

Los medios de comunicación de masas y su impacto en la concepción de educación superior como dispositivo de movilidad social en la sociedad chilena

MARCELO MELÉNDEZ REBECO
Universidad Tecnológica Metropolitana, Chile

1. Introducción

Necesariamente una reflexión, a modo de ensayo, acerca de la función de promover la movilidad social por parte de la educación superior impuesta desde el imaginario colectivo nacional, y el rol de los medios de comunicación de masas en el cambio conceptual que ha sufrido dicha función, debe comenzar por su origen: la progresiva retirada del Estado de los diversos ámbitos de preocupación de la sociedad civil, proceso que ha dado paso a que las instituciones que podrían asumir un rol fundamental en la provisión de sentidos y significados, como en la distribución de valores, se vean debilitadas por el influjo de nuevas fuerzas que más que cohesionar, dispersan y más que re-significar, vacían de significado el entorno sociocultural al que el joven se ve enfrentado.

Las antiguas demandas de los sectores que veían en la educación un sistema de movilidad social, han quedado frustradas, pues la educación secundaria ya no cumple la misión que le asignaban los sectores medios y pobres, en tanto, la educación terciaria queda, por lo mismo, segmentada en diversos nichos de calidad divergente que son accesibles para los más adinerados, para los que pueden llegar a ser sujetos de crédito bancario, o para los que, sin poder económico, han escalado a través de una meritocracia excluyente y mal regulada.

2. Educación superior y movilidad social

Tradicionalmente, la educación fue considerada, por las capas medias y más modestas de la sociedad, como el gran mecanismo de movilidad social. Significaba, en el imaginario de la sociedad civil, la posibilidad de salir de la pobreza o bien, la posibilidad de mantener o aumentar un estado de cierta estabilidad económica. Sin embargo, como ya anotaba Leonor Cariola a fines de los años ochenta (Cariola 1989), la escuela había dejado de ser la promesa de movilidad social para los jóvenes pobladores, que veían con inquietud el hecho de que sin una formación en educación superior sólo se podía acceder a los empleos peor pagados y menos gratificantes del mercado laboral.

Veinte años después de editado dicho estudio el problema se ha agudizado, puesto que las oportunidades reales de quienes completan su enseñanza básica, son pobres y apelan a la sobrevivencia, en tanto las oportunidades laborales de aquellos que terminan la educación media se han visto

Revista Iberoamericana de Educación / Revista Ibero-americana de Educação
ISSN: 1681-5653

n.º 51/2 – 10 de enero / janeiro de 2010

Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI)

Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI)



prácticamente reducidas a trabajos que exigen, a su vez, una capacitación que surge de las mismas empresas, sin la cual (y aún con ella), sus estudios medios carecen de total importancia (Torche, Wormald 2004).

Más preocupante aún es la constatación de que el sistema educativo se ha empobrecido, en términos académicos, a tal punto, y ha perdido tal significación para los estudiantes, que estudiar o no hacerlo en la enseñanza media, en algunos sectores socio económicos, no es una elección del todo relevante, puesto que la educación formal no entrega las herramientas de acreditación para casi ningún puesto de trabajo, por lo menos no para los empleos seguros y suficientemente remunerados, es decir, a aquellos con los que se accede a un sueldo superior al salario mínimo (Morin, 1999).

Junto a esta dinámica, como ya se había apuntado, la retirada del Estado de bastas áreas de la educación ha obligado a las instituciones de educación terciaria tradicionales, antiguamente estatales a subir sus aranceles a niveles que se hacen inaccesibles para los grupos de ingresos bajos, aunque, a través del crédito, los grupos medios acomodados o con cierta estabilidad económica, han logrado que sus hijos ingresen a la educación superior. (Nef 1999; Dietrich 2000).

Así, la demanda ha aumentado gracias al crédito y a una consiguiente mejora, en Chile, de las posibilidades de consumo. De acuerdo a la base de datos de CASEN del MIDEPLAN, se ha rastreado que la cantidad de jóvenes de 18 a 24 años que acceden a la educación superior, pertenecientes a los quintiles I y II, ha experimentado un aumento de casi 3% en el período 1990-2003, pasando de 4,9% a 7,7% en el primer caso, y de 10,3% a 13% en el segundo caso. Mientras que la proporción de jóvenes pertenecientes a los quintiles III y IV, no ha tenido variabilidad en el lapso ya señalado.

