

La educación vacía: un reto en la Región Bajío

TORRES-DELGADO, Juan Manuel*†, AGUILAR-VILLEGAS, Arturo y ÁVILA-BERBENA, Martín de Jesús.

Escuela Normal Oficial de León, Calle Fray Luis de Herrera esq. Luna s/n col Villa Insurgentes

Recibido Enero 4, 2016; Aceptado Marzo 7, 2016

Resumen

Se ofrece el resultado de una investigación sobre representaciones sociales. La metodología fue regida por un análisis del discurso. La pregunta de investigación fue: ¿Qué tipo de presencia tiene la educación en León, Guanajuato a través de la comunicación periodística, durante el periodo octubre 2014-junio 2015? Su objetivo fue reconocer y analizar qué piensan los sujetos acerca de la educación y cómo la perciben los habitantes desde el mundo de sus significaciones. Cómo utilizan lo que saben y cómo elaboran su contenido, cómo lo crean y cómo lo transforman. Con el estudio se da cuenta de las ideas, opiniones, percepciones e imágenes que se difunden o se propagan mediante el periódico y a la vez, se vuelven significativas en los habitantes de la región. El estudio de representaciones sociales nos descubren cómo actúan las personas, qué creen, qué piensan y cómo sienten en su vida cotidiana el aspecto de la educación.

Representaciones Sociales, educación, análisis de contenido

Abstract

The result of research on social representations is offered. The methodology was governed by a discourse analysis. The research question was: What kind of presence of education in Leon, Guanajuato through journalistic communication during the period October 2014 to June 2015? The study provides insight into the subjects think about education and how people perceive the world from their significances. How they use what they know and how they make their content, how they create and how to transform. With the study realizes ideas, opinions, perceptions and images that are disseminated or propagated by the newspaper, and at the same time become significant in the inhabitants of the region. The study of social representations reveal to us how people act, what they believe, what they think and how they feel in their daily lives the aspect of education.

Social representations, Education, content analysis

Citación: TORRES-DELGADO, Juan Manuel, AGUILAR-VILLEGAS, Arturo y ÁVILA-BERBENA, Martín de Jesús. La educación vacía: un reto en la Región Bajío. Revista de Investigaciones Sociales. 2016, 2-3: 43-51

*Correspondencia al Autor (Correo electrónico: juanmanuel.torres.delgado@hotmail.com)

†Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

El tema “educación” circula en la vida cotidiana y ámbito familiar, ya sea para elegir la mejor opción para los hijos en proceso de formación, para señalar cuál es la mejor institución que ofrece espacios educativos de calidad, o simplemente, por platicar sobre el tema.

Para el caso que ocupa a este trabajo, el referente son los ciudadanos que habitan la ciudad de León, Guanajuato, México, y por ello, acceden o se exponen a cada una de las notas contenidas en dicho periódico que, frecuentemente, sostenemos, son vacías de sentido educativo, formativo, ya que son puramente promocionales, posicionamientos, presunciones de instalaciones, publicaciones sobre alcances deportivos, discursos políticos, puestas al día de alguna construcción, y, en mucho, apologías y/o críticas crudas a la reforma educativa del actual gobierno de México.

Los ciudadanos, lectores asiduos o no del periódico, como lectores generales o lectores óptimos (Bolívar, 2013), se convierten en sabios aficionados (Moscovici, 1979), es decir, sin ser especialistas en el ramo educativo, se llegan a enterar de lo que publica el diario, y es a tal fenómeno que nosotros llamamos representaciones sociales y nombramos como la educación vacía.

El estudio se centra en el análisis de contenido de aquellas publicaciones cuyo orden temático incide o menciona directamente la educación, se busca las ideas educativas expresadas en él, siendo el significado de las palabras, los verbos, las cláusulas, los sustantivos, los temas o frases.

Con el estudio se dará cuenta de aquellas ideas, percepciones y creencias que se difunden o se propagan, por ello se vuelve significativa en la vida de los habitantes. Pero no solo eso, sino que gracias a las representaciones sociales en cuanto que guían la acción, indican cómo ya las personas actúan, cómo ya están practicando lo que creen, lo que piensan y lo que sienten (Moscovici, 2012).

