

Koldo Unceta Satrústegui, Iratxe Amiano Bonachea y Jorge Gutiérrez Goiria
Universidad del País Vasco, UPV/EHU

La universidad ha mantenido un papel protagonista en la sociedad durante siglos. Las primeras universidades de Occidente surgieron en la Edad Media para ofrecer un espacio común a la transmisión del conocimiento. Como agente social, la universidad se ha visto condicionada por los cambios que se han ido produciendo, desempeñando las funciones que la sociedad y la cultura le han ido asignando de acuerdo con los intereses propios de la época y el contexto. Así, la identidad de las universidades ha evolucionado desde sus inicios dando lugar a distintos estilos, distintos modelos de funcionamiento, muy relacionados con los distintos modelos culturales, sociales y políticos de cada uno de los momentos y de los países en los que se asientan. El contexto actual viene caracterizado por el fenómeno de la globalización, la disminución y cambios en la política de la financiación pública del sistema universitario y la mercantilización de todos los aspectos de la vida, contexto que afecta a las misiones de la universidad.

La evolución de la función que desempeña la universidad en la sociedad está asociada a múltiples factores que, además, se encuentran interrelacionados. La política científica nacional, los instrumentos de financiación de la educación o el proceso de globalización, que, acompañados de las nuevas tecnologías, permiten una rápida interacción a nivel internacional, condicionan la actividad académica. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, consideramos que puede identificarse un vector principal capaz de condicionar el conjunto del proceso. Nos referimos a la mercantilización del conocimiento y al impacto que esto ha tenido en el devenir reciente de la universidad.

El modelo económico dominante afecta también al ámbito universitario. A finales del siglo pasado, en el ámbito universitario, se acuñó el término de «capitalismo académico», que sigue estando vigente en la actualidad. Slaughter y Leslie (1997), en su libro *Academic Capitalism*, presentaron evidencias

de cómo las universidades, forzadas por la reducción de fondos públicos, se vieron obligadas a participar en el mercado extra-académico. Para Slaughter y Leslie, la investigación académica se ve condicionada por el mercado, un mercado que se mueve más por la rentabilidad económica de la inversión realizada que por la curiosidad y la búsqueda de la verdad, como ocurría en etapas anteriores. El «capitalismo académico» se refiere al fenómeno que hace que las universidades se fijen en el mercado como motor de generación y transmisión del conocimiento.

Los cambios producidos en los modelos de reparto del gasto público tienen como consecuencia un aumento en la competencia entre universidades públicas, que se ven sometidas a procesos de competencia competitiva para conseguir fondos para sus investigaciones, o rivalizan por la atracción de alumnado porque de ello dependen sus asignaciones presupuestarias. Esto provoca cambios que afectan a los modelos de gestión de estas instituciones, que adoptan prácticas similares a las de las empresas de negocio, tomando como referencia los indicadores que marcan los *rankings* más prestigiosos e incorporando limitaciones a todas aquellas prácticas que suponen un pensamiento crítico por parte de la comunidad universitaria.

La mercantilización en el ámbito de la docencia

A lo largo de las últimas décadas, y alentado por los criterios de los sistemas nacionales de acreditación de los estudios universitarios, se ha ido produciendo un acercamiento paulatino entre la oferta docente de las universidades y las demandas provenientes del mercado, llegando a confundir estas últimas con las necesidades sociales en su conjunto. De hecho, algunas de las críticas más recurrentes que se hacen a la universidad, o de las dudas sembradas sobre su utilidad, tienen que ver con la creencia ampliamente extendida de que su principal función

es la de formar profesionales altamente cualificados para su inserción inmediata en un sistema productivo crecientemente especializado. Sin embargo, el énfasis puesto y las facilidades otorgadas para promover aquellas titulaciones con mayor demanda, porque cuentan con salidas profesionales más inmediatas, tiende a desatender una parte esencial de la función educativa —que no es únicamente técnica o especializada—, reduciendo en ocasiones el papel de las universidades al de centros de capacitación profesional.

