



ELSI JIMÉNEZ

LOS RANKINGS UNIVERSITARIOS: ¿EN QUÉ MEJORAR?



[httpwww.hotelalex.com.veimgubica-07.jpg.jpg](http://www.hotelalex.com.ve/imgubica-07.jpg.jpg)

ELSI JIMÉNEZ
ID orcid.org/0000-0001-5616-861X
@jimenez_elsi
Jimenez.elsi@gmail.com
Profesora en la Facultad de Humanidades y
Educación de la UCV
Noviembre 2016

El vaso medio vacío...

En este artículo se presentan brevemente algunas claves para la transformación de nuestras universidades venezolanas con vías al empoderamiento, la participación, la libertad y la crítica en el contexto de la formación del estudiante y la enseñanza del docente venezolano.

Pues, recientemente un ranking internacional, el *QS World University Rankings*, ubicó a la Universidad Central de Venezuela en el lugar 18 entre sus pares de América Latina y en el primer lugar entre las venezolanas. Sin embargo, en el mismo ranking a escala internacional, la posición de la UCV descendió 50 puestos, ya que entre los años 2012 al 2014, ocupó el escaño 551, pero al siguiente año 2015, cayó al lugar 601.

“(...) la UCV descendió 50 puestos, ya que entre los años 2012 al 2014, ocupó el escaño 551, pero al siguiente año 2015, cayó al lugar 601.”

POR ELSI JIMÉNEZ

GRUPO DE OPINIÓN
CAMBIO UNIVERSITARIO.WORDPRESS.COM



Luego otro caso de considerable caída es el de la Universidad Simón Bolívar, que en el año 2012 ocupó el puesto 551, pero año siguiente 2013 bajó al 651. Logra ascender en el 2014 al puesto 601, pero vuelve a caer en el 2015 al puesto 701¹.

¹Amplíe los datos en: <http://www.topuniversities.com/universities>

Ahora veamos quienes formamos parte de la planta docente universitaria observamos en estas cifras, una expresión de la crisis del país que golpea a nuestras universidades y destruye nuestro sistema universitario.

¿Ranking comercial?



<http://www.iu.qs.com/wp-content/uploads/2015/11/Top50.png>

Dado que este ranking es realizado por la empresa *Quacquarelli Symonds*, una multinacional inglesa fundada en 1990. Su objetivo es ofrecer información a potenciales nuevos estudiantes que orienten la elección de acuerdo con las expectativas de cada aspirante estudiantil. Sin embargo, el creciente prestigio de dicho estudio lo ha convertido en un referente para que gobiernos e instituciones universitarias puedan orientar decisiones públicas y privadas de financiamientos y patrocinios.

Además *Quacquarelli Symonds*, o ranking QS, se elabora sobre las siguientes premisas: Una encuesta global que consulta a instituciones diversas que califican su percepción de las diversas universidades, que representa el 30% proporcional del índice final. Le sigue otra encuesta que responden empleadores de profesionales egresados, y que porta un 20%. Luego, miden la proporción número de estudiantes-docentes, que aporta un 10% al índice final. Continúa con el número

de artículos publicados por facultad, sumado a número de citas bibliográficas de artículos y libros publicados (estudios bibliométricos), con un peso de 20%. Se contabilizan los profesores con doctorado para agregar un 10%. Y finalmente, se mide el impacto que cada universidad tiene en la Internet, con el restante 10%. El cuadro resumen quedaría así:

- Percepción de instituciones públicas y privadas: 30%.
- Opinión de empleadores: 20%.
- Relación estudiantes/profesor: 10%.
- Bibliometría: 20%.
- Profesores con título de doctor: 10%.
- Presencia en la Web: 10%.

Con esto queremos decir, que la mitad de este sistema se apoya en opiniones, mientras que el otro 50% en datos algo más objetivos. Desde su creación, algunos indicadores han cambiado, lo cual dificulta la comparación de resultados por trayectoria.

Cosa distinta se observa en otros rankings académicos que se apoyan en *referencias* de la calidad, y ponen más énfasis en aspectos como citas de artículos publicados por sus profesores, número de reconocimientos y premios obtenidos por los investigadores y relaciones entre pares nacionales e internacionales.

“La mitad de este sistema se apoya en opiniones, mientras que el otro 50% en datos algo más objetivos”.

POR ELSI JIMÉNEZ

GRUPO DE OPINIÓN
CAMBIO UNIVERSITARIO.WORDPRESS.COM CU

Mientras tanto, ya es tradición que la métrica científica mida la producción

académica con criterios como: visibilidad, impacto y los efectos de esa producción académica. Uno de los aspectos más conocidos de la bibliometría, es el de los índices de citas. Ejemplo de algunos de ellos son los que presenta la plataforma *Web of Science*, de Thomson Reuters; la *Science Citation Index*; la *Social Science Citation Index* y el *Arts and Humanities Index*. Y los rankings de universidades como: la Universidad Jiao Tong de Shanghái con la *Academic Ranking of World Universities*, el *Chronical Higher Education* tiene el *World University Rankings*, y el *Scimago Institutions Ranking Global* que elaboran: el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), la Universidad de Granada, la Universidad Carlos III de Madrid, la Universidad de Alcalá, la Universidad de Extremadura y otras instituciones educativas en España.

