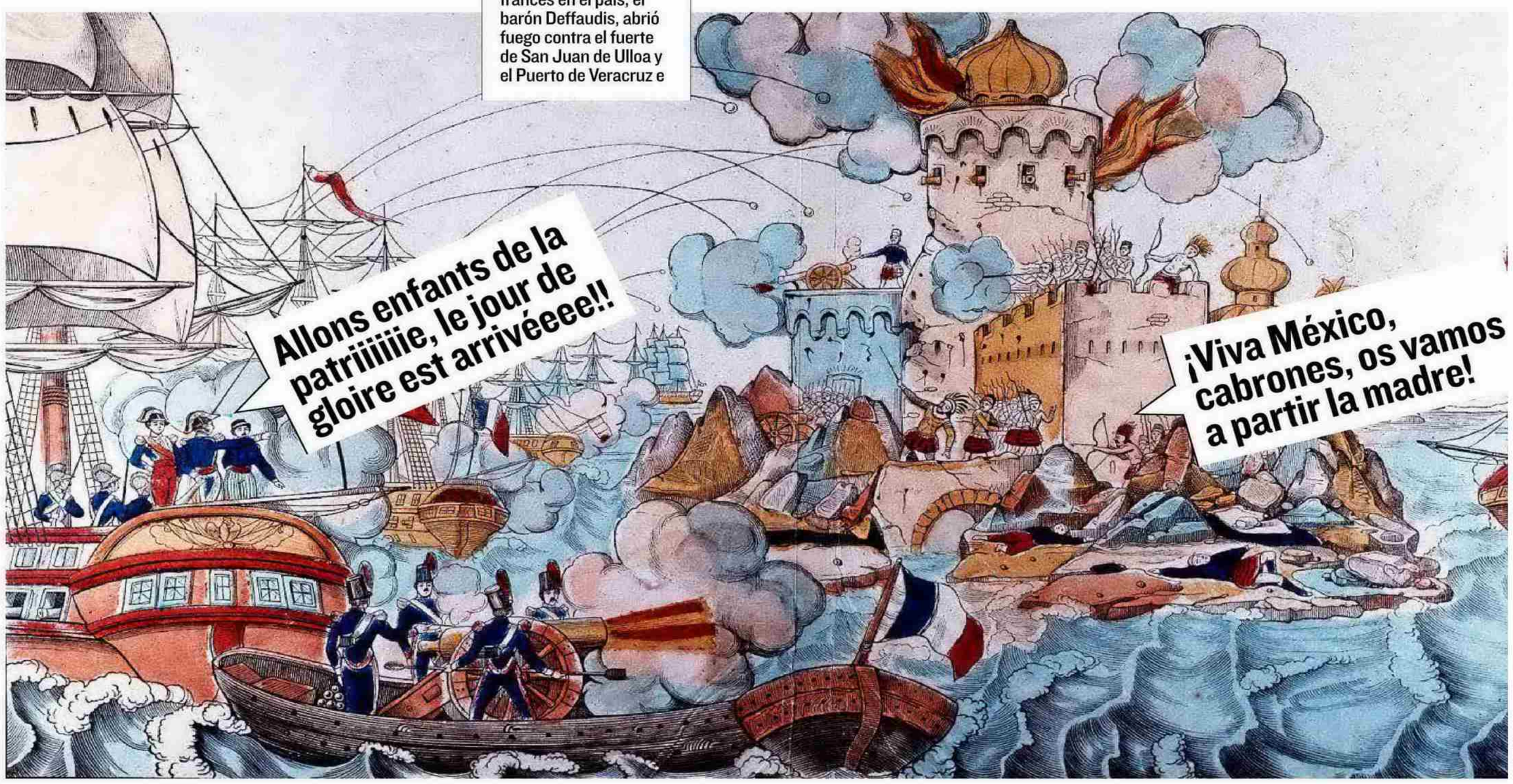
EL MUNDO 14/02/2018

EL MUNDO
Prensa: DIARIO
Tirada: 165.194
Valoración: 26.122 €
Sección: EDUCACION
Difusión: 112.857
Página: 28

