficinas de Relación Internacionales de las universidades miembros de la red, para obtener un público más activo y propositivo respecto a las funciones que desde la institución se realizan.

Objetivos específicos:

- Lograr una mayor integración de todas las áreas misionales de la red a través de mejores canales de comunicación.
- Identificar y solucionar las fallas que conllevan al desconocimiento de las funciones del departamento de Relaciones Internacionales, por parte de estudiantes y docentes.
- Obtener una base de datos más estructurada a través del apoyo de los coordinadores de las otras áreas misionales de la red y del personal que conforma las ORIs.
- Despertar interés en estudiantes y académicos, para que la sección de relaciones internacionales de la página de la red y el boletín RAM-Inter tenga mayor acogida y despliegue.
- Fomentar una cultura de debate e interés respecto a la importancia que tienen las oficinas de relaciones Internacionales de las todas las universidades para la internacionalización e integración académica de estas.
- Obtener un promedio de 500 visitas para cada una de las informaciones que en el área de relaciones internacionales se publica.
- Aumentar a 2000 el número de suscriptores al boletín RAM-Inter.

1 UNA INTRODUCCIÓN A LA ACADEMIA: INTERNACIONALIZACIÓN, RELACIONES INTERNACIONALES, SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

1.1 IMPORTANCIA DEL ÁREA DE RELACIONES INTERNACIONALES PARA EL CONTEXTO ACADÉMICO.

Para entender la importancia del área de relaciones internacionales, es necesario partir en primera medida del concepto de internacionalización académica o educación transfronteriza. Este concepto envuelve una serie de temas y discusiones que serán necesarias analizar dentro del desarrollo de este documento para el efectivo resultado del proyecto que se está realizando. En primera medida se debe partir de la definición del concepto, luego se hablara sobre la evolución de la internacionalización académica dentro de la historia y su importancia, para finalizar con un tema que hace referencia al papel de las Oficinas de Relaciones Internacionales dentro del contexto académico y la relevancia del Área de Relaciones Internacionales.

Es importante resaltar que existen diferentes niveles de educación, tales como primaria o básica, secundaria o media y superior o post-superior (en algunos países se pueden presentar más de 3 niveles de educación), en este proyecto se hablara principalmente de la educación superior, que es la que se refiere a técnica profesional, tecnológica, profesional y posgrados (Las denominaciones referentes a la Educación Superior también varían con el país).

1.1.1 Definición del concepto de internacionalización académica:

La internacionalización de la educación es un hecho innegable que la apertura económica de los países, el avance de las sociedades del conocimiento y la evolución de la tecnología le han generado a las instituciones de educación superior, tanto de los países más desarrollados como aquellos en vía de desarrollo, la necesidad de realizar estrategias y políticas de internacionalización acorde con los cambios globales actuales.

Algunos autores definen la Internacionalización académica como:

La UNESCO en un reporte junto a la OCDE (2005) respecto a la educación transfronteriza dice que *“hace referencia a las situaciones en las que la enseñanza de tercer ciclo se realiza mediante la circulación de docentes, estudiantes, programas, instituciones, proveedores o material didáctico a través de las fronteras nacionales. Puede abarcar tanto a la educación superior pública como la privada, a proveedores comerciales y a los que operan sin fines lucrativos”*.

Knight (1993. Citado en Yarzabal, L. 2005) la definió como *“el proceso de integrar una dimensión internacional e intercultural en las funciones de enseñanza, investigación y servicios de la institución”*

Los investigadores canadiense y holandés Janes Knight y Hans de Wit la definieron como: *“la internacionalización de las instituciones de educación superior es el proceso de integrar la dimensión internacional, intercultural y global en los propósitos, las funciones y la forma de proveer la enseñanza, la investigación y los servicios de la Universidad”* (De Wit y Knight, 2004. Citado en Roldan, 2009).

Las características de esta última definición la hacen coherente con los objetivos de internacionalización de las universidades en el contexto mundial. Es por eso que a la hora de referirse a internacionalización es necesario recordar esta definición para entender todo el proceso que esta implica.

1.1.2 Importancia e historia de la internacionalización académica:

“La educación y la ciencia en un mundo globalizado se alimentan del intercambio internacional, y una experiencia académica en el exterior hoy en día es de suma importancia para la formación personal y profesional.” (Servicio Alemán de Intercambio Académico, 2011).

En el mundo actual de integración de conocimientos y técnicas es importante que la sociedad obtenga una educación de calidad, que le permita desarrollar conocimientos, aptitudes y conductas apropiadas para desenvolverse de la manera más eficiente tanto en el mercado laboral, como en una sociedad culturalmente más globalizada. Instituciones y organismos de carácter internacional se han dado a la tarea de fomentar programas de educación sólidos, tanto así, que la Organización de Naciones Unidas (ONU), ha propuesto alcanzar la educación primaria universal insertando esta meta dentro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Las nuevas tecnologías junto a unas instituciones internacionales más fuertes y comprometidas con sus objetivos han dado pie para el fortalecimiento del sector académico. La educación se ha convertido en una de las principales bases que soportan todo el entramado de la globalización, profesionales cada vez más capacitados e íntegros se han convertido en los líderes mundiales que promueven y desarrollan los programas de integración y cooperación en todo el mundo.

La educación ha estado presente en todas las edades del hombre, desde la edad antigua con las enseñanzas impartidas en las grandes civilizaciones como la china o la egipcia, en la edad media a través del movimiento renacentista europeo y finalmente en la edad moderna con sus nuevos sistemas educativos mejor administrados. Sin embargo, a pesar de la larga existencia de la educación, esta nunca se considero un elemento crucial para el desarrollo de la sociedad, solo unos pocos nobles eran los privilegiados de estudiar en las primeras universidades establecidas en Europa. *“El carácter internacional de la educación superior (ES) se puso de manifiesto desde la creación de las primeras universidades europeas, en el Siglo XII. En ese entonces los estudiantes provenían de diversas naciones, los profesores circulaban en el ámbito internacional y los cursos se dictaban en un idioma común, que era el latín. Incluso solía ocurrir que contingentes importantes de docentes y estudiantes se escindieran y trasladaran de un país a otro cuando se producían conflictos institucionales insuperables con las autoridades institucionales o comunales”* (Tünnermann, 1996. Citado en Yarzabal, 2005).

Siglos mas adelante con el descubrimiento de América los europeos se vieron en la necesidad de trasladar los sistemas educativos hacia estas nuevas tierras, forjando así una primera expansión de la educación superior, sin embargo seguía persistiendo el modelo de desigualdad y rechazo, ya que solo los más adinerados

y de mejor familia eran quienes podían asistir a estos centros educativos. A través de los años las luchas internas que caracterizaron a los países de América Latina y todo el periodo de la llamada “guerra fría” fueron acabando poco a poco este sistema de desigualdad de la educación, otorgándole su administración a gobiernos y administraciones más transparentes, convirtiendo la educación en establecimientos públicos y autónomos. El periodo de la guerra fría también permitió darle un nuevo impulso al sector educativo al considerar este como un elemento de desarrollo, quien tuviera los mejores científicos y un mayor conocimiento era el país más fuerte y de mayor progreso económico y tecnológico. Esto impulso a los gobiernos europeos y al gobierno estadounidense a desarrollar un nuevo enfoque respecto a sus centros educativos convirtiéndolos en instituciones más comprometidas con la orientación educativa y su importancia en el desarrollo internacional.

