

El capitalismo académico: las universidades como entidades del mercado y mercadeo.

Un sistema en crisis: calidad y/o prestigio.

El capitalismo ha hecho las transiciones de una fase postindustrial a un capitalismo informacional, y desde éste a un capitalismo basado en el conocimiento. Sociológicamente esto es lo que se conoce como la sociedad postindustrial, la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento. En estas transiciones las universidades han desempeñado un papel cada vez más protagónico. A través de cada una de las etapas de transición mencionadas, el objetivo consiste en vincular a las universidades a nuevas redes y nuevos tipos de empresas e industrias.

La educación superior comporta, genéricamente hablando cuatro dimensiones: las universidades, los centros e institutos de investigación, y los laboratorios. Estas cuatro dimensiones se articulan desde el pregrado hasta los postgrados y desde los doctorados hasta la investigación misma. Estos son, sin más, los rasgos diferenciadores de una “universidad de calidad”. Estos rasgos tienen dos soportes esenciales: la internacionalización de las universidades y la promesa de valor agregado que implican los programas académicos.

Las fronteras entre el mercado (o los mercados), el estado y las universidades se hacen crecientemente borrosas y permeables, móviles y débiles.

Si ambages, es ya un lugar común, y por tanto un componente acrítico y dogmático en las universidades hablar de las tres funciones de las mismas: docencia, investigación y extensión. El emprendimiento y al innovación, dos caras de una sola y misma moneda se erigen como los criterios definidores de un programa académica o de una actividad cualquiera al interior de las universidades. Pues bien, las tres funciones tienen como finalidad la generación de nuevos ingresos para las universidades.

La internacionalización de la universidad constituye una de las aristas diferenciadoras y de calidad de una universidad con respecto a otras.

Las universidades se han visto sujetas a la lógica del mercado a través de la creación e imposición de toda clase rankings y escalafones, de acreditaciones y de reconocimientos de calidad académica. La idea tradicional de universidad ha atravesado recientemente cuatro etapas de forma rápida: universidades de élite, universidades democráticas, universidades corporativas y finalmente universidades como empresas - del conocimiento. De forma llana y directa, las universidades venden información, y además y cada vez más recientemente, venden conocimiento. El conocimiento se ha convertido en un *commodity*. Las formas mediante las que ofertan conocimiento es justamente a través de posicionamientos en escalafones, rankings, acreditaciones e internacionalización; de programas o del prestigio de algunos de sus profesores e investigadores. El negocio ha cambiado fuertemente a lo largo de la historia.

¿Qué es el capitalismo académico?

El concepto de capitalismo académico fue desarrollado originalmente por S. Slaughter, L. L. Leslie[1] y por S. Slaughter, and G. Roadhes[2] y ha tenido algunos desarrollos más recientes[3]. El término sirve para designar el giro hacia el mercado y las actividades de mercadeo que permiten integrar a las universidades, a los departamentos y los propios académicos en el marco de la economía basada en el conocimiento. Políticamente dicho, se trata de reducir la participación del estado en la financiación del educación superior. “Los investigadores deben salir a conseguir la financiación para sus investigaciones”, como se dice a diestra y siniestra.

Con el régimen de capitalismo académico en las universidades se produce, directamente, un favorecimiento de las ciencias y disciplinas más directamente vinculadas al mercado, en desmedro de aquellas que no son tan competitivas y relevantes para la productividad económica. Esto tiene nombre propio: las ciencias humanas las ciencias sociales y las humanidades aparecen como ciencias y disciplinas innecesarias desde el punto de vista de competitividad, productividad, crecimiento económico, en fin, eficiencia y eficacia.

Esta idea y práctica comporta una separación radical entre investigación básica e investigación aplicada, favoreciendo ampliamente a ésta última y relegando a posiciones secundarias a la primera, con lo que se convierte al conocimiento mismo en un *commodity*; esto es, un objeto susceptible de uso y de costo-beneficio -*mercancía*. O bien, en otras palabras, el conocimiento es entendido y gestionado como ese “bien” que puede ser usado y entendido que permite crear

ventas y ganancia. Alrededor de esta idea se tejen entonces los imaginarios de prestigio y de calidad de las universidades.

