

Cursos universitarios de verano, oferta en auge

COMO viene ocurriendo desde hace más de una década, el pasado verano asistimos al crecimiento de la oferta de cursos universitarios de verano, un 10 % anual. En este primer año del milenio, sesenta universidades impartieron más de 2000 cursos. Prácticamente no existe universidad española, tanto pública como privada, y por pequeña que sea, que no cuente con cursos veraniegos y, lo que es más llamativo, son cada día más los alumnos dispuestos a comprometer parte de sus vacaciones y de sus recursos económicos en estas actividades académicas. Ante este fenómeno de vitalidad en un medio, el universitario, al que con frecuencia se acusa de inmovilismo, de distancia respecto de la sociedad o de falta de eficacia, cabe preguntarse cuáles son las razones de esta respuesta.

Marisa Regueiro*

* Doctora en Filología Románica. Madrid.

El gusto por la variedad

SI hay una característica generalizada de los cursos es el de la variedad, que se corresponde con la diversidad de los participantes que los imparten. El espectro de contenidos va desde las áreas tradicionales del saber –Literatura, Historia, Sociedad, etc.– hasta las más nuevas –Ecología, Nuevas tecnologías, etc.–; desde las disciplinas más teóricas y generales –Filosofía, Teoría del arte, etc.– hasta las más prácticas y concretas –política, economía, derecho aplicado, nuevos materiales, etc. La heterogeneidad incluye temas tan curiosos como el vampirismo: para los cursos de verano nada resulta ajeno. En las programaciones parece claro el objetivo de despertar el interés del más variado público, con cierta espectacularidad, con temas actuales y atractivos.

Igualmente diversos son los formatos: cursos semanales, seminarios, encuentros, clases magistrales, talleres, a los que se añaden, sobre todo en las universidades más importantes, actividades colaterales como conciertos, exposiciones artísticas, sesiones de cine. A juzgar por los esfuerzos que realizan los centros, tratando de abarcar el mayor número posible de destinatarios, de áreas y de gustos, la importancia de la diversidad de la oferta es determinante para el éxito de la convocatoria.

En los últimos años se percibe una tímida presencia de la especialización –lo que habla en favor del nivel formativo–, en cursos que cuentan con un alumnado más homogéneo en su formación y mucho más motivado: la química organometálica, por ejemplo, impensable hace unos años, pueden compartir espacio académico con los con «profesores estrella» de los cursos más numerosos.

Obviamente, este tipo de contenidos específicos reviste menor interés –incluso ninguno– para los periodistas, con el que cuentan de manera especial los organizadores de las universidades más conocidas. Y no es gratuita esta preocupación: el patrocinio de grandes empresas es factible cuando los medios difunden la participación de grandes figuras de la literatura o de la política, del espectáculo o de los propios medios. Son los *profesores* más solicitados, aunque cobren más y su intervención no se corresponda muchas veces con este privilegio. No obstante, hay que señalar que en este sentido cierta racionalidad se ha ido imponiendo poco a poco, y ya han pasado al olvido dispendios que se justificaban con catálogos promocionales lujosos o con cheques desmesurados para *traer* del extranjero al más deslumbrante y cotizado. La contratación del profesor o del experto nacional –que es lo ahora se lleva-

supone un sensible ahorro en costos de viajes, traducción simultánea, caprichos hoteleros...

Los centros de todo el territorio nacional compiten en variedad temática, en búsqueda de nuevos grupos de alumnos y de patrocinios exteriores. Logros y recursos son muy distintos. La UCM, que ha impartido este año 103 cursos, 35 encuentros, 7 talleres y 26 conferencias extraordinarias, consiguió 6.700 alumnos en su XIV edición; y la UIM, veterana por sus 69 años de labor, con 141 actividades y 800 millones de pesetas de presupuesto, unos 8.000 alumnos. Son las únicas cuyos presupuestos alcanzan varios cientos de millones gracias al apoyo de sus poderosos patrocinadores: las matrículas no cubrirían el costo/alumno. Los cursos de verano de dimensión media —los de UNED, Cádiz, Cantabria, Oviedo, etc.—, con un centenar de cursos para 3.500 alumnos, se están perfilando como un interesante competidor, sobre todo en determinadas áreas de saber. En el otro extremo, con limitados recursos económicos, algunas universidades sólo pueden ofrecer una decena de cursos; pero no dejan de hacerlo y de imitar estrategias de las *grandes*.

