

Educación 2020: marketing para un andamio de slogans

Por María Angélica Oliva

Señala Paulo Freire: la cuestión es cómo transformar las dificultades en condiciones de posibilidad, sentencia que refleja el espíritu de esta columna surgida del malestar producido por la lectura de la Propuesta de Mario Waissbluth, Educación 2020. La dificultad de dicha Propuesta, cuyo diagnóstico propone dos metas, un conjunto de estrategias para alcanzarlas y tres decisiones que tomarán no menos de doce años para su realización, se sustenta en un desconocimiento de la educación como disciplina, así como, de su institucionalización en los sistemas educativos.

De esta manera, la Propuesta construye un seudo-problema de la educación, desdeñando el carácter histórico, político e ideológico de la educación, al mismo tiempo, de ignorar las dimensiones de: la institucionalidad, el financiamiento y lo didáctico/curricular, entre otras.

Si la Propuesta es sobre educación, y se desconoce lo que esta educación significa, y por qué ha llegado a ser lo que es; porque nunca se lo ha estudiado, ni menos investigado, al parecer, se cree que los problemas educativos pueden resolverse con el sentido común, de paso, el menos común de los sentidos, según Blas Pascal, entonces, estamos frente a una dificultad.

Además, esta Propuesta ha tenido una difusión en los medios de comunicación que cualquiera que se dedique a la educación no alcanzará a tener ni en su mejor momento; baste observar su presencia en los principales medios de prensa escrita (El Mercurio, La Tercera, Qué Pasa); en la televisión, Tolerancia Cero; en la internet (ya tiene más de 10 mil adherentes y 15 socios en Facebook), la dificultad, entonces, se convierte en una grave dificultad.

Pero si, además, un experto en Derechos Humanos como José Zalaquett, en su columna dominical alaba la mentada Propuesta, el panorama se ensombrece; ésta constituye una amenaza para un bien común fundamental, la educación como un bien público, el derecho efectivo a una educación de calidad para todos y las posibilidades de pervivencia de la escuela pública, entre otros. Todo ello, no se resuelve ni con una estrategia de marketing, que se sustenta en una serie de falacias, ni con un conjunto de slogans, tan ad hoc, al sistema neoliberal imperante.

Baste recordar que el propósito del marketing, es coordinar un conjunto de operaciones que contribuyen al desarrollo de un producto o de un servicio.

Salta a la vista, entonces, la pregunta por ¿Cuál es el producto o el servicio que tales acciones pretenden impulsar; qué se pretende vender? Su respuesta permite transitar, desde las dificultades enunciadas hasta la búsqueda de las condiciones de posibilidad. He aquí, el principal efecto de la Propuesta permite tensar la capacidad de reflexionar sobre la educación y sobre el por qué hemos llegado al actual estado de nuestra educación; exige, también, repensar cuestiones que ya formaban parte de nuestro acervo

cultural, para el caso, el valor de la educación pública y el valor de la educación como un derecho, que se contrapone a entenderla como un negocio.

Obliga, ciertamente, a ejercitar el pensamiento en el límite de sus posibilidades críticas, único antídoto frente a esos slogans, que poseen una capacidad de seducción y se usan para impulsar una adhesión emocional, no obstante, confundir significados y mediante los cuales se pretende crear consenso, porque evocan ideas sugerentes y positivas que, finalmente, al enmascarar el problema de la educación obstaculizarán su solución.

¿Cuáles son, entonces, las condiciones de posibilidad inspiradas en el pensar, como un camino para el recto actuar? Esbozaremos, tres de ellas.

Primero. La educación debiese definirse siempre desde su lenguaje propiamente educativo y usando las categorías que forman parte de su tradición disciplinar. Esto es de Perogrullo, ni más ni menos, que exige fidelidad y respeto, tal como ocurre en cualquier ámbito disciplinario, hacia el objeto de estudio, para el caso, la educación y lo educativo (su institucionalización en el contexto escolar).

En este sentido, la Propuesta Educación 2020, merece reparos al asociar la calidad de la educación con el uso de conceptos, tales como: entrenamiento, certificación y recertificación y competencias, que es muestra de un lenguaje eficientista propio de una cultura empresarial, de la empresa industrial y militar y que representa, desde hace ya bastante tiempo, un mecanismo usado por el mercado en su colonización de la institución educativa.

Segundo. Lo anterior, está vinculado con la reducción de la educación a un asunto técnico, desestimando su carácter individual, social, político, ideológico e histórico. Asunto que está ligado a la separación de la educación de la filosofía y a su transformación en una ciencia aplicada replegando, con ello, su carácter propiamente educativo representado por la ética y su concreción en la acción moral. Con lo cual, se ha instalado una falacia al plantear que las preguntas y los problemas de la educación constituyen entidades “científicas” y en cuanto tales son des-ideologizadas, lo que ya representa una ideología, baste recordar que la ciencia constituye una construcción socio-histórica, asentada en relaciones de poder.

La Propuesta, manifiesta en varios de sus aspectos, el resurgimiento de una concepción técnica de la educación, que ya ha mostrado su obsolescencia, pues ha tenido efectos devastadores para la calidad y equidad de nuestra educación, baste observar cómo la Propuesta reduce la práctica de la enseñanza, la construcción de la profesionalidad docente, el fenómeno de la transposición didáctica, al “entrenamiento de alto nivel y recertificación para los profesores que tengan potencial”, lo cual no guarda relación con el sentido y significado de la vocación.

Tercero. Las dos metas que articulan la Propuesta Educación 2020, merecen también, reparos, pues se quedan en la superficie misma del problema que atañe a nuestra educación al tenor de los asuntos señalados, sin embargo, es necesario volver a destacar la manera cómo se desatiende a las dimensiones de la institucionalidad, del financiamiento, de lo didáctico/curricular, entre otras.

Por ejemplo, no es comparable la estructura del puesto laboral de un profesor chileno,

con la de un profesor español o finés quiénes son funcionarios públicos; el chileno, vio trastocada su condición laboral desde ser un funcionario público a ser un funcionario dependiente de un sostenedor (privado o municipal). Lo cual aparece vinculado al proceso de privatización que sufrió nuestra educación en la dictadura, donde cambió el rol del Estado en la educación, instituyéndose un rol subsidiario, traspasándose la gestión de los establecimientos escolares desde la dependencia ministerial centralizada a una pseudo-descentralizada, la municipal, unido al cambio de sistema de financiamiento en la educación pública, desde un modelo basado en la oferta a uno basado en la demanda, propiciando la creación de un mercado de la educación.

Por ello, cualquier meta para mejorar la calidad de la educación pasa, por ejemplo, por revisar nuestro ordenamiento jurídico, de manera especial la Constitución que nos rige y someter a escrutinio, las posibilidades que se cumplan mediante la actual Carta Fundamental, los valores jurídicos de justicia, bien común y seguridad jurídica, así como, que el Estado garantice y no sólo vele, por el cumplimiento de la educación como un bien público y un derecho fundamental que se exprese en un derecho efectivo a la educación de calidad para todos, lo que implica no sólo la observancia del principio de igualdad de oportunidades, sino que también exige políticas compensatorias que aseguren el cumplimiento del principio de equidad.

Por todo lo anterior, la Propuesta Educación 2020 representa una estrategia de marketing que es una amenaza para nuestra democracia, pues constituye un caldo de cultivo del eslogan que confunde el espacio público, al aletargar a la ciudadanía de los reales problemas de su educación y de los posibles caminos para su solución, debilitando la participación, bien informada y crítica, que hace a la democracia.