Al analizar el contexto de la investigación se percibe que el consumo en León, está orientado a la diversión, el entretenimiento, las opciones educativas y también a los jóvenes. Existen agencias de autos, centros comerciales, mercados populares, centros deportivos, espacios para tatuarse, embotelladoras, tiendas de autoservicio, productoras de discos, televisión, centros de reparación de todo tipo, radio, productoras de video, imprentas, editoriales, periódicos, bancos, restaurantes, centros de diversión, librerías (Gómez, 2004).

Las representaciones sociales son una especie de conocimiento de sentido común disponible siempre en la experiencia de la vida cotidiana (Moscovici, 1979), están directamente relacionadas con las acciones y la manera como los sujetos interpretan determinada realidad, contribuyen a tomar decisiones, por lo que se puede deducir que existen representaciones tanto de objetos, como de saberes, de situaciones – extremas o no- relaciones, procesos e instituciones (Lara, 2009).

La difusión, la propaganda y la propagación contribuyen a que permanezca una mirada *light*, utilitarista y mercantilista en torno a la educación, sus procesos e instituciones que la implementan.

El injerto de mercadotecnia ha construido una terminología sobre lo educativo, a saber: excelencia, calidad, competitividad, éxito, globalización, modernización, productividad, recursos humanos, capital humano, misma que no existe en alguna construcción teórica consistente, sobre educación. En tales condiciones, pareciera que educar para el mercado es educar para la incertidumbre y para que, en ese tenor, los saberes también sean desechados según el humor de la gente o del mercado.

La percepción, entonces, consiste en que es mejor estar bien dotado de una cierta calidad para insertarse en los procesos de éxito, de productividad en un contexto neoliberal, hay que adquirir (pensando en los hijos, dirán los lectores) un conjunto de componentes físico-corporales y cualitativos, habilidades, conocimientos, atributos, técnicas especializadas, salud y calidad de hábitos laborales que permitan llevar a cabo un trabajo productivo y aumentar el rendimiento económico positivo. La percepción es clara: se trata de un criterio para denominar a la capacitación –y no a la educación- para el trabajo, no para el desarrollo libre del pensamiento crítico.

Metodología

El referente metodológico de la investigación se ha entendido como un análisis de contenido. La unidad de análisis es el texto como tal. Moscovici y Lara definen a las representaciones sociales como una serie de construcciones simbólicas individuales pero también colectivas a las que cotidianamente los actores apelan para interpretar su mundo, el mundo de ambos, para reflexionar sobre su propia situación y la de los demás, y para determinar el alcance y la posibilidad de sus respectivas acciones históricas (Moscovici, 1979), (Lara, 2009). La Teoría de las representaciones fundamenta tanto la parte teórica, como la parte metodológica.

León Guanajuato es un Municipio con 1, 436, 480 habitantes. En cuanto a las características educativas, la distribución de la población de 15 años se compone así: 6.5% no tiene instrucción, 59.9% solamente tiene una instrucción básica; el 17.6% tiene formación hasta la Educación Media Superior y el 15.2% ha llegado a Educación Superior. La población de 12 años y más se distribuye en aquella económicamente activa y ocupada con un total de 96.6% y la población económicamente activa, pero desocupada alcanza un porcentaje total de 4.4%. La población no económicamente activa total es de 41.9% (INEGI, 2011).

El Objetivo General fue analizar el discurso acerca de la educación en los mensajes del periódico A.M. publicados durante el periodo octubre 2014-junio 2015, bajo los supuestos hipotéticos siguientes:

El supuesto hipotético que posibilitó el desarrollo de la investigación se plantea de la siguiente manera: Si la toma de posición del periódico A.M. sobre el problema de la educación, es un factor prescindible en el juicio de sus consumidores:

A).- El mensaje tal como se presenta en la difusión puede tener efectos sobre la conducta del público.

B).- No existe relación entre la circulación del periódico A.M. y los efectos sobre su público acerca del fenómeno de la educación en León, Guanajuato.

Resultados

Es una ciudad cada vez más poblada por jóvenes, pero también se funda en el horizonte del pasado, de lo simbólico.