Debido a este fenómeno, puede observarse, cada vez con mayor frecuencia, el efecto de 'el primer integrante de la familia que ingresa a una carrera profesional'. Por medio del crédito privado a largo plazo las familias han podido cumplir con un anhelo que promete cierto nivel de movilidad social; dinámica que sugiere, de paso, la posibilidad de que otros integrantes del grupo puedan acceder a esos niveles educativos. El fenómeno es complejo, pues no sólo se trata de asegurar las posibilidades de desarrollo intelectual y económico de ese individuo, sino que, en una sociedad de familias extensas, compuestas por varias generaciones y con lazos que llegan a establecer redes de cooperación muy complejas, el ingreso a la educación superior de uno de sus integrantes viene a ser la confirmación del éxito de una labor de desarrollo colectivo de diversa índole, que el grupo ha articulado sumando esfuerzos y sacrificios, por lo menos en su imaginario. De esta manera, el sujeto es observado como depositario de una misión, de una suerte de responsabilidad de la reivindicación del grupo familiar en premio a sus esfuerzos. Dentro de una lógica mediática, el joven es el representante de la familia, si no de su comunidad, en una carrera por el éxito y los premios. (Espinoza, González 2004).

Es innegable que hoy el postulante está mejor informado. La mundialización¹ permite que él y su grupo familiar se encuentren más al tanto de las tendencias mundiales en educación (aunque sea en una

¹ Se comprende mundialización como el proceso por el que los fenómenos técnicos, socioeconómicos y culturales se interrelacionan y difunden a todo el planeta, lo que conlleva un cambio en las formas como se articulan y distribuyen el conocimiento y la convivencia.

articulación superficial), y que busquen la mejor 'oferta' ante un sistema que se ha abierto a las instituciones privadas.

Una vez que ha ingresado, el estudiante no llega atemorizado a la institución de educación terciaria, sino que asume una nueva posición respecto a los estudiantes de las décadas anteriores, exigiendo ciertos niveles de calidad que le han sido comunicados, por lo menos discursivamente, por los medios. Por ello es comprensible que, en la actualidad, la frustración de las expectativas del alumno redunde directamente sobre la frustración del proyecto educativo de la institución, la que debe proveer los medios para que el 'cliente-consumidor-alumno', no sufra decepciones. De esto se desprende que las mismas tendencias, como se planteará más adelante, forman a un sujeto que, en su imaginario, ve a la educación superior como un bien de consumo; la institución es un lugar donde se va a conseguir un título que permita acceder al desempeño profesional o técnico y que, por lo tanto, está en directa relación con el nivel económico al que aspira el estudiante e, indirectamente, su familia. En este estricto sentido, la institución recibe a un estudiante más pasivo, que espera más de ella, puesto que, como 'cliente', siente que requiere menos esfuerzo de su parte. Es decir, ya se ha superado la representación del estudiante-aprendiz y del estudiante-iniciado.

Por otro lado, la obtención de un título profesional, en la actualidad, otorga estatus, lo que no es poco importante en una sociedad que se guía por la imagen (Sartori 1999). Es necesario tomar en cuenta que la concepción de pobreza y su percepción por parte de la sociedad civil ha variado. El pobre ya no mantiene la identidad casi heroica de las décadas pasadas (Moulian 2000). El discurso oficial señala que el entorno social entrega todas las oportunidades para que los sujetos deprivados, a través del esfuerzo, superen su estado económico. La pobreza, bajo esta representación discursiva, es una culpa. Como sostén del discurso, los medios de comunicación de masas exaltan a los individuos que han superado la pobreza a través del sacrificio de sus propias vidas, para poder surgir y cumplir una suerte de 'sueño americano', pero de escasos recursos. Los establecimientos educacionales que seleccionan a sus alumnos de entre los de los quintiles más modestos, son mostrados como símbolos del éxito de las clases populares cuando 'se esfuerzan'. Es un hecho fácilmente evidenciable que la clase media, en nuestro país, se ha extendido desde ingresos que no superan los 300 mil pesos por familia, hasta 1,5 millones mensuales, es decir, todos son clase media, todos tienen acceso a la educación, al éxito, a ser los 'nominados'. ¿Cómo justificar entonces el fracaso?

Aunque las generaciones pertenecientes al grupo de padres de los nuevos estudiantes de la educación terciaria aún le asignen valores de décadas pasadas, es innegable que, al igual que en la educación media o básica, la educación superior ha sufrido una progresiva estratificación; la ley de la oferta y la demanda se cumple de forma mecánica. Las universidades con más prestigio son las más caras (incluyendo las tradicionales); en tanto, aquellas que proponen aranceles al alcance de los más bajos ingresos poseen menor prestigio. Lo mismo ocurre en el nivel de los institutos profesionales y de los centros de formación técnica. Es posible distinguir, en la educación superior, una oferta para diferentes niveles de ingreso, claramente publicitada y que, con excepciones reconocidas, está en directa relación con la calidad de la enseñanza que imparten.

