

**E**l estudiante puede que siempre tenga la razón en estos tiempos. Y si por una extraña coincidencia fuera así, no se trataría de un estudiante, sino de un cliente.

En una relación mercantil, el cliente tiene una necesidad que desea suplir y, en el otro costado, está quién provee lo que el cliente necesita. Bajo esta lógica, se identifican dos intereses: por un lado, alguien desea consumir y por el otro, alguien busca vender.

Lo anterior describe un acuerdo entre voluntades, en el cual, puede mediar cierta influencia de una de las partes sobre las decisiones de la otra y viceversa. Cabe resaltar que, la influencia no solo afecta el precio, sino la relación comercial también.

Existe un marcado interés por parte de quien provee un bien o presta un servicio, en que el consumidor se convierta en su cliente y conserve esa calidad a lo largo del tiempo. Para lograrlo, la disposición del Proveedor con su cliente será de complacencia, buscando agraderle para que se sienta valorado y la relación comercial persista.

¿Podrían estas lógicas instalarse en los escenarios educativos? A pocos meses de haber retornado a la presencialidad en las universidades, aún es alta la deserción que dejó la pandemia. Durante dos años, el virus generó crisis en las finanzas de las instituciones educativas, las cuales perdieron miles de estudiantes que no tenían los recursos o la voluntad de continuar con sus estudios.

Lo anterior terminó generando un profundo temor en las universidades, lo que procuró,

para algunas de ellas, una forma distinta de significar al estudiante. El estudiante se convirtió en indispensable desde un punto de vista económico y, por lo tanto, no sería plausible “perderlo”. Para no prescindir de él, algunas instituciones han optado por “protegerle”, adecuarse al ritmo de este y a sus pretensiones, para así garantizar su permanencia en la institución. Esta calidad de “cliente” otorgada al estudiante, lo ha cubierto con influencia sobre las universidades y sobre sus docentes, los cuales podrían estar ante una paradoja frente al grado de rigurosidad y exigencia que deben aplicar o no en sus clases.

Ello tendería a establecer una visión en donde al estudiante se le debe complacer y agradar, en el afán de mantener vigente el ingreso que este representa, lo que terminaría opacando los conceptos de *Persona, Ciudadano e Individuo en Formación*, que cimentan las banderas de una educación arrojada a transformar la realidad social, de la mano del conocimiento y la preocupación por el bienestar de los otros.

El estudiante no va a la universidad solamente a “comprar” recetas para generar medios de consumo. Va a la universidad porque tiene preguntas y las más importantes de ellas no se responden con las máximas del sistema económico actual. La necesidad del estudiante está en hallar una forma de habitar el mundo y reconocerse como parte de un todo, para avizorar su destino. Su búsqueda también es ontológica y la Universidad puede auxiliarle.

*Luis Fernando Calderon Arellano*