

# (#429) . LA UNIVERSIDAD PÚBLICA EN VENTA

[MONOTEMA] En este [nuevo episodio de Doble Cara](#) he tenido la oportunidad de exponer la problemática de la progresiva mercantilización de la educación en las universidades públicas.



Partiendo de las causas de esta tendencia, cuyos orígenes en Estados Unidos tienen un punto de inflexión a comienzos de los años 90, he realizado un paralelismo con el caso español, que tristemente está copiando ese modelo que prima la participación de corporaciones privadas.

De la mano de Antonio J. Mayor, hemos hablado de la deuda millonaria de los estudiantes norteamericanos, por un sistema en el que los precios de la educación universitaria se han incrementado en más del 1000% en los últimos 40 años, y donde las corporaciones y millonarios mecenas financian unos servicios que deberían ser cubiertos por el Estado. Obviamente, mostramos ejemplos de cómo esa financiación no es gratis, y esos agentes privados intentan interferir en la autonomía de las universidades, convirtiendo estas en un mero instrumento de relaciones públicas más. De especial interés es

el caso de Nike en la Universidad de Oregón, del cual hemos mostrado ejemplos concretos de cómo ha ejercido su poder e influencia.

En España, la situación se va pareciendo cada vez más al modelo norteamericano: reducción de la financiación pública, incremento de las tasas, empleo precario, aumento de la participación de corporaciones privadas. Así, las universidades públicas compiten por la obtención de donaciones privadas, que en muchas ocasiones se edulcoran con el concepto de mecenazgo (como las cátedras), pero que no son más que patrocinios encubiertos, por los cuales la universidad pública se convierte en una plataforma de comunicación de marketing para las corporaciones privadas, a la vez que adquiere un estatus de “producto de lujo” para la mayoría de los bolsillos de los ciudadanos.