Todo esto no es ajeno a la tendencia que se ha consolidado de diseñar los currículos en base a competencias, en detrimento del papel del propio conocimiento. En este contexto, algunos debates, como los relacionados con la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior, han mostrado la insatisfacción con esta orientación que prioriza la formación de profesionales competentes, aptos para responder ante problemas concretos que surjan en su actividad laboral, en detrimento del papel de la universidad como generadora de pensamiento y capacidad analítica.

Asimismo, y de la mano de las nuevas tecnologías, la enseñanza virtual ha generado una amplia oferta de cursos y programas formativos «propios», impartidos y comercializados por las universidades, lo que supone no solo una nueva fuente de financiación, sino también un elemento motor de la creciente competencia entre instituciones por la captación de clientes.

La mercantilización en el ámbito de la generación y la transferencia del conocimiento

La orientación y las prioridades de la política científica de los gobiernos han tenido una incidencia notable en los vínculos entre la universidad y el mercado, especialmente en lo referido a las conexiones entre universidades y empresas.

El nuevo marco de estrecha colaboración entre universidades y empresas —que ha ido abriéndose

camino en unos y otros países— ha modificado algunos elementos tradicionales que caracterizaban el ámbito de la investigación. Uno de los aspectos que se han visto afectados es la idea preexistente sobre la división entre la dedicación a la investigación básica y a la investigación aplicada. En efecto, durante bastantes años se había asentado la idea de un rol marcadamente diferenciado entre universidades y empresas, que determinaba de algún modo la relación entre ambas, caracterizado por la distinción entre la investigación básica, propia de la universidad, y la investigación aplicada, desarrollada fuera del ámbito universitario, en empresas u otro tipo de entidades

(...) el énfasis puesto y las facilidades otorgadas para promover aquellas titulaciones con mayor demanda, porque cuentan con salidas profesionales más inmediatas, tiende a desatender una parte esencial de la función educativa —que no es únicamente técnica o especializada—, reduciendo en ocasiones el papel de las universidades al de centros de capacitación profesional.

e instituciones. Ello formaba parte de un proceso denominado enfoque lineal de la investigación por el que los mecanismos propios del mundo científico generan investigación básica, sin necesidad de un fin práctico definido, que proporciona un conocimiento de la naturaleza y de sus leyes; un conocimiento que, a su vez, permite la puesta en marcha de la investigación aplicada, capaz de dirigir los resultados ya conocidos hacia fines más específicos y dando paso al desarrollo tecnológico. Sin embargo, las nuevas formas de asociación entre universidades y empresas han alterado la anterior división de funciones, haciendo que la universidad dirija también su atención de manera creciente hacia la generación de aplicaciones comercializables.

Los nuevos vínculos entre universidades y empresas no se han desarrollado únicamente de la mano de una demanda espontánea llegada a la universidad desde el mundo empresarial, sino que, en muchas ocasiones, han sido promovidos e incentivados desde el Estado a través de las políticas puestas en marcha a este respecto. De ahí que, a la hora de analizar el proceso de creciente mercantilización de la investigación llevada a cabo por la universidad, sea necesario examinar las relaciones universidad-empresa desde la perspectiva de la intermediación ejercida por el Estado, e incluso desde la influencia de las políticas universitarias promovidas por instituciones como el Banco Mundial, para

las que la libertad académica es vista en ocasiones como una limitación para la empresarialización de la universidad y su responsabilidad ante las empresas que requieren sus servicios (De Sousa, 2005).

