

parece ser el caso. Los problemas con las mediciones de la excelencia docente fueron analizados en la sección anterior, y los estudios demuestran que los estudiantes tienden a no usar la información de esta manera para tomar sus decisiones.

Lo anterior revela que tanto los métodos ejemplares como los cartográficos se basan en teorías de cambio erróneas. Se puede idear un método alternativo basado en la ley de Goodhart. Si incluimos pruebas de la magnitud de la participación institucional y que sus investigaciones demuestren que apoyan la enseñanza y el aprendizaje de alta calidad en nuestras mediciones de excelencia docente, entonces es probable que esto lleve a las instituciones a mejorar sus prácticas. Con base en esta revisión de cómo la excelencia docente en todo el sistema puede ser mejorada, la definición del tercer principio es: potenciar el desempeño en las mediciones de excelencia docente solo debería ser posible con mejoras en las prácticas docentes. ▲

La información y los mercados en la educación superior

Janja Komljenovic

La educación superior está cada vez más comercializada en todo el mundo. Sin embargo, para que funcionen los mercados de educación superior, no es suficiente cambiar una ley o introducir aranceles. En mi capítulo reciente publicado en el libro *Changing Higher Education for a Changing World* [Cómo cambiar la educación superior para un mundo variable], analizo el rol de los dispositivos de mercado. Si bien esta es una categoría amplia e incluye desde etiquetas de precios hasta carritos de compras, desde pantallas de computadores hasta análisis de datos, desde fórmulas hasta rankings, y mucho más, estudié las herramientas de información de mercado en la educación superior. A través de cuatro viñetas ilustrativas, analizo cómo estas herramientas permiten el trabajo de la creación de mercados.

Las cuatro viñetas

Las herramientas de información de mercado que se analizaron fueron Unistats (ahora Discover Uni), una página web británica que entrega información sobre programas de estudio a futuros estudiantes. Unistats tenía una visualización enfocada al usuario que resaltaba ciertas características de programas y universidades, pero al buscar otra información era difícil de encontrar o no estaba disponible. La segunda viñeta examinada ilustra los mensajes de marketing de Coursera a sus clientes corporativos. Los números y mensajes que Coursera comunica a sus clientes enmarcan un tipo particular de realidad en la que la calidad está determinada por las marcas universitarias y su reputación, y el valor de los cursos MOOC por el cálculo monetizado de las capacidades adquiridas. La tercera viñeta aborda los intermediarios de los agentes de admisión de estudiantes extranjeros. Los eventos organizados por estos intermediarios actúan como información de mercado que indica la seguridad en la que las universidades pueden confiar. Por último, se examinan los datos y el análisis de LinkedIn sobre trabajos y capacidades. Los algoritmos de LinkedIn, basados en efectos de red, presentan el valor de ciertas habilidades, clasifican a los candidatos con los trabajos y permiten diversas oportunidades de aprendizaje y trabajo. Si bien varios dispositivos mostrados en las cuatro viñetas son específicos en la forma en que funcionan, también tienen más en común de lo que uno podría pensar a primera vista.

Abstracto

La comercialización de la educación superior necesita un estado de apoyo y una legislación amigable. Sin embargo, es necesario contar con más factores para que los mercados funcionen. Los mercados necesitan agentes de mercado, que calculen y actúen de acuerdo con la lógica económica. Los dispositivos de mercado ayudan a convertir a los estudiantes, el personal, los empleadores y otros individuos en dichos agentes. En este artículo, abordo el caso de las herramientas de información de mercado que nos permiten calcular en términos económicos, organizar lo que consideramos valioso y construir futuros sociales.

