



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

**PERFILES
EDUCATIVOS**

ISSN 0185-2698

Ordorika Sacristan, Imanol (2002)
“RESEÑA: MERCADOS Y EDUCACIÓN SUPERIOR”
en Perfiles Educativos, Vol. 24 No. 95 pp. 98-104.

Mercados y educación superior*

SIMON MARGINSON

Markets in education, St. Leonards, N.S.W., Allen & Unwin, 1997.

POR IMANOL ORDORIKA**

La discusión contemporánea sobre la educación superior se polariza en visiones tan opuestas como las representadas en los títulos de dos libros fundamentales. Por un lado tenemos la visión optimista y emprendedora de Burton Clark en *Creating entrepreneurial universities* (1998)¹. En este libro se consigna una idea de universidades exitosas, fundamentalmente orientadas hacia el mercado, mejorando su calidad y condiciones o desapareciendo a partir de una intensa competencia por los mejores académicos, estudiantes y,

* Este libro está disponible en la biblioteca del Centro de Estudios sobre la Universidad y en la biblioteca del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM. Esta reseña fue elaborada en el marco del proyecto PAPIIT IN305102-2, Financiamiento de la educación superior pública en México.

** Investigador titular en el Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM y miembro del Seminario de

sobre todo, por recursos financieros.

Por otro lado aparece la visión crítica y más bien pesimista de Bill Readings en *The university in ruins* (1996).² Readings señala que el concepto mismo de universidad está en crisis y que su rol social está en disputa. La universidad se está transformando en una institución completamente diferente. Pierde su finalidad como productora, protectora e inculcadora de una idea de cultura nacional para convertirse en una corporación burocrática transnacional.

Desde perspectivas opuestas, ambos autores dan cuenta de las profundas transformaciones que están teniendo lugar en las universidades occidentales y de manera fundamental en las de los países anglosajones. Mientras Clark prescribe el camino de éxito para las universidades en el contexto de la globalización, Readings analiza la evolución de la idea, y la disputa por el concepto mismo de universidad, en medio de una mundialización, dominada por Estados Unidos, a la

que llama “americanización”.

¿En que consiste, sin embargo, la esencia de las transformaciones estructurales que sufre la universidad contemporánea? Pocos estudios enfocan con suficiente claridad el impacto de las políticas económicas y los discursos dominantes, en el contexto universitario. Destaca entre ellos el libro *Academic capitalism* de Sheila Slaughter y Larry Leslie (1997). A partir de un estudio de instituciones universitarias en Gran Bretaña, Canadá, Australia y Estados Unidos, en su dependencia de recursos y sus fuentes de financiamiento, en este libro se analiza el comportamiento de mercado y semejante al mercado, de las universidades y su personal académico.³

En el libro que aquí nos ocupa, *Markets in education*, Simon Marginson (1997) profundiza una vertiente fundamental del análisis: el estudio de la relación entre mercados y educación superior, así como la reflexión sobre la producción de bienes públicos y privados en la educación postsecundaria.⁴ En este

trabajo, el autor presenta una de las reflexiones más cuidadosas y profundas sobre dos procesos esenciales para la comprensión del presente y futuro de la educación superior: la privatización y la mercantilización.

Marginson expone un estudio detallado de los cambios operados en la educación postsecundaria en Australia a partir de 1975. Hasta mediados de la década de los setenta, el sistema experimentó una rápida y continua expansión. Estaba fundamentalmente basado en instituciones públicas. Con pocas excepciones se consideraba a las universidades parte de un sistema público no orientado al mercado. La inversión privada no era incentivada. Se la consideraba una limitante para el control gubernamental sobre el sistema de educación superior y una amenaza contra la igualdad de oportunidades establecida en la responsabilidad gubernamental de garantizar acceso independientemente del nivel socioeconómico de los aspirantes.

