

GLOBALIZACIÓN Y EDUCACIÓN SUPERIOR¹

Juan Ramón de la Fuente*

3

No puede soslayarse: el libre comercio internacional es uno de los signos característicos del actual proceso de globalización. Resultado de acuerdos bilaterales o multilaterales de carácter comercial, la inclusión en este proceso de los servicios educativos ha sido motivo de serias controversias. Se trata, sin duda, de un tema con profundas implicaciones políticas, económicas y sociales.

Hace algunos años se estimaba ya que el valor en el mercado internacional de los llamados servicios educativos transnacionales, en sus diversas modalidades, era del orden de 30 mil millones de dólares, lo que representaba aproximadamente el 3 por ciento del total de la exportación de servicios en el marco del libre comercio internacional.

En la economía del conocimiento, la mayoría de los países ha reconocido que invertir en educación reviste una importancia estratégica al aumentar la competitividad y hacer más atractiva la inversión extranjera directa. Es natural, la educación de calidad y la inversión en ciencia y tecnología mejoran las

condiciones laborales y el desarrollo económico de los países.

Actualmente se estima que más de 2 millones de estudiantes están formándose fuera de su país de origen, y que el mercado internacional de los servicios educativos habrá de triplicarse en los próximos 20 años. Esto se debe a diversos factores, entre los que destacan: la demanda creciente de personal capacitado con dominio de varios idiomas y la comprensión de valores multiculturales, así como el proceso mismo de interdependencia económica cada vez más sustentado en el conocimiento.

En los países miembros de la OCDE, por ejemplo, cerca del 30 por ciento de su fuerza laboral se considera ya apta para ser empleada en diversas áreas que requieren conocimientos especializados en las economías más avanzadas, indistintamente del país que los formó o les da empleo.

La moda predominante en el mercado educativo internacional sigue siendo la movilidad de estudiantes de un país a otro, lo cual depende de “la oferta de servicios que un país ofrezca y el

* Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México.

consumo que ésta genere”. Lo anterior ha propiciado que algunas instituciones establezcan *campus* allende sus fronteras, pero con fines fundamentalmente comerciales. Por otro lado, las tecnologías de la comunicación y la información también han propiciado el crecimiento de la educación transnacional a distancia, mediante cursos en línea de calidad variable y, otra vez, frecuentemente con fines de lucro. En los Estados Unidos, por ejemplo, el mercado electrónico del aprendizaje (*e-learning*) tuvo en 2003 un valor estimado de 8 mil millones de dólares, con una tasa anual de crecimiento promedio de más del 90 por ciento. A esto habría que agregar otros 10 mil millones de dólares anuales, que es lo que dejan los estudiantes foráneos en ese país. El negocio es, pues, estimable.

4

Los países de la OCDE reciben al 85 por ciento de todos aquellos que estudian fuera de su país. Encabezan la lista, junto con los Estados Unidos de Norteamérica, el Reino Unido y Australia. Pero llama poderosamente la atención que países como Sudáfrica, India, Malasia, Tailandia y China buscan también insertarse como grandes “proveedores de servicios” en el mercado internacional de la educación superior. América Latina no figura.



El tema de los servicios educativos transnacionales ha sido motivo de grandes discusiones en el marco del Acuerdo General sobre Comercio y Servicios (GATS). Sin embargo, no ha habido una resolución final al respecto, por lo que el asunto se ha movido hasta ahora mediante acuerdos bilaterales y regionales.

El GATS vino a complementar al Acuerdo General sobre Comercio y Tarifas (GATT), como mecanismo regulador del comercio de bienes, que no incluía a los servicios sino hasta 1994.

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es la encargada de administrar tanto al GATS como al GATT. El GATS incluye doce tipos de servicios, uno de los cuales se refiere a la educación y contiene dos partes: el acuerdo general, y los programas nacionales que se refieren a los compromisos específicos de cada país con los proveedores extranjeros de tales servicios.

