

Capitalisme acadèmic a Catalunya: el vincle entre universitat i empresa als webs universitaris¹

*Academic capitalism in Catalonia:
The university-industry relationship on university websites*

Pau BORI

Universitat Pompeu Fabra i Universitat de Belgrad

Data de recepció: 1 de març de 2022

Data d'acceptació: 28 d'abril de 2022

RESUM

Les reformes d'aquestes últimes dècades derivades del procés de Bolonya han inserit cada vegada més la universitat europea dins un règim de capitalisme acadèmic, segons el qual l'educació superior i la recerca se supediten a interessos mercantils. Amb l'enfocament teòric de l'anàlisi crítica del discurs, examinem un dels aspectes clau d'aquest nou règim als webs de les set universitats públiques de Catalunya: el vincle entre universitat i empresa. Desenvolupem primer una anàlisi descriptiva del contingut, els agents empresarials, els idiomes i el llenguatge que hi apareixen. La segona fase de l'anàlisi, de caràcter qualitatiu, determina els principals temes i significats que sorgeixen i, a la vegada, posa al descobert les ideologies inherents en el discurs. Els resultats demostren que el discurs universitari analitzat adopta un llenguatge empresarial que celebra l'emprenedoria i la competitivitat. Argumentem que aquest discurs contribueix a construir des de l'interior de la universitat una visió del món determinada, segons la qual els coneixements vàlids són els transferibles al mercat, els investigadors esdevenen emprenedors potencials i l'educació superior i la recerca han d'estar al servei de l'esfera productiva capitalista. L'article conclou amb una crida a qüestionar la vinculació de la universitat pública amb l'empresa i a obrir viarany per a alliberar la universitat de l'hegemonia neoliberal que hi ha actualment.

PARAULES CLAU: capitalisme acadèmic, universitat pública de Catalunya, llocs web, neoliberalisme, emprenedoria, anàlisi crítica del discurs.

ABSTRACT

The reforms of recent decades resulting from the Bologna process have increasingly placed the European university within a regime of academic capitalism, according to which higher

CORRESPONDÈNCIA: Pau Bori. Universitat Pompeu Fabra. Departament d'Humanitats. Edifici Jaume I. Campus de la Ciutadella. Carrer de Ramon Trias Fargas, 25-27. 08005 Barcelona. A/e: pau.bori@upf.edu. A/I: <https://www.upf.edu/web/greili>.

1. Aquest article ha estat finançat per la Unió Europea en el marc de la iniciativa Next Generation-EU, Ministeri d'Universitats i Pla de Recuperació, Transformació i Resiliència, mitjançant convocatòria de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona).

education and research are subordinated to commercial interests. Using the theoretical framework of critical discourse analysis, this article examines the university-industry relationship, one of the key aspects of this new regime, on the websites of the seven public universities in Catalonia. The analysis starts with a description of the content, the business agents, and the languages that appear in them. The second phase of the analysis, qualitative in nature, determines the main themes and meanings that arise and, at the same time, reveals the ideologies inherent in the discourse. The results show that the analyzed university discourse adopts a business language that celebrates entrepreneurship and competitiveness. This article argues that this discourse contributes to building a certain worldview from within the university, according to which valid knowledge is that which is transferable to the market, researchers are potential entrepreneurs, and higher education and research must be in the service of the capitalist productive sphere. The article concludes by making a call to question the relations between public universities and private business endeavors, and to search for ways to free the university from the current neoliberal hegemony.

KEYWORDS: academic capitalism, public universities in Catalonia, websites, neoliberalism, entrepreneurship, critical discourse analysis.

1. INTRODUCCIÓ

La universitat pública catalana experimenta aquestes últimes dècades grans transformacions: reducció de la despesa pública i dependència creixent del sector privat, gestió segons criteris empresarials, competició entre centres, estratègies de màrqueting per a captar estudiants i finançament, precarització de les condicions laborals, règim intens d'avaluació externa de docència i recerca, reforma dels estudis per a adaptar-los a les demandes del mercat laboral, encariment de les taxes universitàries, etc. La universitat catalana no és un cas aïllat, ja que arreu del planeta es viuen situacions similars. De fet, com explica Callinicos (2006: 6), aquesta reestructuració de l'educació superior és part d'un procés econòmic i polític molt més ampli, conegut com a *neoliberalisme*: la forma actual del capitalisme global que, segons Harvey (2005), en primer terme és una doctrina politicoeconòmica que promou l'emprenedoria individual, el lliure mercat i la comercialització de totes les esferes de la vida, i s'ha acabat convertint en la forma natural d'entendre i de viure el món.

La teoria del capitalisme acadèmic (Slaughter i Leslie, 1997; Powers, 2003; Slaughter i Rhoades, 2004; Schugurensky, 2006; Mars *et al.*, 2008) dona compte d'aquest nou règim en què el mercantilisme modela l'educació superior i la recerca. Cada vegada són més les universitats inserides dins un sistema que les porta a vincular-se al mercat i adoptar comportaments propis de l'empresa (Jessop, 2018). La noció d'emprenedoria captura l'esperit i el contingut d'aquesta reorientació estratègica de la universitat, fins al punt que se l'ha definit com a «universitat emprenedora» (Slaughter i Leslie, 1997).

