

La imagen de calidad de la educación superior privada en el diario *El Universal*

YAZMÍN MARGARITA CUEVAS CAJIGA*
SILVIA GUTIÉRREZ VIDRIO**

RESUMEN

Actualmente el tema de las Instituciones de Educación Superior Privada (IESP) ha retomado importancia dado que existe una gran diversidad de instituciones que ofrecen planes y programas de estudio con niveles muy dispares en lo que concierne a la calidad académica que ofertan. Con el fin de ahondar sobre esta problemática se realizó un estudio que tuvo como objetivo detectar las representaciones sociales acerca de la calidad de las IESP que circulan en los medios de comunicación, especialmente en la prensa escrita. Lo que se presenta en este texto es un análisis que se llevó a cabo teniendo como corpus de estudio 30 artículos (notas informativas, artículos de opinión y reportajes) sobre el tema de las IESP que fueron publicados en el diario *El Universal*. A partir de este análisis se pudieron identificar dos representaciones sociales de este tipo de instituciones: *las universidades patito* y las verdaderas universidades de paga. La identificación y análisis de estas dos representaciones sociales develó que para *El Universal* la calidad académica está sedimentada en una idea muy importante para la sociedad contemporánea: la originalidad de una marca comercial.

Palabras clave: Instituciones de Educación Superior Privadas / Calidad / Representaciones sociales.

ABSTRACT

Nowadays the topic of Private Higher Education Institutions (IESP) has taken again importance since there is a great diversity of institutions that offer plans and programs of study with very unlike levels regarding the academic quality they offer. In order to contribute to the discussion on this problematic we carried out a study whose aim was to detect the social representations of the academic quality of IESP that circulate in the mass media and more specifically in the written press. What is presented in this text is an analysis that was carried out having as a corpus of study 30 news articles (news stories, opinion articles and feature reports) that were published in *El Universal* newspaper on the topic of IESP. In the analysis it was possible to identify two social representations of this type of institutions: the *universidades patito* and the real private universities. The identification and analysis of these two social representations showed that for *El Universal* the academic quality rests on a very important idea for contemporary society: the originality of a commercial brand.

Key words: Private Higher Education Institutions / Quality / Social representations.

En México, los mecanismos oficiales que regulan la educación superior privada son muy flexibles, de tal suerte que existen una gran diversidad de instituciones de educación superior privadas (IESP): por un lado, se encuentran instituciones que cumplen con los requerimientos para brindar una verdadera formación profesional, tales como: amplia oferta de licenciaturas en distintos campos del conocimiento, instalaciones adecuadas, planta docente de tiempo completo con una alta formación, desarrollo de la investigación y difusión de la cultura; por otro lado, hay instituciones que apenas logran las exigencias mínimas, entre ellas tenemos IESP que sólo cuentan con licenciaturas que abarcan una o dos áreas de

* Universidad Pedagógica Nacional. Correo electrónico: yazco24@yahoo.com.mx, yazco24@gmail.com

** Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. Correo electrónico: sgvidrio@hotmail.com

conocimiento, carecen de profesores de tiempo completo, no cuentan con la infraestructura necesaria y no desarrollan investigación ni promueven la cultura (Silas, 2005; Mendoza, 2004).

En consecuencia, algunos expertos (Olivier, 2007; Rodríguez, 2005; Mendoza, 2004) señalan que la oferta de educación superior privada tiene una calidad académica desigual. Al respecto se debe precisar que el concepto de calidad es muy complejo (Márquez, 2004); sus orígenes derivan del campo de la administración y del mercado, la calidad es la perfección o excelencia de un producto, un proceso de producción o de un servicio. En educación, la calidad implica que las instituciones ofrecen una formación pertinente a las necesidades de la sociedad, que sus planes y programas de estudio son congruentes con la instrucción que se propone, que utilizan los recursos financieros y humanos de manera eficiente (Márquez, 2004).

Los generadores de la política educativa y especialistas establecen los indicadores que deben seguir las instituciones de educación superior para garantizar que la formación que otorgan cumpla con los estándares de calidad. Las instalaciones, la planta académica, los planes de estudio, los programas de apoyo a estudiantes son algunos de los aspectos susceptibles a ser evaluados para verificar la calidad académica de dichas instituciones. Cabe resaltar que esta evaluación es la única forma de conocer la calidad de las mismas y que pueden someterse de manera voluntaria y opcional.

Tres son los organismos los que certifican a estas instituciones: el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (Copaes), la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior (ANUIES) y la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES). Los tres organismos tienen el propósito común de asegurar que las IESP cumplan con la calidad académica requerida para este nivel educativo. Sin embargo, el aspirante que desea ingresar a una institución privada de educación superior desconoce los procesos y procedimientos de certificación de calidad, por tanto sus elecciones y opiniones se conforman a través de lo que escucha en conversaciones cotidianas o en los medios de comunicación masiva. Al respecto, Torre-Mazuera señala que: “Los medios de comunicación son capaces de legitimar ciertos puntos de vista y marginar otros, contribuyendo a la construcción del sentido común. Los periódicos ofrecen una orientación y sentido sobre el acontecer cotidiano” (2005: 120). En el caso de la educación, es común que la gente interesada en el

tema consulte los periódicos para informarse, por ejemplo, sobre la reforma de la educación básica, la evaluación de docentes, los libros de textos, las evaluaciones PISA y la educación superior privada.