Los norteamericanos se dieron cuenta de la gran importancia que tiene la educación para el desarrollo de una política exterior y de seguridad fuerte. Para fomentar el intercambio académico y con la esperanza de avivar la tolerancia y el entendimiento entre todas las naciones nacen importantes programas de ayudas educacionales, uno de ellos y que hoy en día es considerado uno de los principales programas de intercambio académico en el mundo es el Fulbright. Este programa que nace al finalizar la Segunda Guerra Mundial bajo la iniciativa del senador de Arkansas, J. Willian Fulbright, se creó con el propósito de mejorar la investigación y la enseñanza entre estadounidenses y jóvenes de las naciones europeas, sin embargo, con el paso del tiempo y gracias al fortalecimiento de las instituciones académicas internacionales este programa, al igual que muchos otros, se ha extendido a cientos de nuevos países en los cinco continentes.

Los países europeos, por su parte, se comportaron inicialmente como receptores pasivos de estudiantes extranjeros, pero rápidamente pasaron a utilizar la internacionalización de la ES como herramienta de gran valor para fundar su respuesta estratégica a la globalización: la creación de un poderoso bloque regional. Diseñaron para ello programas muy eficientes de cooperación académica basados en el intercambio de estudiantes y profesores, el aprendizaje de idiomas, los cambios curriculares y la estandarización de requerimientos de graduación, que apoyaron fuertemente el proceso de gestación, creación y desarrollo de la Unión Europea, del que hemos sido testigos en la segunda mitad

del Siglo XX (CRUE, 2003 a y b citado en Yarzabal, 2005). En Europa también se han establecido grandes e importantes programas de movilización académica, en 1994 la Comisión Europea estableció el plan Sócrates con el propósito de fortalecer la dimensión europea de la educación en todos los niveles. A través de este plan se crearon diferentes programas educacionales que se especializaban en distintas áreas de la academia; programas como Erasmus, Comenius y Grundtvig, se convirtieron en ayudas primordiales para estudiantes, docentes e investigadores de la Unión Europea. Actualmente el programa de educación y formación de la Unión Europea se ha convertido en un programa mucho más amplio y de recursos más grandes que bajo el nombre de, Programa de Aprendizaje Permanente 2007-2013, ha logrado la participación de un número mucho más extenso de académicos en todo el mundo.

Además de los programas establecidos por la Unión Europea, otros países europeos también diseñaron sus propios programas de intercambio académico con el fin de mejorar aun más la calidad de sus universidades y de obtener profesionales más capacitados. Alemania fue uno de los primeros países en entender las bondades de la internacionalización académica, tanto así que ya para 1925 habían creado el Deutscher Akademischer Austauschdienst, mejor conocido como el Servicio Alemán de Intercambio Académico ó DAAD, que hoy en día es la organización de intercambio internacional de estudiantes y científicos más grande del mundo. El DAAD es una organización que participa en más de 100 países, permitiéndole a estudiantes, practicantes, graduados, doctorandos, artistas, científicos alemanes y extranjeros participar en alguno de los muchos programas de becas que ofrece la organización. Al igual que Alemania, otros gobiernos y universidades de Europa han establecido políticas de internacionalización académica con el propósito de fortalecer aun más el sector académico en sus territorios, permitiendo tanto a estudiantes nacionales como extranjeros participar de programas de becas, convocatorias, ayudas financieras y proyectos de investigación, entre otros.

En América Latina la internacionalización académica, en muchos casos, no es prioridad de los gobiernos, el comercio y la industria son los principales temas de integración y cooperación internacional. No obstante, cada día, más y más universidades establecen y promueven planes de internacionalización académica, imperando siempre el intercambio académico de estudiantes. Para llevar a cabo

estos planes muchas de las universidades implementan Oficinas de Relaciones Internacionales (ORIs), de las cuales se hablarán más adelante. Es importante recalcar, que a pesar de no ser una prioridad en la agenda de muchos gobiernos, éstos no han sido del todo ajenos a los beneficios de la internacionalización académica, pues muchos de los presidentes y altos líderes gubernamentales han realizado sus estudios en el extranjero, por ello mismo algunos gobiernos han establecido instituciones administrativas que se encargan de promover y mejorar la calidad de la educación internacional, este es el caso del Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación, Colciencias, en Colombia; del CAPES, en Brasil, y la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, CONICYT, en Chile; entre otros.

En la actualidad las universidades además de encarar el movimiento de internacionalización deben enfrentar las nuevas coyunturas económicas y comerciales del mundo actual. Durante los últimos un nuevo paradigma se gestó en la Educación Superior: antes se estudiaba el conocimiento por el conocimiento en sí mismo, ahora las universidades han de servir a la sociedad respaldando a la economía y mejorando la calidad de vida. Hoy la sociedad le asigna un nuevo rol a las universidades, pues le exige involucrarse con otros actores en la producción de conocimiento, adquiriendo un papel más dinámico en la economía, a través de la producción, legitimación y transmisión del conocimiento, que hoy constituye la principal fuente de riqueza de un país. (Fornoni & Perfecto, 2004). La educación superior en su proceso de evolución se ha mercantilizado, ya no se habla del sector educativo sino de la industria educativa, el conocimiento se ha convertido en uno de los tantos servicios comerciales que hoy en día integran el comercio mundial.

Adquirir conocimiento se ha convertido, en esta era de la información, en el recurso más importante de adquirir para cada país, sobrepasado incluso a los recursos naturales, así muchos gobiernos se hayan tardado en descubrir y entender este proceso. Las motivaciones académicas y socioculturales, reflejadas en medidas tales como la movilidad de estudiantes y profesores, la mejora de la calidad de la educación, una mayor compatibilidad de programas y grados, y un conocimiento profundo de otros idiomas y culturas, tienen fuerte presencia en la Unión Europea, pero aun allí parecen responder a una motivación económica sobredimensionada orientada a fortalecer los recursos humanos para mejorar la

competitividad internacional (Yarzabal, 2005). Este proceso de mercantilización se ha convertido en un desafío para las universidades, ya que incentiva a estas a acelerar su proceso de internacionalización, pues al igual que las empresas, quien no se integre al gran mercado mundial no será capaz de ser eficiente en su objeto social.