El capitalisme acadèmic implica difuminar les fronteres que separaven el sector públic del privat, mitjançant l'apropament de la universitat pública a organitzacions

amb afany de lucre (Slaughter i Rhoades, 2004). El present article examina les relacions entre la universitat i l'empresa als llocs web de les set universitats públiques de Catalunya. El propòsit és mostrar les formes discursives que aquest aspecte característic del capitalisme acadèmic adopta a casa nostra. Es vol contribuir així a ampliar la comprensió i la reflexió crítica sobre la vinculació de la universitat pública amb el sector privat, un assumpte amb implicacions sobre la naturalesa, les funcions i els objectius de la universitat. És, a més, un qüestió que desperta un gran interès social, assenyalada sovint tant pels seus partidaris com pels seus detractors.²

La recerca s'inscriu en el marc de l'anàlisi crítica del discurs (ACD), un enfocament teòric també anomenat *estudis crítics del discurs* (ECD). Explora com un fet social es desenvolupa en el llenguatge (Fairclough, 1989, 1993 i 2003). L'ACD concep el discurs —en forma escrita, oral o visual— com una pràctica social: situat històricament i en relació dialèctica amb el seu context politicoeconòmic (Wodak, 2014). El focus d'interès de l'ACD, més que en la llengua *per se*, rau en el poder i la ideologia. Fairclough (1989) argumenta que el discurs és un potent mitjà per a convertir determinades representacions del món en hegemòniques, i així contribueix a mantenir i reproduir l'*statu quo* i les relacions de poder imperants a la societat. Un dels objectius principals de l'ACD és «desmitificar» les ideologies i les relacions de dominació que s'expressen a través del llenguatge (Wodak, 2014: 303).

Seguint el camí obert pels estudis de Fairclough (1993 i 2003) sobre el to promocional del llenguatge universitari, diversos autors han estudiat mitjançant l'ACD el discurs de les universitats en vista del nou sistema econòmic global, tot explicant-ne la retòrica empresarial i publicitària (per exemple, Mautner, 2005; Al-Qathani, 2021). El present article enllaça, a més, amb els debats sobre llengua i neoliberalisme i, en particular, sobre el creixent reconeixement del paper del llenguatge en el sosteniment i la reproducció de l'ordre neoliberal (Holborow, 2015; Shin i Park, 2016; Martín Rojo i Percio, 2020). En aquest estudi concebem l'anàlisi dels webs com un instrument per a desentranyar implicacions ideològiques del vincle universitat-empresa i volem contribuir a una millor comprensió del neoliberalisme situant el llenguatge al centre de la nostra anàlisi. Començarem amb el context històric. Després presentarem el mètode, els resultats i les conclusions.

2. CONTEXT HISTÒRIC: LA TRANSFORMACIÓ NEOLIBERAL DE LA UNIVERSITAT

La reestructuració de la universitat per a adaptar-se al gir neoliberal del sistema econòmic capitalista comença als Estats Units als anys vuitanta (Slaughter i Rhoades, 2004). Europa de seguida segueix el mateix camí. Als noranta, la patronal europea, la Comissió Europea i l'Organització Mundial del Comerç pressionen la universitat per

2. L'exconseller, professor universitari i economista Andreu Mas-Colell n'és un dels fermes defensors més coneguts, mentre que el Sindicat d'Estudiants dels Països Catalans inclou sovint l'oposició a aquest vincle en les campanyes de protesta.

acomodar els programes d'estudis i la recerca als nous requeriments econòmics: demanda més gran de treballadors qualificats, competència internacional en educació i investigació, aliances entre universitat i empresa, aprenentatge de competències transversals, etc. (Díez Gutiérrez, 2009).

La transformació és guiada per un discurs hegemònic a l'entorn de l'economia del coneixement, promogut, entre d'altres, per l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) i el Banc Mundial (Olssen i Peters, 2005). Sosté que, arran de la globalització i l'acceleració tecnològica, el sector basat en la producció, la distribució i l'ús del coneixement i la informació és el més important per al creixement econòmic. Un exemple de la repercussió d'aquest discurs és l'Estratègia de Lisboa de la Unió Europea (UE) de l'any 2000, que es fixa com a objectiu per a la propera dècada convertir Europa en l'economia del coneixement més competitiva del món. La universitat, en tant que principal institució del coneixement, hi té un paper fonamental. Per adaptar-la al desenvolupament de la indústria del coneixement, es duu a terme una reconversió de l'educació superior i de la recerca seguint el model nord-americà a través de l'anomenat *procés de Bolonya*, que estableix les bases de l'actual Espai Europeu per a l'Educació Superior (EEES). L'EEES es concep com un mercat que competeix amb les universitats nord-americanes i australianes (Phillipson, 2008). Per aquest motiu, s'encoratja la internacionalització de les universitats, la qual cosa, en realitat, significa docència impartida en anglès (Phillipson, 2008), de manera que augmenten els cursos oferts en aquest idioma per a atraure estudiants estrangers.

El procés va acompanyat d'una campanya promocional potent, com també de protestes d'estudiants i descontentament de professorat (Fernández Liria i Serrano, 2009: 14-16). A Catalunya, per exemple, el 2008 un col·lectiu de professors universitaris publica el manifest «Per una universitat pública al servei de tota la societat. Contra una campanya per desprestigiar-la i mercantilitzar-la».³

Les reformes derivades del procés de Bolonya es poden sintetitzar amb la tríada següent: finançament competitiu, governança corporativa i transferència dels resultats de la recerca al sector productiu (Sevilla, 2010: 20). La Comissió Europea insta la universitat pública a diversificar les fonts de finançament, aconseguint-ne mitjançant col·laboracions amb el sector privat (Streckeisen, 2018). En aquest context i amb Silicon Valley com a model (Sevilla, 2010), es creen estructures per a fomentar la inversió privada i aliances amb l'empresa: oficines de transferència de resultats d'investigació, centres tecnològics i de recerca, parcs científics, empreses sorgides de grups de recerca, càtedres patrocinades per companyies privades, campus d'excel·lència internacional, etc.

