

Gestión de la información en el contexto de la educación superior en México

César Mureddu Torres*

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

*Profesor Investigador del Departamento de Política y Cultura de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM-Xochimilco. Correo electrónico: cmureddu@correo.xoc.uam.mx

Resumen

El presente artículo desarrolla algunos de los retos que ha traído consigo el acceso a la información existente en la red de Internet y lo que ello supone. Se abordan principalmente las consecuencias de la presencia actual de una *sociedad* llamada *del conocimiento*, si se mantiene la confusión entre conocimiento e información. Por ello, la sola gestión de la información no puede ser tomada como definitoria respecto a la función de educación superior confiada a las universidades. Hacerlo sería cometer un error aún más grave que la confusión teórica entre los términos mencionados.

Palabras clave:

Internet
Gestión de la información
Sociedad del conocimiento
Acción de las universidades

Abstract

This writing pointed out several challenges regarding to the contemporary *knowledge society*, with its main instrument: the information distributed by the web. When universities and institutions of higher education enface that kind of information and its possibilities from it can derived for them new kind of problems, because there can be a confusion between information and knowledge at the bottom of these possibilities. The mere management of information cannot be the definition of the universities' action, if their activities were reduced to it the mistake could be even more dangerous.

Key Words:

Internet,
Management of information
Society of knowledge
Universities' action

Hechos y constataciones. A modo de introducción

Expresiones y palabras van y vienen en el horizonte de las modas terminológicas que suelen acaparar la atención de investigadores y ‘usuarios’. Esto ocurre en todos los campos, pero me atrevería a decir que últimamente en el ámbito de la investigación educativa han surgido algunos términos con particular insistencia. El hecho mismo de que nos hayamos habituado a verlos aparecer, de cuando en cuando, no quita la importancia de remarcar y, en su caso, denunciar el hecho. Recordemos algunos de los que han estado presentes en los últimos treinta años del quehacer, tanto científico como pedagógico, de las universidades mexicanas. Cualquiera que haya estado en contacto con esta tarea fácilmente recuerda los términos: ‘tecnología educativa’, ‘programación por objetivos’, ‘evaluación por objetivos’ (como correlato del anterior), ‘cartas programáticas’ (como instrumento de ambos). Todos ellos, una vez gastados y arrojados al bote de la basura por inservibles, dieron paso a otros semejantes pero de origen distinto. Tal es el caso del ‘análisis FODA’,¹ para determinar la ‘visión’ y la ‘misión’,² tanto de instituciones como de instancias; en algunos casos se puede observar que dichos elementos se encuentran hasta en los planes y programas de estudio, los cuales ahora ostentan de forma explícita la *competencia* que cada uno genera en un determinado ámbito del mercado laboral.³ En ciertas ocasiones llegan a incluirse mapas conceptuales para hacer, supuestamente, más comprensibles las cartas programáticas. Más aún, todos los factores académicos, tanto humanos como instrumentales, ahora están obligados a determinar los valores que promueven, llegando casi al atomismo absurdo de hacer explícito el valor que una determinada clase, de una materia específica, promueve en los alumnos, al interior de un determinado plan curricular. Como si eso fuera poco, en la última mitad del año pasado apareció en el escenario de diseño y operación de programas académicos de diverso grado ‘la gestión de la información’, como un instrumento insoslayable para hacer llegar a buen puerto al plan o programa académico en cuestión, casi compitiendo con las ‘competencias’ y los valores. Dejo fuera muchos otros términos y expresiones que permean el actuar cotidiano de nuestras labores académicas porque sería muy

¹ Metodología utilizada en los procesos de reingeniería institucional (tanto en la administración privada como en la pública, sobre todo durante las últimas dos administraciones sexenales mexicanas anteriores a la actual), denominada así por las siglas de los pasos analíticos que la conforman: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

² ‘Misión’ y ‘visión’ son dos elementos clave a determinar dentro del proceso de reingeniería mencionado, por los cuales se analiza la situación institucional presente, emanada de los objetivos institucionales y la proyección a futuro.

³ Se pueden consultar los planes y programas de estudio de instituciones como la UAM, en los cuales, después de haber sido certificados por instancias externas, se presenta de manera explícita la competencia laboral que generan. Por tanto, ya no es suficiente el perfil de egreso que anteriormente se proponía.