Esto se puede vislumbrar de dos maneras: la experiencia de algunos habitantes, y la forma como la misma ciudad se equipó de algunas ofertas culturales que configuran un sistema de campos sociales (Gómez, 2007).

En León existen 2,202 instituciones con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios; 524 de ellas son a nivel licenciatura. De ellas, el periódico dice cuáles son más conocidas y cuáles menos; por qué aspectos son distinguibles, qué imagen tienen de ellos; a qué tipo de creencias educativas está ligada la escuela, qué representaciones tienen de la educación y de sus escuelas, por qué para la gente común, decir educación es casi lo mismo que decir escuela, y quizás solamente tal o cual escuela.

Hubo notas en el periódico A.M. con títulos rimbombantes, llamativos, a doble página, a colores, a página completa, pero se concentran en una tesis del tipo: El CNTE no bajará los brazos ante la evaluación educativa, la SEP somete a los docentes, los docentes se van a marchas, es decir, el título dista del contenido en relevancia y pertinencia pero no en oportunismo.

En general, la información sobre el tema educación que pulula en León, a través del periódico A.M.:

- Es insuficiente
- Mal conocida, deja a los lectores la puerta abierta para la exploración particularizada, so pena de explotar el tema coyuntural político.
- Requiere de interpretaciones más objetivas, asumiendo su gradual nexo subjetivo.
- Está más extendido hacia un lenguaje común y corriente que como una práctica cotidiana.

Las instituciones que suelen manifestarse de manera cotidiana en el periódico, se ostentan cada vez más como de excelencia y cuando lo hace la institución pública lo hace con una frenética defensa de su exclusivismo académico. Se percibe un sentido de superioridad de unas escuelas sobre de otras, cuándo aquí, cuándo allá, aparece hasta un sesgo racista: sus egresados son una nueva casta de mexicanos, dispuestos al triunfo, al emprendedurismo, a liderar al resto, son ganadores, predestinados a salvar a México de su mediocridad ancestral.

Se predica una excelencia perversa: se transfiere a la educación al ámbito empresarial, al salario, a la producción, a la fábrica, la competitividad, la eficacia, la eficiencia. Se confunde información con conocimiento y conocimiento con sabiduría. Hay padres que eligen las escuelas para sus hijos por ser la más cara, la que más sale en el periódico, la más lujosa, la que se dice de excelencia, la que las encuestas encumbran en lo más alto, la que tiene mejor nombre o renombre.

Algunas notas tienen un estilo concreto y otros más, muy general, es decir, su título no necesariamente nos indican un contenido de corte educativo. Vimos artículos centrados en la educación, otros emplean de manera simple, la palabra educación, otros refieren el fenómeno educativo sin citar la educación y a veces aluden de manera tangencial.

De entre las 308 noticias analizadas, los títulos de los artículos no siempre coinciden con el contenido. Otra categoría de artículos utiliza el término educación pero no sus conceptos, ya que se inclinan por lo político, lo administrativo, el ejercicio del poder sobre los maestros o el sindicato. A veces la palabra educación y su contenido están presentes, y es cuando el artículo tiende a la reflexión.

Como periódico se inclina a interesar al lector, así que quienes firman los artículos no lo hacen como pedagogos, especialistas en educación, o equivalente, sino que son trabajadores, periodistas del A.M., en total, durante el periodo delimitado, escribieron 25 autores, que miran a la educación como un marco que mide la situación de la sociedad actual, de esta manera la educación explica la rebeldía de los docentes, la capacidad o incapacidad de las autoridades, la relación familia-escuela, la vinculación de las instituciones educativas y la sociedad para con la excelencia.

El perfil del periódico A.M., ahora se corrobora: está dirigido a ciertas élites, en la salvedad de que los sistemas educativos son exitosos si sólo si, se educa a las élites pues son ellas las que tienen resueltas sus necesidades económicas a diferencia de los más desfavorecidos que no pueden acceder a una educación de buena calidad.

La mayoría de las notas periodísticas nos permiten señalar, que el rendimiento académico de los estudiantes pertenecientes a familias de escasos recursos económicos –sobre todo el de aquellos que no poseen un capital cultural semejante al de los sectores hegemónicos de la sociedad (Blanco, 2011)-, es sensiblemente inferior al de los alumnos que pertenecen a familias que se encuentran en condiciones socioeconómicas favorables. A los ojos de las publicaciones las escuelas públicas están extraordinariamente politizadas, sobre todo las normales y la educación básica, difícilmente deslindables del sindicato y las pugnas por el poder.