La búsqueda de nuevos públicos lleva en los últimos años al diseño de cursos para nuevos colectivos, como el de profesores de Enseñanza Secundaria en ejercicio entrando así en competencia con las asociaciones profesionales o de titulares, hasta ahora organizadores de actividades para estos colectivos. Se anuncian incluso cursos para estudiantes de Bachillerato.

Razones del alumnado

SIN afán de hacer historia, el perfil del alumnado ha ido cambiando a medida que se ha modificado la oferta. ¿Qué motiva a los más de cien mil alumnos que asistieron este año a los cursos de este verano a renunciar a una cantidad de dinero que oscila entre las 20.000 y las 30.000 pesetas y a una semana de sus vacaciones? Se calcula que la edad media del mismo es de 30 años, y que son mayoría los licenciados en paro. La razón puede estar en estos mismos datos: desde el momento en que un joven culmina su carrera hasta que consigue trabajar, los cursos de verano son una muy buena ocasión para conseguir *puntos* para el doctorado o para las diversas oposiciones a las que pretenda acudir.

Los cursos de verano no son garantía de especialización, como la que podría ofrecer un *master* —de costo económico mucho más alto, exige un largo período de estudio—, pero pueden aportar al menos información sobre posibilidades laborales y esos ansiados *puntos*, que pueden significar, en una o po-

sición, la plaza vitalicia. Además, la condición de parado, que da derecho a la percepción de becas, supone una disminución sensible de la matrícula, con lo que el curso llega a ser casi unas mini-vacaciones pagadas. Una motivación reciente para la matriculación en cursos estivales y que explicaría en gran parte el crecimiento de la demanda, es la de cubrir los *créditos* de libre configuración que necesitan los estudiantes universitarios. Por este medio pueden convalidar entre un 10 y un 15 % de los mismos. Incluso algunos centros universitarios cuentan con el verano para salvar el déficit de cursos de libre configuración que pueden proponer en su período invernal.

Más allá de estos alicientes, están los que identifica Alberto Portera, Director de los cursos de verano de la UCM: *Los cursos recuperan el placer de aprender de una forma natural, de debatir, y provocan situaciones como que estudiantes de veinte años se tomen un café y charlen relajados con un premio Nobel.* Efectivamente son alicientes, sobre todo para el cursillista *clásico*, poder escuchar al escritor famoso, al profesor inalcanzable en otra circunstancia; entrar en contacto con ese mundo inaccesible que por unos días se ofrece en un ambiente distendido; conocer gente, hacer nuevas amistades... Por otra parte, no hay evaluación de contenidos a través de las enojosas pruebas propias de los estudios invernales; ni hay obligación de demostrar un conocimiento especial sobre determinado tema, ni de profundizar, ni siquiera de participar activamente en la clase. El certificado está esperando con el único requisito de la asistencia –y no siempre– y con el añadido de momentos para la playa, para el paseo, por los entornos casi siempre amables de los centros.

Vistos así, son estos cursos un prodigio de post-modernidad: mínimo esfuerzo, máximo placer posible, superficialidad, fragmentarismo, divertimento... Sin embargo, sería injusta la generalización, porque la auto-exigencia puede estar presente –obviamente no en todos– en ponentes y alumnos. Algunas universidades estudian la posibilidad de realizar una prueba escrita al término de los cursos en aras de una mayor seriedad; pero las dudas son muchas al respecto por temor a la pérdida de inscripciones.