En este sentido, el 27 de mayo de 2003 el entonces rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Juan Ramón de la Fuente denunció que muchas instituciones privadas que ofrecían la Licenciatura en Derecho no contaban con la calidad académica adecuada. Esta declaración ocasionó que los periódicos *El Universal*, *La Jornada*, *La Crónica de Hoy* y *Milenio Diario* publicaran diversas notas y artículos sobre este sector de la educación. Para calificar la calidad de las instituciones privadas se empleó el término de *universidades patito*, que, como se verá a lo largo del texto, dio origen a una representación social de calidad de algunas instituciones privadas. En este artículo se analiza la representación social (RS en adelante) de calidad de las IESP que se proyectó en el diario *El Universal* de mayo a junio de 2003.

LA TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Actualmente, en México se han generado investigaciones en el campo de la educación que se interesan por las RS de la vida escolar y de los sujetos que se encuentran involucrados (Mireles y Cuevas, 2008). Éstas han contribuido a revelar las numerosas percepciones sobre la función del docente, los estudiantes, las instituciones educativas, la evaluación, la calidad académica, entre otros (Arbesú *et al.*, 2008). Sin embargo, un aspecto que ha sido muy poco estudiado es el papel que juegan los medios de comunicación en la configuración de las RS que circulan sobre aspectos que conciernen directamente a la educación.

El concepto de RS fue introducido por Moscovici para referirse a una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre individuos. Este autor señala que: “La RS es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad” (1979: 18). También, son la actividad mental desplegada por individuos y grupos a fin de fijar su posición en relación con situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen (Moscovici, 1979; Jodelet, 1986).

Una definición muy aceptada y concordante con las ideas planteadas por Moscovici es la de Jodelet: “La representación social es una forma de conocimiento

socialmente elaborado y compartido, que tiene un objetivo práctico y concurrente a la construcción de una realidad común de un conjunto social” (1989: 36). Este conocimiento social se presenta bajo formas variadas, más o menos complejas: imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia que nos permiten interpretar lo que nos sucede, e incluso, dar sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tenemos algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos (Jodelet, 1986: 472).

Así, se incorpora el hecho de que esos contenidos son elaborados socialmente, es decir, el contexto y las condiciones sociohistóricas constituyen las condiciones de construcción de las RS. Estas últimas establecen un sistema de conocimiento sobre un objeto determinado y nos prepara para la actuación del mundo. En este sentido permiten la explicación, la comprensión y la actuación en la realidad.¹

Las RS pueden ser consideradas como un modo de organizar nuestro conocimiento de la realidad, que está construido socialmente. Este conocimiento se elabora a partir de nuestros propios códigos de interpretación, culturalmente marcados. Desde este punto de vista, el proceso de representación introduce un carácter de diferenciación en las lógicas sociales y en los rasgos individuales. Da lugar a una reconstrucción de la realidad, integrando de manera específica la dimensión psicológica y la dimensión social (Gutiérrez y Piña, 2008). Para poder establecer la relación entre las RS y los medios de comunicación es necesario señalar que, si bien en su plano más general las fuentes de determinación de las RS se encuentran en “el conjunto de condiciones económicas, sociales, históricas que caracterizan a una sociedad determinada y el sistema de creencias y de valores que circulan en su seno”, también de manera más específica se forman “a partir del conjunto de prácticas que tienen que ver con la comunicación social” (Ibáñez, 2001: 178). Es por eso que actualmente es necesario aceptar y enfatizar el papel cada vez más determinante de los medios de comunicación de masas en la creación y la difusión de las RS.

1. Si las RS juegan un papel fundamental en las prácticas y en la dinámica de las relaciones sociales, es porque éstas desempeñan, siguiendo a Abric, cuatro funciones esenciales: 1) funciones de *saber*: permiten entender y explicar la realidad; 2) funciones *identitarias*: definen la identidad y permiten la salvaguarda de la especificidad de los grupos; 3) funciones de *orientación*: conducen los comportamientos y las prácticas; 4) funciones *justificadoras*: permiten justificar *a posteriori* las posturas y los comportamientos (2001: 15-17).

En la actualidad, la presencia de los medios de comunicación masiva asumen un papel fundamental en la constitución de las RS, ya que, de acuerdo con Gutiérrez (2007), en muchos casos son el origen y nutriente principal para la elaboración de las mismas; marcan los temas más recurrentes en las conversaciones cotidianas, lugar en donde las RS se generan y desarrollan con libertad. Esto se debe a su alcance (gran número de personas) y a la posibilidad que tienen de presentar sus opiniones y argumentos sobre los hechos que son de interés social. Aunque no son el único factor de origen de las representaciones, su influencia se encuentra entre las más tajantes y complejas.