Frecuentemente se priorizan las inversiones (como la Escuela Vanguardia, el presupuesto asignado que el gobierno local gestiona, etc.) sin que las desigualdades desaparezcan.

Lo que hace pensar que dichas inversiones no están avaladas por resultados de investigación, ni reúnen las condiciones de validez que hubieran sido necesarias para asegurar la efectividad de sus resultados.

La difusión que hace el periódico A.M. es concreto, atrayente y rápido, más bien intenta una mayor aproximación posible al gusto y al vocabulario supuesto en el lector. Las proposiciones sorprendentes, capaces de llamar la atención, se repiten a menudo (Moscovici, 1979), sobre todo cuando se trata de escribir sobre el CNTE, las marchas, los días festivos de los maestros, los plantones, el amago del sindicato a la SEP. Parece ser que el interés claro es gustar al público, es decir, que la lectura resulte lo más atractiva posible. Pero también, se puede traducir como la búsqueda de un no-compromiso, de una distancia respecto a la educación y un margen de libertad con respecto a ella, para ello emplean la ironía, la multiplicación de los calificativos a la educación, la creación de un halo de humo, la referencia a los especialistas.

Los artículos centrados en la educación insisten en su condición instructora; su característica formadora es más difícil encontrarla, salvo aquellos artículos, que sin ser provenientes de especialista en educación, orientan un poco más hacia la reflexión y su necesidad en el mundo y sociedad contemporáneos, pero la imagen que acompaña a la educación es la escuela, como lugar en donde se sucede el fenómeno educativo.

Quienes escriben manifiestan a la educación con relación a la administración, la disciplina, la infraestructura, con planes y proyectos, se politiza, se le critica fijando la mirada en los desencuentros, en sus incongruencias, en los errores, en las bajas calificaciones, intercambios, autorizaciones, congresos, plazas docentes, presupuestos, propagandas, pruebas nacionales e internacionales, carencias, instrumentos didácticos, libros, saturación de carreras, violencia escolar, nóminas de docentes, sindicatos.

La finalidad de la educación es percibida como muy vaga e imprecisa. La necesidad de aprehender concretamente las tomas de posición del periódico A.M. nos ha llevado a distinguir tres dimensiones de la actitud: la primera designa adhesión o la oposición, el pro y el contra de que goza la educación; la segunda, que traduce la intensidad, marca la existencia de un interés o su ausencia; la tercera indica la distancia en relación al objeto, su caracterización como exterior o interior al universo de aquel que comunica.

Muchas de las notas solamente son informativas y no dejan ver alguna actitud con respecto a la educación. La actitud desfavorable o irónica aparece en menor proporción. El periódico expresa su adhesión al fenómeno de la educación o su oposición con poca claridad al respecto, pues la educación constituye en primer lugar una cómoda modalidad de comunicación antes que un objeto de preocupación.

El estilo propio de las comunicaciones: es concreto, atrayente, rápido. Se intenta la mayor aproximación posible al gusto y al vocabulario supuesto en el lector. Las proposiciones sorprendentes, capaces de llamar la atención, se repiten a menudo. Por ejemplo: las marchas, los plantones, la intervención de la CNTE, los discursos de las autoridades, la queja o inconformidad de los docentes, los presupuestos, o algún otro escándalo en relación a las escuelas. Se pretende gustar al público y atraerlo.

Pero también se percibe una falta de compromiso para con la educación, la señalan, la describen, a veces la critican, otras más la enuncian.

Algunos artículos fusionan el contenido con un slogan publicitario, no solamente para que el público genere una representación, sino para generarle expectativas y motivaciones, lo cual comprueba que el sector privado y el público, es el que más aparece en el periódico. Se alimenta la imaginación para ampliar los horizontes de significatividad: *Un preescolar a tu medida, nos encanta que les encante, Impulsa tu futuro profesional, apoyamos tu proyecto de vida, un verdadero amigo siempre te enseña la verdad, formando seres humanos excepcionales, formando hombres y mujeres íntegros para amar y servir.* Como se puede ver, un eslogan no tiene necesidad de ser explícito para tener valor.

