

G.7. Personalización e interactividad en los rankings de universidades publicados en la Web

Por **Enrique Orduña-Malea**

11 enero 2011

Orduña-Malea, Enrique. "Personalización e interactividad en los rankings de universidades publicados en la Web". *Anuario ThinkEPI*, 2011, v. 5, pp. 216-222.



Resumen: A partir de la primera década del siglo XXI se produce una explosión en la publicación de rankings de universidades por todo el mundo. La cantidad y variedad de iniciativas provoca que diversos autores e instituciones reflexionen acerca del futuro desarrollo de los mismos, que pasan, entre otros aspectos, por el uso de agrupaciones y las posibilidades de interacción y personalización que las webs permiten. Se repasan las características principales de estas nuevas tendencias en el diseño de rankings, ejemplificadas por iniciativas como la del *Centrum für Hochschulentwicklung (CHE)*, la *Complete university guide (CUG)*, y el *College navigator of Taiwan*. Se discute acerca de sus posibles ventajas e inconvenientes.

Palabras clave: Ranking de universidades, Personalización, Interactividad, College navigator, CHE, Complete university guide, CUG.

Title: *Customization and interactivity in university rankings published on the Web*

Abstract: *Since the first decade of the 21st Century, an explosion has occurred in the publication of university rankings. Due to the quantity and variety of initiatives, some authors and institutions reflect on the future development of university league tables which, among other factors, will focus on the use of clusters and the interactivity and customization possibilities that webs allow. This paper describes the main characteristics of these new trends, exemplified by initiatives such as the *Centrum für Hochschulentwicklung (CHE)*, *Complete university guide (CUG)*, and *College Navigator of Taiwan*. Their advantages and disadvantages are discussed.*

Keywords: *University rankings, Customization, Interactivity, College navigator, Ranking CHE, Complete university guide, CUG.*

LOS RANKINGS DE UNIVERSIDADES han experimentado un crecimiento espectacular desde su nacimiento a finales del siglo XIX en Estados Unidos hasta la actualidad, en que se detectan iniciativas y proyectos de este tipo en más de 40 países¹.

Pese a que la historia de los rankings puede agruparse –de forma aproximada– en distintas fases, es indudable que la publicación en 2003 del *Academic ranking of world universities (ARWU)*² marca un hito al convertirse en el primer ranking mundial de universidades de la historia.

Sin embargo las conocidas limitaciones técnicas y sesgos de los rankings (ampliamente recogidos en la literatura científica) han llevado a muchos profesionales a elaborar estructuras y métodos novedosos que traten al menos de minimizar algunos de los errores más frecuentes.

Este artículo describe algunas tendencias en el diseño de rankings de universidades, donde la forma en la que los usuarios consumen la infor-

mación proporcionada por estos productos juega un papel fundamental.

1. Desafíos en el diseño de rankings

Muchos autores han tratado de identificar el camino que los rankings de universidades deberían seguir en el futuro. Entre éstos destaca **Gero Federkeil** (2007), quien indica que deberían evitar:

- agregar los datos de una universidad entera;
 - usar un único indicador final agregado;
 - utilizar una única fuente de datos;
 - presentar una simple lista o “ranking”;
- En cambio, deberían dirigirse hacia el diseño de rankings:
- de disciplinas o campos;
 - multidimensionales;
 - multiperspectiva;

– agrupados en bandas o *clusters* (por ej., alto, medio, bajo) de manera que quede claro que se trata de resultados aproximados.

Glänzel y Debackere (2009) sintetizan igualmente los principales problemas conceptuales que los rankings deben resolver en los próximos años:

- selectivos *versus* integrados, es decir, la misma idea ya expresada antes de que se comparen cosas concretas y específicas.
- globales *versus* locales;
- multidimensionales *versus* lineales;
- bandas de valores *versus* listas.