Es importante considerar que cuando algún tema es de interés para un individuo, éste consultará los medios de comunicación para seguir la noticia día a día, debido a que el tema siempre tiene aspectos que no han sido tratados con anterioridad; por lo general un medio presenta la información con diferentes puntos de vista, que van desde la opinión de un analista político, pasando por un reportaje, para culminar con el testimonio de un personaje de la vida cotidiana como un policía, un ama de casa, un estudiante. El público finalmente es el que decide qué leer, qué escuchar, qué ver o qué no ver; los medios presentan informaciones dirigidas a públicos específicos. Moscovici señala que “los medios masivos de comunicación, como tales están desprovistos de eficacia al nivel del individuo. No modifican ni sus opiniones, ni sus actitudes. Pero al penetrar en los grupos elementales de vecindad, familia, amigos, etcétera, mediante estos coloquios personales acaban por influir en él y por cambiarlos” (2005: 240). Esto indica que los medios influyen en las opiniones de los individuos y, que posteriormente al ser discutidas, pueden llegar a constituirse en RS que contienen valoraciones y calificaciones con respecto a un suceso.

Los medios de comunicación masiva elaboran sus propias RS sobre diversos temas (Rouquette, 1986), hechos o personas, es el individuo o el grupo –que están expuestos a estos medios– los que pueden rechazar o incorporar dichas RS. Rouquette (1986) se ha interesado por conocer cómo las RS que circulan en los medios masivos llegan al público; al respecto señala que esto se da en un proceso que consta de tres fases:

- 1) En la primera, el individuo forma parte de un público que se encuentra expuesto durante un lapso de tiempo importante a una fuente de información, que son los medios masivos de comunicación (radio, televisión, periódicos).

- 2) En la segunda, el individuo, mediante esa fuente de información, recibe un mensaje que es de su interés dado su contexto, su historia, su formación, es decir, que le es significativo.
- 3) Posteriormente, el sujeto interpreta, clasifica e integra el mensaje. Este proceso de interpretación está influenciado por su historia, contexto y aptitudes.

Este último paso es el más importante para comprender que las RS que presentan los medios de comunicación no se transmiten de manera lineal. Es el individuo que a partir de su historia y su contexto interpreta estas representaciones y conforma nuevas.

El estudio de las RS que circulan en la comunicación mediática es fundamental para conocer cómo se organiza el conocimiento de sentido común que circula, no sólo en las interacciones cotidianas, sino también por canales más poderosos de difusión e influencia, como los medios de comunicación (Rodríguez, 2009: 13).

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Si bien existen diferentes propuestas metodológicas para analizar las RS (Abric, 2001), en este estudio se ha trabajado con una propuesta teórico-metodológica que se concentra en su naturaleza discursiva, ya que éstas son generadas en el proceso de comunicación para ser expresadas luego a través del lenguaje. La actividad discursiva es la expresión más compleja a la que pueden dar lugar las RS, ya que no existe un discurso donde la dimensión argumentativa no esté presente, al menos en algún grado (Grize *et al.*, 1987). Por ende la metodología elegida para este estudio está centrada en la dimensión argumentativa de esta actividad.

El primer paso metodológico que se siguió para identificar las RS de la calidad de las IESP, que circulan en la prensa escrita, fue la conformación del corpus de estudio, constituido por 30 artículos del *El Universal* publicados entre el 27 de mayo y el 02 de julio de 2003. Se eligió este periódico por ser uno de los más antiguos del país (92 años) y con más lectores (419 mil por día), considerado como uno de los diarios más importantes de América Latina (Valles, 2004) y ampliamente consultado por la sociedad mexicana debido a su sección de “Aviso oportuno”. Cabe enfatizar que este diario fue uno de los periódicos de circulación nacional que dio mayor seguimiento a la polémica de las *universidades patito* (Rodríguez, 2005), en relación con otros diarios como

La Jornada, *Milenio Diario*, *La Crónica de Hoy* y *El Reforma*.² Para determinar el periodo de revisión se consideraron algunos hechos que, probablemente, centraron la atención de la prensa en las IESP y que a continuación se enuncian:

- El 27 de mayo de 2003, el diario *El Universal* dedicó, casi en su totalidad, la primera plana a las IESP, la nota central se tituló “Alerta en la SEP por fraudes educativos” en la que se reveló que durante el 2001 y 2002 la Secretaría de Educación Pública cerró más de 88 IESP.
- Apareció también una nota denominada “De la Fuente critica las escuelas al vapor”, donde se dieron a conocer comentarios emitidos por Juan Ramón de la Fuente, rector de la UNAM, y los de Diego Valadés, director de Instituto de Investigaciones Jurídicas también de la UNAM, quienes denunciaron la existencia de más 400 escuelas que ofrecían la Licenciatura en Derecho, pero cuya calidad académica era dudosa.

