

**Reseña bibliográfica *Conocimiento y dinero: las universidades de investigación y la paradoja del mercado* de Roger Geiger (2011).**

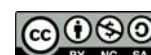
**Magalí Turkenich**

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación - Universidad Nacional de La Plata (FaHCE-UNLP)  
Centro REDES  
Argentina  
[magturkenich@gmail.com](mailto:magturkenich@gmail.com)

**Cita sugerida:** Turkenich, M. (2015). [Reseña de: *Conocimiento y dinero. Las universidades de investigación y la paradoja del mercado* de Roger L. Geiger]. *Cuestiones de Sociología*, nº 12, 2015. Recuperado de: <http://www.cuestionessociologia.fahce.unlp.edu.ar/article/view/CSn12a13>

*Conocimiento y dinero: las universidades de investigación y la paradoja del mercado*, de Roger Geiger, puede ser leído como la última parte de un estudio de largo aliento sobre la historia de las universidades de investigación en Norteamérica, aquellas “centradas en la promoción del conocimiento mediante investigación y becas, educación doctoral e instrucción de grado” (p. 20).

La primera parte de su trabajo investigativo la desarrolla en su libro *To advance knowledge: the growth of american research universities 1900-1940* (1986), en el que analiza la convergencia entre el surgimiento de las universidades de investigación, el desafío de posicionar a los académicos y científicos locales al nivel de los de Europa Occidental y el rol de las fundaciones filantrópicas en la consecución de aquel objetivo. La segunda entrega, *Research and relevant knowledge: American research universities since World War II* (1993), da cuenta del nuevo rol del Estado -el Gobierno Federal- en tanto mecenas y principal consumidor de la investigación académica: la investigación al servicio de las necesidades de la Nación. Esta relación, dice el autor, comienza a modificarse junto al ocaso del Estado benefactor y la emergencia del neoliberalismo. Allí, al inicio de la década de 1980, “se realizó un esfuerzo coordinado para relacionar más estrechamente la investigación académica con la economía civil” (p. 15). Las consecuencias de estas transformaciones son el objeto del nuevo libro.



De un lado, *Conocimiento y dinero* continúa la obra precedente, retoma el análisis en el punto de inflexión ocurrido en los '80 y se extiende hasta el momento en que escribe. De otro lado, sin embargo, este texto se aleja de los anteriores: el enfoque que adopta y el tipo de análisis que realiza lo acercan más al campo de los estudios de una sociología económica de la educación superior. Aquí el autor se sumerge en el examen de redes complejas de influencias y relaciones entre la producción de conocimiento en la universidad, la política y el interés privado.

Con un sorprendente detalle, Geiger aborda el funcionamiento de las universidades de su país a partir del análisis de datos obtenidos de fuentes nacionales, estatales e institucionales. Circunscribe el objeto a 99 universidades -33 privadas y 66 públicas-centrales en la educación superior de Estados Unidos, que en conjunto realizan aproximadamente el 75% de la investigación académica nacional y otorgan el 68% de los doctorados.

La idea central que recorre el libro comienza a plantearse en el título: en los últimos 20 años, la creciente relación de las universidades de investigación con el mercado trajo a las instituciones mayores recursos, mejores estudiantes y un rol más productivo en la economía norteamericana; pero, al mismo tiempo, "ha reducido la soberanía de las universidades en sus propias actividades, ha debilitado su misión de servir al público y ha creado el potencial de minar sus roles privilegiados como árbitros desinteresados del conocimiento" (p. 403).

A lo largo de seis capítulos, el autor da cuenta de la incidencia de las fuerzas del mercado en cuatro ámbitos centrales de la universidad: los costos, la formación de grado, la investigación académica y en los vínculos con la industria y el desarrollo económico.

Geiger comienza describiendo la estructura organizativa y de costos de las universidades de investigación. Se detiene en el análisis del mercado de estudiantes y sus procesos de admisión y cómo a través de los aranceles han logrado aumentar significativamente los ingresos. Analiza el modo en que la política de admisiones selectivas -"la pelea por los mejores estudiantes"- condujo a aumentar el "consumismo estudiantil" y operó en detrimento de la enseñanza.

El autor presta especial atención a los resultados de la política de "costos altos/ayuda financiera alta" (*hightuition/highaid*), una medida que al mismo tiempo que impactó positivamente en la generación de fondos generó en los estudiantes con menores ingresos grandes niveles de endeudamiento. Las universidades privadas más ricas se enriquecieron

aún más gracias al aumento de los aranceles, a una mayor demanda de aspirantes, donaciones e inversiones.

Se produjo así una dinámica espiralada de recursos-prestigio-pelea por los mejores estudiantes-docentes-investigación-recursos que benefició ampliamente a los sectores privados por sobre los públicos y, dentro del conjunto de las universidades públicas, favoreció a las de élite, y dejó claramente segmentado el escenario de las universidades de investigación. La expresión que utiliza el autor, *Rich get richer* (el dinero atrae al dinero), resume este proceso.

Otro de los ejes abordados analiza el modo en que los vínculos cada vez más estrechos entre la producción de conocimiento y la industria han hecho de la actividad investigativa un ámbito cada vez más autónomo dentro de la universidad, con mayor dinamismo y expansión que la actividad docente.

Estos vínculos universidades de investigación/industria fueron alentados por la sanción en la década de 1980 de dos leyes clave: la “*Stevenson-Wydler Technology Transfer Act*”, que fue pensada para facilitar la cooperación entre laboratorios públicos, universidades y empresas; y la “*Bayh-Dole Act*”, que otorgó a las universidades y centros de investigación la posibilidad de percibir derechos de propiedad intelectual por trabajos realizados con fondos públicos.

Aquí retornamos al punto inicial: en términos de los vínculos entre la producción y los usos del conocimiento aparece la idea del desarrollo económico basado en la investigación que, en un contexto donde lo que prima es el interés privado, promueve finalmente el uso de conocimientos para productos susceptibles de ser comercializados. Mayores fondos para la investigación, mayor cantidad de estudiantes y menor sentido público de la investigación académica. Esa es la paradoja del mercado.

En síntesis, tal como plantea Geiger: “El mercado –en realidad una cantidad de mercados diferentes – a fin de cuentas fue generoso con las universidades, ¿pero con qué efecto final?” (p. 22).

### **Referencia bibliográfica**

Geiger, Roger (2011) *Conocimiento y dinero: las universidades de investigación y la paradoja del mercado*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.