Finalmente **Alex Usher** (2009) bajo la etiqueta de “rankings de universidad 2.0”, identifica las 7 características de los rankings clásicos que deberían desecharse definitivamente de cara al futuro:

- uso de indicadores que se centran en la experiencia de grado (es decir, previa al master o doctorado);
- rankings de cobertura nacional;
- análisis conjunto de toda la universidad;
- posicionamiento en una escala ordinal basada en indicadores agregados y ponderados;
- datos provenientes de gobiernos y encuestas reputacionales;
- visualización mediante un único ranking;
- rankings gestionados por medios de comunicación de masas (periódicos, etc.).

De forma paralela al abandono de estas costumbres clásicas, aparecen paulatinamente diversos rankings que permiten la personalización (*user driven*), y que sintetizan además la mayoría de las propuestas de cambio.

indicadores que desean utilizar, las ponderaciones que estiman oportunas, el área temática de interés o la zona geográfica, por ejemplo.

“La publicación de rankings en la Web propicia la ruptura de las estructuras rígidas y estáticas de los rankings clásicos”

CHE

El pionero en ofrecer estas posibilidades fue el ranking *CHE* (*Centrum für Hochschulentwicklung-Centro para el desarrollo de la educación superior*)³, publicado por primera vez en 1998. Los editores de este ranking transnacional desechan la idea de integrar los diferentes indicadores individuales en un sólo indicador global para cada institución, porque “no existe una mejor universidad en todas las áreas”, y porque “pequeñas diferencias producidas por fluctuaciones aleatorias pueden ser malinterpretadas como diferencias reales” en los sistemas de rankings holísticos.

Bajo esta idea, reconocen que la definición de calidad depende de cada usuario y de sus objetivos. Está abierta a interpretaciones de la definición del editor y a las necesidades del consumidor, puesto que hay varios tipos de editores y muchos tipos de usuarios.

Su filosofía es la de guiar a los usuarios en el proceso de consulta y elección, de forma que

2. Personalización de los rankings de universidades

La publicación de rankings en la Web (forma de consumo ya mayoritaria hoy día y en algunos casos exclusiva) propicia la ruptura de las estructuras rígidas y estáticas de los rankings clásicos.

De esta forma, más allá de poder ordenar la tabla de resultados en función de un indicador u otro (lo que no constituye por sí mismo un ranking “personalizable”), los usuarios son capaces de elegir los

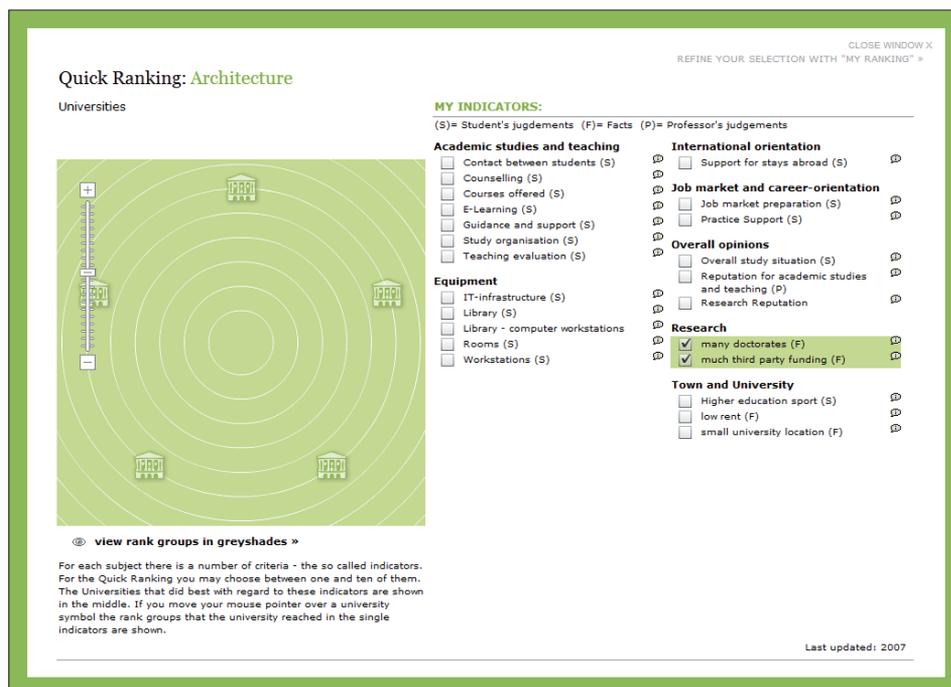


Figura 1. Ranking CHE: indicadores por categoría, <http://www.che-ranking.de>

sean capaces de expresar sus necesidades reales. No se ofrece “la mejor universidad” sino “la mejor universidad dadas las necesidades de cada usuario”.