Es obvio que tratar de adaptar las diversas modalidades de la internacionalización de la educación a las que ofrece el GATS es muy complejo y no necesariamente conveniente. Por ejemplo, no se toman en cuenta la importación de materiales educativos sin estudios de campo previos que los validen en un contexto sociocultural distinto; o las diversas reglas de los países para contratar personal calificado, ni los requisitos de visa o las limitaciones migratorias. De tal suerte que hay, además de las naturales objeciones ideológicas y conceptuales, barreras reales, objetivas, que no han sido superadas.

El comercio de los servicios educativos ha sido motivo de diversas publicaciones e innumerables conferencias, simposios, seminarios, tanto en los sectores públicos como privados, y dada su complejidad y trascendencia, ha sido también objeto de reuniones convocadas por la OMC, la UNESCO, el Banco Mundial, la OCDE, etcétera.

Hay países que ya han establecido su posición al respecto: China, Sudáfrica, Turquía, Italia, Grecia, India, Filipinas, Tailandia, Japón e Israel, por ejemplo, han dado pasos para liberalizar estos servicios; en tanto que algunos más han hecho, por lo pronto, “compromisos iniciales”. Otros, en cambio, han sido más cautelosos; y es que las reglas del propio GATS no aclaran cabalmente las múltiples aristas de un asunto tan complejo.

Por otro lado, tampoco hay certidumbre en áreas sensibles, como son las que tienen que ver con la propiedad intelectual, el otorgamiento de licencias, la revalidación de estudios o los requisitos legales para la provisión de servicios educativos en marcos legales diversos.

Un problema adicional es la tendencia observada, que muestra que no pocos gobiernos van disminuyendo el financiamiento de las instituciones públicas de educación, lo que las obliga a buscar recursos propios mediante la comercialización de sus servicios, el incremento en las colegiaturas o el desarrollo de otras actividades. Se trata, dicen quienes proponen este modelo, de generar un mercado competitivo para el desarrollo de instituciones de mayor calidad, que reduzcan o compensen simultáneamente sus costos operativos. Es decir, tratan a la educación como si fuera estrictamente un servicio comercial e intentan generar mecanismos de presión, a escala global, que promuevan alianzas interinstitucionales y proyectos en los que predomine el capital extranjero.

Obviamente, quienes desean exclusivamente un mercado privado de servicios educativos argumentan que las presiones competitivas propias de un mercado desregulado, llevan necesariamente a la conformación de instituciones más eficientes. Ocurre, sin embargo, que hay ejemplos claros de algunos países que han optado por un camino diferente, con inversiones masivas de recursos públicos en educación, y que han

obtenido resultados formidables en cuanto a calidad, eficiencia y productividad. Tal es el caso de los países del norte de Europa, cuyos índices de desarrollo, transparencia, competencia y certidumbre son hoy en día insuperables.

Existen, pues, por lo menos dos modelos alternativos en relación a la globalización de los servicios educativos: uno basado exclusivamente en el mercado, el capital privado y la oferta de proveedores a nivel internacional; en tanto que el otro se adhiere a la conservación y el fortalecimiento del carácter público de las instituciones apoyadas por el Estado, sin perjuicio del desarrollo de instituciones privadas, pero considerando a la educación no sólo como un servicio comercial, sino sobre todo como un bien público, un instrumento de capilaridad social, un mecanismo para reducir la desigualdad y una oportunidad de insertarse en la economía del conocimiento y alcanzar un desarrollo más equitativo.

No obstante, cada día aumentan las presiones para convertirnos a todos en “proveedores o consumidores de servicios de educación superior”. Para ello, es necesario, se esgrime, liberalizar legal y financieramente los mercados, incursionar en actividades comerciales paralelas y transformar las instituciones educativas; hacerlas proveedoras de servicios y evaluarlas en función de su rendimiento comercial.