Entonces podemos observar cómo ha ido evolucionando el concepto, las ventajas y la complejidad de la internacionalización académica, ya no es tan solo un intercambio de alumnos o investigadores entre dos o más países sino que comprende un concepto mucho más amplio donde intervienen distintos programas fomentados por gobiernos e instituciones para favorecer el intercambio y desarrollo del conocimiento de los académicos al igual que el mejoramiento de nuevas actitudes, más tolerantes y comprensivas, de distintas culturas y sociedades. También han cambiado las motivaciones por las que se internacionaliza, en tiempos de la guerra fría el interés principal para establecer programas de educación transnacional era mejorar la seguridad nacional y la política exterior de los pueblos, en la etapa posterior a la guerra fría las razones dejaron de ser políticas y se volcaron al efecto económico que conllevaba la internacionalización, los principales intereses fueron la naciente competitividad industrial que buscaba dentro del mercado laboral perfiles más competitivos, con dominaciones lingüísticas e interculturales amplias.

Partiendo de la historia de la internacionalización podemos establecer ventajas políticas, económicas, sociales e institucionales claras derivados de los proyectos de internacionalización, estos son:

- Se expande el horizonte académico al encontrar nuevos y más relevantes materias en las distintas comunidades educativas.
- Permite un mayor acceso a personas de todo el mundo a través de programas de financiamiento y promoción de la academia para el mejor desarrollo de las sociedades.

- Se mejora la calidad de la educación a través del intercambio de conocimientos, técnicas y procesos investigativos.
- Mejora el perfil de estudiantes, docentes e investigadores, al haber compartido y comprendido distintas lenguas, culturas y conocimientos distintos al del país de origen, haciéndolos más competitivos dentro del mercado laboral.
- Permite que los estudiantes, docentes e investigadores desarrollen un concepto de identidad nacional y regional mucho más amplio y profundo.
- Mejorar el entendimiento entre los pueblos para asegurar, en una mayor medida, una coexistencia pacífica.
- Las universidades adquieren una mayor compatibilidad con los programas extranjeros, mejorando la calidad de la educación nacional y la competitividad de sus estudiantes.
- Al pasar la educación a ser parte del comercio mundial de bienes y servicios, entre más amplios y de mejor mayor calidad sean los servicios ofrecidos por las instituciones académicas mayor será el crecimiento económico para el país que las contenga.

1.1.3 Papel de las oficinas de Relaciones Internacionales dentro de las universidades y relevancia del Área de Relaciones Internacionales:

Habiendo analizado el concepto de internacionalización académica y su evolución en la historia, es importante ahora recalcar que función cumplen las ORI y el Área de Relaciones internacionales para el funcionamiento, evolución y desarrollo

eficiente de las universidades dentro de este complejo panorama de globalización e internacionalización académica.

Al igual que los gobiernos, poco a poco muchas de las instituciones públicas y privadas tuvieron que empezar a destinar recursos a una nueva área, aquella que coordinara sus relaciones y su política exterior. No importa cual fuese el sector al que perteneciera la institución, la globalización hizo necesario que todas eligieran un representante, el cual se encargaría de la internacionalización de la misma. Las universidades hacen parte de las instituciones que se vieron en la necesidad de crear dicha área, así aun en la actualidad muchas de las instituciones educativas no lo hayan hecho.

El área, la oficina o la secretaria de relaciones internacionales como es comúnmente conocida es una dependencia de las universidades públicas y privadas, que en general tienen como propósito, entre otras cosas:

- Facilitar el intercambio de estudiantes y docentes con universidades del extranjero, con el propósito de fortalecer su formación universitaria y hacerlos más atractivos para las actuales condiciones de demanda laboral.
- Fortificar la imagen de la universidad con las instituciones y personas extranjeras, estableciendo convenios y asociaciones relacionadas con el campo académico.
- Apoya a estudiantes y docentes con información, procesos operativos y técnicos para procesos de pasantías y estudios en el exterior.
- Fomenta el acogimiento de estudiantes extranjeros con el propósito de fortalecer la imagen y la calidad de la institución que lo recibe y de la que proviene.
- Fomentar y desarrollar procesos de iniciativa internacional.

Se puede observar entonces que estas funciones son de vital importancia para una institución académica que quiera competir en el entorno de globalización. Sin embargo, y debido a los grandes avances de las tecnologías y la información,

estos procesos están en constante riesgo de cambio y las instituciones deben estar al tanto para no fallar en su misión de internacionalización.

Todas estas funciones requieren recursos y herramientas de difusión de la información sólidas para llegar a ser eficientes en este proceso y no rezagarse frente a las instituciones extranjeras. Mantener al tanto a los estudiantes y académicos sobre las nuevas oportunidades internacionales, los nuevos convenios con instituciones internacionales, la acogida de nuevos estudiantes extranjeros, las charlas para la motivación de la movilización entre universidades de otros países y las nuevas convocatorias, documentos y noticias del mundo internacional, requieren de canales de difusión claros y eficientes que le permita tener al estudiante, toda esta información a su disposición de manera sencilla y clara.

La falta de disposición de algunas universidades de no aceptar lo inevitable, la internacionalización, y la falta de recursos económicos en otras hacen de esta tarea, en muchos países una tarea imposible. Puede decirse que las universidades aliadas a la RAM no sufren del primer problema, ya que es evidente que los rectores son conscientes de la necesidad de internacionalizar, sin embargo, los recursos económicos son escasos y las oficinas de relaciones internacionales deben sobrevivir realizando las funciones que le son asignadas disponiendo de un presupuesto que en la mayoría de ocasiones no representa lo necesario para un proceso eficiente de difusión e internacionalización. Los problemas que enfrentan las ORI de las universidades aliadas a la RAM se mencionaran más adelante.

1.2 RELEVANCIA DE UNA BUENA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Tras haber analizado la importancia de un área de relaciones internacionales fortalecida para el contexto académico, es necesario ahora compartir la relevancia que han adquirido los sistemas de comunicación y los medios informativos para todos los sectores sociales, económicos y políticos de la sociedad, pero enfatizando en la academia. Dos puntos son fundamentales a mencionar en este contexto, el primer punto hará énfasis en un sub-concepto llamado “sociedad de información y economía del conocimiento”, dentro del cual se; en el segundo se

mencionaran la importancia que tienen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para la educación.

1.2.1 Sociedad de Información y Economía del Conocimiento.

Hoy por hoy, la sociedad de la información abarca cada vez más el escenario mundial, pues a pesar de que aun no hay una capacidad o cobertura mundial para el acceso a fuentes de información, el creciente desarrollo de tecnologías, cada vez mas exequibles a todos los países y personas del mundo dan pie al desarrollo de una *sociedad mundial de la información*. Sin embargo, el fin último de la sociedad de la información no tiene sentido si la sociedad no se apodera, no aprovecha y no hace uso de toda la información que constantemente se le es proporcionada. La información son solo datos, eventos, noticias que el hombre deba aprender a manipular, a comprender para así alcanzar el verdadero propósito de la transmisión de información, llegar a una sociedad del conocimiento.