A partir de la publicación de estas notas, *El Universal* comenzó a dar seguimiento sobre el tema de las IESP por medio de entrevistas, editoriales y las opiniones de diversos personajes de la vida académica (investigadores, funcionarios, estudiantes, periodistas).

Posteriormente, se realizó un análisis discursivo de los 30 artículos encontrados. Para ello se siguió la propuesta de análisis argumentativo de Jean-Blaise Grize (1993), para identificar los argumentos centrales y las valoraciones con respecto a la calidad de las IESP, mismos que permitieron develar las RS de calidad.

Para organizar la presentación del análisis se retomaron las diferentes dimensiones de las RS que Moscovici publicó en su investigación sobre el psicoanálisis: la información, el campo de representación y la actitud. Con respecto a la *información*, Moscovici apunta que “se relaciona con la organización de conocimientos que posee un grupo con respecto a un objeto social” (1979: 45). El *campo de representación* “nos remite a la idea de imagen, de modelo social, al contenido concreto y limitado de las proposiciones

2. Cabe señalar que la información presentada en este artículo forma parte de una investigación más general que tenía como objeto identificar la RS de las IESP en la prensa; el corpus estuvo conformado por todas aquellas noticias que aparecieron en cuatro diarios: *El Universal*, *La Jornada*, *La Crónica de Hoy* y *Milenio Diario* en el periodo del 27 de mayo al 02 de julio de 2003 (Cuevas, 2010).

que se refieren a un aspecto preciso del objeto de representación” (1979: 46); implica la organización y jerarquización de los diferentes elementos que configuran su contenido, suponiendo siempre el elemento informativo. La *actitud* tiene que ver con “la orientación global en relación con el objeto de la representación global” (Moscovici, 1979: 47).

REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADA

A partir del análisis del corpus de estudio se identificó que *El Universal*, a través de la cobertura que hizo del tema, proyectó dos RS acerca de la calidad de la educación superior privada: las *universidades patito* y las verdaderas universidades de paga. Para presentar los hallazgos se agrupó el contenido de las mismas en tres categorías de análisis, mismas que derivan de las dimensiones que conforman tal representación: información, campo de representación y actitud.

Dimensión de información

En la RS de las *universidades patito* y las “verdaderas” universidades de paga se encontró que los contenidos que el diario publicó no estaban apegados al discurso de los especialistas o de los funcionarios de educación, sino que eran extraídos pequeños fragmentos de diversas opiniones (Secretaría de Educación Pública, FIMPES, UNAM, Juan Ramón de la Fuente, Javier Mendoza, por mencionar algunos), generalmente sacadas fuera de contexto, a partir de las cuales el diario reelaboraba un discurso publicado como nota informativa, reportaje o artículo de opinión. De esta manera, el periódico mostró su perspectiva con respecto a la calidad de las IESP.

En el caso de la RS de *universidades patito* la información tuvo que ver fundamentalmente con un grupo de instituciones privadas, cuya calidad académica era dudosa debido a que sólo contaban con el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE)³ de la Secretaría de Educación Pública (SEP), lo que generó que los egresados de estas instituciones no contaran con los conocimientos profesionales necesarios. Para ilustrar esto se presentan los siguientes fragmentos:

3. Las IESP en México necesitan de un reconocimiento oficial que puede solicitarse por dos vías: tramitando un RVOE en la SEP; o la incorporación a alguna universidad pública o autónoma. Para los especialistas (Oliver, 2007; Mendoza, 2004), el RVOE no es una garantía de que los estudios que brindan las IESP cumplan con las exigencias de calidad.

En los últimos dos años la Secretaría de Educación Pública (SEP) cerró 88 escuelas, centros y universidades privadas que ofrecían estudios de licenciatura en instalaciones deficientes, pues se detectaron casos de universidades en las que los estudiantes tomaban clases en casas, departamentos y hasta cocheras, con profesores improvisados y los programas de estudio sin registro de validez oficial (*El Universal*, 2003b).

El estudio concluido recientemente establece además del crecimiento de las escuelas privadas en la educación superior no ha tenido efectos positivos en la superación de los rezagos del país para ofrecer nuevas oportunidades de estudio a los jóvenes entre 20 y 24 años de edad, por lo que la mayoría de las familias mexicanas sólo tiene como única opción una educación superior privada barata, aunque de dudosa calidad. Eso es mejor que nada (Martínez, 2003a).

El Universal publicó que la mala calidad académica se debía al tipo de instalaciones de las IESP (garajes, departamentos), la formación profesional en corto tiempo y al hecho de que los estudiantes que acudían a éstas eran de bajos recursos con aspiraciones de credencialización académica. Sin embargo, el diario no profundizó acerca del proceso de incorporación que necesitan seguir las IESP ante la SEP para otorgar formación profesional, tampoco se indicaron los requisitos que deben cumplirse.