El autor muestra que veinte años después, el sistema se había transformado profundamente. Aunque la matrícula continuó aumentando, el financiamiento público disminuyó proporcionalmente a la expansión del sistema. El pago de cuotas fue reintroducido en instituciones tanto públicas como privadas, llegando a encontrarse entre las más

elevadas entre los países de la OCDE. El financiamiento privado a través de cuotas y colegiaturas aumentó a 20% del total. La participación del subsidio gubernamental para las universidades decreció de 91% a 62%. Hubo un desplazamiento hacia la provisión privada de educación universitaria. El gobierno australiano incentivó el crecimiento de servicios privados y la proporción de estudiantes en el sector público bajó a sólo 71 por ciento del total. Marginson señala que este cambio mayor implicó un cambio de paradigma respecto a la educación superior. Ésta dejó de verse como un servicio público colectivo. Se convirtió en un mercado educativo dirigido a distancia por el gobierno. De acuerdo con este nuevo paradigma:

los estudiantes y padres de familia eran consumidores, los docentes y académicos productores, y los administradores educativos se convirtieron en administradores y empresarios (1997 p. 5).

Mercados, poder y conocimiento

La descripción y análisis del nuevo contexto australiano constituye la base a partir de la cual Marginson desarrolla una profunda reflexión teórica sobre la relación entre mercados y educación. Ubica el análisis histórico de estos mercados como fenómenos eco-

nómicos enclavados en un contexto social, político y discursivo más amplio. Llama la atención sobre el hecho, frecuentemente olvidado en las visiones contemporáneas sobre los mercados, de que los seres humanos construyen su propio mundo y su entorno, y donde ni las instituciones ni el conocimiento tienen un carácter permanente. Sitúa entonces el análisis sobre los procesos educativos y sus relaciones con otros procesos e instituciones de la sociedad, entre ellos los mercados, como productos históricos de relaciones sociales específicas, tanto en el ámbito de las relaciones económicas (en la concepción clásica, la estructura) como en el de las ideas y las construcciones culturales (la superestructura). A partir de aquí identifica tres dominios interrelacionados para la comprensión de la relación entre mercados y educación. Éstos son: la producción económica, el poder y la política, y el conocimiento.

La construcción conceptual confronta la reificación del mercado. Éste aparece en las percepciones dominantes en la sociedad contemporánea como un ente con vida propia y un producto de leyes naturales, independiente de la voluntad de los seres humanos. Partiendo de la economía política clásica, Marginson destaca que los mercados se constituyen por relaciones sociales de intercambio de mercancías. Estas rela-

ciones de mercado constituyen un sistema de normalización en la que todo y todos tienen un precio, es decir un valor de cambio estandarizado por medio del dinero.

En el mercado se producen intercambios desiguales en los que cada una de las partes intenta obtener ganancias a expensas del otro. La competencia en el mercado es por ende desigual y un producto de relaciones de poder y dominación. El poder de mercado está determinado por inequidades previas en la acumulación de capital. También lo está por condiciones políticas y discursivas que son tan materiales y poderosas como los salarios, el capital y la ganancia. Éstas incluyen de manera fundamental la producción y el uso de conocimientos que son a la vez mercancías para el intercambio en el mercado y condiciones que determinan relaciones de poder y dominación en el propio mercado. El proceso de expansión del sistema de acumulación capitalista se expresa, entre otras formas, a través de la expansión de los mercados y de la incorporación de sectores, actividades y productos considerados tradicionalmente como externos al mercado, a las relaciones de intercambio en la forma de mercancías.

Marginson hace referencia a la interpretación clásica en que la producción de conocimientos, objetivada en maquinaria o tecnología,

se convierte en una fuerza productiva que contribuye a la dominación en el mercado y se constituye a su vez en mercancía. Adicionalmente plantea que estos conocimientos constituyen un elemento fundamental en el establecimiento de relaciones de control y dominación (relaciones de poder en la perspectiva de Foucault). A partir de esta reflexión sobre la inequidad y la dominación económica en el ámbito de los mercados así como las relaciones de poder en la sociedad, recupera el concepto gramsciano de hegemonía para analizar la constitución de mercados no-tradicionales en la educación superior.