Fotografía: Carmen Toledo

extenso y aburrido dar cuenta de todos. Procuraré analizar a algunos de ellos en otra ocasión.

Tratar de determinar el sentido de todo este movimiento de modas lingüísticas de vida efímera, que se agotan casi sin sentirlo, puede dar pie a muchas especulaciones. Pero mi objetivo es otro. Mi objetivo consiste en tratar de ubicar, en el contexto contemporáneo, cuál pudiera ser o qué lugar puede adquirir en tal situación el actuar propio de las instituciones dedicadas a la educación superior. Hace no mucho tiempo una nota que apareció en un diario de circulación nacional en México (y no uno cualquiera, sino uno de los más autorizados) nos apercibía, en su sección de Ciencia y Educación, sobre la posibilidad de que se estuviera fraguando y, más aún, que estuviera creciendo un auténtico “mercado de tesis”.⁴

Para alguien que conozca el entorno físico de algunas de nuestras instituciones educativas, pero que tenga la mirada habituada a la indagación científica social, la nota que apareció en esa ocasión no resulta, para nada, sorprendente. Aún menos sorprendentes resultan las opiniones y los comentarios de aquellos prestadores de servicios académicos que, en el caso de esta nota, ofrecen públicamente sus habilidades de investigación científica y de comunicación de resultados para elaborar tesis de cualquier nivel o grado que requieran sus posibles ciber-clientes. Enfatizo que para alguien conocedor de los entornos físicos de nuestras instituciones educativas lo que ahora se presenta en Internet no es más que una extensión de lo que ya, desde hace muchos años, se presentaba con más

⁴ La colaboradora de El Universal, Paola Zárraga, en una nota aparecida en la versión online del día 2 de enero del presente año, titulada *Crece mercado de tesis por encargo*, indicaba que tales posibilidades eran perfectamente rastreables en Internet.

o menos evidencia en algunos establecimientos educativos. A este respecto era famosa una casa de fotocopias cercana a una prestigiosa institución de educación superior privada que ofrecía los apuntes de cualquier materia impartida en esta última, sin necesidad de asistir a clase. No sólo eso, se compraban los exámenes y se ofrecían a un módico precio para cualquier carrera en cualquiera de sus tramos. Con qué gran habilidad el mercado ofrecía una rápida respuesta al esfuerzo que los pedagogos hacían por tener a disposición del personal académico un gran acervo de reactivos. Eso que ocurría entre 1980 y 2003 ahora, sin sorpresa alguna por parte de quienes indagamos el sentido de los hechos pero sí con preocupación, se presenta casi impudicamente con la dimensión de la web.⁵

Qué se podría decir de lo que apareció en relación con:

El Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, el CENEVAL, sigue sin dar una explicación por el caso de la venta de exámenes por Internet a las personas que buscan acreditar el bachillerato. La institución no ha dicho una sola palabra de cómo hacen las personas que venden de manera ilegal estos exámenes para obtener las bases de datos de los solicitantes y enviarles correos personalizados ofreciéndoles las respuestas. (Bajo Reserva de El Universal, 2007).

Cualquiera podría pensar que las leyes del mercado, de las oportunidades para emplazar las mercancías en el momento y modo más adecuado para poder venderlas, han afectado también a las instituciones educativas y a aquellas que supuestamente guardan y vigilan la

calidad de quienes van a participar en tan importante proceso. Si la cuestión ligada al bachillerato pudiera parecer a alguien de poca importancia, hace apenas unos días se publicó en el mismo periódico la siguiente nota:

Descubren presunta venta de exámenes para obtener residencias médicas.

Las Secretarías de Salud y de la Función Pública descubrieron la presunta venta de exámenes para la obtención de residencias médicas a 80 mil pesos la prueba, por lo que Salud presentó una denuncia ante la Procuraduría General de la República (PGR). (El Universal, 2007).

Ante este tipo de situaciones no es de extrañar que los exámenes nacionales de residencia hayan sido pospuestos por la Secretaría de Salud hasta nuevo aviso, como apareció en otro comunicado público pocos días después de que se diera a conocer esta clase de actividades de compra-venta.