Que la colaboración universidad-empresa impulse la creación del conocimiento, que la investigación universitaria tenga un interés económico o que las administraciones públicas orienten las universidades hacia la obtención de réditos económicos no es perjudicial en sí mismo. El problema es que este contexto remarca una nueva jerarquía en el saber dentro de la universidad, prestigiándose algunas disciplinas en detrimento de otras, reorientando los recursos para la investigación y, en último término, marginando el papel de las humanidades tanto en la función docente como en la función investigadora de la universidad. Como consecuencia de todo este proceso, en la actualidad parece haberse producido un cambio en la percepción de la comunidad académica sobre los resultados de sus investigaciones y el alcance de estos. De acuerdo con Etzkowitz *et al.* (1998), buena parte de los científicos se plantean esta cuestión desde una perspectiva dual: por un lado, desde la visión más tradicional, es decir, desde su contribución al conocimiento científico mediante la publicación de resultados de investigación. Pero, por otra parte, desde una creciente consideración del potencial comercial de sus investigaciones, o desde el examen previo de las posibilidades de obtener financiación para las mismas.

Además, cabe recordar que una parte significativa de la financiación pública sirve para apoyar proyectos de innovación relacionados con el ámbito privado. Es el caso de la biotecnología, las tecnologías verdes o los nuevos productos farmacéuticos, donde el sector privado es quien se lleva los réditos del esfuerzo de la investigación básica que se financia y se lleva a cabo en el sector público (Mazzucato, 2019).

Todo esto abre un debate en torno al impacto que esta estrecha relación universidad-empresa puede tener sobre la libertad académica. Bok (2010) argumenta que el dinero privado puede llegar a subordinar los intereses públicos de la investigación a finalidades privadas, al mismo tiempo que puede condicionar la promoción profesional del profesorado universitario, tal y como está ocurriendo, premiando a quienes se alinean con las demandas del mercado.

En efecto, por un lado, puede observarse cómo la actividad editorial dedicada a la publicación de trabajos

(...) la actividad editorial dedicada a la publicación de trabajos académicos se ha convertido en un nuevo nicho de mercado y en ocasiones en un negocio floreciente como consecuencia de la «obligatoriedad» a la que se ve sometido el profesorado universitario de publicar en determinadas revistas.

académicos se ha convertido en un nuevo nicho de mercado y en ocasiones en un negocio floreciente como consecuencia de la «obligatoriedad» a la que se ve sometido el profesorado universitario de publicar en determinadas revistas. Como es sabido, las universidades y las agencias de evaluación exigen cada vez más a dicho profesorado la publicación de un determinado número de artículos en esos medios para poder superar evaluaciones o lograr acreditaciones que afectan directamente a su carrera académica. Este hecho ha terminado por convertir la publicación de artículos en un fin en sí mismo, y no en un medio para compartir con el resto de la comunidad científica o con la sociedad el conocimiento generado, constituyendo además una limitación para la creatividad y la reflexión que deben acompañar al saber. Ello ha permitido a algunas revistas y editoriales llevar a cabo incrementos a veces desproporcionados en los precios de las suscripciones, con la consiguiente repercusión en los presupuestos de bibliotecas universitarias, dándose la paradoja de que la producción académica generada en el seno de las universidades e instituciones públicas de investigación acaba siendo comercializada por editoriales privadas. Pero la aparición del movimiento a favor del Open Access, es decir, de la disponibilidad gratuita de trabajos científicos a través de Internet, ha provocado una reacción de la industria editorial consistente en liberar optativamente a los lectores del coste de acceso, haciendo que sean los propios autores quienes asuman los costes pagando para que su trabajo sea publicado. Se trata, como puede observarse, de un paso más, de una nueva forma de comercializar los hallazgos académicos, que muestra la creciente influencia del mercado también en esta dimensión del trabajo académico.

Otro elemento que cabría mencionar es el relacionado con las patentes o los contratos onerosos y el alcance que estos instrumentos han tenido en los últimos años como parte de la actividad universitaria, hasta el punto de constituir un indicador cada vez más utilizado para el análisis de la

calidad académica, especialmente en algunas áreas de conocimiento relacionadas con la investigación aplicada. De hecho, la cuestión de las patentes y los contratos que atraen financiación al ámbito universitario ya forma parte habitual de los procedimientos de evaluación del profesorado y de los grupos de investigación universitarios.