Este concepto de sociedad del conocimiento es mucho más complejo y dinámico ya que comprende una noción de transformación, no solo de la información, sino también social, económico, cultural y político. Es la apropiación crítica y selectiva de los elementos más importantes de la información, dándoles un valor agregado al entender y promocionar su contenido, de este modo, se benefician aquellas personas que sean capaces de realizar este proceso. Sin embargo, y a pesar de la amplitud del concepto de sociedad del conocimiento, éste se ha concernido principalmente al desarrollo económico que el conocimiento puede generar, es por ello que se habla de la economía de conocimiento. *“La noción de sociedades del conocimiento es más enriquecedora y promueve más la autonomía que los conceptos de tecnología y capacidad de conexión que a menudo constituyen un elemento central en los debates sobre la sociedad de la información (...) En otras palabras, la sociedad mundial de la información sólo cobra sentido si propicia el desarrollo de sociedades del conocimiento y se asigna como finalidad ir hacia un desarrollo del ser humano basado en los derechos de éste”* (UNESCO, 2005).

La rápida difusión de este concepto, ya sea sociedad de información o del conocimiento, dan pie para que los gobiernos y las sociedades en general se den cuenta de la gran brecha del conocimiento, cada vez más amplia, entre los países desarrollados y los subdesarrollados. Los medicamentos, las investigaciones, el desarrollo de la tecnología y de la industria, entre otros, se siguen realizando principalmente en los países del primer mundo, mientras que los países del tercer mundo aun son exportadores de materias primas, mano de obra barata y productos con poco o nada de valor agregado. Las universidades deben responder a este concepto de una manera ágil y participativa, de manera que puedan desarrollar políticas de integración y cooperación que permitan la socialización de los conocimientos de forma global, haciendo a los países menos desarrollados no solo importadores, sino también exportadores de conocimiento, de académicos íntegros y profesionalmente más competitivos.

Los convenios internacionales, dirigidos, coordinados y desarrollados principalmente por las ORI de las universidades aliadas a la RAM y de todas las universidades públicas y privadas del mundo con instituciones educativas del extranjero se han convertido en una de las respuestas para finalizar con la brecha del conocimiento entre los países. Las redes de carácter internacional como ORTELIUS, COMENIUS y CULUMBUS, entre otras, han facilitado igualmente la gestión para el desarrollo de estrategias de internacionalización de las universidades, sin embargo aun queda un amplio panorama de cooperación e integración a desarrollar por parte de las instituciones de educación superior para reducir la brecha del conocimiento.

1.2.2 Tecnologías de la información y la comunicación

Pero la piedra angular que sostiene la sociedad de la información y más allá el de la sociedad del conocimiento son el crecimiento desmesurado de las tecnologías y la industria de telecomunicaciones en los últimos veinte años. El avance de las tecnologías y las nuevas políticas de apertura comercial, política y cultural de los gobiernos alrededor de todo el mundo han hecho de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), los instrumentos esenciales para fortalecer las relaciones globales y en consecuencia el sector académico. Es incuestionable el impacto que tienen las TIC en el contexto de la educación, según la UNESCO, Las tecnologías de la información y la comunicación pueden contribuir al acceso

universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad y el desarrollo profesional de los docentes, así como a la gestión dirección y administración más eficientes del sistema educativo.

Lo que en alguna ocasión el desarrollo de tecnologías como la imprenta ayudó a ampliar el ámbito educativo, hoy por hoy, las TIC han amplificado de manera considerable este ámbito, pero no solo sus efectos trascienden el ámbito educativo sino que su evolución ha reconsiderado muchas costumbres y prácticas políticas, sociales, culturales y económicas. ¿Pero qué se entiende por TIC? Las TIC hacen referencias a las nuevas tecnologías avanzadas que son capaces de captar, registrar, almacenar y difundir la información, ejemplos de estas tecnologías son la web, los blogs, los teléfonos celulares, los satélites, etc. Los últimos desarrollos tecnológicos se han convertido en una herramienta de cambio extraordinario.

Para el contexto académico son indudables los grandes beneficios que las TIC pueden proporcionar a los estudiantes y docentes, a través de estas se puede implementar métodos de educación más amplios y en algunos casos más relevantes, se obtienen una rápida expansión del conocimiento sin discriminación alguna, se alcanzan estándares académicos internacionales y se interactúa con una dinámica tan intelectual y creativa que es solo superada por la relación alumno-maestro. No obstante cabe resaltar que las TIC son herramientas para la facilitación y expansión del aprendizaje y otras características mencionadas anteriormente, pero no son un fin por si mismas, permiten que la relación alumno-maestro se fortalezca, de esta manera el académico aprenda a apropiarse de los datos que le son relevantes tanto para el fortalecimiento de su formación como para el mejor desempeño laboral y social en el proceso de globalización.

Entonces las TIC son importantes porque contribuyen a un acceso más amplio de la educación, en especial en países sub-desarrollados donde los recursos son escasos y también permite una mayor integración y calidad de los servicios educativos. Sin embargo persiste el problema que las TIC no tienen cobertura global, no todos los académicos pueden tener acceso a estos sistemas, es por ello que las universidades deben buscar la forma de implementar y dedicar un mayor presupuesto a la instalación de equipos que permitan a sus estudiantes y docentes acceder a estas fuentes, de esta manera podrán estar más actualizados

y preparados frente a los constantes cambios culturales y políticos, pero principalmente económicos, que son lo que tanto demandan las actuales organización empresariales, personas con amplios conocimientos mercantiles.

Esta capacidad para mantenerse actualizado frente a los constantes cambios de la información y saber utilizar lo mejor de ello, es lo que hace valiosa, en esta economía del conocimiento a las personas. Pero mantenerse al tanto frente a los constantes cambios de noticias, hechos y eventos solo es posible si se posee acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, por esta razón las universidades deben invertir en esta clase de herramientas para mantenerse actualizados frente a los constantes cambios académicos y no agrandar más la brecha de conocimientos entre unos y otros. Las universidades aliadas a la RAM no solo deben invertir y facilitar el acceso de las TIC a los estudiantes sino que también deben convertirse en prioridad la formación de jóvenes y docentes que aprendan a apropiarse de la información crítica y convertirse en personas selectivas, para así, formar profesional más competitivos en la actual economía del conocimiento.

2 RECONOCIMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS PROBLEMAS DE DIFUSIÓN

2.1 ORIGEN DE LOS RESULTADOS (METODOLOGIA).

Los resultados sobre las fallas en la cadena de difusión de la información se obtuvieron principalmente de la realización de entrevistas. Las entrevistas iban dirigidos a dos grupos específicos: Las demás áreas misionales académicas de la RAM y las Oficinas de Relaciones Internacionales de las universidades aliadas a la RAM. La propuesta de realización del proyecto (ANEXO 1) se les hizo saber a cada grupo junto a las respectivas preguntas varios días antes de la entrevista con cada persona. La propuesta y las preguntas fueron realizadas bajo la supervisión y apoyo del coordinador del área de relaciones internacionales de la RAM, el señor Pierre Hupet.