Economía política de los mercados en la educación

El autor explica que los procesos educativos en general se han desarrollado tradicionalmente fuera de los mercados o en cuasi-mercados subsidiados por los gobiernos.⁵ A pesar de que el sentido común dominante en la actualidad presenta la relación universidad-mercado como natural, resulta difícil considerar esta relación en un sentido tradicional porque la educación puede ser considerada al mismo tiempo como producción, como consumo o como inversión. De manera más notable aún, destaca el hecho de que en la educación se produce gran cantidad de bienes. Algunos de

estos productos son cuantificables e intercambiables en el mercado (como grados, títulos, etc.), otros muchos no lo son y están altamente considerados por su valor social y colectivo (bienestar social, cultura, identidad, etcétera).

Marginson argumenta que la educación superior ha sido históricamente una mezcla de producción de bienes para el mercado y de bienes que no pueden realizarse en éste. Solamente cuando la educación se produce en una forma de mercado es posible definirla y cuantificarla en términos económicos. El conjunto de mercancías intercambiables en el mercado ha sido mucho menos diverso que los otros productos no comercializables. Los productos de consumo colectivo (alfabetismo, cultura, o civilización, entre otros) no pueden tomar la forma de mercancías individualizadas y por lo tanto el cálculo de su valor de cambio se vuelve irrelevante. En este sentido, señala que la educación superior ha sido productora de bienes públicos y bienes privados. Los primeros son aquellos que no se producen en y para el mercado porque el consumo por un individuo no limita el consumo por otros y porque quienes nos son usuarios (*non-users*) no están excluidos de los beneficios. Todos los otros bienes son bienes privados.

Los mercados, como relaciones sociales, se

constituyen simultáneamente por comportamientos y estructuras que se afectan mutuamente. Marginson resume la producción de mercado en educación en cinco características. En primer lugar, la existencia de mercados implica la producción de una mercancía escasa. En segundo lugar, existe un campo bien definido de producción (autorregulado o regulado por el Estado). En tercer lugar, existe un intercambio de dinero entre el productor y el consumidor que representa un valor de cambio para el primero y un valor de uso para el segundo. En cuarto lugar, existen relaciones de competencia entre productores. Finalmente, existe una subjetividad de mercado, las actitudes y comportamientos apropiados para la producción, el consumo y el intercambio. Estas subjetividades son a la vez condiciones y productos de los mercados y dependen de nociones compartidas de reciprocidad, valor de los contratos, acuerdos sobre lo que puede ser intercambiado, y voluntad para competir, entre otras. Esta subjetividad es muy compleja y está poco reconocida por los economistas tradicionales.

Los bienes públicos se proveen sólo de manera limitada en el mercado. Es por esta razón que tradicionalmente el Estado se ha ocupado de financiar, sostener y proteger a la educación superior como productora de bienes públicos. En su faceta tra-

dicional las universidades también producían bienes privados, mercancías, en donde las propias instituciones obtenían poca ganancia pero contribuían a la reproducción del estatus, la posición o las identidades de los sectores dominantes por medio de medidas económicas como la selectividad (escasez de la mercancía) o relaciones de poder. Sin embargo, siempre ha existido tensión al seno de las instituciones educativas entre quienes resisten la reducción del valor de uso a valor de cambio y quienes, influenciados por las subjetividades del mercado, enfatizan las relaciones de consumo y la competencia en el mercado.

Marginson señala que la comercialización de la educación es el proceso de introducción de una o varias características del mercado a la actividad educativa. La comercialización frecuentemente está acompañada por procesos de sustitución de empresas o departamentos gubernamentales por empresas privadas llamados de corporativización (*corporatization*). También por procesos de desregulación que promueven la expansión del sector privado. Estos fenómenos —explica Marginson— no deben confundirse con el proceso de privatización que consiste en transferir la producción, o medios de producción educativa del gobierno, propiedad pública, a propiedad privada. La privatización no necesariamente

implica el desarrollo de mercados (éstos pueden desarrollarse en instituciones públicas o privadas). Sin embargo, los procesos de privatización incentivan y son a su vez incentivados por el surgimiento de mercados.