Desde este referente es posible cuestionar el concepto de 'libre elección' de la institución de estudios, más bien puede hablarse de un condicionamiento del mercado en cuanto a su dinámica de oferta

y demanda, puesto que la elección estaría dada por una condición de equilibrio, no en términos generales, sino en términos más bien monetarios.

Lo anterior podría explicar la razón por la cual la mayoría de los postulantes a las universidades chilenas siguen prefiriendo estudiar en instituciones ligadas al estado, dado que estas ofrecen un verdadero punto de equilibrio que toma en cuenta aspectos de calidad académicos, curriculares y de gestión; unido todo ello a costos, no tan menores, pero si más estables. Por sobre todo, el postulante identifica en su imaginario a la universidad tradicional o 'estatal' con un mayor compromiso social, con una suerte de mayor preocupación por el individuo y el grupo social o la red a la que pertenece. De cierta forma el postulante y el alumno representan, a través de esta preferencia, una suerte de conservadurismo producto de una nostalgia adquirida desde su entorno de origen respecto de las instituciones estatales, a la vez que una resistencia respecto a las políticas del mercado.

3. El rol de los medios de comunicación de masas

Hablar de los medios de comunicación de masas y su influencia en/sobre el medio social parece una tarea fácil, pues son numerosos los documentos que intentan explicar la dinámica de este fenómeno durante los últimos años. Es común que, con cierta facilidad, sean los propios medios los que dan cuenta de sus temáticas y estructuras a través de un discurso liviano y superficial. Sin embargo, esto ha suscitado que las respuestas a consultas complejas sean elaboradas sin una reflexión acabada acerca de lo que los medios significan en la sociedad actual.

Más complejo aún es establecer una articulación entre los medios y el desarrollo actual de la educación superior en Chile y su promesa de movilidad social presente en el imaginario colectivo. La palabra 'articulación' puede surgir como forzada, pero no lo es, pues no podemos hablar de influencia en un mundo, o mejor, en un universo, escindido.

Pero de qué escisión se habla en un mundo que se proclama multicultural, diverso, interdependiente. Más apropiado sería apelar a algún adjetivo que se refiriera a la dispersión. Pues el espacio y el tiempo se han dispersado, difuminado en otros espacios y tiempos que, paralelos o superpuestos, desplazan la visión y el objetivo de lo humano.

Sin embargo, comprendiendo lo anterior como una posibilidad discursiva y explicativa, no es posible negarse a las interpretaciones que intelectuales de diversas áreas (Baudrillard 1985; Castells 1996; Sartori 1999), han levantado como explicativas de un fenómeno que parece pasar desapercibido incluso para el mundo académico: los sujetos habitan en un mundo escindido entre la realidad virtual y lo realmente real. Si alguna vez el sujeto tuvo aprehensiones acerca de la existencia de lo real, hoy no caben dudas acerca de la precariedad de las construcciones abstractas de la mente, pues ante la artificialidad de las representaciones que la mente humana hace de lo realmente existente (ámbito en el cual vivimos como personajes de una narración no siempre colectiva), se alza hoy la realidad paralela que los medios de comunicación de masas construyen, a su vez, como re-presentación de la representación. Una especie de teatro en el teatro. El horizonte, al decir de Baudrillard, se extiende a partir de la pantalla, no hacia el interior del campo visual creado, sino hacia el exterior, hacia lo que incluso no vemos ni presentimos, lo que nos rodea, la hiperrealidad (Baudrillard 2002).

La propuesta puede ser exagerada, pero el fenómeno es de tal complejidad que no permite una mirada simplista. Si realmente se desea realizar siquiera un comentario al respecto, es necesario sumergirse en el punto de inflexión de la significación de los medios de comunicación de masas para el individuo y el colectivo, pues no se trata sólo de que los medios ejerzan una gran influencia sobre los ciudadanos, sino de que los ciudadanos son parte del medio, están sumergidos en su 'simulación'.

El individuo, y a través de él el colectivo, pertenece a este nuevo espacio. Es educado por él, quizás antes que por sus padres, y de seguro antes que por la escuela. La educación informal de la televisión, de las TIC y en menor medida de la radio, se acopla a la formal y constituye un todo cohesionado durante algunos años, pero los medios se convierten en el único vínculo social de construcción colectiva de un entorno cultural para millones de sujetos que no pueden o no desean acceder a nuevos niveles educativos.