El procés de Bolonya implica també canvis en els plans d'estudis i en la naturalesa del coneixement (Olssen i Peters, 2005). Segons la Comissió Europea, la universitat ha de produir «capital humà» (estudiants i investigadors) adequat al mercat laboral (Streckeisen, 2018). Es tracta de prioritzar l'ensenyament de competències rellevants

3. <<https://repositori.wordpress.com/>> (consulta: 14 febrer 2022).

per als llocs de treball que les empreses ofereixen per sobre del domini d'una disciplina de coneixement (Sevilla, 2010; Hirtt, 2020). En aquest sentit i per a adequar-se als estàndards de l'EEES, es converteixen les llicenciatures en graus, es multipliquen els màsters i es crea un programa de doctorats industrials on la formació investigadora es desenvolupa dins l'empresa.

La reestructuració neoliberal de la universitat comporta canvis en el discurs universitari (Mautner, 2005), en què afloren conceptes provinents del sector privat com ara *innovació*, *excel·lència*, *emprenedoria*, etc. En aquest context, Block (2018) mostra que el llenguatge dels documents d'«Horizon 2020» (programa marc de recerca de la UE entre 2014 i 2020) està imbuït d'un discurs neoliberal d'emprenedoria i competitivitat. Un exemple discursiu representatiu de la reorientació de l'educació superior i la recerca a casa nostra és el nom del departament de la Generalitat al qual està adscrit l'àmbit d'universitats, que tradicionalment era *d'Ensenyament*. Amb l'entrada al nou mil·lenni, coincidint amb l'inici del procés de Bolonya i l'hegemonia discursiva de l'economia del coneixement i del concepte afí *societat de la informació*, s'anomena *d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació*. Més endavant, d'altres denominacions destaquen encara més la vinculació amb l'economia i l'empresa: *d'Innovació, Universitats i Empresa*; *d'Economia i Coneixement*; *d'Empresa i Coneixement*. Des de juny de 2021, s'anomena *Departament de Recerca i Universitats* i, entre els seus àmbits d'actuació, hi ha el foment de la col·laboració de la universitat amb el sector empresarial.

3. CORPUS I MÈTODE

El corpus d'anàlisi està format pels llocs web de les set universitats públiques de Catalunya: la Universitat de Barcelona (UB), la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), la Universitat Pompeu Fabra (UPF), la Universitat de Girona (UdG), la Universitat de Lleida (UdL) i la Universitat Rovira i Virgili (URV). L'anàlisi se centra en el discurs escrit d'aquestes pàgines web, que és l'element més important del seu contingut, malgrat que en ocasions també hi ha alguna imatge o vídeo que acompanya el text escrit. L'elecció dels webs per a l'estudi respon al fet que són un mitjà potent per a projectar la imatge de la universitat a l'exterior. Són, en paraules d'Al-Qathani (2021: 3), «les finestres de la universitat al món».

El procediment d'anàlisi consta de dues parts: descripció i interpretació. L'anàlisi descriptiva primer localitza referències a vincles entre universitat i empresa a les pàgines web. Un cop recollides les dades (durant l'hivern de 2022), s'agrupen segons els tipus d'informació que tracten. A continuació, s'identifiquen els agents empresarials, el llenguatge i els idiomes que hi apareixen. La segona fase, de caràcter qualitatiu, determina els temes i els significats principals que sorgeixen del discurs dels webs sobre els llaços entre universitat i empresa i, a la vegada, els situa en el marc de la teoria del capitalisme acadèmic. El propòsit de la interpretació és inferir les ideologies

inherents en el discurs i posar al descobert representacions i imaginaris que es transmeten sobre la societat, la recerca i l'educació superior.

La taula 1 recull les seccions dels webs vinculades amb la relació entre universitat i empresa d'on han sorgit les dades de l'anàlisi. Cada secció consta de diferents apartats. Per exemple, la secció «Societat i Empresa» de la URV està dividida en diversos apartats, cadascun dels quals enllaça amb noves pàgines web: «Impuls al desenvolupament territorial», «URV Emprèn», «Serveis a l'empresa», «Càtedres URV» o «Campus extens».

TAULA 1
Seccions analitzades dels llocs web

<i>Universitat</i>	<i>Seccions objecte d'estudi</i>
UB	Empreses
	Emprenedoria
	Fundació Bosch i Gimpera
	Càtedres UB
UAB	Innovació i transferència de coneixement
	Càtedres universitàries
	Campus d'excel·lència internacional
UPC	Innovació
	Serveis a empreses
	Consell empresarial
UPF	Universitat i empresa
	Unitat d'innovació
	Càtedres empresa
UdG	Espai empresa
	Investiga
	Càtedres
UdL	Càtedres universitat-empresa
	Suport a l'R+D+I
	Trampolí tecnològic
	Serveis científics tècnics
URV	Societat i empresa

FONT: Elaboració pròpia.