El ranking *CHE* divide el proceso de consulta en tres pasos:

- 1) Materia en la que el usuario está interesado: química, informática, biología, arquitectura, etc.
- 2) Tipo de curso o estudio que desea realizar.
- 3) Otros aspectos: buenas condiciones de estudio, buen equipamiento, orientación internacional, orientación al mercado, buenas opiniones, capacidad investigadora, condiciones de la ciudad.

Cada uno de estos “aspectos seleccionables” lleva asociado un conjunto de indicadores. El usuario puede eliminar aquel que no sea de su interés y elegir en su lugar otro de otra categoría distinta, hasta completar un máximo de 10 indicadores.

Una vez seleccionados los indicadores, un mapa situado en la parte izquierda de la pantalla muestra el conjunto de universidades resultantes, de forma que las instituciones situadas más cerca del círculo central son las más adecuadas para la consulta efectuada.

Finalmente, pulsando sobre cada institución, el sistema muestra la información correspondiente en función de los indicadores elegidos. Para cada indicador se muestra un color (verde, amarillo y rojo) que identifica el mejor o peor rendimiento de la universidad en este parámetro, a modo de *report card* (cartilla de calificaciones); es decir, se usan *clusters* en lugar de ordinales.

El gran problema de este método es que requiere suficiente homogeneidad entre instituciones (y de sus programas y servicios) como para permitir las comparaciones “al estilo *CHE*” en los más variados entornos.

Otra limitación es el uso de bandas o *clusters*, pues aunque evitan el uso de “ganadores” y perdedores”, queda una duda razonable sobre las consideraciones para clasificar a una universidad en un rango o en otro.

Pese a esto el ranking *CHE* ofrece un interesante producto de información universitaria multidimensional, personalizado por los propios usuarios y sin la rigidez del uso de ordinales ni las posibles imprecisiones de los rankings que analizan la universidad en su completitud.

CUG

Otra iniciativa de interés es el ranking británico *The complete university guide (CUG)*⁴. Además de la total libertad del usuario para ordenar la tabla de resultados en función de los 9 indicadores usados (pudiendo igualmente eliminar los no deseados), *CUG* permite al usuario modificar la ponderación que se proporciona a cada indicador mediante unos simples menús desplegables, así

The screenshot shows the 'University League Table 2011' page. At the top, there are navigation links: Home, League Tables, Students, Money, Profiles, International, Parents, Applying, Careers, MBAs, FAQs, Email Us, HE Staff. The main heading is 'University League Table 2011' with a sub-heading 'Published May 20th 2010'. Below this is a 'Compare' section with a 'Clear' button and instructions: 'To compare 2 or more universities, select the box next to the name and click Compare. To create your own ranking see below'. The table below has 16 rows of universities and 9 columns of metrics. At the bottom, there is a 'Create your own ranking' section with dropdown menus for each metric: Student Satisfaction (1.5), Research Asses. (1.5), Stud-Staff Ratio (1.0), Academic Services Spend (1.0), Facilities Spend (1.0), Completion (1.0), Good Honours (1.0), Graduate Prospects (1.0), and Entry Standards (1.0). A 'Customise' button is at the bottom of this section.

