



**PERFILES
EDUCATIVOS**

ISSN 0185-2698

Didriksson Takayanagui, Axel (2002)
**“EDITORIAL: LA COMERCIALIZACIÓN
DE SERVICIOS EDUCATIVOS”**
en Perfiles Educativos, Vol. 24 No. 97-98 pp. 2-5.

Desde su muy frecuente postura defensiva (ya sea ante los maestros disidentes que le impiden el paso a sus oficinas en la calle de Argentina, en la ciudad de México, o ante los rectores que le indican caminos insospechados, o bien frente a los afanes “educadores” de la primera dama, o ante una realidad internacional que se le sale de las manos), la titularidad de la Secretaría de Educación Pública (SEP), pero también su contraparte directa del gobierno federal, declara, opina, confirma e informa como si la realidad estuviera de su lado, y al parecer no es así.

Para el caso, cabe un botón de muestra: las diferentes pero coincidentes declaraciones de los voceros y del titular de la SEP, respecto al debate que se ha suscitado sobre la suscripción de acuerdos bajo la responsabilidad de la Secretaría de Economía del gobierno federal, para promover la apertura comercial de los servicios educativos, particularmente, y por ser los más espinosos, los de la enseñanza superior.

En las declaraciones del titular de la SEP o de otros voceros se ha afirmado que “de ninguna manera” el gobierno mexicano abrirá su sistema educativo a la inversión extranjera, y que en todos los foros que se presentan, dicen, no “habrá ningún tipo de negociación” al respecto. La verdad de las cosas es que no es así.

Con el gobierno del PRI y ahora con el del PAN, México inició y ha continuado favorablemente, en un franco proceso de apertura, el comercio de servicios educativos y de educación superior, desde la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) hasta los referidos a la liberación de los mercados educativos en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC). En cuanto al conjunto de términos en los que se lleva a cabo la comercialización internacional de los servicios educativos, México sólo ha puesto trabas en un solo aspecto, por cierto muy relativo: el de imponer (con toda la fuerza trémula con la que actúa el gobierno actual) como límite de participación en el capital de la empresa prestadora de servicios educativos, 49% de inversión extranjera. Sin embargo, desde su muy “firme disposición”, esto puede diluirse si la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, dependiente de la Secretaría de Economía (en la cual, por cierto, la SEP no participa sino por pedido), llega a autorizar que la inversión llegue hasta 100%. Aquí no hay problema, porque los criterios son tan laxos como los del libre comercio.

Lo anterior quiere decir que en la práctica el gobierno mexicano ha abierto el mercado educativo mexicano desde un enfoque gradual pero irreversible (porque, como se sabe: lo que entra en el mercado no tiene vuelta atrás), incluyendo los de la enseñanza universitaria.

Las modalidades en las que se ejerce la mercantilización de la educación, desde el TLC y la OMC, están en correspondencia con la denominada Lista de Clasificación Sectorial de los Servicios de la OMC (MTN:GNS/W/120), la cual, si bien no es nueva, sí introduce modalidades específicas. En la denominación de este organismo, las mismas hacen referencia a diferencias en los “modos de suministro”. Por supuesto que para la OMC no existe ningún problema en considerar como una mercancía más a la educación, por lo que las consecuencias de sus acuerdos y resoluciones, que son enmarcados desde las políticas de liberación comercial incrementales, no guardan ningún prurito.

Son cuatro los “modos de suministro” en los que se lleva a cabo la comercialización de los servicios educativos, mediante los acuerdos suscritos por los gobiernos con la OMC, y, en todos, el gobierno mexicano está involucrado directamente. El primero hace referencia a la provisión de servicios educativos transfronterizos, que van de un país a otro, y que no implican que el consumidor se mueva “físicamente”; por ejemplo, los de educación a distancia y los servicios denominados como de *e-learning*. El segundo se refiere al uso y valor del servicio educativo que realiza el consumidor en otro país (*consumption abroad*). El tercer “modo de suministro” se denomina de “presencia comercial”, esto es, en donde un proveedor comercial se establece en otro país para ofrecer su servicio educativo. El cuarto modo es el de la comercialización del servicio educativo, que ocurre cuando las personas viajan a otro país, de forma temporal, para adquirir un determinado servicio educativo.