La mayoría de los sistemas educativos sujetos a un proceso de mercantilización exhiben sólo algunas de las cinco características de los mercados o los presentan de forma limitada. El autor los denomina por tanto cuasi-mercados (*cuasi-markets*) y una de sus características esenciales es que son mercados creados y/o controlados por los gobiernos.

Marginson desarrolla con amplitud un análisis de las mercancías producidas por la educación. Éstas se dividen en bienes de conocimiento (*knowledge goods*) y bienes estudiantiles (*student goods*). Los primeros se comercializan mediante la propiedad intelectual. Los segundos, adquiridos durante el estudio y con el certificado, son comprados por los estudiantes (o sus familias) para acrecentar sus atributos (bienes individuales, *self goods*) o por los empleadores para incrementar su productividad (bienes de entrenamiento, *training goods*). Las mercancías o bienes individuales se dividen a su vez en bienes posicionales (*positional goods*) y otros bienes de auto mejoramiento (*other goods of self-improvement*). De acuerdo con el autor los posicionales han

sido los más importantes en la producción educativa. Se refiere a aquellos que proveen a los estudiantes, o a sus familias, con ventajas relativas en la competencia por empleos, salarios, estatus social y prestigio. Los segundos son adquiridos para desarrollar conocimientos, adquirir gustos y sensibilidades, así como patrones de lenguaje y comportamiento.

Globalización y formación de mercados educativos

De acuerdo con Marginson, el acceso de la nueva derecha⁶ al poder y la globalización, como fenómeno económico, político y cultural, abrieron paso a la expansión de diversos mercados y en el impulso a la formación de mercados en la educación. Las políticas de contención fiscal,⁷ dominantes desde la mitad de los años setenta, afectaron a la educación con la reducción de la oferta de educación pública, la consecuente saturación de instituciones existentes, y la promoción de la educación y capacitación privada; con la reducción de los apoyos financieros a estudiantes de los niveles medio y superior, y con la reducción de la participación gubernamental en el financiamiento educativo.

La nueva racionalidad del liberalismo de mercado –apoyada en un discurso de mercados, competencia y empresa– se reorientó de la búsqueda del bienes-

tar social a la competencia económica. Los sistemas educativos fueron concebidos como sistemas de libre mercado pero no exentos de intervención gubernamental. Señala Marginson:

Las normas del servicio público fueron reemplazadas por las de la competencia, eficiencia y demanda de los consumidores. Las relaciones entre el Estado y los profesionales de la educación fueron re-trabajadas, para que la rendición de cuentas fuera redirigida hacia una relación cliente-proveedor. La individualización de costos significó [...] un cambio en la relación sujeto-objeto de la educación, en la construcción gubernamental de los estudiantes mismos. El gobierno del libre mercado se caracterizó por la privatización de las oportunidades y el manejo de riesgos. El gobierno del libre mercado imaginó a la educación como un proceso de inversión privada, y a los estudiantes mismos como inversionistas auto-administrados (1997, p. 65).

Del trabajo de Marginson se desprende que además de la diseminación internacional del nuevo discurso y la cultura del libre mercado y la competencia, la globalización favoreció un proceso acelerado de expansión de los mercados. Ésta se desarrolló en una dimensión espacial, con el impulso a la economía de mercado en muy diversas regiones

del orbe. También en una dimensión, a la que podemos llamar social, dado que diferentes procesos y actividades de la sociedad que tradicionalmente se habían mantenido al margen o vinculadas de manera limitada a la producción de bienes para el intercambio en los mercados fueron reorientadas hacia éstos.

En este contexto destaca también la creciente importancia y comodificación del conocimiento, elemento fundamental de la nueva economía del conocimiento y la información. La ascendente centralidad del conocimiento económico contribuyó a que gran parte de los esfuerzos y políticas educativas de los gobiernos de libre mercado se concentraran en orientar a la educación postsecundaria, y particularmente a las universidades, hacia la producción de bienes privados (para el intercambio en el mercado) y hacia la competencia.