Rank	Institution	Student Satisfaction	Research Assessment	Entry Standards	Student-Staff Ratio	Academic Services Spend	Facilities Spend	Good Honours	Graduate Prospects	Completion
1	<input type="checkbox"/> Oxford	4.1	2.96	332.0	10.8	2,909	469	91.8	82.8	98
2	<input type="checkbox"/> Cambridge	4.1	2.98	547.0	11.7	1,859	693	87.3	82.3	99
3	<input type="checkbox"/> Imperial College London	3.8	2.94	504.0	10.5	3,182	648	72.7	88.9	95
4	<input type="checkbox"/> Durham	4.0	2.72	468.0	15.9	1,141	776	79.0	77.8	98
5	<input type="checkbox"/> London School of Economics	3.8	2.96	494.0	14.0	1,563	304	76.5	81.9	95
6	<input type="checkbox"/> St Andrews	4.2	2.72	455.0	13.1	1,269	388	85.6	74.4	95
7	<input type="checkbox"/> Warwick	3.9	2.80	464.0	13.3	1,555	402	79.9	77.9	95
8	<input type="checkbox"/> Lancaster	4.0	2.71	393.0	13.5	1,134	534	68.3	77.6	94
9	<input type="checkbox"/> University College London	3.9	2.84	458.0	8.9	1,724	225	81.0	80.8	95
10	<input type="checkbox"/> York	4.1	2.78	423.0	14.0	1,286	469	75.3	71.5	95
11	<input type="checkbox"/> Edinburgh	3.7	2.75	439.0	13.4	1,795	399	80.2	76.2	92
12	<input type="checkbox"/> Bath	3.9	2.71	451.0	15.9	1,028	441	74.2	80.9	95
13	<input type="checkbox"/> King's College London	3.8	2.69	421.0	11.3	1,588	329	75.6	80.5	94
14	<input type="checkbox"/> Southampton	3.9	2.72	407.0	13.5	1,310	472	74.4	76.3	93
15	<input type="checkbox"/> SOAS	3.8	2.60	387.0	11.1	1,623	247	73.1	73.1	88
16	<input type="checkbox"/> Bristol	3.9	2.72	448.0	13.8	1,555	332	78.6	78.3	95

Figura 2. The Complete university guide, <http://www.thecompleteuniversityguide.co.uk>

como la comparación directa entre universidades preseleccionadas.

“No se ofrece la mejor universidad, sino la mejor universidad dadas las necesidades de cada usuario”

College navigator

Siguiendo con este tipo de funcionalidades, se destaca especialmente el proyecto *College navigator*⁵, producido en Taiwán y presentado en el congreso *IREG-4* en 2009 (Yung-chi Hou, 2009).

Se distingue, como el ranking *CHE*, por seguir los *Principios de Berlín* (que abogan por permitir a los usuarios elegir indicadores y pesos) y por la utilización de *clusters* en un proceso de consulta guiado a través de 4 pasos:

a) Selección de indicadores

Se pueden seleccionar un mínimo de 3 y un máximo de 10 a elegir entre una amplia variedad: encuestas de reputación, producción científica por área, recursos financieros, libros por alumno en la biblioteca, tasas de graduación, etc.

b) Ponderación

Se puede elegir la ponderación que se desea otorgar a cada uno de los indicadores anteriormente seleccionados.

c) Preferencias

Los usuarios pueden filtrar la consulta a ciertos tipos de universidades. Por ejemplo, seleccionar universidades públicas o privadas, de una determinada región, buscar por áreas de conocimiento e incluso seleccionar por tamaño (número de matriculados).

d) Resultados finales

Se obtiene la tabla final de resultados, donde además del ranking numérico clásico se muestra una flecha para cada indicador seleccionado cuyo color y sentido indica el rendimiento de la universidad.

Otros rankings que permiten una mayor o menor personalización son *Studychoice*⁶ (Países Bajos), *PUSH* (guía independiente sobre universidades británicas así como de todos los aspectos relacionados con la vida del estudiante universitario)⁷, y *PhDs.org*⁸, proyecto de un antiguo profesor del *Dartmouth College* que, a partir de datos de la *National Science Foundation*, el *National Research Council* y el *National Center for Education Statistics*, permite a los usuarios elegir un área temática y puntuar la importancia de diversos criterios. Los resultados finales se muestran en una tabla, donde la posición de cada universidad se visualiza mediante un intervalo de valores, resultado de la media de 500 simulaciones realizadas a partir de las prioridades seleccionadas por los usuarios.