Se identificó el uso de frases calificativas para designar a las IESP con mala calidad como “estudios garage”, “escuelas de enseñanza rápida”, “escuelas chafa”, entre otras. Tal parece que, para *El Universal*, una escuela de educación superior privada barata es un engaño, porque se equiparó el precio de colegiaturas con la garantía de calidad académica.

En cuanto a la modalidad educativa de las instituciones privadas, *El Universal* publicó:

Javier Mendoza, director de estudios de la ANUIES, informó que dentro de las escuelas que tienen reconocimiento de validez oficial ante la SEP, la mayoría no se hacen llamar universidades (100), sino que en el registro ante esa dependencia proliferan los centros educativos universitarios (161) y tan sólo existen 69 colegios (Martínez, 2003b).

A partir de estas declaraciones, el diario señaló que las instituciones privadas que sólo cuentan con el RVOE de la SEP son las que se denominan centros universitarios, con ello se develan algunos indicios sobre lo que es para *El Universal* una universidad de calidad dudosa, es decir, las que se nombran centros educativos.

Con respecto a la formación que reciben los egresados de estas instituciones, los siguientes fragmentos son ilustrativos:

La educación que se imparte en estas universidades privadas acaba por ser un muy mal negocio para la justicia mexicana, porque muchos egresados salen sin saber, sin tener nociones de derecho mexicano y con el propósito de corromper a los funcionarios del Poder Judicial Federal (Avilés, 2003).

Estas escuelas [...] mandan a la calle, con título que los ampara como supuestos profesionistas, a miles de jóvenes que ingresan al mercado laboral con graves deficiencias (Fabela, 2003).

Estos extractos aportan una pista importante sobre el contenido de la RS de *universidades patito*, ya que son éstas las que otorgan títulos profesionales que no garantizan la formación de sus egresados. Lo que devela una relación importante entre las designaciones: falso, *patito*, al vapor, fraude educativo.

Con respecto a la información sobre la RS de “las verdaderas” universidades de paga, ésta gira en torno a las preferencias de ciertos sectores de la sociedad por acudir a la educación privada. Esto se debe a que en las “verdaderas” universidades de paga, según el periódico, se forman valores, no hay conflictos laborales (huelgas), y sobre todo, son una vía para obtener un ascenso en la escala social. Esto queda expresado claramente en el siguiente fragmento de una nota informativa:

Los padres prefieren la educación superior privada porque desde la primaria hasta la universidad existe mayor seguridad para los estudiantes, se promueve la formación de valores y el servicio es de mayor calidad porque no existen conflictos laborales, lo que hace que la educación se convierta en un medio de posicionamiento social (Martínez, 2003c).

Tal parece que para *El Universal* “las verdaderas” universidades privadas no presentan problemas de ningún tipo. No obstante, es parte inherente de las instituciones escolares la existencia de conflictos laborales. Al señalar que en el sector privado no hay huelgas, el diario pasó por alto que en las instituciones privadas, sobre todo las de alto perfil (Silas, 2005), los trabajadores administrativos están organizados en un sindicato, cuyas situaciones pueden también desembocar en paros laborales o huelgas como en cualquier otra institución. Con respecto a que las IESP de élite (Mendoza, 2004) son las que permiten el posicionamiento social, en la realidad

es muy reducido el número de instituciones que otorgan un ascenso social, considerando que los alumnos que ingresan a las mismas pertenecen a las clases altas del país y el posicionamiento social está dado desde su origen social, no necesariamente por el ingreso a un tipo de IESP.

Cabe recalcar que en las notas analizadas no se señala lo qué es la calidad, no se abordan los estándares y mucho menos se presentan los procesos a través de los cuales las instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas, demuestran su calidad académica. Es de esta manera como *El Universal* nos presentó a la calidad, como un concepto abstracto y dando por hecho que sus lectores conocían los procesos de certificación de las mismas. En este caso la calidad académica funciona como un preconstruido cultural,⁴ esto es, como algo que no tiene que ser explicitado, ya que forma parte de un saber colectivo.

Dimensión del campo de representación

Este implica el significado que se le asigna al objeto de representación para hacerlo comprensible y accesible; en este caso la calidad de la educación superior privada; este sentido se encuentra mezclado con juicios, valoraciones, aserciones, tipologías, creencias, elementos culturales. Uno de los contenidos centrales de la representación identificada como *universidades patito* es precisamente la designación del juicio de valor de baja calidad para las instituciones o escuelas enunciadas como *patito*, como prueba de ello se muestran los encabezados:

- *Escuelas patito*, buscan frenar su proliferación (*El Universal*, Redacción, 2003b).
- Evaden *escuelas patito* sanciones (Martínez, 2003e).
- Busca SEP un acuerdo contra *las Patitos* (Martínez, 2003f).