En verdad, el capitalismo académico consiste en la conducción de las Facultades y los profesores hacia actividades y comportamientos de mercadeo (*market-like*). Algunos ejemplos son: retención de estudiantes, estudio y reflexión sobre deserción estudiantil, captación de nuevos estudiantes, cumplimiento de la promesa de valor hecha al comienzo de la relación entre estudiantes-padres-y-universidad, retención de profesores que marcan un diferencial, por ejemplo por producción intelectual, por producción de patentes y demás), y la monetarización de la vida académica en términos de puntos e incentivos que se expresan en dinero y más y mejores ingresos.

Que la vida universitaria pivote cada vez más en torno al mercado y al mercadeo es al mismo tiempo, paradójicamente, un signo de debilidad, y una señal de fortaleza. Debilidad por cuanto que existen universidades que dependen esencialmente de aspectos tales como: matrículas; o bien cursos de educación continuada; o bien proyectos de extensión y consultorías - como fuentes principales de ingresos, según el caso. Y por otra parte, se trata de una fortaleza en cuanto que logran atraer a importantes inversionistas para la construcción de edificios, la promoción de investigación, o apoyos económicos importantes. De hecho, uno de los criterios que el ranking de Shanghai considera para su escalafón es el número de donaciones (*endowment*) que recibe una universidad.

La ecuación del capitalismo académico no es difícil: se trata de invertir en investigación de modo que se genere conocimiento que se traduzca en desarrollo y por tanto en más dinero, y que se puede sintetizar en el siguiente esquema:

Dinero→Investigación→Conocimiento→Desarrollo→Dinero'

O más sintéticamente:

M→I→C→D→M'

En donde M designa dinero

Para los decanos, los cuerpos directivos y los administradores, un círculo virtuoso, el esquema anterior representa un círculo virtuoso.

De acuerdo con Slaughter y Roadhes (2004), cabe identificar el régimen del

capitalismo académico mediante tres rasgos, así:

- Nuevos circuitos de conocimiento crean vínculos entre las universidades y las compañías privadas, facilitadas por los administradores y gestores del conocimiento
- Aparecen empresas intermediadoras -por ejemplo de transferencia de tecnología, o de consultoría y auditoría- cuyo fin es el de facilitar las relaciones entre las universidades y la empresa privada
- Se crean redes y organizaciones entre el sector público y el sector privado (dejando así, tácitamente de lado al tercer sector: la sociedad civil)
- Se incrementa notablemente todo el sistema de administración de los derechos de propiedad privada, políticas de patentes, producción del conocimiento, seguimiento de estandarización e impacto en las universidades y las actividades directas con respecto al mercado.

Crítica

Los principales elementos de crítica al régimen del capitalismo académico contienen los siguientes aspectos: el capitalismo académico priorizar actividades económicas de corto plazo sobre proyectos y procesos a mediano y largo plazo, y ante todo desconoce otras actividades que la educación superior debería tener, tales como permitir un acceso a las nuevas economías por parte de poblaciones marginadas y aún no incluidas en ellas, preparar a los ciudadanos para una democracia en nuevo mundo globalizado altamente tecnificado (= tecnologizado) y crecientemente complejo; preparar a los individuos críticamente para los escenarios de una economía basada en el conocimiento (Roadhes and Slaughter)[4].

Sin más, hay que decir que el capitalismo académico consiste en el desfavorecimiento de las universidades públicas a favor de las universidades privadas, y la conducción de estas a actividades claramente vinculadas con los mercados. Los mecanismos de favorecimiento y desfavorecimiento varían de un país a otro, peor siempre tienen como elemento común factores económicos y financieros.

Bajo el régimen del capitalismo académico la educación superior tiende a estar altamente corporativizada, con estilos de toma de decisión directivos (*top-down*)

(de arriba-abajo), los rectores son vistos como CEOs, y los consejos directivos son definatorios sobre las estrategias, planes y programas de las universidades. La noción de comunidad académica y científica y la horizontalización de los procesos se ven fuertemente afectados.