3. Cuestiones a discutir

La forma de proceder de todos estos sistemas guiados por los usuarios es lógica. Cada usuario necesita un tipo de información diferente y sus necesidades deben explicitarse en el sistema

College Navigator in Taiwan
Comprehensive university

Online Users: 1

PERSONALIZE YOUR RANKING

College Navigator
Step 1 Indicators → Step 2 Weighting → Step 3 Preference → Step 4 Result

Choosing Indicators (at least 3 and up to 10 at a time)

Category	Indicator	Selected	Detail
SURVEY	Peer assessment	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Academic reputation	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
DATABASE	Student selectivity	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Enrollment rate	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Student demographics	Number of national academic awards by students	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Proportion of graduate students	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Teaching quality	Faculty-student ratio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Proportion of full-time faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Faculty resources	Proportion of professors with Ph.D.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Proportion of faculty above assistant professor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Research output	National Academy membership	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Number of articles published in SCI per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Research grants	Number of articles published in SSCI per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Number of articles published in AHCI per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Library	Number of citation per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Total NSC grants per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Financial resources	Total NSC grants in Sciences per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Total NSC grants in Social Sciences	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Internationalization	NSC projects per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	NSC projects in Sciences per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Graduation Rate	NSC projects in Social Sciences per faculty	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	Average proportion of graduated students	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Copyright © Higher Education Evaluation & Accreditation Council of Taiwan