Si bien las herramientas de información de mercado están destinadas a aportar transparencia al sistema, y lo hacen hasta cierto punto, son al mismo tiempo poco claras

Los dispositivos de mercado permiten que los agentes calculen

Las herramientas de información de mercado equipan a los agentes con información lista expresada en una forma particular. Los propios dispositivos calculan, comparan y brindan a las personas soluciones listas. Por ejemplo, los datos y las sugerencias de LinkedIn sobre las personas, sus habilidades, cursos de formación y sugerencias de empleo están todos basados en sus algoritmos. La propia naturaleza y lógica de estos dispositivos se vuelven esenciales para la naturaleza de los mercados de educación superior porque intervienen en el pensamiento, la búsqueda de significados y la toma de decisiones de los individuos. No nacemos como "homo economicus", pero nos convertimos en uno con la ayuda de tales herramientas. Más aún, nos convertimos en un tipo particular de "homo economicus", el que calcula con la información y las soluciones ofrecidas por los dispositivos de mercado.

Los dispositivos de mercado son poco claros

Si bien las herramientas de información de mercado están destinadas a aportar transparencia al sistema, y lo hacen hasta cierto punto, son al mismo tiempo poco claras. Se basan en varios pasos de clasificación antes de publicar cierta información. Por ejemplo, los rankings universitarios y las tablas de posiciones se basan en medidas compuestas y multifacéticas. Al final, son presentadas como imparciales y confiables al mundo, pero en realidad también están interpretando, clasificando y estructurando tal mundo. Si bien, por un lado, las herramientas de información de mercado cumplen la función de informar a los agentes de mercado y permitir su elección de cálculo, por otro lado, también son dispositivos para calificar y clasificar a individuos e instituciones.

Los dispositivos de mercado interactúan y estructuran nuevos criterios de valor

Cada uno a su manera, las herramientas de información de mercado determinan y estructuran nuevos criterios de valor. Por ejemplo, con sus criterios, los rankings universitarios y las tablas de posiciones determinan lo que comprendemos como calidad universitaria. Otro ejemplo es Coursera, el cual ofrece una visión monetizada sobre el valor de sus cursos MOOC para sus clientes corporativos. De esta forma, el valor económico de sus cursos se antepone a otras posibles formas de valor que aporta a los individuos que están cursando sus cursos, como el conocimiento mismo o el crecimiento personal.

Los dispositivos de mercado que se encuentran en la educación superior en todo el mundo a menudo interactúan en cierta medida o pueden compartirse entre los entornos de los mercados. Por ejemplo, las infraestructuras de Coursera y LinkedIn interactúan por Coursera, lo que permite a los asistentes de los cursos agregar títulos obtenidos y pagados en sus perfiles de LinkedIn con solo hacer clic en un botón. Otro ejemplo es donde los agentes de admisión utilizan la página web Discover Uni para asesorar a los estudiantes sobre dónde estudiar. Como las herramientas de información de mercado a menudo tienen un alcance mundial, las luchas de poder entre los diferentes marcos y lógicas de estos dispositivos también se vuelven globales. Al parecer, las herramientas de mercado de la educación superior representan el valor de la educación superior de manera individualizada, flexible, desagregada, mensurable y utilitaria.

Los dispositivos de mercado construyen el futuro social

Las herramientas de información de mercado representan un futuro en particular. Al ayudar a los individuos en sus cálculos y decisiones, contribuyen a la materialización de este futuro imaginado. Por ejemplo, Unistats ofrece información sobre los sueldos de los titulados para ciertos programas de estudio en universidades específicas. Si bien habrá sido información del pasado para los futuros titulados, aún podría comprenderse que revela el futuro en el presente. Cada herramienta de información de mercado presenta un futuro propio. Sin embargo, el tipo de futuro propuesto colectivamente parece ser cada vez más competitivo, digital, cuantificado y conectado.

¿Y ahora qué?

Las herramientas de información de mercado de la educación superior están siendo desarrolladas en tamaño (abarcan más temas), ámbito (aumentan los elementos abordados), tramo (diferentes herramientas que se extraen de los mismos conjuntos de datos pero que realizan diferentes combinaciones de datos y agregan algunos propios), y en temporalidad (histórica y futuro). Por lo tanto, es vital que los legisladores, las partes interesadas y otros usuarios comprendan cómo funcionan estas herramientas, ya que están contribuyendo a crear el sector de la educación superior en sus formas comer-

Janja Komljenovic es profesora de educación superior en la Universidad de Lancaster, Reino Unido. Correo electrónico: j.komljenovic@lancaster.ac.uk.