Los orígenes del término *patito* son muy difíciles de rastrear, según Rodríguez (2005: 444): “Patito comenzó a usarse a mediados de los años ochenta, en el mundo de los consumidores de cómputo –principalmente los más jóvenes– para establecer la diferencia entre los equipos originales, la marca, fabricado con componentes genuinos, y cualquier variedad que

4. Para la lógica natural los preconstruidos son un conjunto de nociones, de saberes, opiniones y prácticas, sin los cuales la comunicación sería inconcebible (Verges et al., 1978). Para Grize son “los depósitos que las representaciones dejan en el lenguaje; en el fondo se trata del aspecto lingüístico de las representaciones sociales” (1993: 3).

careciera de esos atributos: los sin marca o marca patito”. De acuerdo con Gómez “patito significa de marca poco conocida o mala” (2006: 133). Así, *patito* es una expresión que se emplea para indicar que un producto (una computadora, una televisión, unos zapatos) es de bajo precio, tiene cierta similitud con la marca líder de su producto, pero en comparación su calidad no es buena. Lo *patito* califica la calidad de un producto que ofrece ciertos atributos de las marcas prestigiosas sin lograr cumplirlos cabalmente, hecho en el que también recaen las universidades privadas.

“Universidad” implica cualquier institución de educación superior, ya que no se han establecido diferencias en las modalidades educativas (institutos, centros, escuelas). Es así como se conforma el concepto de *universidad patito*, entendiéndose por ésta: una institución que ofrece la certificación de determinadas carreras, cuya formación profesional de sus egresados fue insuficiente en comparación con profesionistas emanados de instituciones públicas y de élite. En el análisis de los artículos de *El Universal* se identificó el sentido de *universidad patito* como un centro de educación superior que ofrece formación profesional deficiente a precios asequibles. Las personas que acuden a éstas son de bajos recursos económicos y es su única alternativa de continuar sus estudios de educación superior que les permitirá obtener un título profesional. El siguiente fragmento es ilustrativo del sentido que se les asigna:

La proliferación de las llamadas universidades patito, las cuales aprovechan el vacío que deja el gobierno para dar cabida a todos aquellos estudiantes que son rechazados por los centros educativos públicos y que no tiene recursos (Fabela, 2003).

El campo de representación de las *universidades patito* se articula a partir de un calificativo sobre la calidad que ofertan las IESP. Además, el diario destacó que este tipo de universidades tienen instalaciones precarias.

Con respecto al campo de RS sobre “las verdaderas universidades de paga” el contenido central a partir del cual se construye la representación es el de “verdadero”, como ejemplo de esto:

- Con la concurrencia de verdaderas universidades privadas (Fabela, 2003).
- Aquellos estudiantes que no tienen recursos para pagar una buena universidad de paga (Fabela, 2003).

Es importante señalar que dicha representación se construye a partir de una presuposición, ya que al calificar a unas como verdaderas implica, necesariamente, que hay otras falsas. Dado que a estas IESP se les denomina “verdaderas universidades de paga”, queda entonces establecido que tales instituciones son auténticas a diferencia de otras, es decir, las *escuelas patito*. Tal parece que esta representación se encuentra sedimentada en la originalidad y autenticidad de una marca, se convierte así en un distintivo de exclusividad para la persona que consume un producto comercial. Así, las “verdaderas universidades de paga” satisfacen dicho requisito, y por consiguiente cumplen con la calidad académica necesaria.

Dimensión de actitud

La valoración que presentó el diario, en los 30 materiales analizados, sobre las *universidades patito* es de carácter negativo, de hecho se puede apreciar desde los encabezados, tales como: “Alerta en la SEP por fraudes educativos”, “El fraude educativo, también en maestrías”, “Concentran 4 entidades 427 escuelas ‘sin calidad’”. En el análisis que se realizó, se identificaron diferentes valoraciones sobre las *universidades patito*:

¿Qué tiene de extraño entonces que proliferen instituciones educativas baratas, es decir, de insuficiente o deficiente calidad o infraestructura, que son las que se encuentran al alcance de las mayorías campesinas y proletarias? (*El Universal*, 2003a).

En dos años se ha cancelado el registro a 88 “universidades” fraudulentas (Fabela, 2003).

La proliferación de seudo universidades que engañan a los jóvenes con supuestos estudios profesionales (González, 2003).

La Profeco [Procuraduría Federal del Consumidor] ha iniciado una campaña contra el fraude educativo cometido por seudo universidades de paga (Martínez, 2003d).

Para *El Universal*, estas instituciones son fraudes educativos porque cobran colegiaturas por un servicio que no otorgan, son escuelas al vapor dado que se fundan de manera rápida y ofrecen estudios en corto tiempo, son seudo universidades ya que de ellas egresan profesionistas que no tienen los conocimientos necesarios. Todas las frases evaluativas hacen referencia la calidad académica de las IESP, la cual, como se ha señalado, no es definida en ninguno de los artículos del diario.

Por lo que respecta a la representación de “las verdaderas universidades privadas” se identificaron dos tipos de valoraciones: la primera, es que cuentan con buena calidad académica, porque se entiende que se ha reconocido que cumplen con todos los requisitos para otorgar educación superior:

Los rectores de las 90 de instituciones afiliadas a la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior señalan que las más de 660 instituciones privadas que se ubican a su lado “sólo desprestigian” el servicio de calidad que se brinda en estas otras universidades que respalda la Federación (*El Universal*, 2003a).