"El espacio mediático es el gran escenario en el que aparecen -como en un caleidoscopio- las instantáneas de la vida colectiva. Posee una triple función: las genera, las recompone y las refleja. Resulta ya un lugar común encontrar la razón de ello en el dominio que lo audiovisual ejerce sobre la sociedad moderna, por la naturaleza inherente al medio, y por la fuerza, fugacidad y falta de "memoria" de las imágenes. Interesa percatarse del tipo de alfabetización que crea, del territorio imaginario que construye mediante la representación audiovisual, como pone de relieve Sartori [...]" (García Avilés, 2000:6).

El sujeto, entonces, es construido (teledirigido diría Sartori) como una extensión de la 'mente' del medio. El sujeto ya no cree de oídas una noticia, sino hasta que el medio la confirma; no está seguro de su posición social hasta que el medio le asigna su lugar; construye y decora su entorno a imagen de la imagen que ha visto; se enmascara, oculta o revela de acuerdo a los estereotipos que el medio le ha entregado como posibilidad. Incluso, señalaba un artículo acerca del rol totémico de la televisión, la familia se reúne para ingresar a ese mundo; las parejas hacen el amor sólo antes o después del programa favorito.² (Sartori 1999)

Entonces, en este universo escindido (o integrado), las ofertas de la sociedad de consumo son como faros en la niebla. Los sujetos se 'informan' acerca de lo que es correcto, de las 'tendencias' y consumen de acuerdo a esa información.

Bien dice García Avilés:

"Las nuevas tecnologías no sólo han transformado nuestra percepción del entorno, también contribuyen a su espectacularización." (García Avilés, 2000: 3).

De esta manera, y reduciendo el foco sólo hacia la educación superior en Chile, no es extraño ver instituciones adosadas a los centros de compras; instituciones que desarrollan una suerte de *merchandising* que incluye todo tipo de artículos de consumo baratos. Instituciones que prometen alegría, fiestas, carnavales. Instituciones que, a través de la imagen, aseguran compañeros a la medida, bellos, alegres; profesores dinámicos, famosos, conocidos, ligados al mundo empresarial. Los medios juegan un papel sobresaliente en la elección que realiza el postulante a las universidades chilenas.

² Por supuesto no se han olvidado los alcances de la teoría de la recepción acerca de la capacidad interpretativa del sujeto, pero este artículo se refiere a tendencias, no a concreciones.

Pero, en sí mismo, este desarrollo de herramientas publicitarias no es malo en sentido moral. ¿Por qué habría de serlo? El problema es que el postulante y el alumno llegan a concebir la educación superior como una representación espectacularizada de algo que no tiene nada que ver con la formación académica o profesional. Los medios y la publicidad muestran a la institución como una extensión de un espectáculo televisivo, una extensión del *shopping*, cuando no un video musical o un centro de diversión juvenil.

La venta se despliega en el espacio mediático para estudiantes que, cada vez, son más consumidores que discentes. El rol de la imagen es fundamental a la hora de la matrícula y a la hora de la socialización, pues es la nueva identidad del joven que ha dejado la enseñanza media. Los alumnos de las universidades privadas, incluso de aquellas en las que las pruebas de selección no es factor de discriminación de estudiantes, al ser consultados por la institución que han elegido para matricularse señalan “quedé en la...” en una especie de ritualización del vocabulario de la universidad tradicional, un gesto de lo que ya no tiene la misma consistencia que hace treinta años atrás.

Para el grupo de acceso más reciente a la educación terciaria, el perteneciente a los quintiles menos favorecidos económicamente, la universidad pasa a ser la promesa de una vida que se abre llena de expectativas, su entrada a los grupos más consolidados económicamente. Es decir, la promesa tácita de ascenso y movilidad social se cumple ya, en muchos casos, con el ingreso a la institución.

Los centros académicos, en su mayoría, no prometen una formación profesional basada en la seriedad académica, formalidad, procesos de aseguramiento de la calidad, exigencia ni rigurosidad a través de los medios, sino futuro, ascenso en la escala social, éxito rápido, reflejo de la propia personalidad deseada. De esta manera, lo que debería ser una rendición de cuentas, la *accountability* de la institución, es transformada en una teatralización de lo que realmente es la institución y de lo que realmente es la educación superior (García 1998). En otros casos, se promueve la oferta bajo el concepto de calidad, pero sin embargo, bajo la primera apariencia, la institución guarda las mismas ineficiencias de siempre, pues los criterios de calidad se han diseñado preferentemente desde una perspectiva de gestión y financiera más que desde una perspectiva que equilibre la administración con la Academia.