Al primer grupo, las demás áreas misionales de la RAM (integración académica, desarrollo regional, gestión y ejecución de proyectos), se les realizó una encuesta de doce puntos (ANEXO 2) con el propósito de obtener información concisa sobre las herramientas de difusión que se usaban para la propagación de la información del área de relaciones internacionales. En total se realizaron 7 entrevistas a personal de las 3 áreas misionales restantes de la RAM, la realización de dichas entrevistas condujo a la identificación de fallas específicas que se mencionaran más adelante, en el punto: fallas en la cadena de difusión de la información internas.

Al segundo grupo, las Oficinas de Relaciones Internacionales (ORI) de las universidades aliadas a la RAM (Universidad de Caldas, Universidad del Tolima, Universidad del Quindío, Universidad Tecnológica de Pereira), se les realizó un cuestionario diferente acorde a las funciones que estas oficinas realizan. Este cuestionario consistió en un formulario de 11 preguntas a las 4 oficinas de relaciones internacionales. A diferencia de la Universidad del Tolima, que por condiciones geográficas envió los resultados de la encuesta por medio del correo electrónico, todas las entrevistas se hicieron visitando la ORI en su respectiva sede. La realización de dichas entrevistas condujo a la identificación de fallas específicas que se mencionaran más adelante, en el punto: fallas en la cadena de difusión de la información externas.

2.1.1 Cronograma de actividades

Las 6 actividades propuestas para el desarrollo del proyecto se realizaron teniendo en cuenta el periodo de formación de la práctica y los tiempos establecidos por la universidad. En los 5 meses de duración del periodo se presentaron dos informes con el respectivo avance de actividades y el desarrollo del proyecto al tutor de práctica, dichos informes contenían el avance en actividades tales como entrevista, introducción, cronograma propuesto, objetivos, entre otros. Los avances fueron aprobados por el jefe inmediato, el coordinador del área de relaciones internacionales Pierre Hupet.

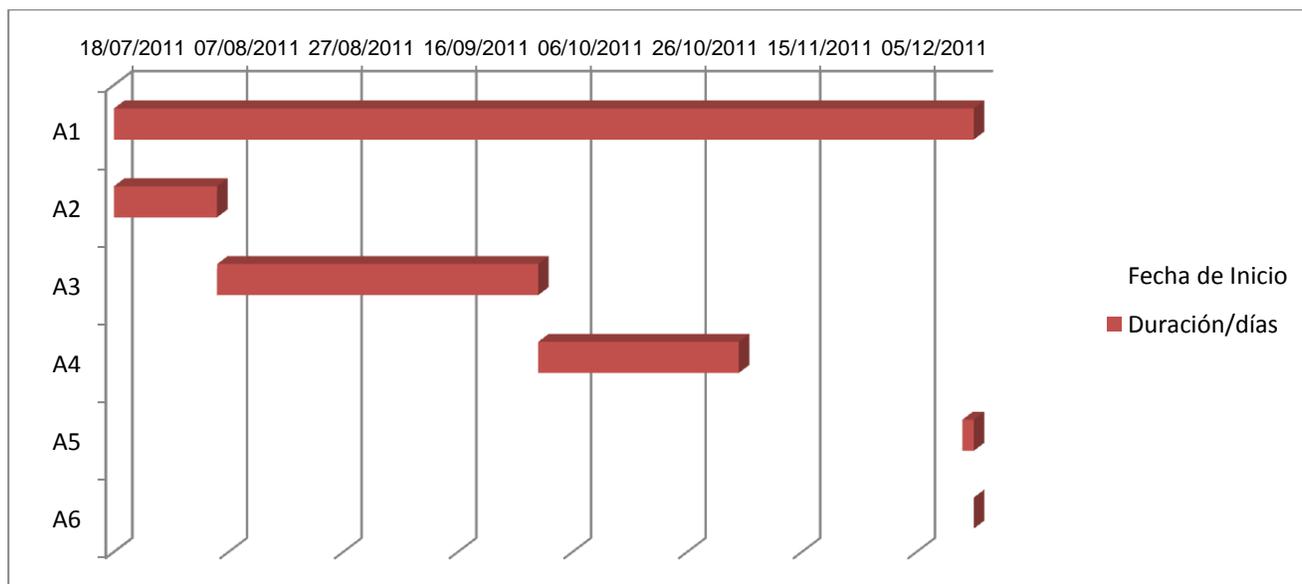
Ilustración 1. Tabla: Cronograma de actividades

Cronograma de actividades				
Actividad	Referencia	Fecha de Inicio	Duración/días	Fecha de finalización
Relación de aprendizaje	A1	18/07/2011	153	18/12/2011
Informe de Ubicación	A2	18/07/2011	18	05/08/2011
Primer Informe con carta de aprobación	A3	05/08/2011	56	30/09/2011
Segundo Informe con carta de aprobación	A4	30/09/2011	35	04/11/2011
Borrador Final	A5	13/12/2011	21	25/11/2011
Informe final, con CD y carta de aprobación	A6	15/12/2011	20	15/12/2011

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se pueden apreciar la fecha de inicio y de finalización de cada una de las actividades al igual que la duración en día de dichas actividades. En la siguiente grafica se puede observar una mejor apreciación del cronograma de actividades el cual fue propuesta por la universidad y acogido por el estudiante y la RAM para el efectivo desarrollo del proyecto.

Ilustración 2. Cronograma de actividades



Fuente: Elaboración propia.

2.2 ENTREVISTAS A LAS ÁREAS MISIONALES ACADÉMICAS DE LA RAM.

Las entrevistas realizadas al personal de la RAM permitieron identificar mucha información pertinente para el proyecto y la futura utilización de mecanismos de difusión de la información. Se identificó que los principales canales de difusión son el correo electrónico y el boletín Info-Red, también, pero en menor medida la página web de la RAM. Sin embargo, en eventos de gran relevancia se utilizan afiches, plegables, artículos de prensa y las redes sociales.

Se identificaron funciones claves de cada área que tienen de alguna u otra manera una relación con el propósito de internacionalización del área de relaciones internacionales. Es así como en el área misional de gestión y ejecución de proyectos muchas convocatorias se realizan con empresas, gobiernos y organismos multilaterales del exterior; para encontrar estas convocatorias el área posee una base de datos sobre convocatorias nacionales, pero también se encuentra unido a un servicio privado de contratos donde se anuncian las principales convocatorias a nivel internacional o en el área misional de desarrollo

regional donde el intercambio de pasantes se realiza con estudiantes de universidades extranjeras, también el área de integración académica donde se lleva a cabo la internacionalización del currículum, proyecto mencionado anteriormente y algunos postgrados en red, solo por mencionar algunas. Todas estas actividades involucran algún aspecto a través del cual se puede iniciar o en el caso de la internacionalización del currículo continuar con una estrategia de cooperación conjunta entre las demás áreas de la red y el área de relaciones internacionales.