4. ANÀLISI

4.1. Descripció

En tots els llocs web de les universitats públiques de Catalunya, al costat d'informació sobre els estudis i la institució, hi ha referències al vincle de la universitat amb el sector empresarial. Algunes universitats (UAB, UPF i, especialment, UB) presenten més lligams que d'altres (UPC, UdL, UdG i URV), però el contingut dels webs sobre aquest vincle és similar. Degut a l'extensió de l'assumpte i a les limitacions d'espai d'aquest article, l'anàlisi no és exhaustiva, de manera que sols farem referència a les temàtiques i els exemples il·lustratius principals.

D'una banda, hi ha informació sobre serveis que la universitat ofereix a empreses: transferència de coneixements i tecnologia, assessorament en projectes empresarials, formació d'empleats i ajut per a trobar-ne de nous o lloguer d'espais. Per exemple, al web de la UB, dins la secció «Empreses», hi ha la presentació de l'Institut de Formació Contínua (IL3-UB), amb el títol següent: «Impulsem el futur de la teva empresa. Construïm el projecte que necessites amb tu».⁴ A continuació s'exposen els motius pels quals les empreses haurien d'escollir la UB: «fa 20 anys que acompanyem les empreses»; «el nostre equip de consultors t'acompanyarà al llarg de totes les fases del projecte»; «comptem amb el know-how d'experts referents del teu sector», etc.⁵

D'altra banda, hi ha informació sobre empreses sorgides de la recerca de la universitat i plans d'emprenedoria adreçats a estudiants i investigadors. A la pàgina de la UPF, per exemple, hi ha la Unitat d'innovació - UPF Business Shuttle, en què a la secció «Empreses i inversors» apareix una llista d'empreses basades en coneixements desenvolupats a la UPF (*spin-off*) i companyies creades per estudiants amb suport de la UPF (*start-up*). Hi trobem el logotip de cada empresa, que enllaça amb el seu web. També hi ha la secció «Emprenedors», que ofereix informació sobre UPFlama (un «programa de suport a la creació d'empreses innovadores adreçat principalment a estudiants i alumnes de la UPF»⁶) i sobre Espais d'Incubació UPF (equipaments per a acollir projectes empresarials sorgits de la UPF).

En tots els altres llocs web hi ha espais similars per a fomentar la iniciativa empresarial d'estudiants i investigadors, com la Fundació Bosch i Gimpera (FBG) —oficina de transferència de coneixement i tecnologia de la UB—, el programa «UAB Emprèn», l'espai Emprèn UPC, el Trampolí tecnològic de la UdL, la Fundació URV o la càtedra de joves emprenedors de la UdG. El web d'aquesta darrera universitat compta, a més, amb l'Escola de Competències, que té com a objectiu «formar als [sic] estudiants i titulats amb aquelles competències professionals que marquen la diferència entre candidats»: «comunicació», «creativitat», «emprenedoria», «lideratge i

4. <<https://www.il3.ub.edu/ca/empresas>> (consulta: 15 febrer 2022).

5. <<https://www.il3.ub.edu/ca/10-motius-escollir-il3-ub>> (consulta: 15 febrer 2022).

6. <<https://www.upf.edu/web/innovacio/start-upflama>> (consulta: 17 febrer 2022).

autoconfiança», «personal branding», etc.⁷ Finalment, les pàgines web presenten també informació sobre propietat intel·lectual, patents i llicències dels resultats de la recerca, càtedres empresa, parcs científics i de recerca o campus d'excel·lència internacional.

4.1.1. Empreses

Un lloc visible del vincle universitat-empresa als webs és el de les càtedres patrocinades, conegudes com a *càtedres empresa*, espais universitaris de recerca i formació finançats per companyies privades que els solen donar el seu nom. El web de la UB és el que en conté un major nombre: n'hi ha més de vint. Les entitats privades de les càtedres de la UB van des de les del sector farmacèutic, la salut i les assegurances fins a l'energètic (Repsol) o l'alimentació (Danone). Les companyies de les càtedres patrocinades de la UPF també són de l'àmbit farmacèutic i mèdic, i d'empreses de telecomunicacions (Telefónica), tèxtil (Mango), distribució alimentària (Mercadona) o banca (Triodos). D'una manera semblant, companyies farmacèutiques i de salut tenen la seva càtedra a la UAB, on també n'hi ha de patrocinades per Catalunya Caixa o el RACC. Les càtedres empresa de la UPC estan vinculades principalment a companyies dels sectors d'infraestructures, industrial i energètic, com Abertis, Seat o Endesa, entre d'altres.

Les empreses amb càtedra a la URV pertanyen a la indústria petroquímica, la farmacèutica i a una multinacional del sector alimentari (Nut and Dried Fruit). A la UdL hi ha càtedres finançades per La Caixa, el Banco Santander, una multinacional de productes agroquímics (Corteva Agriscience) i l'assegurança de salut ASISA. Per la seva part, el web de la UdG conté càtedres amb el patrocini també del Banco Santander o d'altres entitats privades com la Cambra de Comerç de Girona. En aquest punt, cal mencionar que als espais web de les càtedres empresa hi llegim la veu de les universitats, que està en consonància amb el discurs de la companyia privada patrocinadora.