En el presente trabajo de investigación se han encontrado ciertas imágenes de la educación; La educación está politizada, estancada, poco reformada, retrasada, la escuela privada es mejor que la pública, las instalaciones determinan la calidad de la educación.

Las notas sobre educación, pretenden, sobremanera gustar al público, es decir, que la lectura resulte atrayente. Pero también se trata de un no-compromiso, de una distancia con respecto al objeto educación. La ironía, el humor, dibujos, la referencia a los especialistas, los desmanes, el tipo de personalidades, son los medios más empleados. La educación es difundida de manera diversificada y repetitiva por una multiplicidad del contenido de fuentes de información. Lo esencial es vender, es decir, gustar, adaptarse a un público cada vez más vasto.

La noticia, cuyo contenido denota a la educación, se presenta como un producto que puede ser vendido y consumido por un número cada vez mayor de personas, es decir, un producto que pueda sobre todo gustar, de ahí que muchas escuelas se promocionen en la sección de sociales, presente eventos atractivos, no necesariamente académicos. La atracción del público se convierte en el uso periodístico: a la gente no hay que contradecirle sino divertirlo. Gustar al público es el eufemismo antiguo “El cliente siempre tiene la razón”.

Agradecimientos

Una vez culminada la investigación es justo reconocer el apoyo de la Universidad Estudios Profesionales, Ciencias y Artes, así como a la Escuela Normal Oficial de León, pues gracias a ellas ha sido posible inscribir el trabajo para participar en el Congreso Interdisciplinario de Cuerpos Académicos 2016.

Conclusiones

De entre los resultados es posible señalar que está muy arraigada la opinión de que la mejor escuela es la más cara, lo cual dista de la vida intelectual, los contenidos de la enseñanza, las formas curriculares, los criterios de ingreso, la organización de la escuela y su gestión, la cultura, la interdisciplinariedad.

La educación se ha convertido en una cruel lucha individualista por destacar, por los liderazgos, por el poder y por la riqueza. La presente investigación nos ha permitido, a su manera, observar y comprender cómo se ha producido la penetración de la educación en la región y los efectos de tal penetración.

La naturaleza de las relaciones de orden entre los mensajes aparecidos en el periódico A.M. representan variadas connotaciones.

La difusión presenta una estructura discontinua, no ordenada. A la inversa, en la propaganda y propagación, la organización de los temas podría ser calificada de sistemática. La propaganda fue abiertamente dicotómica.

En la difusión, se perciben características autónomas y móviles, es decir, se concentran en rasgos determinados por sus destinatarios sobre todo padres de familia y jóvenes y, por una información cualitativamente desigual, lleva en sí una especie de idiosincrasia. Por su parte la propaganda y la propagación, se dirigen a grupos de personas que poseen una información suficiente. Sus formas de comunicación son persuasivas o explicativas, lo que hace que existan algunos lazos entre emisor y receptor de tipo unívoco.

La difusión se inscribe de manera más inmediata en las instituciones sociales existentes. El auditorio al que apunta es móvil: la variedad de intereses y la diversidad de los lazos sociales y culturales son sus signos. La adaptación entre el periódico y su público presenta un problema permanente de creación de imágenes recíprocas, capaces de regular la comunicación. Las relaciones entre comunicación y conducta son bastante diversificadas: necesarias y explícitas en la propaganda, necesarias e implícitas en la propagación, son optativas, fragmentarias y locales en la difusión.

La difusión no utiliza modelos unitarios globales, sino temas ordenados de un modo no rígido, insistiendo más bien en un determinado punto sin indicar o suponer una acción necesaria.

La frecuencia de las noticias en torno a la educación, fue más insistente cuando de la reforma educativa se trataba. Discursivamente hablando, se trató de un nuevo coqueteo entre la vieja, sórdida y aburrida burocracia administrativa con la eternamente anunciada y siempre pospuesta reforma educativa.