TEL: 886-2-3343-1200

Figura 3. College navigator in Taiwan, <http://www.heeact.edu.tw>

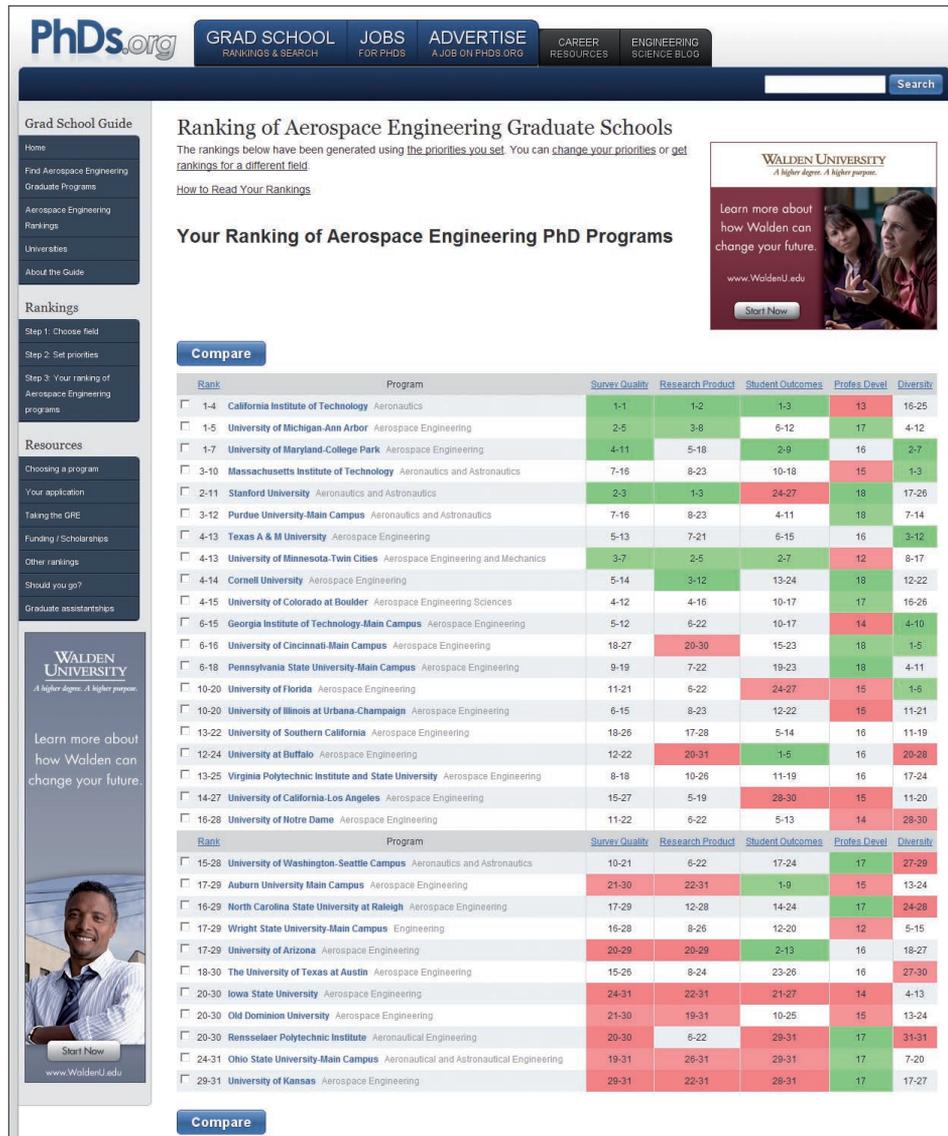


Figura 4. Visualización mediante rangos – Aerospace engineering rankings. <http://graduate-school.phds.org/rankings/aerospace-engineering>

de alguna forma. Pensemos en qué le puede aportar a un alumno, interesado en convertirse en arquitecto, que la *Universidad Autónoma de Madrid* sea una de las universidades españolas mejor posicionadas en la última edición del ranking *ARWU*, si dicha universidad no oferta estos estudios. O qué le puede interesar a un cirujano la alta tasa de graduación de una universidad si lo que pretende es localizar un hospital universitario en el que poder colaborar. Cada usuario precisa un tipo de ranking, y los “personalizables” son la vía de entrada para una gran mayoría de usuarios, que el propio sistema es capaz de filtrar durante el proceso de consulta.

Sin embargo, pese a las grandes posibilidades de los sistemas guiados y personalizados (mayor interactividad con los usuarios y, por tanto, mayor relevancia en los resultados obtenidos), existen algunas críticas y limitaciones en este tipo de productos.

La crítica fundamental es que, en sentido estricto matemático, no son rankings. En algunos casos (sólo cuando se ofrece un ranking por cada indicador) son “multirankings”, pero en los servicios que se basan en rangos o *clusters*, como el ranking *CHE*, no existe realmente ningún ranking, por lo que a estos sistemas se les debería denominar de forma diferente.

Aunque los propios usuarios puedan elegir los componentes y pesos, hay que tener presente que cualquier ranking es tan bueno como lo son los datos recopilados. Éstos deben reflejar de forma directa y precisa la calidad de las prácticas académicas y resultados educativos. Es decir, la capacidad de personalización no garantiza *per se* la calidad en el producto final.

En relación con la recopilación de los datos, queda por determinar la adopción de estas prácticas en los rankings mundiales (en la actualidad prácticamente ninguno

de ellos ofrece –en su formato público– la consulta interactiva guiada). ¿Las grandes diferencias entre los sistemas universitarios de cada país limitan o enriquecen las prestaciones de consulta interactiva?

Por otra parte, estos sistemas dejan en manos de los usuarios la elaboración de los resultados, por lo que no queda clara la responsabilidad de los editores ante los resultados obtenidos. Es posible que estos servicios –en cierta medida– eludan la responsabilidad de comunicar cuáles son las mejores y peores universidades (una responsabilidad inherente a la elaboración de ciertos rankings, siendo coherentes con sus nombres y objetivos), favoreciendo la existencia de más “ganadores” y menos “perdedores”, incoherente con la confección de un ranking, aunque políticamente más correcto.

Finalmente queda por discutir que los usuarios entiendan cada uno de los indicadores que están

a su disposición, sean capaces de ponderarlos con cierto sentido y de interpretar adecuadamente los resultados, de forma que éstos ayuden en el complejo proceso de elección de una universidad.

Existen numerosos estudios que indican que los rankings de universidades son útiles principalmente para aquellos estudiantes con buenas notas, con firmes intenciones de realizar estudios de posgrado, con padres con estudios universitarios y con altos ingresos económicos (McDonough et al., 1998), y no tanto para el resto. ¿Es posible que estos “rankings personalizables” ayuden a agrandar esta brecha entre usuarios?