A més d'ocupar un lloc destacat a les càtedres que patrocinen, les companyies privades apareixen en d'altres espais dels webs. Per exemple, a la pàgina de l'IL3-UB, hi ha l'apartat «Els nostres partners» amb els logotips de trenta-quatre empreses, com ara Seat, La Caixa, BBVA, Ikea, Laboratoris Esteve, etc.⁸ L'entitat privada que més apareix a les pàgines web és el Banco Santander. Surt en cadascun dels set llocs web objecte d'estudi. En tant que patrocinador, hi ha el seu logotip a l'IL3-UB, en càtedres i cursos d'emprenedoria de la UB, la UPC, la UdL, la UdG i la URV, com també en programes de beques per a estudiants de la UAB i la UPF.

7. <<https://www.udg.edu/ca/udgocupacio/Escola-de-Competencies>> (consulta: 18 febrer 2022).

8. <<https://www.il3.ub.edu/ca/els-nostres-partners>> (consulta: 15 febrer 2022).

4.1.2. Idiomes i llenguatge

Tots els webs ofereixen la possibilitat d'escollir entre tres idiomes: català, castellà i anglès. En general, el contingut relacionat amb el món empresarial apareix en les tres llengües, però hi ha espais només en català, com la càtedra Eugin de la UPF, la de recerca nutricional sobre fruita seca de la URV i totes les seccions de la Unitat d'innovació - UPF Business Shuttle, a excepció de la dedicada a patents i tecnologies, que es troba sols en anglès. També apareix només en anglès la secció «tecnologies per llicenciar» de la FBG de la UB i una càtedra empresa sobre el trànsit web de la UPF. Per la seva part, les càtedres de Telefónica i Mango a la UPF estan només en castellà. Als webs també hi ha espais en català i castellà sense la versió en anglès, com, per exemple, les presentacions de l'apartat de càtedres empresa de la UB i la UPF, la càtedra de la farmacèutica Almirall de la UPF, o totes les seccions de l'IL3-UB, per bé que els peus de foto sobre lloguer d'espais d'aquest centre apareixen sols en castellà.

Quant al llenguatge, hi afloren sovint termes econòmics com *competitivitat*, *capital humà*, *tendències del mercat* o *estudis de mercat*. També s'empra lèxic procedent del funcionament de l'empresa (*eficiència*, *eficàcia*, *productivitat*, *usuaris*, *rendiment*, etc.). Aquest llenguatge empresarial en la versió en català dels webs es caracteritza per incloure anglicismes. Les dues paraules angleses que més surten són *spin-off* i *start-up*. Tot i que la majoria dels webs no en presenta la forma catalana, la UAB sí que la proporciona al costat del mot anglès (*empresa derivada* i *empresa emergent*, respectivament). Altres paraules angleses inserides al text català dels webs són *know-how*, *networking*, *building talent*, *employer branding*, *business angel*, etc. La versió catalana del web de la UPF, a més, presenta dos centres amb el nom en anglès («UPF Business Shuttle» i «UPF Barcelona School of Management») i un centre adscrit a la UB també té el nom només en anglès («Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy»).

Un exemple il·lustratiu del llenguatge empresarial anglicitzat dels webs és el dels títols i les descripcions en català dels programes per a empreses que ofereix l'IL3-UB.⁹ Per un costat, hi destaca un vocabulari característic del sector empresarial (*innovació*, *ecosistema innovador*, *emprenedoria corporativa*, *estàndards d'eficiència*, etc.) i, per l'altre, hi ha expressions angleses sense traduir (*design thinking*; *lean manufacturing*, *visual thinking*, *agile mindsed*, etc.). Finalment, s'ha de destacar que aquest llenguatge empresarial dels webs universitaris conflueix sovint amb un cert grau d'informalitat en el registre, de manera que s'empra el tractament de *tu* per a adreçar-se als lectors potencials.

4.2. Interpretació

Els temes principals que ha generat l'anàlisi del contingut sobre el vincle entre universitat i empresa als webs s'enumeren en la llista següent; a continuació, es desgra-

9. <<https://www.il3.ub.edu/ca/programes-dalt-impacte-company>> (consulta: 15 febrer 2020).

nen un per un amb extractes concrets, i, finalment, se n'examinen els significats i les implicacions:

- Transferència de coneixement.
- *Societat* com a sinònim de *empresa*.
- Patents i llicències.
- Creació d'empreses amb resultats de recerca.
- Foment de l'emprenedoria d'investigadors i estudiants.
- Formació en *competències clau* per al món laboral.

Una gran part de la informació relacionada amb l'empresa als webs sorgeix al voltant del concepte *transferència de coneixement*, un dels trets característics del capitalisme acadèmic (Slaughter i Leslie, 1997). Fa referència a la conversió dels resultats de recerca universitària en productes comercials, mitjançant la seva venda al sector privat. La transferència de coneixement sovint s'associa a la competitivitat (Slaughter i Rhoades, 2004), com en el cas del web de la UPC:

Mitjançant els seus centres de recerca i laboratoris, **la Universitat genera coneixement i el transfereix al teixit productiu** amb l'objectiu d'incrementar la seva capacitat d'innovació i la competitivitat.¹⁰ [Negreta en l'original.]

Aquesta operació és indicativa del canvi d'orientació de la universitat pública en les darreres dècades: ha passat de servir la societat a posar-se al servei de la indústria privada (Schugurensky, 2006). Al web de la UPC, a més, hi ha un document sobre «claus i reptes de la transferència del coneixement».¹¹ El text constata «la necessitat de fer un canvi de discurs, passar del «serem l'empresa referent en la fabricació de màquines» a «com canviarem el món fent màquines». A banda de semblar l'argument d'una novel·la de ficció distòpica, «com canviarem el món fent màquines» és revelador de l'imaginari que es projecta amb el vincle entre universitat i empresa: una societat deshumanitzada, on canviar el món no té res a veure amb l'ideal de justícia social.