Una de las discusiones más intensas se ha dado en torno a las universidades públicas. Hay quienes las ven solamente como estructuras rígidas que se oponen a la liberalización de los servicios educativos. Temen la competencia, dicen sus críticos. En realidad lo que ocurre es que si bien es cierto que se está desarrollando un mercado educativo a escala global, con requisitos de calidad internacional, movilidad académica, importación y exportación de talentos (así se le denomina ahora a la fuga de cerebros), desregulación a varios niveles, acuerdos interinstitucionales,

evaluaciones estandarizadas, etcétera, esto posiciona mejor a algunas instituciones y pone en desventaja a otras. No hay que confundir el rigor académico con la rigidez burocrática. Tampoco se trata de temerle a la competencia. Lo que preocupa es que la Universidad no sólo se transforme, lo cual está bien, sino que se desnaturalice; que predominen instituciones con estructuras más flexibles pero sin rigor académico alguno, sin contenido ético, sin sentido social; que menosprecien todo aquello que no tenga un valor inmediato en el mercado: las humanidades, las artes, muchas de las disciplinas sociales, etcétera.

6 Por supuesto, la ciencia y las nuevas tecnologías, están creando directa e indirectamente nuevos espacios laborales, y abren grandes posibilidades para generar programas eficientes y de buena calidad, pero ¿debemos dejar a las Universidades en manos de administradores mercadólogos y subordinar o de plano eliminar los claustros académicos? No se trata sólo de un escenario hipotético: algunos países son ya propietarios de los derechos de todo el material educativo estandarizado que circula por el mundo; el siguiente paso es pagar regalías y así, poco a poco, los países “consumidores”, tendrán que adaptarse al marco jurídico y comercial de la propiedad intelectual de los países “proveedores”. ¡Que impere el principio del lucro mayor!, la educación es lo de menos.

Los retos que plantea la globalización a la Universidad son complejos. Si un gobierno no percibe la brecha entre sus condiciones actuales y los requerimientos necesarios en conocimientos y destrezas para ser competitivo, su gente tendrá pocas posibilidades de insertarse exitosamente en los mercados internacionales; pero por otro lado, sería suicida eliminar todas las barreras regulatorias y permitir indiscriminadamente la transferencia de conocimientos en aras de acceder a programas con tecnologías modernas, empezando porque éstos sólo son accesibles para quienes tienen

capacidad de pago. Si la educación deja de ser un mecanismo de movilidad social, ¿cuál es entonces el camino para abatir la desigualdad? ¿Dónde quedan los ideales de justicia y equidad?

Tal es la grave y compleja circunstancia en la que estamos inmersos, y hay que hacerle frente. El comercio en los servicios educativos avanza a un ritmo mayor del que percibimos. Necesitamos encontrar equilibrios que impidan que los avances aparentes acaben por convertirse en regresiones sociales inadmisibles.

Ciertamente no se trata de estar contra la competencia global, ni de las evaluaciones, ni de la internacionalización o las alianzas. Pero se necesita avanzar en el fortalecimiento de los servicios educativos con compromisos crecientes del Estado, como también se requiere una mayor inversión privada; alcanzar niveles de calidad mundialmente aceptados, participar en el intercambio de estudiantes y de profesores de una manera más activa y dinámica, generar recursos propios, actualizar los *curricula*, modernizar la oferta educativa, crear redes locales y regionales para optimizar recursos financieros y humanos, flexibilizar estructuras, vincularse al aparato productivo, robustecer el sistema de evaluaciones, etcétera.

En la sociedad del conocimiento la Universidad Pública es imprescindible. Cuestionar su capacidad innovadora sólo tiene sentido si se entiende que el desafío radica en acelerar sus transformaciones internas, para que no sea rebasada por el vertiginoso crecimiento de la comercialización excesiva.

1 Parte de este texto fue leído al recibir el Doctorado *Honoris Causa* en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina el 12 de marzo de 2007.