EL PRIMER CONFLICTO ENTRE MÉXICO Y FRANCIA

La Guerra de los Pasteles. Así se conoce a la Primera Intervención francesa en México. En las décadas de los 20 y 30 del siglo XIX, el Gobierno francés llevó a cabo una serie de operaciones con el fin de obtener beneficios económicos en Hispanoamérica. Tras el rechazo de estas demandas por el Ejecutivo mexicano, el entonces embajador francés en el país, el barón Deffaudis, abrió fuego contra el fuerte de San Juan de Ulloa y el Puerto de Veracruz e inició un bloqueo al resto de puertos del Golfo de México, que se alargó entre el 16 de abril de 1838 y el 9 de marzo de 1839. La imagen de esa batalla que ilustra este reportaje pertenece a la colección privada de Luisa Ricciarini.



POR QUÉ LOS LATINOS OPTAN POR FACULTADES FRANCESAS ANTES QUE IR A UNA ESPAÑOLA

POR ÁNGEL G. PERIANES

Internacionalización. La enorme burocracia para lograr un visado y homologar estudios, junto con los malos resultados de nuestros campus en los ránking internacionales, diluyen el atractivo del idioma y el 'tirón' de España entre los Erasmus

Desde hace 16 años, España es, sin discusión, la opción preferida de los estudiantes universitarios europeos que se acogen al programa Erasmus. En el curso 2015/16, más de 42.500 jóvenes vinieron a nuestro país (casi 10.000 más que en Alemania, el segundo destino más solicitado) para completar una parte de su educación superior a través de estas célebres becas, de tres a doce meses de duración.

Por ello, y por el hecho de que la lengua de Cervantes sea la tercera más hablada del mundo, con casi 600 millones de castellanoparlantes, resulta sorprendente que las universidades españolas se encuentren a la cola de Europa en la recepción de alumnos extranjeros que deciden cursar un grado, máster o doctorado.

Según cifras de la OCDE, tan solo un 2,7% de los matriculados en la educación superior española son de fuera, un porcentaje únicamente igualado en el continente por Eslovenia, y que contrasta con el 18,5% de Reino Unido o el 17,2% de Suiza. El dato más alarmante está en el paupérrimo 0,8% de estudiantes foráneos que cursa un grado en nuestras universidades, el 4,9% que estudia un posgrado o el 16,2% que realiza un doctorado. En cualquiera de los casos, muy alejados de la media europea (6,2%, 13,9% y 16,2%, respectivamente).

Un caso palmario de esta falta de atractivo de las universidades españolas es el que ha puesto de relieve la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE), que ha expresado su extrañeza porque Francia tenga una mejor acogida de alumnos latinoamericanos que España. Según datos de la Unesco, nuestro país vecino es el segundo de Europa en la captación de universitarios internacionales, con números que crecen exponencialmente. En 2015 acogió 14.202 estudiantes, frente a los 27.185 que estuvieron en España, y el curso pasado la cifra rondó los 21.000 alumnos.

A juicio de Martí Parellada, director del informe anual sobre las universidades españolas realizado por la Fundación Conocimiento y Desarrollo, este hecho puede deberse a una mejor consideración internacional de la educación superior francesa y a incentivos por elegir sus facultades. «Las administraciones becan a los estudiantes para ir a universidades extranjeras sólo si éstas ocupan determinadas posiciones en los ránking», comenta. Programas de becas como Pronabec, en Perú, o Conacyt, en México, conceden ayudas en función del posicionamiento de las universidades.

Este tipo de asignaciones condicionan la llegada de muchos jóvenes. El vicerrector de relaciones internacionales de la Universidad de Salamanca, Efrem Yildiz, alude al hecho de que muchos alumnos no comunitarios tienen que pagar una matrícula íntegra dependiendo de convenios entre países.

