La responsabilidad educativa de los empresarios

JUAN CARLOS TEDESCO / *Universidad Nacional de San Martín (Argentina)*

Hace algunas semanas fui invitado a un almuerzo de trabajo con un grupo de empresarios interesados en conocer la situación educativa de mi país, preocupados por su desarrollo y honestamente comprometidos con su mejora. Luego del inicial intercambio de opiniones e informaciones, donde tuve ocasión de comprobar una vez más el enorme impacto que provocan los resultados de PISA en este sector de la sociedad, surgió la pregunta que había motivado el encuentro: ¿Qué podemos hacer los empresarios para ayudar a que mejore la situación educativa nacional?

Las ideas y las iniciativas convencionales en este tema ya eran conocidas y aplicadas por mis interlocutores: apoyar a las escuelas técnicas con equipamiento y programas de pasantías que permitan una formación de mejor calidad, brindar ayuda económica en forma de becas a estudiantes de familias pobres y otorgar apoyo económico para mejorar la infraestructura de las escuelas localizadas en las zonas más desfavorecidas. Estos empresarios habían llegado incluso a patrocinar un proyecto integral de apoyo a escuelas de zonas pobres, articulado con el Estado, donde se desarrollaban acciones sistémicas que iban desde provisión de libros y útiles escolares hasta capacitación docente. La pregunta, en consecuencia, pretendía indagar si era posible hacer algo diferente o era necesario resignarse a continuar con más de lo mismo. Confieso que me sentí ante una provocación política muy interesante y, por eso, la respuesta también tuvo un fuerte contenido provocador.

Dicha respuesta, en síntesis, se basó en dos aspectos diferentes. El primero de ellos se refirió a lo que corresponde que hagan los empresarios en tanto tales: crear empleo, pagar salarios dignos, no evadir impuestos y promover innovaciones tecnológicas. Esta línea de acción se dirige a la dimensión que los resultados de PISA indican claramente: más allá de algunas situaciones marginales, las condiciones materiales de vida de la población son la variable más importante a la hora de explicar las diferencias de resultados de aprendizaje de los alumnos. Desde este punto de vista, el papel del sector empresarial tiene una doble dimensión: contribuir a generar mejores niveles de equidad social, lo cual impacta directa y significativamente en la calidad de la educación; y, al mismo tiempo, promover mejoras en la calidad de la demanda educativa a través de la creación de empleos de alto valor agregado a la producción.

La segunda línea de la respuesta se refirió a la articulación entre el mundo económico y los medios de comunicación. No estimé necesario repetirles toda la argumentación existente acerca del poder cada vez más significativo de los medios de comunicación en la sociedad. El punto al cual aludí directamente es el de la responsabilidad educativa tanto de los empresarios vinculados directamente a los medios de comunicación como de los que utilizan dichos medios para promover sus productos en el mercado, a través de los avisos publicitarios en los programas de lo que se llama habitualmente televisión 'basura'.

"Es muy estimulante que los empresarios se preocupen de la educación. Pero no le pidamos todo al Estado, a la Escuela o a los profesores"

Para asumir la dimensión del tema que estábamos tratando mencioné solo un dato muy elocuente: la mayor parte de los niños y niñas de nuestros países están solos frente a las diversas pantallas de los medios de comunicación, sean las de la televisión, las de los ordenadores o de los teléfonos. La ausencia de adultos o, mejor, dicho, el cambio significativo en los adultos desde el punto de vista de la socialización infantil, es uno de los principales temas de discusión en el proceso educativo contemporáneo. Los padres, las madres, los adultos afectivamente importantes en la socialización infantil son hoy reemplazados por los protagonistas de series televisivas, por los diseñadores de video juegos o por los artistas de moda.

La ausencia de los progenitores se explica por diversas razones sociales y culturales que la amplia literatura sobre la familia y sus cambios se ha encargado de analizar de forma exhaustiva. El punto sobre el cual quise llamar la atención es que el mayor grado de poder y libertad del cual hoy disponen los medios de comunicación, implica también un mayor grado de responsabilidad frente a su papel de agencia de socialización. Este papel involucra a tres diferentes grupos de personas: los dueños de los medios de comunicación y de las empresas vinculadas a las tecnologías de la información; los profesionales (artistas, periodistas, diseñadores, publicistas, etc.) y el conjunto del sector empresarial que, con la publicidad de sus productos, brindan financiamiento a la mayor parte de los programas difundidos por los medios.

Como el diálogo era con los empresarios, dejé para otro escenario la discusión sobre los profesionales. Pero con respecto a los empresarios, les dije que me parecía que había llegado el momento de abandonar el alto nivel de disociación (más explícitamente, se podría hablar de hipocresía) entre sus discursos acerca de la importancia de la educación y su comportamiento real. Me ha tocado vivir personalmente encuentros donde los dueños de los medios de comunicación o sus representantes muestran un alto grado de conciencia acerca de su papel educador, pero se muestran impotentes para modificar la lógica del lucro basado en las supuestas demandas del público, creadas por ellos mismos con sus ofertas de pésimo valor educativo y cultural. Los empresarios tienen un comportamiento similar: demandan una educación de calidad en términos del comportamiento ciudadano pero luego financian con sus avisos publicitarios los programas de la televisión basura que destruyen en pocos minutos la tarea de la escuela.

No se trata de postular un discurso moralista, puramente retórico. Se trata, en cambio, de reconocer que la tarea de estas agencias de socialización tiene un fuerte impacto público y, por esa razón, no puede quedar librada a la lógica del puro lucro privado. Existen en casi todos los países leyes que regulan el funcionamiento de los medios de comunicación tanto desde el punto de vista de su propiedad como de su utilización (horarios de protección a los menores, dispositivos para regular el acceso, etc.). Es necesario, en este aspecto, exigir al Estado que haga cumplir las leyes.

En este sentido, la discusión hay que dirigirla hacia el tipo de órganos de control y supervisión. Así como las instituciones educativas, sus programas y sus modalidades de acción, los profesores, su formación y su desempeño, son objeto de un cada vez más sofisticado proceso de evaluación, habría que pensar si no llegó el momento en el cual la sociedad (y no solo el Estado) debería adoptar estrategias para monitorear el desarrollo de actividades de tanto impacto socializador como son las que se desarrollan a través de las tecnologías de la información y la comunicación. Resulta paradójico que se discuta tanto el desempeño de los educadores formales y no haya ninguna reacción pública frente al desempeño de los educadores no formales, que tienen hoy mucho más poder que el de las escuelas.

Es muy estimulante que los empresarios se preocupen de la educación. Pero no le pidamos todo al Estado, todo a la escuela, todo a los profesores. Tampoco podemos pedirles todo a las familias. A cada uno la parte de responsabilidad que le toca. Y a los empresarios, la suya: crear empleos, pagar buenos salarios, incorporar progreso técnico a la producción y no poner avisos publicitarios en la televisión basura. No es poco, pero es posible.