

## MERCADO-UNIVERSIDAD, ALGUNAS ALTERNATIVAS

\* Lic. Miguel Vilches Hinojosa

Académico del Departamento de Ciencias Jurídicas

El arranque de esta reflexión son las palabras del padre Kolvenbach cuando nos dice que “Lo queramos o no, la academia no puede sustraerse a las fuerzas del mercado.”<sup>1</sup>

La primera alternativa sería convertir a la universidad en una empresa mercantil. En las empresas educativas jesuitas uno de nuestros productos más cotizados podría ser el discurso pulcramente diseñado que promovieran la justicia y propugnaran el servicio de la fe.

Ahora bien, al fijar los costos se presentan dos opciones: 1) Fijar un precio accesible, quizá hasta barato, para poder tener una gran cartera de consumidores (alumnos), que representarían agentes comerciales de la fe y de la justicia, al menos en potencia. 2) Olvidarnos de los costos accesibles, mejor tener clientes con mayor poder económico, que estén en posibilidades de imponer la justicia y el servicio de la fe desde las cúpulas empresariales.

Cualquiera de las dos opciones tendría que completarse con la internacionalización de nuestro producto. Afortunadamente contamos con sucursales en todo el mundo: La red de universidades jesuitas. En dos o tres años y mediante las decisiones estratégicas adecuadas podríamos convertirnos en una transnacional de la educación, en búsqueda de desplazar a nuestros competidores más cercanos.

Sin embargo, se presentan algunas dificultades: a) ¿Es posible comercializar y consumir la justicia y la fe? Parece que esas cosas son simplemente construcciones ideales, aumentando la dificultad, y por ende los costos, de envasarlas y exhibirlas; eso sin tomar en cuenta que no existe estudio de mercado para determinar si la justicia y la fe es un producto exigido por los consumidores. b) ¿Es posible reconciliar el mercado actual con la justicia y la fe? Al contrario, parece que la promoción de la justicia incomodaría al mercado mundial, ya

---

<sup>1</sup> Kolvenbach, Meter-Hans, s.j., *La Universidad de la Compañía de Jesús a la Luz del Carisma Ignaciano*, Ed. Sistema Educativo UIA-ITESO, México, D.F. 2001. p.25.

que éste funciona con una lógica profundamente injusta.<sup>2</sup> Pero la fe podría embonar con suficiencia, siempre y cuando digamos que podemos poner la fe en el propio mercado. Así tenemos puesta toda nuestra “fe” en obtener dinero y éxito, es decir en ser productivos, para llegar a ser algún día poderosos y reconocidos. Sin embargo, parecería que esto no es fe, sino burda ambición disfrazada de fe.

Entonces, la pregunta se plantea, ¿Cómo podemos hacer que la promoción de la justicia y el servicio a la fe no sean contrarios a la globalización y al mercado? ¿Qué hacer para que no se destruyan mutuamente?

Me vienen a la mente dos estrategias: a) Forcemos la realidad y hagamos que fe y justicia coincidan con la globalidad del mercado, aún a pesar de corromperlas: perfeccionemos el mercado haciéndolo justo, al menos formalmente, hagamos que las relaciones comerciales estén al servicio de la fe, al menos en el discurso. La otra estrategia, b) Dejemos de promover la justicia y de estar al servicio de la fe. Claudiquemos y modifiquemos nuestro discurso. Hagamos lo que nos recomiendan los padres del liberalismo económico “dejar hacer y dejar pasar”, que el mercado global siga su curso. Más tarde que temprano, cada vez más personas alcanzaran los beneficios mínimos del mercado global.

Para seguir con la reflexión vuelvo a citar las palabras de Kolvenbach, quien también nos dice que “Es necesario mantener a **toda costa** la última razón de ser de la universidad...”<sup>3</sup> esta última razón sería la búsqueda de la verdad total, la cual podemos deducir, tiene en su seno la justicia y la fe, es decir el sello ignaciano.

De aquí surge una segunda alternativa, que es hacer de nuestra universidad centros ideológicos y quizá hasta comandancias intelectuales de la rebelión liberadora, con el objetivo de forjar a verdaderos luchadores sociales que con su práctica se convirtieran en auténticos caballeros de la fe y la justicia.