Transferència de coneixement també s'empra als webs per a explicar als investigadors com es poden guanyar diners amb la recerca:

Si la teva recerca a la UPF ha produït un **resultat amb potencial per tenir impacte** a la societat, **comunica'ns-ho!** [...]. És molt important que ens informis dels resultats de la teva recerca **al més aviat possible**, abans de publicar-los, per tal de no comprometre la possibilitat de protegir-los i, per tant, el seu potencial de comercialització.¹² [Negreta en l'original.]

Mentre que al principi el text fa referència a «un resultat amb potencial per tenir impacte a la societat», després se centra en «el seu potencial de comercialització», de

10. <<https://www.upc.edu/ca/r-d-i/innovacio>> (consulta: 16 febrer 2020).

11. <<https://consellessempresarial.upc.edu/ca/20-idees-per-connectar-empresa-i-universitat.pdf>> (consulta: 16 febrer 2020).

12. <<https://www.upf.edu/web/innovacio/comunica-resultats>> (consulta: 17 febrer 2022).

manera que se suggereix que el que és important per a la societat s'ha de comercialitzar. Aquesta lògica mercantil exclou la possibilitat que els investigadors comparteixin els coneixements de franc per al bé de la comunitat.

Un altre tema recurrent a les pàgines web és una visió restrictiva de la societat, que passa a ser sinònim de *empresa privada*. A la UAB, per exemple, es diu que l'Oficina de Valorització i Patents (OVP) és la responsable de «gestionar els resultats de recerca de la universitat, amb l'objectiu de transferir-los a la societat», la qual cosa significa vendre'ls al sector privat perquè n'obtingui guanys. La identificació de la societat amb l'empresa és, de fet, una confusió freqüent en el discurs neoliberal, on «servei a la societat» equival a «servei a la indústria» i «rellevància social», a «rellevància econòmica» (Schugurensky, 2006: 315).

La disposició d'explotar la recerca per a treure'n rendiment econòmic a través de patents i llicències és un dels aspectes clau del capitalisme acadèmic (Slaughter i Leslie, 1997) i un altre dels temes recurrents als webs. La universitat catalana s'impli-ca activament en aquest procés comercial: l'OVP de la UAB, per exemple, s'encarrega «des de la sol·licitud de la patent fins a la promoció i captació de finançament per a valoritzar aquests resultats, i la transferència dels resultats de recerca mitjançant llicències».¹³

Un altre tema característic del capitalisme acadèmic i present en tots els llocs web és la creació d'empreses amb els resultats de la recerca. La universitat se situa així com un agent que fomenta l'explotació comercial de la recerca, amb programes de suport per a la creació d'empreses. A la pàgina de la UdG s'explica de la manera següent:

La normativa vigent tan sols permet a la Universitat la transferència de coneixement i, en cap cas, no li permet dur a terme la fabricació, distribució o comercialització de resultats fruit de la recerca. La transferència del coneixement a la societat es materialitza mitjançant contractes de transferència amb tercers. Per mitjà d'una EBT [empresa de base tecnològica], els investigadors tenen la possibilitat de participar en l'explotació del coneixement de les tecnologies que han obtingut a la Universitat, participant en els seus propis projectes emprenedors.¹⁴

Aquest text exposa diàfanament el perquè de la transferència de coneixements i tecnologies al sector privat: la normativa «tan sols» permet la transferència de resultats de recerca, i no la seva explotació comercial. És a dir, la universitat, pel fet de no ser una companyia privada, ha de vendre els resultats de la seva recerca al mercat. Amb aquest raonament s'exclou la possibilitat de compartir els fruits de la recerca sense cercar-ne un rendiment econòmic.

El web de la UAB presenta el suport a la creació d'empreses destacant-ne la rendibilitat econòmica: «un bon instrument» per a generar «riquesa i crear llocs de treball

13. <<https://www.uab.cat/web/investigat/itineraris/innovacio-transferencia-i-empresa/que-es-la-valoritzacio-de-la-recerca-1345665857718.html>> (consulta: 17 febrer 2022).

14. <<https://www.udg.edu/ca/investiga/creacio-dempreses>> (consulta: 18 febrer 2022).

altament qualificats». ¹⁵ També s'explica que la UAB fomenta «l'esperit emprenedor entre la comunitat investigadora», que és un altre dels temes freqüents als webs. En el marc del capitalisme acadèmic la universitat disposa de programes d'encoratjament de l'emprenedoria, i d'infraestructures per a facilitar a estudiants i investigadors l'aplicació d'iniciatives empresarials (Mars *et al.*, 2008). Al web de la UdL, per exemple, hi ha disponibles els més de cent exemplars d'«infoEmprèn. Butlletí per a Emprenedors/es» ¹⁶ i la Càtedra Santander d'Emprenedoria Universitària. Aquest foment de l'emprenedoria dels estudiants i investigadors als webs universitaris està en consonància amb els discursos d'altres institucions, com ara el programa «Horizon 2020» o l'Estratègia de Lisboa de la UE. Es tracta d'un element intertextual que revela la manera en què un discurs es consolida per la seva relació amb discursos similars i, d'aquesta manera, aconsegueix legitimitat (Ramírez i Hyslop-Margison, 2015).