De igual manera en el año 2012 surgió el *Google Scholar Metrics* como nuevo sistema de evaluación bibliométrica para revistas científicas. El programa contabiliza las citas bibliográficas que las revistas científicas reciben en su plataforma *Google Scholar*, reduciendo el sesgo anglosajón que presentan los sistemas de índices referidos en el párrafo anterior, y como la *Web of Science* y *Scopus* que se concentran sólo en las publicaciones de alto impacto.

Así por ejemplo, el ranking *QS*, como el *THE*, son periodísticos, es decir, dependen de la presencia de las instituciones universitarias en la agenda de los medios de comunicación social. Aunque gocen de mucho prestigio, las universidades deberían analizarlos, entre otros rankings, desde la perspectiva de comparar su



posición para responder que están haciendo bien y en qué pueden mejorar.

Los *rankings QS* y *THE* se construyen con indicadores subjetivos como las opiniones acerca del prestigio universitario, al menos en la mitad de la porción del índice final. Aunque suma algunos datos objetivos, como la proporción alumnos por cada profesor, la proporción de profesores por tiempo de dedicación, docentes con doctorado, el número de volúmenes en biblioteca o el puntaje mínimo que un aspirante debe obtener en la prueba de ingreso para ser admitido. De modo que se cede un amplio margen a la percepción, que en buena medida depende de la presencia de cada universidad en los medios de comunicación.

Luego el *QS World University Rankings* que hasta el año 2009 trabajó con el *Chronical Higher Education* en la construcción de su ranking, utiliza las encuestas de percepción que, en efecto, son acontecimientos destacados, pero que no deberían ser consideradas como la última palabra para clasificar a las universidades, en una escala de calidad. Pues los imaginarios que alimentan las percepciones son sensibles a la publicidad, a la marca que logra imponer cada universidad, marca que depende en buena medida del gasto publicitario que no poseen muchas universidades.

¿Qué debemos cambiar para figurar en los rankings?

Dicho brevemente se reconoce que los *rankings* nos ofrecen perfiles competitivos de las universidades. No hay forma de

evadirse de sus criterios de referencia. Sin embargo, las instituciones de educación superior son más complejas de lo que estos indicadores pueden contener. La calidad académica no se reduce a un puñado de indicadores, por muy válidos que estos sean.

Los análisis la calidad académica son un concepto multidimensional, en el que se deben incluir aspectos como su desempeño en la administración de recursos, las dimensiones de cada universidad, la relación de éstas con su entorno inmediato, su perfil de especialidad, y además, tanto el desempeño docente como el desempeño estudiantil. Y tanto los criterios como el desempeño, estarán en función de los objetivos que se ha trazado cada universidad.

Finalmente desde esta perspectiva, el ranking *QS* tiende a resultar neutro, pues indica en alguna medida, dónde estamos con respecto a otras universidades. El “cómo nos miran” absorbe allí un gran peso en la escala. Pero no nos ofrece criterios acerca de si estamos avanzando en nuestros objetivos. Esa sería, quizás, la pregunta que tenemos que hacernos en las universidades. Ya que estar pendiente de las listas de ranking, para ubicar a nuestra universidad, puede reducir esta herramienta de evaluación en un fin que nos pueden llevar de la satisfacción al autoengaño, del autoengaño al conformismo, del conformismo a la resignación.

Referencias

Academic Ranking of World Universities (2016). En línea. Disponible en: <http://www.shanghairanking.com/es/>



Google Scholar (2016). En línea. Disponible en:
Metrics <https://scholar.google.com/>

QS World University Rankings (2016). En línea.
Disponible en: [https://www.top
universities.com/university-rankings](https://www.topuniversities.com/university-rankings)

Scimago Institutions Ranking Global (2016). En
línea. Disponible en: [http://www.scimagoir.
com/](http://www.scimagoir.com/)

Scopus (2016). En línea. Disponible en:
[https://www.elsevier.com/americalatina/es/sco
pus.](https://www.elsevier.com/americalatina/es/scopus)

Web of Science (2016). En línea. Disponible en:
<http://clarivate.com/?product=web-of-science>

World University Ranking (2016). [https://www.
timeshighereducation.com/policy/rankings](https://www.timeshighereducation.com/policy/rankings)

Cambio Universitario.

<https://cambiouniversitario.wordpress.com/>

Universidad Central de Venezuela (UCV).
Caracas, Venezuela