Por tanto, de este breve recuento de hechos y situaciones se puede concluir que la información, sobre todo aquella que circula por los canales cibernéticos, puede llegar a conformar un peligro para las instituciones de educación superior, si el conocimiento que ellas generan⁶ o transmiten es sustituido por lo que el mercado ofrece como información de dominio público, sin comprobación alguna, hasta poder adquirir por esta vía la confección total de un instrumento llamado tesis, que las universidades exigen para otorgar

un grado. Lo más grave del caso propuesto es que éste último supone el reconocimiento de unas habilidades y conocimientos cuya presencia no ha sido demostrada por el sustentante.

Mercado del conocimiento

Sin pretender emularlo, este subtítulo coincide con la segunda parte de un interesante artículo de Wolfgang Frühwald⁷ publicado por la UNESCO, en su colección dedicada a los análisis de prospectiva,⁸ cuyo contenido merece ser tenido en cuenta. Por lo que respecta a las reflexiones presentadas en este escrito, el hecho de que ya hayan sido considerados la información y el mercado de la misma —que algunos no han dudado en llamar mercado de conocimiento, como es el caso de una nota periodística aparecida en Argentina hace ya algún tiempo—,⁹ implica de parte de quienes estamos comprometidos con el quehacer universitario y hemos hecho de su análisis y estudio gran parte de nuestro trabajo intelectual, que no podamos dejar pasar desapercibida esa conexión. Por lo menos, tenemos que tomar en cuenta que ninguna afirmación, menos aún aquellas que aparecen en los medios de

⁷ El profesor Wolfgang Frühwald es consultor de la UNESCO y fue Vicepresidente de la Universidad Ludwig-Maximilian y Presidente de la Fundación Alexander von Humboldt desde 1999.

⁸ Frühwald, W. ¿Cultura del conocimiento o mercado del conocimiento? Acerca de la nueva ideología de la Universidad, en <http://www.ibe.unesco.org/publications/prospects>, abril-mayo 2002, consultado en marzo 2007.

⁹ En este artículo se lee: "Palabras como mercado de capital y mercado empresario son comunes en un mundo relacionado con el dinero o productos que se venden y alguien compra. En la web lo que se comercia no es un producto o un servicio sino directamente información y de allí surge el mercado del conocimiento. Un estudio elaborado por la consultora Giga Information Group derivó en la conclusión de que la aparición de Internet y especialmente de los portales web ha revalorizado y relanzado el mercado del conocimiento[...]. Según este estudio los intercambios de conocimiento son equivalentes a la venta de cualquier producto en un comercio, pero en este caso lo que se vende y compra es propiedad intelectual y capital ideológico". (Goldberger, 2001).

⁶ Se entiende por conocimiento, en este caso, las relaciones lógicas entre algunos elementos de un hecho y que dan cuenta del mismo, las cuales han sido comprobadas y demostradas en distintos escenarios, en algunos de cuyos casos pueden llegar a ser consideradas como relaciones necesarias 'de facto'. Por necesidad 'de facto' se entiende que cuantas veces se reproduzca el fenómeno tanto en la naturaleza, como en condiciones controladas se encontrarán las mismas relaciones de dependencia entre las variables en juego por lo que pueden ser consideradas como posible explicación del hecho.

⁵ Cualquier persona interesada puede constatar el número de referencias que se encuentran al consultar en la red lo concerniente al término 'tesis'. Por obvias razones no se menciona aquí la forma exacta en que se hizo la consulta, simplemente por no dar ideas, por ello únicamente se pone una de las variables que entraron en la misma.

amplia difusión, es inocua o ingenua. El hecho de que ‘*información*’ se haga, o se pretenda hacer, co-extensiva a ‘*conocimiento*’ implica ya una posición frente a la una y frente al otro; esto quiere decir que se debe de dilucidar lo que tales afirmaciones suponen, puesto que lo que se diga sobre ellos determina el sentido mismo de lo que se pone en ‘venta’ en ese nuevo modo de mercadeo.