Una crisis de identidad

Todo esto no es más que una muestra de cómo la lógica mercantil va impregnando las misiones tradicionales de las instituciones de educación superior. Algunos trabajos han relacionado el reciente auge de las actividades lucrativas en la universidad con la existencia de una cierta confusión, o ausencia de debate, sobre sus objetivos, o sobre el papel que debe desempeñar en la sociedad (Bok, 2010). A veces, el debate sobre estas cuestiones se encuentra enmascarado, planteándose de manera unilateral y algo superficial, ya que el mercado es presentado habitualmente como sinónimo de eficiencia y democracia, lo que hace que la universidad se inserte en este debate desde una lógica funcional al mercado, promoviendo la agenda de la «universidad de servicio» y un tipo de vínculos universidad-empresa que se orientan principalmente a las directrices que emanan del mercado (Buchbinder, 1993). En este contexto, el conocimiento, aunque no sea producido como mercancía, acaba sometido a la lógica mercantilista, y la institución universitaria termina por encontrarse supeditada a sus socios económicos.

El debate sobre el sentido y sobre los límites del mercado dentro del quehacer universitario no es posible sin una previa clarificación del papel que la institución debe jugar en la sociedad y de los valores sobre los que se sustenta. De lo contrario, la controversia pierde gran parte de su sentido y se convierte en algo meramente instrumental. En este punto coincidimos con Bok cuando señala que, para que la naturaleza lucrativa esté dentro de unos parámetros razonables, es preciso definir esos valores, pues cuando estos son poco nítidos e inestables el deseo de hacer dinero se propaga a un ritmo veloz (Bok, 2010).

Así, la universidad contemporánea se encuentra en un proceso de transformación y crisis que afecta a su legitimidad, al rol que desempeña en la sociedad y a su propia identidad. En el caso de España, los presupuestos públicos destinados a educación superior

disminuyeron entre los años 2009 y 2013 en más de 1.226 millones de euros, lo que supuso un 12,32% de disminución respecto a 2009 para el conjunto de las universidades. La tendencia se mantiene en la actualidad, sin que se registren protestas sociales ante la disminución de fondos. La sociedad ha perdido la confianza de que la universidad se comporte como ese «poder intelectual» que necesita para que la ayude a reflexionar, comprender y actuar.

La universidad contemporánea se encuentra sometida a fuertes tensiones. Algunas corrientes, mayoritarias la empujan a reorientar sus funciones hacia dinámicas más acordes con las necesidades del mercado. Otras reivindican que la universidad mantenga su independencia y su capacidad crítica para poder hacer frente a otros retos de la sociedad. La controversia sobre el alcance de la responsabilidad de la universidad para dar respuesta a las demandas de la sociedad se encuentra en la encrucijada que bien describe Boaventura de Sousa en sus estudios. La institución universitaria debe elegir si avanza hacia un mayor compromiso con el desarrollo sostenible y la justicia social o lo hace hacia un modelo perpetuador del actual sistema económico y social, un sistema que confía ciegamente en el desarrollo de la tecnología para mantener un modelo de vida injusto e insostenible.

Bibliografía

- Bok, D. (2010). *Universidades a la venta: la comercialización de la educación superior*, Publicacions de la Universitat de València.
- Buchbinder, H. (1993). «The market oriented university and the changing role of knowledge», *Higher Education*, 26, 331–347 (1993), <https://doi.org/10.1007/BF01383490>.
- De Sousa Santos, B. (2005). *La universidad en el siglo XXI*, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Etzkowitz, H., Webster, A. y Healey, P. (1998). *Capitalizing Knowledge: New Intersections of Industry and Academia*, SUNY Press, New York.
- Mazzucato, M. (2019). *El estado emprendedor. Mitos del sector público frente al privado*, RBA, Barcelona.
- Slaughter, S., y Leslie, L. L. (1997). *Academic capitalism: Politics, policies, and the entrepreneurial university*, Johns Hopkins University Press, Baltimore.