Para él, la diferencia respecto a países como Francia no sólo estriba en que su gobierno publicite e invierta en educación superior mucho más que España, sino en las trabas burocráticas a las que se enfrentan los alumnos de otros países aquí. «Debemos simplificar los trámites para

EL MUNDO 14/02/2018

EL MUNDO
Prensa: DIARIO
Tirada: 165.194
Valoración: 8.486 €
Sección: EDUCACION
Difusión: 112.857
Página: 29

que no se vean tan perdidos. Los visados son horrorosos y muchos pierden la oportunidad de venir por tener que esperar tantos meses», explica. En la misma línea, Isabel Durán habla de la gran cantidad de exigencias para acceder: «Homologación de los títulos, exámenes para demostrar que tienes los equivalentes a la Selectividad, muchas webs con instrucciones que mandan al BOE, donde un estudiante de fuera lo tiene muy difícil porque no siempre están traducidas al inglés y no siempre el personal de las oficinas sabe idiomas».

A pesar de que el Ministerio de Educación anunció hace tres años una estrategia para la internacionalización de las universidades españolas prevista para llevar a cabo entre 2015 y 2020 con el fin facilitar la llegada de estudiantes y profesores de terceros países, el sistema español sigue estancado en su objetivo de atraer talento más allá de nuestras fronteras.

«Aún nos queda mucho por andar respecto a otros países europeos. El Servicio Español para la Internacionalización de la Educación está dando un gran apoyo, pero nos falta la cultura de tener que dedicar una parte de nuestro presupuesto a formar personal en técnicas de márketing educativo. No somos conscientes todavía de que esto es un negocio», afirma Isabel Durán, vicerrectora de Relaciones Internacionales de la Complutense. Su opinión es compartida por la mayoría de expertos consultados.

El presidente de la Conferencia de Consejos Sociales de las universidades españolas, Antonio Abril, asegura que el prestigio internacional de nuestros campus es débil todavía, como lo demuestra la modesta posición que ocupan en los ránking internacionales. Ninguno de ellos se encuentra entre los 200 primeros del Academic World Ranking de la Universidad de Shanghái y hay que bajar hasta las mejores 300 para localizar a nuestros primeros representantes. La universidad mejor situada es la Pompeu Fabra, con cifras de extranjeros superiores a la media española. A diferencia del resto de centros, allí «la cuestión de internacionalizar los estudios fue fundacional», explica su vicerrectora para la Internacionalización, Isabel Valverde. Muchos de sus grados se imparten ya en inglés o bilingüe, sobre todo en su escuela de ingeniería.

Sin embargo, la apuesta por este tipo de titulaciones sigue siendo escasa en comparación con el resto de Europa. De igual forma, dice Antonio Abril, «nuestros actuales planes de estudio, con una estructura de 4+1 años para los grados y posgrados, resultan poco atractivos para los alumnos extranjeros que deseen estudiar aquí». Entre todos ellos, hay muchos jóvenes procedentes de América Latina que, a pesar de compartir idioma, prefieren acceder a otras universidades de la UE, donde en tres años pueden finalizar sus estudios.

La Universidad española es tan poco atractiva fuera para los alumnos como para los docentes. La presencia de profesores foráneos aquí se reduce a un 2%, frente al 27% de Reino Unido o el 43% de Suiza, como muestran los datos de la red europea de información sobre educación (Eurydice).

Durán ve una rigidez del sistema de selección y promoción del personal docente, y reconoce que, aunque no es tan acentuado como a veces se hace ver, existe una endogamia en la contratación de profesorado que hace que muchas universidades se nutran de gente formada en la propia universidad. Parellada también repara en los requerimientos de méritos difícilmente obtenibles por extranjeros que deseen venir. Entre ellos, los sexenios (tramos de sueldo por méritos investigadores) que se otorgan a los profesores españoles.

La otra cara de la moneda son las escuelas de negocios españolas, que cuentan con más de un 50% de alumnos y docentes extranjeros. En el caso de la IE University, una de las diez mejores del mundo en los ránking, la cifra ronda el 70% en grado. Su vicerrector de Relaciones Institucionales, Miguel Larrañaga, dice que ello se debe a la apuesta por impartir todos sus programas en inglés y a un marketing para convertirse en referentes educativos.