A més de promoure l'emprenedoria, la universitat pública també proporciona formació en les altres *competències clau* per al món laboral a parer de la patronal, el Consell d'Europa o l'OCDE (Hirtt, 2020), com en l'Escola de Competències de la UdG. La necessitat d'aquestes *competències clau* es justifica no sols per haver estat identificades com les que probablement seran útils en una gran varietat de llocs de treball, sinó també perquè afavoriran la flexibilitat i l'adaptabilitat que les empreses reclamen dels treballadors (Hirtt, 2020: 36).

En general, el sector privat està més lligat a disciplines de ciència, tecnologia, enginyeria i matemàtiques (STEM, en l'acrònim en anglès) i deixa de banda les humanitats. Entre les entitats privades implicades amb la universitat pública catalana, destaquen sobretot les farmacèutiques i la banca. Aquesta implicació de l'empresa privada en l'educació superior i la recerca no està absent de conflictes (Slaughter i Rhoades, 2004). Mercat i educació tenen «objectius contraposats»: les empreses busquen «maximitzar beneficis», mentre que de la universitat s'espera —o s'esperava— que se centri a «avançar i difondre el coneixement» (Hemsley-Brown, 2011: 125). Les activitats de les càtedres universitàries patrocinades per empreses, per exemple, responen als interessos de qui les finança, de manera que el sector privat defineix les prioritats de recerca i ensenyament (Díez Guitérrez, 2009). La recerca finançada per companyies privades, a més, sovint inclou contractes per a impedir o posposar la publicació de resultats (Powers, 2003). També s'ha argumentat que el professorat compromès amb la gestió d'empreses privades sorgides de la recerca universitària es pot distreure de les seves tasques primordials en tant que docents i acadèmics (Powers, 2003). D'altra banda, en relació amb la lògica mercantil de les empreses i de les reformes universitàries de les últimes dècades, s'ha de tenir present que si la universitat se centra només a produir coneixements rendibles, aquelles disciplines que no generen coneixements aplicables al mercat —per exemple, filologia catalana— estaran seriosament amenaçades.

15. <<https://www.uab.cat/web/serveis/suport-a-l-emprenedoria-1345672645036.html>> (consulta: 17 febrer 2022).

16. <<https://www.udl.cat/ca/recerca/oficina/trampoli/newsletter/>> (consulta: 19 febrer 2022).

Finalment, cal destacar que les pàgines web analitzades adopten un discurs empresarial, en què l'anglès sovint ocupa una posició privilegiada; així, la versió catalana (i també la castellana) conté terminologia mercantil anglesa i el nom de diversos centres només figura en anglès. Aquest discurs econòmic anglicitzat contribueix a difondre una lògica empresarial des de la universitat i, a més, perpetua l'imperialisme lingüístic i cultural de l'anglès (Phillipson, 2008), que redueix l'ús de molts idiomes a favor de l'anglès en diversos àmbits, com, per exemple, la producció científica o l'educació.

5. CONCLUSIÓ

El present article ha examinat manifestacions del capitalisme acadèmic a través de l'anàlisi de les pràctiques discursives dels llocs web de les set universitats públiques de Catalunya relacionades amb el sector privat. Hem demostrat que s'hi utilitza una retòrica empresarial que celebra l'emprenedoria i la competitivitat, i es privilegia l'anglès per sobre del català en la terminologia econòmica. El discurs dels webs no sols representa una realitat, sinó que a més contribueix a construir des de l'interior de la universitat una visió del món determinada, segons la qual els coneixements vàlids són els transferibles al mercat, els investigadors són emprenedors en potència, i l'educació superior i la recerca estan al servei de l'esfera productiva capitalista. La universitat es representa a si mateixa com una institució guiada per la racionalitat del mercat, que forma treballadors polivalents, incentiva l'esperit emprenedor i facilita iniciatives empresarials. Aquest discurs, que es presenta com una cosa natural, esborra la separació entre el sector públic i el privat, exalta la cultura empresarial i parla de societat quan es refereix a l'empresa.

Seguint Slaughter i Rhoades (2004), considerem necessari qüestionar i sotmetre a debat públic aquest apropament de la universitat al sector privat, ja que els interessos empresarials difícilment són compatibles amb el que hauria de ser la universitat pública: un espai d'independència de pensament, de formació de persones educades i crítiques, de divulgació i d'avenç del coneixement en benefici de la col·lectivitat. De fet, amb la vinculació del sector privat a la universitat, s'obre «un abisme entre un edifici que s'ha aixecat sobre si mateix amb la lentitud pròpia de la Història de la ciència (26 segles de diàlegs, polèmiques i esforços incansables de milions d'investigadors) i l'imprevisible món de les demandes empresarials» (Fernández Liria i Serrano, 2009: 76-77).