En la educación superior el gobierno de libre mercado también promovió la orientación hacia verdaderos mercados comerciales y prohijó la creación de cuasi-mercados en los que la competencia por recursos fue incluso más intensa que la existente en los intercambios de mercado. El gobierno asumió así un doble papel como conductor a distancia y como cliente de la educación superior. La competencia por recursos públicos fue el mecanismo de control

mediante el cual se ha ejercido esta conducción a distancia. Con este fin se desarrollaron sistemas de evaluación e indicadores de desempeño a través de los cuales se ejerció control sobre la asignación de recursos a instituciones y sobre el mercado profesional de los académicos.

Mercantilización en la periferia

El proceso de mercantilización de la educación descrito por Marginson a partir del caso australiano (y tomando en cuenta otros referentes del mundo anglosajón) es revelador de las tendencias internacionales dominantes en la educación superior. La disminución del subsidio estatal; el impulso a la competencia por recursos (públicos o privados); la diversificación de fuentes de financiamiento; la contracción de la oferta pública y el incentivo al crecimiento de la educación superior privada; el ejercicio del “control a distancia” y el deterioro de la autonomía; la evaluación de instituciones, programas y académicos, así como el establecimiento de indicadores –entre otras políticas– son de sobra conocidos en los sistemas postsecundarios fuera de la órbita anglosajona.

Pero el análisis concentrado en los países desarrollados de esta esfera no deja percibir que en otras naciones de la periferia, con mercados reducidos, desempleo creciente y pocas posibilidades de intercambio comercial para

la producción de conocimientos, los mercados educativos se manifiestan con rasgos particulares. Siguiendo el esquema propuesto por Marginson es posible sostener que los mercados comerciales son estrechos; crecientemente débiles en lo que se refiere a la producción de bienes posicionales (debido a la debilidad misma de los mercados laborales), y prácticamente inexistente en lo que se refiere al mercado para conocimientos. La crisis financiera de los estados nacionales también plantea limitaciones para la creación de cuasimercados. Los gobiernos tienen dificultad para generar políticas de empleo y son consumidores limitados de conocimientos.

En todo caso existe una forma diferente de mercados, o una manifestación distinta de los cuasi-mercados que analiza Marginson. Ésta se refiere a la promoción de pseudo-mercados, o mercados simulados, que no se constituyen a partir del consumo de bienes producidos por la educación superior (Ordorika, 2003). En realidad estos mercados simulados se construyen a partir de la simulación de prácticas de competencia y la promoción de actitudes emprendedoras también ficticias. Las primeras se establecen a partir de sistemas de evaluación que generan una dinámica parecida a la competencia por subsidios, “contratos”, convenios o salarios; todos

ellos provenientes fundamentalmente del gobierno. Las segundas se construyen a partir de la “búsqueda” de recursos para la investigación o la docencia en un contexto en el que las fuentes de financiamiento se reducen esencialmente a agencias gubernamentales ante la ausencia de un sector privado interesado y dispuesto a invertir o de un verdadero sistema de filantropía como el que existe en los países centrales.

Conclusión

El libro *Markets in Education* es sin embargo una aportación fundamental para la comprensión de las dinámicas y políticas educativas contemporáneas. Esta sofisticada construcción conceptual proporciona al lector una poderosa herramienta para el análisis de lo educativo, y particularmente de la educación superior, en cualquier país. Esto es así precisamente porque el marco de análisis permite identificar las corrientes económicas e ideológicas en el nivel internacional y también provee los elementos para estudiar las formas que éstas asumen en el ámbito nacional, local y hasta institucional. Las limitaciones que se desprenden de una visión anglocéntrica constituyen en todo caso un reto para futuras investigaciones. Sé que el autor, Simon Marginson, se ha planteado esta tarea.⁸ En todo caso el camino está abierto para profundizar el análisis y la reflexión sobre

la nuevas tendencias, políticas y conflictos en la educación superior.