Por ejemplo, las instituciones encargadas de los procesos de acreditación y supervisión de la calidad de los planteles educativos, no publicitan los resultados como una espectacularización del dato formal (CNA, publica los datos de los procesos de acreditación en su página institucional), son los medios los que, impulsados por diversos intereses, espectacularizan la información. También son sujetos de diversos ámbitos de la vida nacional quienes estigmatizan a las instituciones no acreditadas. Confunden nuevamente la calificación con la evaluación. Lógicamente, no es el análisis lo que importa, sino el impacto. Los espectadores no están para análisis y los medios no van a gastar dinero en lo que no les interesa a los consumidores.

En la sociedad de consumo, la universidad, la educación, se han convertido en objetos de consumo, y el consumidor solicita calidad a bajo precio.

4. A modo de conclusión

La posibilidad de articular una propuesta de universidad que considere estas variables debe plantearse desde una academia docente autocrítica, autónoma y reflexiva, a la vez que informada, especializada y vanguardista en su contenido, que permita superar las carencias que los alumnos arrastran.

La universidad puede comprometerse con el desafío de promover la movilidad social, pero es necesario que comprenda que no puede prometer a sus alumnos el éxito fácil o espectacularizado que los medios han consagrado, sino una meritocracia basada en una profunda ética académica.

Es necesario que los académicos-docentes y las instituciones en general comprendan que los alumnos de las nuevas generaciones han absorbido una nueva cultura educativa, la que muchas veces no se articula de manera adecuada con la cultura de la educación terciaria tradicional, por lo que se hace imprescindible no sólo formarlos en la disciplina, sino también en las habilidades básicas de metodicidad, desafío, motivación, resolución de problemas, búsqueda y selección de información, ética y rigor académico. La promesa de movilidad social, especialmente en los centros de educación terciaria que reciben alumnos desde los últimos quintiles de la sociedad civil, sólo es posible si se entregan las herramientas necesarias que se encuentran más allá del conocimiento especializado.

Por este motivo, el desafío es amplio y complejo y debe ser enfrentado desde el conocimiento concreto de las características del dispositivo pedagógico que permita a los alumnos acceder a la cultura formal y transitar con libertad entre los diversos entornos en los que se desenvuelven, comprendiendo y dominando los diversos discursos que articulan su realidad. La verdadera movilidad social es posible sólo cuando el sujeto es capaz de elaborar sus propios discursos, que representan no sólo lo que atañe a su especialidad, sino a la realidad sociocultural que lo circunda y de la cual debe ser agente.

Es decir, hablamos de movilidad cultural, no sólo de escalar posiciones en las posibilidades de consumo.

Bibliografía

BAUDRILLARD, Pierre. (1985). *¿Qué Significa Hablar?*. Madrid, Ediciones Akal.

— (2002). *La ilusión vital*. Editorial Siglo XXI, Madrid

CARIOLA, Leonor (1989). "Alumno, Familia y Liceo, ¿confabulación para un menor aprendizaje?", en Juan Eduardo García-Huidobro (Editor), *Escuela, calidad e igualdad. Los desafíos para educar en democracia*, cide: Santiago de Chile.

- CASTELLS, Manuel. (1996). *"La Era de la Información"*. Alianza Editorial, Barcelona,
- CHOMSKY, Noam; DIETRICH, Heinz (2006). *"La Sociedad Global"*. Editorial 21, México.
- ESPINOZA DÍAZ, Oscar; GONZÁLEZ FIEGHEHEN; Luis Eduardo (2007). "Perfil Socioeconómico del Estudiante que accede a la Educación Superior en Chile (1990-2003)". *Revista Estudios Pedagógicos*. v.33 n.2. Páginas 45-57. Universidad Austral de Chile, Valdivia
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (1999). "La imagen tótem: algunas paradojas sobre los informativos del fin de milenio", *Zer*, núm.7, diciembre. 1999.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. (1998). *"Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización"*. Editorial Grijalbo. México
- MORIN, Edgar (1999). *"Los Siete Saberes Necesarios para la Educación del Futuro"*. Publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Francia
- MOULIAN, Tomas (2000) *"El consume me consume"*. Editorial Lom, Santiago, Chile.
- NEF, Jorge. (1999). "El Concepto del Estado Subsidiario y la Educación como Bien de Mercado". Texto preparado con motivo del Diálogo Universitario. Universidad de Chile, 24 de agosto de 1999.
- SARTORI, Giovanni (1998). *"Homo Videns. La Sociedad Teledirigida"* Editorial Taurus, Madrid.
- TORCHE, Florencia; WORMALD, Guillermo (2004). *"Estratificación y Movilidad Social en Chile: Entre la Adscripción y el Logro"*. CEPAL, Serie Políticas Sociales. Publicado por United Nations Publications, 2004