

¿La universidad como empresa o la empresa de la universidad? La filosofía: entre el ocio y el negocio

Resumen

La universidad, de un tiempo a esta fecha, por lo que hace o deja de hacer, se muestra ante el estudiante como un ente meramente administrativo que, en el transcurso de algunos años, tramita, a cambio de la aprobación de un conjunto de materias lectivas, la condición profesional o el status académico, requisitos que devienen en simples formalidades sociales de sus educandos. Del desarrollo integral del estudiante en toda su dimensión humana no hay vestigio, y el universitario se torna, en poco tiempo, en alguien que lucha, a la par con otros, contra una organización burocrática y mercantilista, que limita y masifica sus cualidades. Ese laberinto de aulas y programas en el que se ha convertido lamentablemente buena parte de la universidad nacional, pública o privada.

Uno de los principales factores de esta pérdida de sentido de la universidad es sostener que ella es una empresa, que instrumentaliza el *saber* cómo un medio, entre otros, de hacer *negocio* lucrativo. La lógica del negocio sería la prioridad de la universidad y la que ella termina instalando en la vida del futuro profesional. No obstante, cada vez que el saber se encapsuló en la lógica del negocio se devaluó el producto de ese maridaje: el estudiante. Su *humanitas* se hipotecó a un poder que lo doblega decisivamente: la del dinero. Recuérdese que la expresión más noble del saber, la filosofía, nació del ocio, del tiempo libre ilustrado aprovechado por algunos, allá por el siglo VI a. de C. en Grecia, para pensar sobre las preguntas fundamentales. El matrimonio era entre la filosofía y el ocio. Y el ocio se dice *otium* en latín, siendo la negación del *otium*, (del ocio, ese ocio fecundo y propicio al saber), *nec otium*, es decir, negocio. El negocio devino, así, en el quehacer por el cual se aprovecha el tiempo libre para lucrar en lugar de hacer algo por los otros o cultivar el espíritu. El negocio es el móvil de la empresa, su razón de ser, pero el de la universidad es pensar el valor de esa práctica, enseñar al ser humano a no sucumbir, sin la protesta de la razón, contra esa muerte del espíritu. Tal es la empresa de la universidad, estar vigilante, siempre, ante cualquier personaje, institución, poder, idea o valor que convierta al hombre en una cosa entre las cosas, una mercancía más del

ciclo económico. La empresa de la universidad, su vocación y destino, es asumir con denuedo la causa de la *humanitas*, ahora mucho más que antes.

La ponencia explicará, (apelando a una lectura de la Apología de Sócrates) esta oposición entre el ocio y el negocio y como el triunfo de la segunda sobre la primera (ejemplificada en la casi total erradicación de la filosofía de los estudios universitarios) explica, a su vez, la conversión de la universidad como empresa, en lugar de desentrañar la empresa o misión de la universidad, de la mano de la filosofía.