Si, adicionalmente a la dificultad teórica de dilucidar el sentido de los términos utilizados, aceptamos que lo que se pretenda decir por cada uno de ellos se está concibiendo en los marcos referenciales de un nuevo escenario, como es el que atañe a la compra-venta, es decir al mercado, entonces la dificultad aumenta. Basta una aproximación somera a los lineamientos que rigen a esta actividad, tal como los planteara su más acérrimo defensor,¹⁰ para que se entienda que ligado al mismo concepto de mercado está el concepto de ‘competencia’, es decir, el concurso y porfía que implica el colocar lo que se ofrece, por encima de otros que intentan hacer lo mismo.¹¹ En este caso lo que se ofrece es considerado, por un lado, información y, por otro, conocimiento.

En ambos casos el quehacer universitario se encuentra en una encrucijada, es decir, entre dos frentes con nuevos matices, aunque indudablemente resulta más compelido por el segundo, que por el primero. En efecto, la información puede fluir por una inmensidad de canales, no necesariamente académicos, ni unidos indefectiblemente a dicha actividad. No así el conocimiento, el cual ha estado, en distintas épocas, más o menos ligado en su producción a la actividad de estas vetustas y venerables instituciones. Es verdad que han habido ciertas ocasiones en las cuales la generación de conocimientos no ha pasado necesariamente por las universidades, tal es el caso de lo que ocurrió entre los siglos XVII y XVIII, cuando la acción universitaria en la producción científica fue sustituida por la llamadas ‘Sociedades’ o ‘Academias de la Ciencia’, hasta que Kant, desde su labor universitaria, volvió a introducir los elementos de la ciencia en la discusión académica y con ello se propició en Alemania una reconducción de esas instituciones a la producción científica. Sin embargo, es verdad también que por esa misma época en Francia las necesidades de la expansión napoleónica pusieron nuevas reglas de juego a la producción cognoscitiva de las universidades y fueron añadidos los institutos dedicados a la investigación, mientras que las antiguas facultades fueron dedicadas preponderantemente a la docencia.¹²

¹⁰ Al decir esa frase estoy pensando en la famosa obra de Adam Smith publicada en 1776: “*An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*” (*Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*).

¹¹ Así define “competencia” el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

¹² A este respecto puede consultarse el citado artículo de Wolfgang Frühwald, pp. 8-10, así como César Mureddu, “Educación y Universidad”, *Estudios*, 39-40, ITAM, México, 1994-1995, pp. 21 a 48.

El que hoy las instituciones de educación superior, sobre todo las universidades, se vean impulsadas o tentadas a maquilar y transmitir información, en vez de generar conocimiento, con lo que imitan a las actividades y objetivos de los tecnológicos y de muchas instituciones privadas, las pone en la ruta de perder su propia identidad y, con ello, dar pie a que los argumentos que en su contra se elaboren sean aún más contundentes, corriendo el riesgo de ser consideradas como innecesarias para el avance tanto de la tecnología como de la ciencia.

Además, si las universidades, es decir las comunidades universitarias, contribuyen a mantener la confusión y el equívoco entre información y conocimiento, desde su interior se comenzará a generar una transformación de su actividad que tenderá a resaltar la cantidad de información y no la calidad de la misma. Tenderá, adicionalmente, a propiciar la recopilación de información en vez de la generación del conocimiento.

Ahora bien, puestas las universidades en esta ruta, lo primero que se viene a la mente es si ellas tendrán la *competencia*, es decir, la aptitud y destreza que se exige para *competir*, esto es, para entrar en la lid de la venta de la información, si es que ésta se confunde con conocimiento. Pareciera que algunos de sus integrantes, al caer víctimas de esta confusión, sintiesen profundas dudas de tal capacidad. No en balde asistimos a una serie de certificaciones y calificaciones dadas por organismos, muchas veces ‘fantasmas’, dedicados a calificar como competentes a quienes deben otorgar las competencias. Con lo anterior vuelve a surgir la duda, porque ¿quién nos garantiza que los certificadores realmente estén capacitados para certificar a las instituciones que otorgan las ahora tan importantes competencias? En nuestro país, por lo menos en su último siglo de vida académica, no existe institución educativa de mayor nivel que las universidades para otorgar los títulos y licencias para el ejercicio de una profesión. Aún más, cuando a nivel mundial se generaron otras, como los tecnológicos y los politécnicos, siempre tuvieron a las univer-



Fotografía: José Ventura

sidades como el parámetro seguro para medir sus capacidades, en la dura y difícil tarea de otorgar competencias.