La segunda vertiente es que, en el caso de las universidades confesionales:

No voy a mencionar nombres, pero son un engaño esas llamadas universidades que ofrecen carreras en dos o tres años a precios supuestamente bajos [...] Las llamadas universidades de garage no aportan nada, esas sí son un negocio. Esta, nuestra Universidad Motolinía, insisto no es un negocio es un milagro (Samaniego, 2003).

De acuerdo con esto, las universidades religiosas son un milagro, dado que cobran colegiaturas perentinas y han sobrevivido gracias a sus gastos

modestos; se apela a que estas buenas universidades han tenido ayuda divina para su desarrollo y otorgamiento de educación superior (con base en sus orígenes y fundamentos religiosos). Con el análisis de estas RS se devela que *El Universal*, durante la polémica de las *universidades patito*, realizó una clasificación del sector privado que sólo contempló cierta información sobre la calidad académica del sector de educación superior. Es interesante que este diario nunca indicara en sus artículos el nombre de alguna institución *patito* o de una “verdadera” universidad de paga.

CONSIDERACIONES FINALES

Son varias las interpretaciones y las reflexiones que surgen acerca de la calidad académica que se proyecta en el análisis realizado. Sin embargo, para finalizar queremos centrarnos en un aspecto que se identificó en el análisis de las dos RS y que tiene que ver con que para *El Universal* la calidad académica está sedimentada en una idea muy importante de la sociedad contemporánea: la originalidad de una marca comercial. De acuerdo con esta percepción, tener un objeto suntuoso implica contar con los recursos para adquirirlo, lo cual no sólo hace patente el poder económico, sino que denota refinamiento, distinción, pertenencia a un estrato superior, a las élites. Hoy por hoy, es significativo contar con una

Cuadro 1. Representaciones sociales de la calidad en el diario *El Universal*.

Dimensiones	<i>Universidades patito</i>	“Verdaderas” universidades de paga
Campo de información	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones privadas de dudosa calidad y que sólo cuentan con el RVOE. • Los egresados carecen de los conocimientos profesionales necesarios. • Sus instalaciones son inadecuadas para impartir clases (departamentos, casas y cocheras). 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinados sectores sociales prefieren la educación superior privada porque es de mejor calidad. • Hay mayor seguridad para los estudiantes, se promueven los valores, no existen conflictos laborales y son un medio de posicionamiento social.
Campo de representación	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Universidades patito</i>, universidades al vapor, escuelas chafas, instituciones de deficiente calidad, universidades garaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verdaderas universidades privadas. • Buenas universidades de paga.
Campo de actitud	<ul style="list-style-type: none"> • Son un fraude educativo. • Son escuelas al vapor. • Son pseudo universidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Son de calidad.

computadora portátil, ropa de diseñador o los tenis que promociona un deportista famoso. Esta idea se ha trasladado al ámbito de la educación superior. De tal suerte que, asistir a una institución privada de prestigio equivale, *de facto*, no sólo a tener la capacidad monetaria para costearla sino que se adquiere con ello una aptitud intelectual, cultura y herramientas para competir en el mundo laboral; así, estas instituciones se configuran como una marca original, mientras que las restantes se convierten en *marca patito* (Gómez, 2006). De lo anterior se desprende la necesidad de realizar estudios sobre la representación y el significado que tiene para los alumnos que acuden a determinada institución de educación privada.

Si bien la forma en que *El Universal* presentó los artículos, durante la *polémica de las universidades patito*, fue de carácter alarmista, sobre algunos aspectos de la educación superior privada, la raíz del problema del sector privado no se abordó; y el hecho es que las instituciones privadas tienen un proceso de incorporación ante la SEP muy laxo, y lo que es más importante, no existe un proceso obligatorio de evaluación y certificación de este tipo de instituciones para asegurar su calidad académica.