Estas actividades y estos medios que utilizan todas las áreas misionales de la RAM, son medios que deben ser fortalecidos para avanzar de una mejor medida en los procesos de difusión de la información. A

2.2.1 Fallas en la cadena de difusión de la información internas.

En lo respectivo a las 3 áreas misionales restantes de la RAM y al resultado de sus entrevistas, estas son las fallas que se pudieron identificar:

A. Las bases de datos son muy grandes, pero no están sistematizadas. La organización de estas depende de los mismos colaboradores y coordinadores de cada área misional, esto resulta en un esfuerzo muy grande por parte del personal, eligiendo a quienes es pertinente enviar la información y a quien no, y en muchas ocasiones esto evita que la información no le llegue a todas las personas a las que pudiera interesar.

B. Falta una mayor estructuración de la información por parte del área de relaciones internacionales. La información que del área de relaciones internacionales se promociona tendría una mayor acogida y sería más sencilla de difundir si presentara una segmentación aun más específica, donde sea posible identificar a primera vista los posibles interesados.

C. Son necesarios más recursos. Los departamentos de la RAM son conscientes de la necesidad de recursos humanos y económicos que les permita desarrollar y fomentar proyectos de manera más eficiente. La falta de recursos no permite que las áreas misionales de la RAM, en muchas ocasiones, puedan dedicarle el tiempo adecuado a la buena promoción y difusión de la información.

D. Poca cooperación entre los demás áreas de la RAM y el área de relaciones internacionales. Las demás áreas, integración académica, desarrollo regional y gestión y ejecución de proyectos son conscientes de la falta de integración entre cada uno de estos con el área de relaciones internacionales, pero también son conscientes de la importancia que tiene para cada uno de sus proyectos y actividades el eje de internacionalización.

E. Poca promoción externa de la RAM. El departamento de comunicaciones realiza solamente una difusión nacional de la información, lo que implica que cada área debe promocionar a través de sus convenios y alianzas con instituciones internacionales la buena imagen de la RAM.

F. No existe acceso a la bases de datos de las universidades aliadas a la RAM. El departamento de comunicaciones no tiene acceso a las bases de datos de estudiantes, docentes, directores de programas y decanos de las universidades aliadas, ya que, aunque hace parte de una institución que colabora con la integración y el desarrollo académico de estas, sigue siendo externo a estas. El departamento de comunicaciones entre sus aliados cuenta con oficinas de prensa en las universidades aliadas, La información se envía a las oficinas de prensa de las universidades, pero al ser prohibido que las universidades difundan sus bases de datos, la información difícilmente llegara a todo el público esperado. A la final son ellas quienes deciden que se debe promocionar y que no.

G. Faltan mecanismos de integración entre todas las áreas de la RAM. Esto genera, en muchos casos, que la información sobre actividades o convocatorias que se realicen en una de las áreas de la RAM y que puedan ser de gran utilidad para las demás no lleguen a ser conocidas.

H. Son necesarios mayores alternativas de promoción de la información por parte del departamento de comunicaciones. El departamento de comunicación se encarga de desarrollar estrategias comunicativas para los eventos, pero la difusión en muchos casos preocupa a las áreas ocasionando que ellos se encarguen de gran parte de promoción del evento. Como se menciona anteriormente los principales mecanismos de difusión de cada área son el boletín info-red y el correo electrónico, sin embargo, estos no garantiza la participación de la gente en los eventos.

I. Boletín RAM-Inter no llega a todo el personal de la red. Algunos de los problemas de difusión de la información del área de relaciones internacionales radican en que en muchas ocasiones no tienen nada para difundir pues el boletín u alguna otra información no les llega.

J. Internacionalización un tema nuevo para las áreas de la RAM. La dimensión internacional dentro de la RAM y para muchas de las universidades aliadas a esta, es prácticamente un tema nuevo. Incluso la misma área de relaciones internacionales tiene menos de un año de funcionamiento lo que dificulta en muchos casos el problema de difusión, primero, porque al ser tan nuevo los académicos no conocen bien o son reacios a conocer las oportunidades internacionales, las ven como actividades lejanas, difíciles de alcanzar; segundo,

2.3 ENTREVISTAS A LAS OFICINAS DE RELACIONES INTERNACIONALES DE LAS UNIVERSIDADES ALIADAS A LA RAM.

Las entrevistas a las ORI fueron igualmente satisfactorias. Se evidenciaron problemas de difusión de la información no solo de aquella que proviene del área de relaciones internacionales sino también problemas internos a las universidades que dificultan los procesos de difusión de las mismas ORI. En todos los casos la falta de un presupuesto adecuado o de un mayor personal complica y retrasa la información dirigida a estudiantes y docentes.

Se identificaron los principales medios de difusión de información: el correo electrónico y la página web, en algunos casos afiches y redes sociales. También se identificó que por algunos problemas estructurales y políticas de las universidades aliadas a la RAM no es posible en muchos casos hacerle saber directamente a los estudiantes o docentes sobre las oportunidades internacionales y por esta razón las ORI y la internacionalización de las universidades no se ha podido consolidar como un proceso importante que afecta a todas las misiones y funciones de las mismas.

Pero no todos son problemas, es reconfortante para la RAM conocer que las ORI han avanzado bastante en su problema de internacionalización, no obstante quedando aún mucho por hacer. Los convenios internacionales, cada vez mayores, más sólidos y estructurados, con universidades del extranjero y con redes académicas internacionales; la mayor movilización académica en ambos sentidos; la preocupación por que los estudiantes aprendan a manejar un segundo idioma (principalmente inglés), y la preocupación por una mayor y mejor difusión de las oportunidades internacionales son solo algunas de las principales actividades que están realizando las ORI de las universidades aliadas a la RAM y que están ayudando con el proceso de integración de las universidades con dinámica compleja de la globalización.

2.3.1 Fallas en la cadena de difusión de la información externas.

A. Falta de recursos económicos y humanos. Las ORI tienen un presupuesto ajustado e incluso recortado con el que tienen que lidiar y no por esto las universidades ofrecen menos actividades, por el contrario, son cada vez más los convenios, la información y la movilización de los estudiantes. La falta de recursos complica una buena difusión de la información, ya que deben arreglársela para hacerlo con un tiempo limitado y sin posibilidad de seguimiento.

B. Faltan mecanismos para la integración y una mayor cooperación entre las mismas ORI. El área de relaciones internacionales funciona como un puente para el establecimiento de las relaciones entre las distintas ORI, sin embargo, a parte

de esta área no parece existir ningún otro mecanismo o impulso de trabajo en equipo entre las ORI.

C. Información web desactualizada. Son muchas las actividades a realizar por las ORI y hay poca y gente y tiempo para realizarla por lo tanto, la falta de recursos humanos hace difícil la tarea de mantener actualizada la página de la universidad, no pudiéndose proporcionar así una información relevante a los estudiantes.

D. Falta posicionamiento efectivo de las ORI dentro de las universidades. La internacionalización y las ORI como tal, son relativamente nuevas, entonces se vuelve complicado difundir información de internacionalización cuando muchos estudiantes ni siquiera conocen o saben que existe una ORI en su universidad.