En todas estas modalidades existe presencia extranjera en el país, pero aún la inversión directa en la educación superior sigue siendo la menor. En los demás aspectos existe un verdadero auge, sobre todo en beneficio del capital que proviene de Estados Unidos, puesto que, como país, se beneficia de forma dominante en el ámbito internacional en este tipo de comercio, dado el número creciente de jóvenes que cursan estudios y efectúan intercambios educativos. Asimismo, la gran mayoría de empresas de *e-learning* que están llegando a nuestro país provienen de Estados Unidos. Éste es el principal país exportador de servicios de enseñanza y tiene en México un mercado abierto y provechoso, sin ningún tipo de restricción (porque la restricción señalada de 49%, de seguir así las cosas, será un mito dentro de muy poco). Para ese país, la liberalización del comercio de servicios educativos no representa una amenaza muy importante, puesto que, como señala Philip Altbach (2003), con los 547 mil estudiantes foráneos que tiene y con

la contribución de 11 mil millones de dólares que gastan al estudiar en las universidades de Estados Unidos, la idea de que sus universidades deben buscar nuevos mercados para su negocio resulta ser bastante relativa. Como lo menciona este autor:

El hecho es que Estados Unidos continuará siendo un beneficiario mayor y que, incluso con mercados completamente abiertos, los proveedores en otros países tendrán poco margen para incursionar en el enorme mercado estadounidense de educación postsecundaria. El argumento aquí es que abrir aún más el mercado mundial para productos y servicios educativos beneficiará a Estados Unidos al facilitar sus exportaciones, mientras que otros países seguirán teniendo escaso potencial para penetrar en el bien desarrollado y muy complejo mercado educativo estadounidense. Estados Unidos posee una enorme ventaja educativa en el nivel postsecundario. No sólo tienen por mucho el más grande sistema académico del mundo sino que también éste es ampliamente percibido como el mejor. Es extremadamente inusual que un país reivindique tanto el mercado de masas como el de élite, pero tal es el caso en la educación superior. Además, Estados Unidos tiene ventajas no sólo en sus tradicionales colleges y universidades sino en los mercados auxiliares como aplicación de exámenes, entrenamiento especializado, el control de redes informativas (como Lexus-Nexus) y otros.

De acuerdo con información sistematizada por Sylvie Didou (2002), “en México el comercio de servicios en educación superior, sobre todo de influencia estadounidense, se hace patente en: a) la existencia de numerosas sedes de universidades extranjeras; b) la oferta de educación a distancia y del tipo *e-learning*; c) una serie creciente de franquicias; d) alianzas interuniversitarias de nacionales con extranjeras, y en una aún incipiente presencia de universidades extranjeras”.

Por su parte el reconocimiento oficial del problema por parte de la SEP se ha concentrado en insistir que no permitirá sobrepasar 49% de la inversión extranjera en la comercialización del servicio educativo, pero esto parece ser más una expresión de impotencia y de falta de información, que de postura clara y definida, dado que las negociaciones sobre la materia se llevan a cabo por parte de la Secretaría de Economía, y la SEP parece que está más que rebasada.

En los hechos, el servicio educativo está ya penetrado por extranjeros. De no intervenir las propias instituciones universitarias de forma decidida (sobre todo las de carácter público), así como las instancias que las repre-

sentan, como la ANUIES, la falta de visión y el dejar hacer y dejar pasar (sobre todo) empezarán a modificar lo que hasta ahora ha sido (los conocimientos y la educación) una materia de bien público, para regirla por el interés meramente comercial y privado, como si ésta fuera una simple mercancía.

Axel Didriksson
Agosto de 2003

REFERENCIAS

- ALTBACH, Philip G. (2003), "Why the United States will not be a market for foreign higher education products: a case against GATS", en: *International Higher Education*, Boston College, núm. 31, primavera.
- DIDOU A., Sylvie (2002), "Transnacionalización de la educación superior y aseguramiento de la calidad en México", en: *Revista de la Educación Superior*, vol. XXI (4), núm. 124, octubre-diciembre.