No en vano debemos recurrir a la segunda gran regla del mercado para intentar salir de este embrollo. Sin embargo, no lo podemos hacer a menos que queden aclaradas tanto la regla del mercado como la situación que ésta introduce en el quehacer de las universidades. La regla de oro del mercado es la libre competencia, pero la situación en que por ella se coloca a la universidad al considerarla como vendedora de información no es para nada clara. La pregunta que aquí surge es en sí misma interesante, como lo son los términos en que debe ser enunciada. Nos encontraríamos con algo semejante a lo siguiente: *¿Es acaso competente la universidad para entrar en competencia con otras instituciones en la venta de información, si es en la acumulación de información donde se pretenden basar las competencias profesionales?*

La respuesta a tan ardua y enredada pregunta no es nada fácil y menos aún si se trata de responder bajo los parámetros que exige el avance de la tecnología: la rapidez y la eficiencia. De hacerlo así, bajo esa demarcación, nos estaríamos dirigiendo a una pregunta todavía más espinosa:

¿Acaso es necesaria la universidad para la educación superior?

El sólo enunciado nos introduce en un mar nada tranquilo como para transitarlo con relativa seguridad. Para intentar esclarecer estas dos últimas preguntas me parece del todo punto necesario reflexionar sobre las palabras que Wolfgang Frühwald (2002) escribe en su artículo de prospectiva:

Así como la historia de la ciencia ha pasado a ser la historia del repliegue del lenguaje, la de las dudas acerca del lenguaje y la experiencia lingüística, y así como se hace patente el abandono del “verbalismo” de la cultura en otros ámbitos sociales, económicos, políticos culturales y científicos (al que se designa como el *giro icónico* de nuestra cultura), la universidad también cambia. Ante todo es sensible a las exigencias poco razonables del mercado y a una ideología que reviste la forma de una teoría económica comercial transformada en ideología. La implantación de esta *ideología del máximo rendimiento de los recursos invertidos* empezó con la reestructuración de las universidades británicas en el decenio de 1980[...]. (p.7).

No detengamos la reflexión debido a lo extenso de la cita. Por el contrario, el encontrar una resonancia en personajes de otras latitudes, sometidos, supuestamente, a otro tipo de presiones, pero que coinciden en denunciar que algo está pasando en la universidad que no va de acuerdo con su propio hacer, no deja de ser estimulante y puede servir para deshacer el nudo que representan las dos preguntas planteadas. En

efecto, si ligamos la mera transmisión de información al lenguaje (tal es el sentido del ‘verbalismo’ que aparece en el texto citado), si la misma ciencia ha disminuido cada vez más el uso del lenguaje cotidiano para refugiarse en formas lingüísticas pertenecientes a un sector de sentido restringido¹³ y si, adicionalmente, el uso constante del lenguaje visual ha sustituido progresivamente a la capacidad de pensamiento lógico-abstracto que exige la lectura del lenguaje escrito, entonces, es fácil comprender que la universidad se haya perdido en un mar de ignorancias y deficiencias que pretenden ser suplidas por información técnica de amplia y fácil aplicación. Eso es lo que significa el haber dejado que la actividad académica se haya visto cabalgada por esa ideología del máximo rendimiento de los recursos invertidos,¹⁴ es decir, por la ley del mayor impacto en el público consumidor, en virtud de vender los artículos de mayor aplicabilidad. Con ello se delinea el nuevo parámetro con que se mide la calidad académica de las universidades, esto es, su impacto en el mercado, lo que equivale a ser medidos por el mayor o menor lugar que se ocupe en el *ranking*.¹⁵