E. Problemas estructurales al interior de las universidades dificultan el proceso de difusión. El área de comunicaciones es el responsable por la selección de la información a publicar en varias universidades, pero en una de ellas tiene una política post-promoción cosa que descarta de inmediato la información de oportunidades internacionales que requieren de una promoción inmediata, debido a las fechas de vencimiento. Igualmente, un problema estructural que no le es ajeno a ninguna de las universidades es la difusión de la información a través del correo institucional. Difundir a través de este medio es poco eficiente ya que la gran mayoría de estudiantes de las universidades aliadas a la RAM no usan esta herramienta.

3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para finalizar el proyecto y a manera de conclusión, en vista de los problemas identificados anteriormente y con la ya mencionada importancia que tienen las TIC, el proceso de internacionalización de las universidades y la relevancia de una buena difusión como soporte para el desarrollo académico, social, político, económico y cultural de las universidades aliadas a la RAM, acá se mencionan algunas recomendaciones importantes que el área de relaciones internacionales debería implementar con el tiempo para superar las fallas en la cadena de difusión de la información:

- ✓ Poner en marcha un plan de difusión de la información a través de las redes sociales, principalmente twitter y facebook. El correo electrónico es muy medio eficiente y es actualmente el principal medio para la difusión de la información por la RAM y las ORI de sus universidades aliadas, pero es necesario adaptarse a las condiciones actuales de interacción que proponen las TIC, por esta razón las redes sociales, son quizás, la mejor de hacerle llegar información adecuada, oportuna y clara a jóvenes estudiantes.
- ✓ Respecto a las redes sociales, no es oportuno, recomendable, ni eficiente decidir incursionar en este proceso y en un corto plazo descuidarlo, pues esto se traduciría en una mala imagen de la RAM para estudiantes, docentes, instituciones y todas las demás personas interesadas en conocer la información que desde el área de relaciones internacionales se publica. Para evitar esto es necesario que una persona este enteramente dedicada a la búsqueda, selección, publicación y actualización de la información que de la RAM se publica, específicamente del área de relaciones internacionales. Esta persona debe igualmente responder a todas las inquietudes del público que se haga a través de la web, de esta manera darle una mayor credibilidad y dinámica a las redes sociales.
- ✓ Estructurar en mayor medida la información que del área de relaciones internacionales se difunde es un proyecto ambicioso que finalmente concluiría en un motor de búsqueda. Este motor de búsqueda sería el ingrediente perfecto que a largo plazo dicha área deberá implementar si quiere captar por completo la atención de los jóvenes de las 4

universidades aliadas a la RAM. Su realización facilitaría la búsqueda de los jóvenes y la difusión igualmente, al no tener que enviar beca por beca, sino promocionar en vez el motor de búsqueda como tal.

- ✓ Mejorar la presentación de la página web del área de relaciones internacionales. La implementación de una presentación inicial del área, así como la tienen todas las demás áreas, donde se muestren sus objetivos, su historia, sus logros y sus proyectos son importantes para posicionar de mejor manera el área dentro de la RAM y dentro de las universidades aliadas a esta. Igualmente implementar un segundo idioma, no solo para la sección que al área de relaciones internacionales le pertenece, sino a toda la página web de la RAM, esto le daría un carácter más fuerte de institución regional pero con proyección internacional.
- ✓ Concretar más los procesos de internacionalización en futuras reuniones con las ORI. Hasta el momento las en las reuniones solo se ha demostrado los gestos de buena voluntad de las ORI y de la RAM, pero es necesario implementar una política más estricta que involucre aun mas a las ORI y a todas las facultades de las universidades, incluso los rectores, para demostrarles la importancia que tiene la internacionalización para el desarrollo de sus instituciones. El establecimiento de una “comisión periódica para la internacionalización de las universidades aliadas a la RAM” como dice el coordinador del área de relaciones internacionales, Pierre Hupet, es la aproximación más clara al problema de concertación de las actividades de internacionalización. El desarrollo de esta comisión permitiría finalmente una mayor integración y cooperación de las universidades facilitando así los procesos de comunicación y difusión de la información.
- ✓ Apostarle a un ciclo de conferencias o talleres periódicos, de carácter informativo y académico, que permita no solo transmitirle a los estudiantes y docentes la información de carácter internacional (principalmente becas y convocatorias), sino también informarlos sobre cuál es la forma correcta de participar, como llenar los formularios, como hacer una carta de presentación, etc. Este ciclo tendría gran acogida por los jóvenes ya que a través de la enseñanza sobre como participar de estas oportunidades, los jóvenes tendrían un mayor interés en seguir visitando, buscando, leyendo y participando de las oportunidades que en el área de relaciones internacionales se promociona.
- ✓ Conseguir, si es posible, que el área de relaciones internacionales se promocioe desde las secciones correspondientes a las ORI en la página web de las universidades; Que a través de un enlace los jóvenes

estudiantes pueden acceder, desde las páginas web de las universidades, directamente al área misional de relaciones internacionales, de esta manera acceder directamente a toda la información que allí se publica.

- ✓ Fomentar la integración a través de programas como Skype u otros mecanismos de interacción a distancia, entre las ORI y el área de relaciones internacionales, esto con el fin de evitar costos y gastos de viajes, que en algunos casos no pueden permitirse las ORI.
- ✓ Establecer una base de datos con los correos electrónicos NO institucionales de estudiantes y docentes de las 4 universidades aliadas a la RAM. Para realizar esto es necesario fomentar dentro de las ORI encuestas sencillas para estudiantes que soliciten información en estos departamentos con pregunta clave y tan sencilla como: ¿le gustaría recibir periódicamente información sobre oportunidades internacionales? Tener los datos de estos estudiantes es importante para ampliar y mejorar la cadena de difusión de la información. No obstante, es necesario recalcar la importancia del boletín RAM-Inter, a cada información enviada a estos estudiantes o docentes debe recalcárseles con una nota la importancia de suscribirse a este boletín, pues le permite tener al área de relaciones internacionales tener un registro contable de todos sus suscriptores.
- ✓ No desperdiciar los convenios firmados entre la RAM y universidades del extranjero, son muchas las oportunidades que de estos convenios se desprenden pero pocas las aprovechadas. Es necesario retomar los contactos iniciales y realizar actividades conjuntas para no perder estos contactos tan importantes. Igualmente es importante informar a los estudiantes y docentes sobre la firma de estos convenios, tanto los que hacen las ORI para cada una de sus universidades, como los que firma la RAM para todas las oportunidades, y explicarles en que medida estos convenios pueden ayudarlos para fortalecer el proceso de formación académica de estos.

BIBLIOGRAFIA

Roldán, J. (2009). LINEAMIENTOS DE POLÍTICA Y GUÍA PRÁCTICA PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS UNIVERSIDADES DE LA RED. Serie documentos académicos.

Roldán, J. (2005). LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA: Un desafío para asegurar la prosperidad democrática. En: Colombia. Revista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. ed: v.5 fasc.

