

El alumno cliente

La economía de mercado es una cosa muy buena, el problema se produce cuando su lógica se absolutiza y se empieza a aplicar a todas las realidades. Entonces estamos en presencia de la "sociedad de mercado" y los resultados son desastrosos, porque lleva a que diversas relaciones humanas se corrompan.

¿Quieres un ejemplo cercano? Durante siglos, los vínculos entre profesor y alumno fueron entendidos bajo el modelo maestro/discípulo. Una persona joven, consciente de su ignorancia, acudía a alguien que tenía más conocimientos y experiencia para recibir formación. Así, Platón estaba orgulloso de haber sido alumno de Sócrates y Aristóteles lo mismo respecto de Platón, por más que sus filosofías presentaran diferencias muy significativas. La tarea del auténtico maestro nunca fue crear clones, sino enseñar a pensar y, en muchos casos, a vivir. Todo eso implicaba una constante exigencia.

En el caso de la educación de los niños y adolescentes, quizá ellos no eran muy conscientes de este proceso, pero los padres sí. Ellos confiaban en el maestro y, en principio, apoyaban sus decisiones. Recuerdo con un enorme cariño y gratitud a don Juan Gutiérrez, mi profesor de 3° básico en Linares. Era un hombre muy exigente y justo. Si él me castigaba o me ponía una mala nota, a mis padres jamás se les habría pasado por la mente ir al colegio a protestar. Ellos y don Juan estaban empeñados en una tarea común, la de mi formación.

Este modo de ver las cosas no es patrimonio de la tradición de occidente: en Asia y África se da el mismo fenómeno, incluso con mayor intensidad. Solo a tiranos muy crueles y desorientados, como Mao Zedong o Pol Pot, se les ocurrió la peregrina idea de que la herencia cultural que habían recibido era algo malo y que los viejos maestros debían ser objeto de desprecio y maltrato.

Ellos eran unos revolucionarios, y no nos puede extrañar que hayan procedido de manera tan simplista. Pero la destrucción de la tarea educativa también se produce por la expansión de la sociedad de mercado. Ella lleva a concebir las relaciones entre profesor y alumno bajo el errado modelo del vendedor y el cliente.

En un supermercado puede ser verdad que "el cliente tiene siempre la razón". Sin embar-

go, eso jamás procede cuando se trata de una escuela o una universidad. El vendedor, por ejemplo, no le exige al cliente, en cambio el profesor puede y debe hacerlo, a menos que sea un demagogo, esto es, un impostor.

Hoy, en los colegios, es frecuente que los alumnos les digan a sus educadores, en todo despectivo: "mi papá te paga", e incluso ha sucedido eso en alguna universidad. Esos despectivos olvidan, de paso, que en las mejores universidades sólo una parte de los costos está cubierta por los aranceles que pagan las familias. Hay aportes estatales, fondos que entregan los donantes y otras fuentes de financiamiento. Curiosamente, esta mentalidad de cliente está tan extendida que también se ha metido en la educación pública.

Ahora bien, incluso si alguien osara aplicar ese modelo de proveedor y cliente, debería entenderlo como la relación que se da entre el médico y el paciente. Este ciertamente paga, pero para que lo sometan a una dieta estricta, lo operen o le ordenen realizar duros ejercicios de kinesiología.

Una de las consecuencias negativas que tiene la aparición del alumno cliente, que quiere obtener un título de manera rápida y con el menor esfuerzo posible, es la inflación de las notas. Hoy, en promedio, las notas en las universidades de todo el mundo son superiores a las de hace unas décadas. ¿Se debe a que los alumnos actuales son mucho más estudiosos o inteligentes? Me temo que no: simplemente sucede que los profesores y las autoridades universitarias han cedido a la presión de estos alumnos clientes, que piensan que, porque sus padres pagan impuestos o los aranceles universitarios, ellos tienen derecho a que se les exija menos y la sociedad reciba unos profesionales que no están bien preparados. Con esto se daña al propio estudiante, que no hace rendir todas sus capacidades y a las infortunadas personas que serán atendidas por alguien que fue un alumno cliente.



Joaquín García-Huidobro