Lo anterior nos llevaría a decir que frente a la rapidez con que la información viaja por la supercarretera cibernética, tal pareciera que la universidad no tiene nada que hacer. Es decir, la universidad en sus planes de estudio jamás podrá incorporar lo último de lo último que acabe de ser consignado en el micro segundo anterior en cualquiera de las ramas del saber que fundamenten un actuar propio de una profesión. El sólo pensarlo dejaría fuera a todas las universidades del mundo. Lo anterior puede ser llevado al absurdo y por tanto se podría concluir que ‘la universidad hoy no es competente para otorgar títulos de competencia profesional’, porque no tiene el modo de haber incorporado, en el instrumento pedagógico llamado ‘plan de estudios’, aquello que acaba de ser publicado en tal sector profesional y que a algún certificador se le pudiera ‘ocurrir’ que es de suma importancia para tal profesión porque lo ‘leyó’, es decir, apareció entre la lista de las últimas publicaciones que sobre el tema registró *Google* o *Amazon*;¹⁶ lo cual no significa que tenga algo en contra

¹³ Para comprender mejor lo que se refiere con los sectores de sentido restringido es conveniente consultar la obra de Peter Berger y Thomas Luckmann, titulada, *La construcción social de la realidad*, traducida al español por Amorrortu Editores, Buenos Aires, 8ª reimpresión, 2003.

¹⁴ El propio autor cita a un eximio miembro del Instituto de Educación de la Universidad de Londres, Ronald Barnett, el cual titula uno de sus últimos libros *Beyond all reason: living with ideology in universities*, publicado por Open University Press, Celtic Court, en diciembre, 2002, donde precisamente se alude a la nula razón que asiste al vivir universitario contemporáneo, por encontrarse atoisgado por la ideología de mercado.

¹⁵ Según el Diccionario Oxford es la *asignación de un rango*, que en este caso se refiere al mayor o menor impacto y popularidad que una institución goza entre la población, con lo que vuelve a establecerse la confusión entre calidad y cantidad.

¹⁶ Google.com es una organización que se dedica a colocar en la red todo tipo de datos que pudieran considerarse de utilidad para un usuario que busca información, es uno de los buscadores de información más conocidos y la información que contiene sirve, generalmente, como un primer contacto con un tema, persona, organización, etc. Amazon.com, por el contrario, es una gran compañía de ventas

de estas dos extraordinarias herramientas de la búsqueda de información contemporánea.

Pero si conservamos el equívoco entre ‘conocimiento’ e ‘información’ y tendemos a unirlos, de tal forma que definimos a la sociedad contemporánea como ‘sociedad del conocimiento’ por el uso y el manejo que en ella se realiza de extraordinarios volúmenes de información, estamos clausurando totalmente la posibilidad de responder de manera distinta a las preguntas que se han planteado en torno a la competencia de la universidad para otorgar competencias profesionales.

Sociedad de consumo/sociedad de información

La universidad y, por supuesto, los miembros de la comunidad universitaria no podemos y, es más, no debemos quedarnos inermes frente a esta confusión y mercadeo de medias verdades o medias mentiras. Si algunos teóricos dicen que Marx se adelantó a su tiempo y vislumbró los avances que la tecnología traería a la humanidad,¹⁷ lo que ni siquiera imaginó fue la capacidad del mercado para pervertir cualquier actividad humana y convertirla en mercancía. Tal es el caso del conocimiento y máxime si se confunde con información.

El consumo actual de la información ha llegado a tal punto que ‘modas’ o ‘tendencias’, tomadas como expresiones lingüísticas que en alguna ocasión del desarrollo científico tecnológico se utilizaron para designar teorías planteadas para tratar de entender un hecho natural o social, parecen ser ahora términos obsoletos. Ya nadie se preocupa por saber cuáles son las teorías existen-

por la red que comenzó distribuyendo fundamentalmente libros, tanto nuevos como usados, y ahora ha extendido considerablemente su rango a otro tipo de mercancías.

¹⁷ Consúltase a este respecto el informe de la UNESCO sobre sociedades del conocimiento, publicado por ese organismo internacional en 2005.

tes en torno a un determinado hecho o interrogante humano, lo que importa es tener a la mano aquella información necesaria para saber qué hacer en caso de que surja alguna duda.