La retórica oficial ha llamado así a cualquier ocurrencia que, desde el poder, se haya tenido sobre lo educativo. Se volvió noticia la Reforma Educativa (con letras mayúsculas, ya que se cree que ellas proveen seriedad, institucionalidad y profundidad a todo lo que se dice) cuando simplemente se trata de un simple par de medidas burocráticas tales como los criterios de selección de los profesores, su evaluación, su permanencia y estabilidad laboral.

¿Cuál ha sido la imagen de la educación en el periódico A.M.?

- Ideología
- Evaluación
- Calidad Educativa
- Nómina docente
- Sindicato CNTE
- Marchas
- Enseñanza-aprendizaje
- Escuela (más conocida)
- Infraestructura (bonita)
- Secretaría de Educación
- Irresponsabilidad por parte de docentes
- Programas de Innovación
- Maestros-Alumnos
- Aprobación-reprobación de exámenes
- Instrumentos que sirven para la enseñanza
- Libros y lectura, ferias del libro
- Cultura
- Presupuesto y financiamiento público
- Escuela: lugar en donde existen escándalos
- Egresados
- Docencia
- Dirigentes de sindicatos y secretarías de educación
- Énfasis en el aspecto promocional de las escuelas
- Infraestructura
- Tradición
- Uso de la tecnología
- Hacen un uso simple: escuela, docente, alumno
- Sindicatos, trabajadores del SNTE, PISA, Bullying, deserción, marchas, reforma, concursos académicos, innovación, calidad.
- Educar sin golpes, educación a las niñas, escuela y educación para mujeres, educar sin violencia, saber técnicas de educación.

Las notas, en mucho, denotan en los profesores como únicos responsables de la educación, se desentiende de los estudiantes y abandona las preguntas, tales como ¿para qué enseñar?, ¿por qué enseñar?, ¿qué saberes enseñar?, ¿con qué instrumentos didácticos?, ¿para qué educar?, ¿a quién educar?, ¿con qué principios pedagógicos?, ¿con qué finalidades?, ¿qué tipo de hombre y ciudadano educar?, ¿para qué tipo de sociedad educar?, ¿con qué valores, con qué principios?.

Es frecuencia que las notas periodísticas hagan de la educación una colección de frases hechas y de infraestructuras atractivas, prácticas sociales adversas para ser aceptadas por unanimidad, como por ejemplo huelgas, plantones y sindicatos. Por supuesto brillan por su ausencia talentos como la innovación, la creatividad, las formulaciones pedagógicas adecuadas al mundo moderno y posmoderno, la crítica y el pensamiento reflexivo audaz como fundamentos de quehacer intelectual, la valoración de las ciencias y de las tecnologías están ausentes en esa deplorable retórica. También lo están la formación ciudadana de los niños y los jóvenes, la escuela como constructora de ciudadanía, la ética republicana, y los temas marginales como la igualdad de género, la equidad, el respeto por las diferencias, los derechos de los niños y niñas, las preocupaciones de los jóvenes, el cuidado del medio ambiente, la salud sexual y reproductiva, la nutrición, la afectividad, el autoconocimiento y el reconocimiento de la otredad.

Referencias

- Blanco, B.E. (2011). *Los límites de la escuela. Educación, desigualdad y aprendizajes en México*. México: Colegio de México.
- Bolívar, A. *Introducción a los estudios del discurso: qué, cómo y para qué*, Recuperado de: www.catedraunescoucv.blogspot.com; www.comunidadeled.org el día 4 de octubre 2014.
- Gómez, V. H. (2004). *Paisajes y pasajes. Sendas de mediología, comunicación y jóvenes en la vida contemporánea*. México: Aportes.
- Gómez, V. H. (2007). *La ciudad y la furia. Hacia una cronología sociocultural de León*. León: Universidad Iberoamericana.
- INEGI (2011). *Panorama sociodemográfico de Guanajuato*. Guanajuato: INEGI.
- Lara, P. F. (2009). *Representación del discurso y representaciones sociales del maestro y el movimiento magisterial en Chiapas*. Tesis Doctoral. Universidad de Santiago de Compostela.
- Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Moscovici, S. (2012). *A Psicanálise, sua imagem e seu público*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Piñuel, R. J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. En *Estudios de Sociolingüística* 3(1), 2002, pp. 1-42. Madrid: Universidad Complutense.