Servicio alemán de Intercambio Académico, DAAD. *Estudiar e Investigar en Alemania*. (Documento www). Recuperado el 15 de Noviembre, 2011. URL: http://www.daad.co/imperia/md/content/informationszentrum/ic-bogota/otros-docs/daad_colombia_folleto_informativo_2010_27.8_.pdf

Fornoni, M. & Perfecto, J. (2004). IV coloquio internacional sobre gestión universitaria. *La internacionalización de la Educación Superior: El caso de los académicos latinoamericanos expatriados*. (Documento www). Recuperado el 15 de Noviembre, 2011. URL: <http://nulan.mdp.edu.ar/1002/1/00684.pdf>

Yarzabal, L. (2005). *Internacionalización de la educación superior: de la cooperación académica al comercio de servicios*. (Documento www). Recuperado el 15 de Noviembre, 2011. URL: <http://cie.uprrp.edu/cuaderno/ediciones/19/pdfcuaderno19/c19art5.pdf>

UNESCO & OCDE. (2005). *Directrices en materia de calidad de la educación superior a través de las fronteras*. (Documento www). Recuperado el 15 de Noviembre, 2011. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001433/143349s.pdf>

UNESCO. (2005). *Hacia las sociedades del conocimiento*. (Documento www).
Recuperado el 16 de Noviembre, 2011. URL:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>

ANEXO 1

PROPUESTA DE REALIZACIÓN DEL PROYECTO

Con el fin de optimizar la difusión de la información internacional de la Red Alma Mater entre sus distintos departamentos y con las personas e instituciones que hacen parte de las Universidades miembros de la Red, y con el propósito de llevar a cabo el proyecto de práctica, el cual es requisito fundamental para la aprobación de dicho periodo de formación, el aprendiz de la Red Alma Mater, Alfredo Andrés Moreno Ramírez, se dispone a desarrollar un proyecto titulado “*RED ALMA MATER. Oportunidades Internacionales: Estrategia para sistematizar y fortalecer la difusión de la información*”

El propósito de este proyecto es ofrecer una estrategia operativa para mejorar la difusión tanto interna como externa de la *información internacional* producida y/o necesitada por todos los componentes de la Red Alma Mater. Para esto es necesario desarrollar una serie de puntos, que le son inherentes al proyecto, con el propósito de diseñar procedimientos más claros y uniformes respecto al contexto.

Como se mencionó anteriormente, el proyecto es una propuesta y los directivos de la Red Alma Mater son quienes decidirán si es oportuno o no llevar a cabo los resultados de la investigación. En vista del propósito del estudiante de realizar un proyecto claro y con información precisa y verídica es importante la participación de los principales actores que involucra la Red, se requiere de toda la colaboración e información que puedan otorgar los dirigentes de las 4 áreas misionales de la Red, al igual que la colaboración por parte de las Oficinas de Relaciones Internacionales (ORI's) de cada universidad miembro.

El primer paso del proyecto consiste en una entrevista para conocer los departamentos dentro de la Red e identificar cuáles son los principales medios de comunicación que utilizan. De allí se realizará un análisis sobre cuáles son los puntos en los que falla el proceso de difusión de la Red, respondiendo a preguntas como ¿En que está fallando? ¿Por qué está fallando? ¿Qué hace falta? ¿Cuáles

han sido los medios de comunicación más eficientes? Entre otros. Este proyecto se desarrollará a lo largo de este semestre y cualquier inquietud o duda al respecto se pueden comunicar con el practicante al correo: alfredo.moreno@almamater.edu.co El estudiante agradece de antemano toda la colaboración que se le pueda otorgar para desarrollar el proyecto.

ANEXO 2

ENCUESTA A LAS DEMÁS ÁREAS MISIONALES DE LA RAM

1. Departamento al que pertenece
2. ¿Cuáles son las principales actividades, servicios o productos que ofrece su Departamento?
3. ¿Cuáles son los nexos operativos y/o canales de comunicación más desarrollados entre su Departamento y los demás Departamentos de la Red Alma Mater y/o las instituciones miembros o aliadas de la RAM?
4. ¿Cuáles son las actividades de su Departamento relacionadas directa o indirectamente con el exterior?
5. ¿Qué actividades de su Departamento pueden llegar a convertirse en foco de internacionalización?
6. ¿Cuáles, cree usted, son los obstáculos para promocionar las actividades internacionales de su Departamento?
7. ¿Cuáles son las instituciones y/o personas, nacionales e internacionales, aliadas a su Departamento? ¿Qué tipo de cooperación se realiza en conjunto con estas instituciones y/o personas?
8. ¿Qué canales de comunicación utiliza su Departamento para difundir la información?
9. ¿Posee su Departamento un banco de datos para la difusión de la información?
10. ¿Difunde usted, entre los contactos de su base de datos, la información recibida por el Departamento de relaciones internacionales? ¿Sí, no, por qué?
11. ¿Qué canales de comunicación utiliza para reenviar/difundir la información del Departamento de relaciones internacionales?
12. ¿En su opinión, qué actividad, proyecto, o propuesta operativa ayudarían a fortalecer la internacionalización de su Departamento?

ANEXO 3

ENCUESTA A LAS OFICINAS DE RELACIONES INTERNACIONALES DE LAS UNIVERSIDADES ALIADAS A LA RAM

1. ¿Cuáles son las principales actividades, servicios o productos que ofrece su ORI?
2. ¿Con cuántas personas cuenta usted para realizar estas actividades, servicios o productos? ¿Cuáles son los cargos, funciones y tareas precisas asignadas a cada persona? ¿Considera usted que ese número de personas es suficiente para realizar una buena gestión de internacionalización?
3. ¿Cuáles son las instituciones y/o personas, nacionales e internacionales, aliadas a su ORI? ¿Qué tipo de cooperación se realiza en conjunto con estas instituciones y/o personas?
4. ¿Le interesa compartir y cooperar con las ORIs de las demás universidades miembros de la RAM, para realizar actividades de integración y promoción de proyectos internacionales? ¿Qué tipo de actividades? ¿Cuáles son las dificultades para lograrlo?
5. ¿Considera usted que la gestión y los servicios del área de Relaciones Internacionales de la RED ALMA MATER, son oportunos para promocionar la internacionalización de las universidades de la RAM? ¿Qué recomendaciones le haría usted a esta área?
6. ¿Cuáles, cree usted, son los obstáculos de todo tipo, tanto internos como externos, para promocionar las actividades de su ORI?
7. ¿Qué canales de comunicación utiliza su ORI para difundir la información internacional?
8. ¿Posee su departamento un banco de datos para la difusión de la información?
9. ¿Difunde usted, entre los contactos de su base de datos, la información que usted recibe del área de relaciones internacionales de la RED ALMA MATER? ¿Sí, no, por qué?

10. ¿Qué canales de comunicación utiliza para reenviar/difundir la información del área de relaciones internacionales de la RED ALMA MATER?
11. ¿En su opinión, qué actividad, proyecto, o propuesta operativa ayudarían a fortalecer la internacionalización de su universidad?