

Cuando la educación es una mercancía

Enrique J. Díez Gutiérrez
Universidad de León

NO SÓLO se está en un proceso privatizador a escala mundial, abriendo la educación a los mercados y rompiendo la concepción de la educación como un derecho social que ha de ser protegido por el Estado, sino que se está adecuando la misma educación a los principios y prácticas del mercado. Esta dinámica neoliberal se ha configurado como “sentido común”, tan poderoso que ha sido capaz de redefinir los límites de la discusión en torno a la libertad de elección del consumidor o la consumidora en un mercado “libre” que oferta distintos productos para elegir (por supuesto, quienes tengan capacidad para comprar).¹

Se abandona de facto (aunque no se reconozca) la idea de que la educación debe estar prioritariamente al servicio del desarrollo integral de las personas y de la formación de ciudadanos y ciudadanas críticos, capaces de intervenir activamente en su mundo y transformarlo. Frente a eso se promueve un modelo educativo cuya prioridad pasa a ser el logro de la eficacia y la eficiencia, en el doble sentido de que sea útil para responder a las “necesidades del mercado” y de que homogenice e integre a quienes se educan en un pensamiento acrítico, pragmático, “realista”, aceptable socialmente.

Se quiere convertir la enseñanza en un asunto privado de consumidores y consumidoras que eligen según sus intereses. Se trata de un replanteamiento total del papel de la educación en la sociedad. Se intenta separar la educación de la esfera pública, regida por la autoridad política, para confiarla al mercado. En el mercado, cada cual, tanto ofertante como demandante, se regula por su cuenta, en función de su fuerza y sus posibilidades. De este modo, la educación pasa a ser un elemento de consumo individual. Se trata, en definitiva, de negar su condición de derecho social y transformarla en una posibilidad de consumo individual, variable según el mérito y la capacidad de los consumidores.

Este replanteamiento se asienta sobre una suposición básica: la educación, como cualquier otro producto que se compra y vende, es una mercancía con la que aseguramos que los niños y las niñas (en algunos casos) de nuestra propia familia o clan tengan la mejor posibilidad de salir adelante en la lucha despiadada y competitiva de cada uno contra todos en el sistema de darwinismo social del mercado. Y a “los míos” les compro las mejores oportunidades para que puedan competir con ventaja.

Lejos de ser un derecho del que gozan las personas, dada su condición de ciudadanas, la educación debe ser establecida como una oportunidad que a los individuos emprendedores, a los consumidores “responsables”, se les presenta en la esfera de un mercado flexible y dinámico (el mercado escolar). La ciudadanía, siempre preocupada por lograr mayores cotas de justicia social e igualdad de oportunidades, es desplazada por los consumidores y consumidoras para quienes sólo rigen las leyes del mercado: su preocupación es tener libertad para elegir y competir. El mercado educativo convierte la necesidad en demanda y aquello que se destina a satisfacerla en oferta, y resuelve el encuentro de ambas de acuerdo con la solvencia económica del demandante: quienes tienen dinero y recursos lo pueden comprar.

*1 Este artículo es un extracto del publicado en el número 9 de los Cuadernos FIES titulado
Cómo nos venden la escuela: segregación social y privatización encubierta
(www.fieseducacion.org)*