En realitat, el discurs dels webs és, com diu Block (2018: 582) per al programa «Horizon 2020», una «punta d'un iceberg gegant»: la ideologia neoliberal. Després de visibilitzar ideologies implícites als webs universitaris, el present article espera aportar un granet de sorra per a alliberar la universitat de l'actual hegemonia neoliberal. Futures recerques haurien d'explorar com el capitalisme acadèmic a Europa i a Catalunya, i els discursos analitzats aquí, coexisteixen, per exemple, amb el moviment de l'accés obert, que és promogut per les universitats públiques catalanes o per programes de

suport a la recerca de la UE, com «Horizon 2020» i «Horizon Europe 2020-2027». També seria interessant en un futur explorar les raons per les quals les universitats catalanes, i en concret els webs de les universitats públiques, ofereixen espai a empreses privades. Es podrien dur a terme entrevistes amb representants clau del món universitari per a triangular dades i tenir més informació sobre les raons, els objectius i el guany que hi ha en joc a la universitat a l'hora d'establir lligams amb el sector privat. Finalment, seria bo estudiar també discursos alternatius per part d'estudiants, investigadors i professorat, dels seus sindicats i associacions, que podrien obrir camins per a la resistència i la transformació dels marcs discursius hegemònics vigents.

6. AGRAÏMENTS

Agraeixo les observacions i les aportacions de David Block i Jelena Petanović a les versions prèvies d'aquest text, així com els valuosos comentaris dels dos avaluadors anònims de l'article.

BIBLIOGRAFIA DE REFERÈNCIA

- AL-QAHTANI, Abdulaziz (2021). «Website representations of Saudi universities in Makkah region: A critical discourse analysis approach». *Cogent Arts & Humanities*, vol. 8, núm. 1, p. 1-30.
- BLOCK, David (2018). «Some thoughts on education and the discourse of global neoliberalism». *Language and Intercultural Communication*, vol. 18, núm. 5, p. 576-584.
- CALLINICOS, Alex (2006). *Universities in a neoliberal world*. Londres: Bookmarks.
- DÍEZ GUTIÉRREZ, Enrique J. (2009). «El capitalismo académico y el plan Bolonia». *Eikasia*, vol. 23, p. 351-365.
- FAIRCLOUGH, Norman (1989). *Language and power*. Londres: Longman.
- (1993). «Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: The universities». *Discourse & Society*, vol. 4, núm. 2, p. 133-168.
- (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Londres: Routledge.
- FERNÁNDEZ LIRIA, Carlos; SERRANO, Clara (2009). *El Plan Bolonia*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- HARVEY, David (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- HEMSLEY-BROWN, Jane (2011). «Market heal thyself: The challenges of a free market in higher education». *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 21, núm. 2, p. 115-132.
- HIRTT, Nico (2020). «Competentes e ignorantes». A: COROMINAS, A. (coord.). *El menosprecio del conocimiento*. Barcelona: Icaria, p. 19-68.
- HOLBOROW, Marnie (2015). *Language and neoliberalism*. Londres: Routledge.
- JESSOP, Bob (2018). «On academic capitalism». *Critical Policy Studies*, vol. 12, núm. 1, p. 104-109.
- MARS, Matthew; SLAUGHTER, Sheila; RHOADES, Gary (2008). «The state-sponsored student entrepreneur». *The Journal of Higher Education*, vol. 79, núm. 6, p. 638-670.

- MARTÍN ROJO, Luisa; PERCIO, Alfonso del (2020). *Language and neoliberal governmentality*. Londres: Routledge.
- MAUTNER, Gerlinde (2005). «The entrepreneurial university: A discursive profile of a higher education buzzword». *Critical Discourse Studies*, vol. 2, núm. 2, p. 95-120.
- OLSEN, Mark; PETERS, Michael A. (2005). «Neoliberalism, higher education and the knowledge economy: From the free market to knowledge capitalism». *Journal of Education Policy*, vol. 20, núm. 3, p. 313-345.
- PHILLIPSON, Robert (2008). «The linguistic imperialism of neoliberal empire». *Critical Inquiry in Language Studies*, vol. 5, núm. 1, p. 1-43.
- POWERS, Joshua B. (2003). «Commercializing academic research: Resource effects on performance of university technology transfer». *The Journal of Higher Education*, vol. 74, núm. 1, p. 26-50.
- RAMÍREZ, Andrés; HYSLOP-MARGISON, Emery (2015). «Neoliberalism, universities and the discourse of crisis». *L2 Journal*, vol. 7, núm. 3, p. 167-183.
- SCHUGURENSKY, Daniel (2006). «The political economy of higher education in the time of global markets: Whither the social responsibility of the university?». A: RHOADS, Robert A.; TORRES, Carlos A. (ed.). *The University, state, and market: The political economy of globalization in the Americas*. Stanford: Stanford University Press, p. 301-320.
- SEVILLA, Carlos (2010). *La fábrica del conocimiento: La universidad-empresa en la producción flexible*. Madrid: El Viejo Topo.
- SHIN, Hyunjung; SUNG-YUL PARK, Joseph (2016). «Researching language and neoliberalism». *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, vol. 37, núm. 5, p. 443-452.
- SLAUGHTER, Sheila; LESLIE, Larry L. (1997). *Academic capitalism: Politics, policies, and the entrepreneurial university*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- SLAUGHTER, Sheila; RHOADES, Gary (2004). *Academic capitalism and the new economy: Markets, state, and higher education*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- STRECKEISEN, Peter (2018). «Neoliberalism in European higher education policy: Economic nexus and changing patterns of power and inequality». A: SIN, Cristina; TAVARES, Orlanda; CARDOSO, Sónia; ROSA, María J. (ed.). *European higher education and the internal market: Tensions between European policy and national sovereignty*. Cham: Springer, p. 47-72.
- WODAK, Ruth (2014). «Critical discourse analysis». A: LEUNG, Constant; STREET, Brian V. (ed.). *The Routledge Companion to English Studies*. Londres: Routledge, p. 302-317.