La finalidad última de la universidad sería comandar intelectualmente la revolución de las estructuras económicas, sociales y políticas; ya sea destruyendo violentamente el mercado

---

<sup>2</sup> Dice Enrique Dussel que el punto de partida de su reflexión filosófica es el hecho con relevancia ética, de que: el 20% de la población más rica de la tierra consume-destruye el 82.7 % de los bienes del planeta, mientras que el 20 % más pobre consume sólo el 1.4 % de los bienes del planeta. Agregando que la pobreza sigue creciendo. Cf. Duseel, Enrique, *Posmodernidad y Transmodernidad Diálogos con la filosofía de Gianni Vattimo*, Ed. UiaPuebla-ITESO, México 1999.

<sup>3</sup> Kolvenbach, Meter-Hans, s.j, *op cit.*, p.27.

global que perpetúa la injusticia, o bien construyendo un intercambio justo de mercancías y servicios, en beneficio de la comunidad de fe.

Pero se presentan hartas dificultades para esta alternativa: a) Financieramente la universidad sería insostenible, quién pagaría por ser “un pobre” hombre con ilusiones e ideales irrealizables... b) Socialmente la universidad sería excluida, y su otrora influencia como conciencia social, se convertiría en repugnancia por haber errado el buen camino: el de las buenas costumbres, el de la paz y el diálogo, el de la democracia institucional; quién pagaría por ser un “apestado” social... c) Políticamente la universidad sería desarticulada con las fuerzas del “orden” público, quién pagaría porque lo investigarán, lo persiguieran y lo asesinaran... d)Educativamente la universidad habría extraviado su “última razón de ser”, no más búsqueda de la verdad total, quién pagaría por aprender a gritar: ¡Socialismo o muerte!...

El dilema anterior, por supuesto es falso, pero había que expresarlo para evitar caer en lo precipicios en donde ya algunos han caído. Podemos continuar, y de hecho debemos de continuar con la búsqueda de alternativas, quizá en la línea del sentido de las cosas podemos preguntarnos: ¿Qué significa para las universidades promover la justicia y estar al servicio de la fe en tiempos del mercado global?

La respuesta, para no caer en ingenuidades, no la tengo en lo inmediato, sino que esta respuesta debe ser fruto de un análisis de la realidad histórico-social de lo regional, nacional y global. “De este saber y este saberse es como la universidad puede proponerse el logro de una cultura autónoma y liberadora...”<sup>4</sup> Una cultura que no perpetúa las injusticias que acarrea la mercantilización del mundo, que no acepta que la lógica del capital dicte e imponga lo que los seres humanos deben hacer, una cultura que ponga la fe en los seres humanos y no en los flujos de capital, una cultura que proponga reales transformaciones del mundo.

La universidad necesita re-orientarse para colaborar en la definición de las bases de una posible “rehumanización del mundo”. Termino con la respuesta de Touraine frente a la globalización:

---

<sup>4</sup> Samour, Héctor, *La universidad latinoamericana frente a la civilización del capital*, en Las Universidades de América Latina en la construcción de una globalización alternativa, Ed. UiaPuebla-UiaLeón-ITESO, México 2004, p.250.

“... no es tanto la defensa de lo local, la defensa de las instituciones, la defensa de los proyectos, que por su puesto tienen mucha importancia, sino la convicción de que la única fuerza que tiene la capacidad de luchar con la misma potencia contra lo no social de arriba es un no social de abajo. Ese no social de abajo es la voluntad de cada uno y cada una de nosotros, de ser respetado, considerado como individuo, no individuo de ir al supermercado a comprar cualquier cosa, sino una individualización que significa básicamente la capacidad de participar en el sistema económico global pero, a la vez, con mis proyectos y con mis raíces culturales.”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Touraine, Alain, *La comunicación intelectual contra la globalización económica*, en Las Universidades de América Latina en la construcción de una globalización alternativa, Ed. UiaPuebla-UiaLeón-ITESO, México 2004, p.37.