Si esto es lo que ocurre no nos encontramos frente a una sociedad del conocimiento, estamos, más bien, frente a una sociedad de consumo que consume y deshecha la información que obtuvo en torno a algo (y ahora con rapidez cibernética), pero que no produce conocimiento válido alguno respecto a la más pequeña interrogante humana sobre sí, sobre el entorno o sobre los demás. Estamos frente a una sociedad que se mueve por el eslogan que más *ranking* haya obtenido. Como es fácil comprender, la acción educativa de nivel superior que define a la universidad no puede quedarse en este nivel. Por el contrario, la universidad sólo puede legitimarse, en una condición tan cambiante como la que actualmente le presenta el mundo informativo, si logra asumir conscientemente aquella labor del colectivo humano que le dio origen: generar conocimientos y formar el intelecto de los seres humanos.

Retos futuros. A modo de conclusión

Es imposible pretender ignorar el reto que plantea el tiempo actual a la universidad cuando una tesis puede ser “comprada” en Internet y con su compra se adquiere, por el mismo módico precio, la competencia y habilidad para explicar y defender lo que en ella se haya escrito. No cabe duda que situaciones de este género hacen dudar a cualquiera.

Por tanto, el eje de la discusión y del razonamiento debe ser desplazado. No podemos abdicar a la función investigadora de la universidad so pretexto de que en países como el nuestro la investigación científica nunca igualará en sus logros a la que se produce en los países altamente industrializados, porque no podemos competir con ellos

en cuanto a la tecnología que se utiliza para obtener y validar el conocimiento. Afirmar tal cosa no pasa de ser una falacia, como lo es pensar que por tener la mejor computadora del mundo se es el más inteligente del planeta.

Aceptar ese estado de cosas sería como aceptar que el futuro ya nos alcanzó. Si así fuese, podríamos dejar en manos de la información que fluye por la red el llenado de los intelectos de los estudiantes, si pensamos que con ello pudiesen adquirir la competencia para el ejercicio de la profesión o del trabajo que hayan escogido. Siendo así, siempre quedaría en duda si el simple llenado de información genera en los estudiantes el criterio para saber interpretar la información recibida o encontrada.

Este último aserto es el fundamento del conocimiento científico en tanto actividad humana que interpreta lo que acaece en ese entorno social y natural llamado realidad. Es decir, la base de la actividad de investigación, en tanto generadora de conocimiento válido y validable, en virtud de su contraste con lo que ocurre y con lo que otros seres humanos han dicho sobre ello al analizarlo con ánimo igualmente científico, consiste, justamente, en la capacidad interpretativa que tiene el intelecto humano, por la cual no nos quedamos únicamente con las constataciones de lo que ocurre, o de la noticia o información que encontramos, vamos siempre más allá. Ese ir más allá sólo se forma en el contexto del ejercicio de la inteligencia que no sólo aplica, sino busca; que no sólo recibe, sino inquiere. Esos procesos son lo propiamente representativo del quehacer universitario.

Si la institución educativa del más alto nivel no quiere quedarse fuera del contexto actual y desea conservar la legendaria función social que le dio origen, necesita replantear muchas de sus prácticas, sin abandonar jamás el sentido que las originó.

Bibliografía

- Bajo Reserva (2007, marzo 15). Columna editorial, del periódico *El Universal*.
- Barnett, R. (2002). *Beyond all reason: living with ideology in universities*. (Más allá de toda razón: vivir con ideología en las universidades). Open University Press, Celtic Court.
- Berger, P. y Thomas L. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goldberger, R. (2001, abril 4). "El mercado de conocimiento está en alza". *Clarín*. Argentina.
- Frühwald, W. (2002, abril-mayo). *¿Cultura del Conocimiento o mercado del conocimiento? Acerca de la nueva ideología de la Universidad*. Obtenido en marzo de 2007, desde <http://www.ibe.unesco.org/publications/Prospects>
- Mureddu, C. (1994-1995). "Educación y Universidad". *Estudios*. 39-40. México: ITAM pp. 21 a 48.
- Oxford Study Dictionary*. (1991). Oxford: University Press.
- Smith A. (1776). "An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations" (*Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*). London.
- UNESCO. (2005). *Informe sobre la Sociedad de Conocimiento*. Ginebra: UNESCO.
- Zárraga, P. (2007, enero 2). "Crece mercado de tesis