*Este artículo está basado en un capítulo de *Changing Higher Education for a Changing World [Cómo cambiar la educación superior para un mundo variable]*, editado por Claire Callender, William Locke y Simon Marginson, Bloomsbury. El libro fue creado en el Centro de Educación Superior Mundial, financiado por el Consejo de Investigación Económica y Social del Reino Unido, Oficina para Estudiantes e Investigación de Inglaterra.*

cializadas. Importa qué filtro se usa en una lista o qué fórmula se utiliza para un cálculo. No son decisiones apolíticas. Dado que los distintos dispositivos tienen diferentes consecuencias, un escrutinio crítico de su naturaleza y efectos que nos permite debatir cómo los mercados de educación superior pueden potenciar o empeorar la igualdad y la justicia sociales en general. ▲

Relaciones entre China y el mundo: ¿una guerra fría de la educación superior?

Lizhou Wang y Wen Wen

Hay indicios de que estamos en un punto de inflexión en las relaciones académicas y científicas de China con gran parte del resto del mundo. En este artículo, se presentan aspectos clave de las novedades actuales. Si bien los intercambios y la colaboración internacionales entre estudiantes, académicos e investigadores han contribuido considerablemente a la comprensión intercultural, la producción de conocimiento global, la investigación y a las publicaciones, en el momento de escribir este artículo, las relaciones se encuentran en una etapa más inestable.

Exclusión de la "influencia" china de los campus estadounidenses

La administración del presidente Trump ha estado imponiendo restricciones a la educación y los intercambios internacionales, como también ha estado impulsando una agenda de antiinmigración y espionaje extranjero. Durante la pandemia, el Servicio de Control de Inmigración y Aduanas de EE. UU. presentó una nueva política de inmigración que deportaría a los estudiantes extranjeros si no se presentaban a clases, aunque fue rescindida después de que las instituciones de educación superior y los fiscales generales de 20 estados presentaron una demanda. El Departamento de Seguridad Nacional de EE. UU. está planificando establecer un límite de cuatro años para los estudiantes extranjeros, para evitar que su competencia extranjera explote el entorno educativo del país.

Se impusieron más demandas a académicos e investigadores chinos con el argumento de que algunos pueden haber adquirido tecnología, datos y propiedad intelectual del país. En mayo, el presidente Donald Trump firmó una proclamación para prohibir que los estudiantes titulados e investigadores chinos que tengan vínculos con el Ejército Popular de Liberación ingresaran a los Estados Unidos, lo que afectaría a unos 3.000-4.000 estudiantes. Al poco tiempo, Estados Unidos revocó las visas de más de 1.000 estudiantes e investigadores chinos, ya que fueron considerados un riesgo para la seguridad. Además, los estudiantes que recibían fondos del Consejo de Becas de China (CSC, una agencia gubernamental responsable de los intercambios internacionales de estudiantes y académicos) fueron supervisados en los aeropuertos de EE. UU. Después de que comenzó el semestre de otoño, la Universidad del Norte de Texas puso fin a un programa de intercambio con 15 investigadores financiados por CSC y les pidió que abandonaran el país en 30 días. Además, las autoridades federales han dado término al programa de intercambio Fulbright en Hong Kong y China continental y han prohibido a los diplomáticos chinos visitar los campus universitarios sin el permiso del gobierno de Estados Unidos.

Las universidades, vistas como importantes campos de batalla por muchos funcionarios de la administración Trump, están bajo inspección porque sus laboratorios de-

Abstracto

En 2020, a medida que el discurso y las iniciativas de "desvinculación" o "la nueva Guerra Fría" se deterioraban entre Estados Unidos y China, la educación superior ha sido invariablemente criticada por su característica internacional. La educación superior está basada en la existencia de movimientos e intercambios globales, abiertos y libres que permiten a las instituciones y los individuos generar una producción científica. La forma en que la educación superior se mantiene firme en estos tiempos de crisis geopolítica es una pregunta vital para su futuro.