

LA UNIVERSIDAD-EMPRESA Y LOS ESTUDIANTES-CLIENTES

*No tengo ningún talento especial.
Sólo soy apasionadamente curioso.*

ALBERT EINSTEIN,
Carta a Carl Seelig

1. LA RETIRADA DEL ESTADO

Antes de pasar a leer algunas páginas de los grandes clásicos de la literatura, quisiera detenerme un momento en los efectos catastróficos que la lógica del beneficio ha producido en el mundo de la enseñanza. Martha Nussbaum, en su hermoso libro *Sin fines de lucro*, nos ha proporcionado hace poco un elocuente retrato de esta progresiva degradación. En el curso de la última década en buena parte de los países europeos, con alguna excepción como Alemania, las reformas y los continuos recortes de fondos financieros han trastornado —sobre todo en Italia— la escuela y la universidad. De manera progresiva, pero muy preocupante, el Estado ha iniciado un proceso de retirada económica del mundo de la enseñanza y la investigación básica. Un proceso que ha determinado también, en paralelo, la *secundarización* de las universidades. Se trata de una revolución copernicana que en los próximos años cambiará radicalmente la función de los profesores y la calidad de la enseñanza.

Casi todos los países europeos parecen orientarse hacia el descenso de los niveles de exigencia para permitir que los estudiantes superen los exámenes con más facilidad, en un intento (ilusorio) de resolver el problema de los que pierden el curso. Para lograr que los estudiantes se gradúen en los plazos establecidos por la ley y para hacer más *agradable* el aprendizaje no se piden más sacrificios sino, al contrario, se busca atraerlos mediante la perversa reducción progresiva de los programas y la transformación de las clases en un juego interactivo superficial, basado también en la proyección de diapositivas y el suministro de cuestionarios de respuesta múltiple.

Pero hay algo más. En Italia, donde el problema de los que pierden el curso alcanza dimensiones preocupantes, las universidades que logran el objetivo de graduar un estudiante en los años previstos por la ley reciben el premio de una financiación *ad hoc*. Los centros que, por el contrario, no satisfacen los protocolos ministeriales sufren sanciones. De este modo, si se matriculan mil estudiantes en el año 2012, mil graduados deberán tener su título al final del trienio. Una aspiración noble y legítima si a los legisladores, además de la *quantitas*, les interesara también la *qualitas*. Por desgracia, sin embargo, renunciando a evaluar con qué competencias reales concluyen su ciclo de estudios los nuevos titulados, el mecanismo en acto se transforma en una estratagema que empuja a las universidades —cada vez más comprometidas por la penuria de fondos en la búsqueda poco escrupulosa de subvenciones— a hacer lo imposible para producir nuevas hornadas de titulados.

2. LOS ESTUDIANTES-CLIENTES

A los estudiantes, como ha subrayado Simón Leys en una lección sobre la decadencia del mundo universitario, en algunos centros canadienses se los considera ya como clientes. El mismo resultado se desprende también de una minuciosa investigación sobre el funcionamiento de una de las más importantes universidades privadas del mundo. En Harvard, según informa Emmanuel Jaffelin en *Le Monde* del 28 de mayo de 2012, las relaciones entre profesores y estudiantes parecen fundarse sustancialmente en una suerte de clientelismo: «Dado que paga muy cara la matrícula en Harvard, el estudiante no sólo espera de su profesor que sea docto, competente y eficaz: espera que sea sumiso, porque el cliente siempre tiene razón». En otros términos: las deudas contraídas por los alumnos estadounidenses para financiar sus estudios, cercanas a los mil millones de dólares, los obligan a ir «más a la búsqueda de ingresos que de saber».

En efecto, el dinero que los matriculados vierten en las arcas universitarias ocupa un puesto de primer rango en los presupuestos elaborados por los rectores y los consejos de administración. Y este dato comienza a cobrar gran importancia también en los centros estatales, donde se intenta atraer a los estudiantes por todos los medios, hasta el punto de promover, como sucede con los automóviles y los productos alimenticios, verdaderas y genuinas campañas publicitarias. Las universidades, por desgracia, venden diplomas y grados. Y los venden insistiendo sobre todo en el aspecto profesionalizado esto es, ofreciendo cursos y especializaciones a los jóvenes con la promesa de obtener trabajos inmediatos y atractivos ingresos.

3. LAS UNIVERSIDADES-EMPRESAS Y LOS PROFESORES-BURÓCRATAS

Institutos de secundaria y universidades, en definitiva, se han transformado en empresas. Nada que objetar, si la lógica empresarial se limitase a suprimir los despilfarros y a rechazar las gestiones demasiado alegres de los presupuestos públicos. Pero, en esta nueva visión, el cometido ideal de los directores de instituto y rectores parece ser sobre todo el de producir diplomados y graduados que puedan insertarse en el mundo mercantil. Desposeídos de sus habituales vestimentas de docentes y forzados a ponerse las de gestores, se ven en la obligación de cuadrar las cuentas con el fin de hacer competitivas las empresas que dirigen.

También los profesores se transforman cada vez más en modestos burócratas al servicio de la gestión comercial de las empresas universitarias. Pasan sus jornadas llenando expedientes, realizando cálculos, produciendo informes para (a veces inútiles) estadísticas, intentando cuadrar las cuentas de presupuestos cada vez más magros, respondiendo cuestionarios, preparando proyectos para obtener míseras ayudas, interpretando circulares ministeriales confusas y contradictorias. El año académico transcurre velozmente al ritmo de un incansable metrónomo burocrático que regula el desarrollo de consejos de todo tipo (de administración, de doctorado, de departamento, de curso de graduación) y de interminables reuniones asamblearias.