Puesto que España es una potencia mundial en la elaboración de rankings de universidades (la mayoría de los cuales son además llevados a cabo por profesionales de la información), sería muy interesante conocer qué opinión tienen estos editores del auge de los rankings “personalizables”.

Notas

1. Ranking system clearinghouse, IHEP
<http://www.ihep.org/Research/rankingsystemsclearinghouse.cfm>
2. Academic ranking of world universities (ARWU)
<http://www.arwu.org>
3. CHE ranking
<http://www.che-ranking.de>
4. The complete university guide (CUG)
<http://www.thecompleteuniversityguide.co.uk/single.htm?ipg=8726>
5. College navigator
<http://cnt.heeact.edu.tw>
6. StudyChoice
<http://www.studychoice.nl>
7. PUSH
<http://www.push.co.uk>
8. PhDs.org
<http://www.phds.org>

Referencias bibliográficas

- Federkeil, Gero.** “Rankings and quality assurance”. En: *3rd Meeting on the international rankings expert group (IREG-3)*. Shanghai Jiao Tong University, 28-31 Oct 2007.
- Glänzel, Wolfgang; Debackere, Koenraad.** “On the ‘multi-dimensionality’ of rankings: some methodological and mathematical questions to be solved in university assessment”. En: *Ranking and differentiation in higher education, research and knowledge utilisation. International symposium on university ranking*, Leiden, 6-7 Feb 2009.

McDonough, Patricia M.; Antonio, Anthony L.; Walpole, Marybeth; Pérez, Leonor X. “College rankings: democratized college knowledge for whom?”. *Research in higher education*, 1998, v. 39, n. 5, pp. 513-537.

Usher, Alex. “University rankings 2.0”. *Australian universities review*, 2009, v. 51, n. 2.

Yung-chi Hou, Angela. “New personalized rankings of the Taiwanese universities”. En: *IREG-4 Conf*, Astana (Kazakhstan), 15 June 2009.

* * *

A la luz que más calienta

Por **Isidro F. Aguillo**

Hasta 2003 la mayoría de las publicaciones y resultados de los “expertos” en educación superior pasaban desapercibidas fuera de su comunidad académica. El impacto logrado era escaso fundamentalmente porque los tamaños de poblaciones eran pequeños (incluso ridículos), sus estudios de caso anecdóticos y sus análisis bastante endogámicos (existen capítulos de libro dedicados a universidades en países en vías de desarrollo donde prácticamente sólo se utilizan ejemplos de EUA y Europa).

Al mismo tiempo, desde el mundo del periodismo se había encontrado un filón en la publicación de listas de universidades (nacionales) organizadas de acuerdo con criterios subjetivos que pretendían aconsejar o guiar en la selección de institución a futuros alumnos (y sus padres).

La situación cambió radicalmente con la publicación del *ranking de Shanghai*, un trabajo académico relativamente riguroso y que ofrece información relevante y “desconocida” sobre las universidades del mundo. El impacto fue inmediato a todos los niveles, hasta el punto de cambiar agendas políticas nacionales en muchos países, como Francia.

En la comunidad dedicada a la “higher education” se produjo una gran variedad de reacciones, desde la crítica razonada (Van Raan y el CWTS) hasta la descalificación absoluta (un experto de la Unesco descubrió la bibliometría en ese momento e inmediatamente la rechazó, y poco después perdió su puesto de trabajo).

Algunas reacciones fueron más inteligentes: un equipo que nunca había hecho rankings y que incluso rechazaba ese modelo “simplista” se subió al carro y se proclamó campeón europeo de los rankings de universidades. Consiguió millones de euros de la Comisión Europea para clasificar 150 universidades con emoticones de colores. El *Times higher education* remodela sus tablas y construye sus rankings mundiales haciendo creer

a millones de personas que están relacionados con el prestigioso periódico *The Times* (lo que es mentira), que son expertos en la materia (en realidad son periodistas que subcontratan fuentes de terceros), que son imparciales (nunca las universidades británicas y de la *Commonwealth* han estado mejor representadas, quiero decir sobre-representadas) y neutrales (a pesar de cierta correlación entre publicidad contratada y posiciones privilegiadas en el ranking).