REFERENCIAS

CLARK, B. R. (1998), *Creating entrepreneurial universities: organizational pathways of transformation*, Oxford; Nueva York, publicado por la IAU Press por Pergamon Press.

—, (2000), *Creando universidades innovadoras: estrategias organizacionales para la transformación*, México, UNAM, Coordinación de Humanidades, Centro de Estudios sobre la Universidad / Miguel Ángel Porrúa.

IBARRA Colado, E. (2002), "Capitalismo académico y globalización: la universidad reinventada (Algunas notas y reacciones a *Academic Capitalism* de Slaughter y Leslie)", en *Revista de la Educación Superior XXXI*, pp. 147-154.

MARGINSON, S. (1997), *Markets in education*, St. Leonards, N.S.W., Allen & Unwin.

MARGINSON, S. y MOLLIS, M. (2002), "The door opens and the tiger leaps: Theories and Reflexivities of Comparative Education for a Global Millenium" en *Comparative Education Review 15*, pp. 581-615.

ORDORIKA, I. (2003), "Mercados simulados y evaluación de la educación superior en México", en proceso de edición.

READINGS, B. (1996), *The university in ruins*, Cambridge, Mass., Harvard University Press.

SLAUGHTER, S. y LESLIE, L. L. (1997), *Academic capitalism: politics, policies, and the entrepreneurial univer-*

sity, Baltimore, Johns Hopkins University Press.

NOTAS

1. El libro fue publicado en español con el título *Creando universidades innovadoras: Estrategias organizacionales para la transformación* (2000). En realidad Clark utilizó el concepto entrepreneurial cuya traducción más adecuada es emprendedora. Utilizamos el título en inglés por ser más revelador de la intención y perspectiva de Clark.
2. Este libro aún no ha sido publicado en español. La traducción del título a nuestro idioma sería *La universidad en ruinas*.
3. Para una reseña y comentarios al libro *Academia capitalism* ver el artículo "Capitalismo académico y globalización: la universidad reinventada" (Algunas notas y reacciones a *Academic Capitalism* de Slaughter y Leslie) de Eduardo Ibarra Colado (2002).
4. El libro de Simon Marginson se ocupa de analizar la relación entre mercados y educación en general. La argumentación teórica de esta obra se desarrolla de manera incluyente para los diferentes niveles educativos. La descripción de la evolución de políticas educativas en Australia enfatiza, sin embargo, lo referente a la educación superior. La sección referente a la formación de mercados pone especial atención en la educación postsecundaria, la investigación y la producción de conocimientos. Mi interpretación del libro está sesgada por el interés que tengo en el estudio de la política y los

procesos de cambio en la educación superior. No podría ser de otra forma. Espero sin embargo haber hecho justicia a un trabajo muy completo que considero extremadamente relevante para la comprensión de los fenómenos educativos contemporáneos.

5. El autor utiliza los conceptos económicos tradicionales de *market* y *non-market*. A lo largo de este texto utilizaremos los conceptos de mercado y fuera del mercado para referirnos a las actividades, condiciones y producción descritas en el texto original.
6. El autor se refiere a un movimiento político anglo-americano asentado en grandes firmas y corporaciones, los extremos de los partidos conservadores y partes de la profesión académica. En el contexto de las crisis económicas de los años setenta, éstos empezaron a construir una nueva hegemonía y redefinieron el carácter del gobierno a partir de la destrucción de los consensos sobre las políticas keynesianas y el Estado benefactor. Esta corriente agrupó a dos grandes tendencias: los conservadores ortodoxos (*orthodox conservatives*) y los liberales de mercado (*market liberals*).
7. El autor se refiere a las políticas orientadas a la reducción de déficit y gasto públicos y a la disminución de impuestos.
8. Ver por ejemplo el artículo "The door opens and the tiger leaps: Theories and reflexivities of comparative education for a global millenium", de Marginson y Mollis (2002).