Parece que nadie se preocupa, como debería, de **la calidad de la investigación y la enseñanza**. Estudiar (a menudo se olvida que un buen profesor es ante todo un infatigable *estudiante*) y preparar las clases se convierte en estos tiempos en un lujo que hay que negociar cada día con las jerarquías universitarias. No nos damos ya cuenta de que, separando completamente la investigación de la enseñanza, se acaba por reducir los cursos a una superficial y manualística repetición de lo existente.

Las escuelas y las universidades no pueden manejarse como empresas. Contrariamente a lo que pretenden enseñarnos las leyes dominantes del mercado y del comercio, la esencia de la cultura se funda exclusivamente en la *gratuidad*: la gran tradición de las academias europeas y de antiguas instituciones como el Collège de France (fundado por Francisco I en 1530) — sobre cuya importancia para la historia de Europa ha insistido recientemente Marc Fumaroli en Nápoles, en una apasionada conferencia dictada en la sede del Istituto Italiano per gli Studi Filosofici— nos recuerda que el estudio es en primer lugar adquisición de conocimientos que, sin vínculo utilitarista alguno, nos hacen crecer y nos vuelven más autónomos. Y la experiencia de lo que aparentemente es inútil y la adquisición de un bien no cuantificable de inmediato se revelan *inversiones* cuyos beneficios verán la luz en la *longue durée*.

Sería absurdo cuestionar la importancia de la preparación profesional en los objetivos de las escuelas y las universidades. Pero ¿la tarea de la enseñanza puede realmente reducirse a formar médicos, ingenieros o abogados? Privilegiar de manera exclusiva la profesionalización de los estudiantes significa perder de vista la dimensión universal de la función educativa de la enseñanza: ningún oficio puede ejercerse de manera consciente si las competencias técnicas que exige no se subordinan a una formación cultural más amplia, capaz de animar a los alumnos a cultivar su espíritu con autonomía y dar libre curso a su *curiositas*. Identificar al ser humano con su mera profesión constituye un error gravísimo: en cualquier hombre hay algo esencial que va mucho más allá del *oficio* que ejerce. Sin esta dimensión pedagógica, completamente ajena a toda forma de utilitarismo, sería muy difícil, ante el futuro, continuar imaginando ciudadanos responsables, capaces de abandonar los propios egoísmos para abrazar el bien común, para expresar solidaridad, para defender la tolerancia, para reivindicar la libertad, para proteger la naturaleza, para apoyar la justicia...

.....

11. EL ENCUENTRO CON UN CLÁSICO PUEDE CAMBIAR LA VIDA

Sin embargo, no es posible concebir ninguna forma de enseñanza sin los clásicos. El encuentro entre el docente y el alumno presupone siempre un «texto» del que partir. Sin este contacto directo, los estudiantes tendrán dificultades para amar la filosofía o la literatura y, a su vez, los profesores perderán la oportunidad de aprovechar al máximo sus cualidades para despertar pasión y entusiasmo en los alumnos. Al cabo, se romperá definitivamente el hilo que había mantenido unidas la palabra escrita y la vida, el círculo que había permitido a los jóvenes lectores aprender de los clásicos a escuchar la voz de la humanidad aun antes de que, con el tiempo, la vida misma les enseñase a comprender mejor la importancia de los libros que nos han nutrido.

Las muestras de pasajes escogidos no bastan. Una antología no tendrá nunca la fuerza para estimular reacciones que sólo la lectura íntegra de una obra puede producir. Y, dentro del proceso de aproximación a los clásicos, el profesor puede desempeñar una función importantísima. Basta hojear las biografías o las autobiografías de grandes estudiosos para descubrir casi siempre el recuerdo del encuentro con un docente que, durante los estudios secundarios o superiores, fue decisivo para orientar la curiosidad hacia esta o aquella disciplina. Todos nosotros hemos podido experimentar hasta qué punto la inclinación hacia una materia específica ha sido suscitada, con mucha frecuencia, por el carisma y la habilidad de un profesor.

La enseñanza, de hecho, implica siempre una forma de seducción. Se trata de una actividad que no puede considerarse un *oficio*, sino que en su forma más noble presupone una sincera vocación. El verdadero profesor, por lo tanto, *toma los votos*. Esta es la razón por la que George Steiner ha hecho bien recordándonos que una «mala enseñanza es, casi literalmente, asesina y, metafóricamente, un pecado». Una manera de enseñar mediocre, en efecto, «una rutina pedagógica, un estilo de instrucción que, conscientemente o no, sea cínico en sus metas meramente utilitarias, son destructivos». El encuentro auténtico entre maestro y alumno no puede prescindir de la pasión y el amor por el conocimiento. «No se conoce —recordaba Max Scheler, citando a Goethe— sino lo que se ama, y cuanto más profundo y cabal quiera ser el conocimiento, más fuerte, vigoroso y vivo debe ser el amor, incluso la pasión». Pero, para retomar nuestro hilo conductor, la pasión y el amor, si son realmente genuinos, presuponen en todo caso gratuidad y desinterés: sólo en estas condiciones el encuentro con un maestro o con un clásico podrá cambiar de verdad la vida del estudiante o del lector.