Razones de los organizadores

LOS cursos de verano están de moda y toda universidad que se precie debe poder ofrecerlos. Son una garantía de prestigio, una forma de rentabilizar recursos y espacios y una oportunidad de promoción del centro. Sin ellos, el calendario escolar de los centros se quedaría en silencio por más de la cuarta parte del año. Y la necesidad de com-

petitividad de los centros se impone cada vez más, sobre todo con las razones que marca la demografía. Paradójicamente, las universidades se han multiplicado para una población juvenil que está bajo mínimos. Las campañas promocionales que se despliegan en torno a la presentación de los programas, con ruedas de prensa protagonizadas por representantes políticos, institucionales, académicos y, muy especialmente, de las empresas patrocinadoras, son una prueba en este sentido. Para las grandes empresas los cursos son rentables a efectos de imagen; y para los centros, su patrocinio permite nóminas de participantes cada vez más renombrados y atractivos, en ese «más difícil todavía» en el que las más grandes se empeñan cada año.

La dirección de un curso garantiza el inicio de un juego de relaciones que hace posible un *do ut des* sumamente provechoso para el prestigio profesional del agraciado. Y ser invitado a formar parte de una mesa con un ilustre colega abre puertas, genera compromisos pero también beneficios. Lamentablemente, por el peso de estos intereses particulares, no siempre son la calidad ni el saber los criterios de selección definitivos para la conformación de las mesas de seminarios y encuentros, con lo que dejan fuera a especialistas que podrían aportar calidad y variedad.

Una valoración

LA actividad y el dinamismo que manifiestan en la actualidad los cursos de verano no debe deslumbrarnos. Cantidad no implica calidad. Tampoco caben las posiciones detractoras extremas, que se expresan desde algunos artículos de opinión. En una valoración global, coexisten rasgos positivos y negativos. Pueden y deben constituirse en ocasiones de superación progresiva, en pos del mejor nivel científico y de la respuesta a demandas reales de la sociedad que tiene todo el derecho de preguntarse si estos cursos sirven para algo. La selección de participantes y de temas, que es, como hemos visto, parte fundamental y definitiva en los cursos, ha de hacerse sin concesiones a la galería ni a la frivolidad; y menos aún a la endogamia que empobrece el sistema o al amiguismo que limita posibles colaboraciones valiosas y enriquecedoras. Más aún, una de las potencialidades de los cursos es la de favorecer el intercambio de ideas, experiencias y contactos culturales que contribuyan a la mejora intelectual y profesional de participantes y de los alumnos. La invitación de un famoso de la política o de una personalidad estelar de los medios no debe seguir únicamente criterios de espectacularidad porque se hace un muy flaco favor a la

cultura. La especialización, la formación humanística, pueden constituirse en alternativas más propias de la universidad, como defiende, por ejemplo, José Luis García Delgado, rector de la UIMP.

Sin perder de vista las necesidades de créditos de los estudiantes y sin renunciar al carácter distendido y amable del proceso de enseñanza, la mera asistencia no puede sustituir la evaluación. La búsqueda de públicos amplios no justifican el olvido del carácter cultural de excelencia que es inherente a la formación universitaria. Es difícil cambiar la conciencia de un *cazacréditos*, pero no es cuestión de alentarlos en sus propósitos.

Entre los rasgos positivos, los cursos confirman que la cultura tiene un valor económico, que saben ver fundaciones y empresarios: está muy bien que parte de sus beneficios se destinen a estos fines. Pero sin caer en el riesgo de la mercantilización, de la supeditación de los objetivos formativos a los económicos. La competitividad no es ni buena ni mala *per se*: es saludable si se compite en excelencia y en interés cultural real; pero resulta nociva si se transforma en el subterfugio para el *todo vale*. El incremento sensible de cursos de español como lengua extranjera de las recientes convocatorias es un buen ejemplo, aunque no el único, de este juego de luces y de sombras: respectivamente, nos enseñan de modo concreto, frente a tanta polémica de *tai-fas nacionalistas*, que la lengua española es un bien cultural de suma importancia, incluida la económica; pero el afán de atraer a grupos de hablantes extranjeros no excusa la improvisación de algunos centros. Por último, sin que con ello pretendamos agotar el tema, convendría que la autocrítica responsable estuviera presente en los responsables de los cursos y se concretara en estudios serios y veraces de la situación actual, como un medio que contribuya a la superación y al verdadero crecimiento, el de la calidad, no el de la mera expansión numérica.