De manera creciente, los profesores son “invitados” a publicar en revistas 1A, y muchos organismos de ciencia y tecnología nacionales tienden a desfavorecer revistas y publicaciones de niveles inferiores. Productividad e impacto, este es el nuevo *motto* de la vida académica. Y con ella, la cuantificación de la producción intelectual, y de las hojas de vida. El epítome es el índice-h (*h-index*). Los rankings son al mismo tiempo los catalizadores y los resultados de la vida académica y el rasero de calidad, en todos los órdenes[5]. En Colombia, se trata de los rankings y las acreditaciones.

Para las universidades la producción de patentes no se traduce en los productos manufacturados, sino en lo que ellas desean: más dinero.

De acuerdo con numerosos estudios (la bibliografía sobre capitalismo académico no es poca), bajo el régimen del capitalismo académico los profesores sienten cada vez mayor vigilancia, menos libertad, y mayor empoderamiento de los niveles administrativos sobre los niveles académicos y científicos[6].

Que las universidades se orientan hacia un régimen de capitalismo académico constituye, sin lugar a dudas, el triunfo del neoliberalismo y el neoconservadurismo: la lógica del libre mercado domina sobre todas las demás áreas de interés público. El neoliberalismo convierte a los estudiantes en consumidores (o clientes), para quienes lo más importante es, como se dice en la lógica de la administración capitalista, no tanto la venta (= matrícula), sino la postventa y la fidelización (= no deserción, satisfacción, sentido de orgullo de pertenencia a la universidad, etc.).

Digámoslo de forma clara y directa: la cuantificación de la vida universitaria es el resultado mismo del triunfo del capitalismo académico. De acuerdo con este argumento, si las universidades quieren destacarse y sobrevivir deben adoptar un comportamiento emprendedor.

La mayor parte de lo que acontece en las universidades está orientado por la necesidad de ser más innovadoras, poseer mayores rasgos diferenciales frente a las competencias (= otras universidades), ser más reactivos y proactivos a las

decisiones y orientaciones del mercado, encontrar formas de conseguir más dinero.

Todo ello es el resultado de los ritmos vertiginosos del capitalismo, supuesto el hecho base de que el capitalismo está sujeto a regímenes de competencia y confrontación que, eufemísticamente son llamados como “competitividad”. En verdad, el capitalismo es un sistema lento que sólo se hace posible a velocidades vertiginosas y crecientes. La dificultad estriba en que el capitalismo no tiene tiempo para pensar: no sabe pensar despacio[7]. No reflexiona y mucho menos tiene sabiduría. Es un sistema desbocado, literalmente.

En síntesis: El dilema consiste, así, en si lo privado prima sobre lo público, o bien si lo público prima sobre lo privado. Bajo el régimen del capitalismo académico, sostienen la gran mayoría de los autores, ya conocemos la respuesta.

[1]S. Slaughter, L. L. Leslie, *AcademicCapitalism. Politics, Policies, and EntrepreneurialUniversity*, Johns Hopkins UniversityPress, 1999

[2]S. Slaughter, and G. Roadhes, *AcademicCapitalism and the New Economy. Markets, Etate, and HigherEducation*, Johns Hopkins UniversityPress, 2004

[3]Kauppinen, I. 2013. “Academic Capitalism and the Informational Fraction of the Transnational Capitalist Class.” *Globalisation, Societies and Education* 11 (1): 1-22.

[4]Un estudio paralelo a este texto merece detenerse en el concepto de “capitalismo cognitivo”. En el próximo número de LMD publicaremos un texto en este sentido.

[5]Cfr. Maldonado, C. E., América Latina en la sociedad de la información y del conocimiento. El caso de las universidades”, en: *Le Monde Diplomatique*, Marzo, No. 153, pp. 24-25.

[6]Cfr., entre otros, Leslie D. Gonzales*, E. Martinez and C. Ordu, “Exploringfacultyexperiences in a strivinguniversitythroughthelens of academiccapitalism”, en: *Studies in HigherEducation*, 2014□Vol. 39, No. 7,

1097-1115.

[7]Cfr. D. Kahneman, *Pensar rápido, pensar despacio*, Madrid, Ed. Debate, 2015.