BIBLIOGRAFÍA

- Abric, J. C. (2001). *Las representaciones sociales: aspectos teóricos*. En Abric, J. C. (coord.), *Prácticas sociales y representaciones* (pp. 11-32). México: Ediciones Coyoacán.
- Arbesú, M. I., Gutiérrez, S., Piña, J. M. (coords.) (2008). *Educación superior. Representaciones sociales*. México: Gernika.
- Avilés, C. (2003, 28 de mayo). De la Fuente critica las "escuelas al vapor" [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010.
- Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Barcelona: Gedisa.
- Cuevas, Y. (2010). *Representaciones de las Instituciones de Educación Superior Privada*. Tesis de doctorado en Pedagogía. México: UNAM.
- El Universal* (2003a, 27 de mayo). Si el Estado incumple con su deber, la muchacha busca salidas [versión electrónica]. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de <http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/editoriales.html?var=18312>
- , (2003b, 27 de mayo). Escuelas patito buscan frenar su proliferación [versión electrónica]. Obtenida el 29 de noviembre 2010.
- Fabela, G. (2003, 28 de mayo). Vicios de la educación [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de <http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/editoriales.html?var=18325>
- Gómez, G. (2006). *Diccionario Breve de Mexicanismos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- González, J. (2003, 31 de mayo). La Salesiana una universidad digna [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de <http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/editoriales.html?var=18351>
- Grize, J. B. (1993). *Logique naturelle et représentations sociales* [versión electrónica]. *Papers on social representations*, (vol. 2).
- Grize, J. B., Verges, P., Silem, A. (1987). *Salaires face aux nouvelles technologies. Vers une approche sociologique des représentations sociales*. Francia: Centre National de la Recherche Scientifique.
- Gutiérrez, S. y Piña, J. M. (2008). *Representaciones sociales: teoría y métodos*. En Arbesú, M. I., Gutiérrez, S., Piña, J. M. (coords.). *Educación superior. Representaciones sociales* (pp. 13-48). México: Gernika.
- Gutiérrez, S. (2007). *El campo y objeto de estudios de la comunicación. Un estudio de representaciones sociales*. En Piña, J. M. (coord.). *Prácticas y representaciones de la educación superior* (pp. 123-161). México: UNAM-IISUE.
- Ibáñez, T. (2001). *Representaciones sociales, teoría y método*. En Ibáñez, T. (coord.). *Psicología social constructorista* (pp. 159-216). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Jodelet, D. (1989). *Représentations sociales: un domaine en expansion*. En Jodelet, D. (coord.). *Les représentations sociales* (pp. 47-78). París: Presses Universitaires de France.
- , (1986). *La representación social: fenómenos, conceptos y teoría*. En Moscovici, S. *Psicología Social II* (pp. 469-494). Barcelona: Paidós.
- Márquez, A. (2004). Calidad en la educación superior en México ¿Es posible un sistema eficaz, eficiente y equitativo? Las políticas de financiamiento de la educación superior en los noventa. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 9 (21), 477-500.
- Martínez, N. (2003a, 28 de mayo). Concentran 4 entidades 427 escuelas "sin calidad" [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=97358&tabla=nacion
- , (2003b, 29 de mayo). ANUIES: se crearon 10 escuelas por mes [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de <http://>

- www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=97396&tabla=nacion
- , (2003c, 16 de junio). Gana terreno la educación privada [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=98192&tabla=nacion
- , (2003d, 2 de julio de 2003). Profeco: con calidad, sólo 74 universidades privadas [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=14734&tabla=primera
- , (2003e). Evaden escuelas patito sanciones [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=97315&tabla=nacion
- , (2003f). Busca SEP un acuerdo contra las Patitos [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=97360&tabla=nacion
- Mendoza, J. (2004). *La educación superior privada*. En Latapí, P. (coord.). *Un siglo de educación en México (Tomo II)* (pp. 325-354). México: Fondo de Cultura Económica.
- Mireles, O. y Cuevas, Y. (2008). *Investigación educativa en representaciones sociales: su producción en México de 1992 a 2005*. En Arbesú, M. I., Gutiérrez, S., Piña, J. M. (coords.). *Educación superior. Representaciones sociales* (pp. 49-81). México: Gernika.
- Moscovici, S. (2005). *La era de las multitudes. Un tratado histórico de la psicología de las masas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- , (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.
- Olivier, G. (2007). *Educación superior privada en México. Veinte años de expansión: 1982-2002*. México: Universidad Pedagógica Nacional.
- Rodríguez, R. (2005). *Entre lo público y lo privado: la polémica de las universidades patito*. En Bertussi, T. (coord.). *Anuario educativo mexicano visión retrospectiva* (pp. 431-458). México: UPN/Miguel Ángel Porrúa.
- Rodríguez, S. T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, Nueva época (11, enero-junio), 11-36.
- Rouquette, M. L. (1986). *La comunicación de masas*. En Moscovici, S. (coord.). *Psicología social. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales* (pp. 627-687). Barcelona: Paidós.
- Samaniego, F. (2003, 18 de junio). UMP, historia de un milagro [versión electrónica]. *El Universal*. Obtenida el 29 de noviembre 2010, de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=98300&tabla=nacion
- Silas, J. C. (2005). Realidades y tendencias en la educación superior privada mexicana. *Perfiles educativos*, 27 (109-110), 7-37.
- Torres-Mazuera, G. (2005). La construcción discursiva de la delincuencia en la prensa de la Ciudad de México, 1994-1996. *Discurso*, núm. 59, 115-144.
- Valles, R. M. (2004). *La columna política en México. Una propuesta de análisis ante las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2000*. Tesis de doctorado en ciencias políticas. México: UNAM.
- Verges, P., Apothéoz, D., Meiville, D. (1978). *Cet obscur objet du discours: opérations discursives et représentations sociales. Pensée naturelle logique et langage. Hommage à Jean-Blaise Grize*. Genève: Université de Neuchâtel.