Dios los cría y ellos se juntan. Se crea un grupo de trabajo (*IREQ*) que actuará como *lobby*, árbitro y juez del “mercado” y cuyo objetivo primario es el ánimo de lucro. Para mantener las apariencias se editan los *Principios de Berlín*, una serie de normas éticas y prácticas que sistemáticamente incumplen, sin bochorno alguno, varios de sus autores.

Sin embargo, dentro del contexto más académico, y a la luz de la nota de **Enrique Orduña-Malea**, dos de dichos principios merecen una atención especial. El primero es la estabilidad, es decir, se aboga por mantener estrictamente la misma metodología a lo largo de los años. Es indudable que esto atenta contra cualquier avance o innovación, motor básico de cualquier actividad científica. Pero resulta aún peor, pues impide incluso la corrección de errores y terminamos viendo a los editores de Shanghai presentando su trabajo por todo el mundo con las mismas transparencias de hace 8 años.

El segundo principio se refiere a la personalización, es decir a la posibilidad de que cualquiera manipule a su antojo (¿criterio?) los pesos y variables de los rankings, lo cual se califica como importante valor añadido. Es decir se pide al futuro universitario que seleccione variables y defina su importancia relativa. Para ello tendrá que valorar aspectos sobre los que, como bien es conocido, es experto *cualquier* estudiante de 17-18 años, o en su defecto sus padres o algún profesor de la escuela de enseñanza media local. Y todo esto para el mercado académico mundial.

Por contextualizar la propuesta: el paciente guiará al farmacéutico en la elaboración del antigripal proponiendo los compuestos y sus proporciones según el grado de congestión, la presencia de molestos o las décimas de fiebre que note.

Mi posición personal es que los rankings han de ser útiles, y que por tanto no pueden basarse en medidas subjetivas ni en criterios *ad-hoc*. Tanto como las variables individuales hay que considerar el modelo integrado de las mismas y la elaboración, evaluación y aplicación de dicho modelo debe reservarse a expertos.

isidro.aguillo@cchs.csic.es

Consideraciones finales

Por **Enrique Orduña-Malea**

Respecto a la respuesta de **Aguillo**, en mi texto, pese a su título, no me posiciono expresamente a favor de los rankings personalizados, simplemente describo la tendencia en ciertos entornos profesionales hacia la elaboración de este tipo de servicios online. De hecho, señalo algunas de las críticas más evidentes.

Sobre los *Principios de Berlín* para la elaboración de rankings de universidades, me parecen una declaración de buenas intenciones pero que distan mucho de la realidad. Los editores del *ARWU* analizaron y estudiaron dichos *Principios* (incluso los transformaron en “criterios”), y vieron que algunos eran imposibles de llevar a cabo. Y en la realidad, ningún ranking los cumple en su totalidad.

Además, un ranking es un ranking (simplemente hay que saber un poco de matemática básica), y no un conjunto de emoticones de colores (como bien indica **Aguillo** en su crítica). Serán interesantes pero no son rankings.

La estabilidad de los resultados (que es uno de los *Principios*) es un tema que merece discusión aparte y en el que yo no entro. Aunque mantener indicadores y metodologías que ya se sabe que son erróneas (así lo expresa unánimemente la comunidad), y no variarlas en aras a mantener una estabilidad en los resultados que permitan hacer estudios en el tiempo (es decir, publicar artículos con análisis diacrónicos), me parece absurdo.

Sobre el *IREQ* se debe argumentar a su favor que han sabido montar su negocio a la perfección. De simple observatorio han pasado a “Agencia internacional de acreditación de rankings”. Ahí es nada.

Aunque la discusión sobre los rankings puede ser eterna, mi interés en ellos radica más en las interrelaciones y correlaciones que existen entre los indicadores que miden aspectos cuantitativos de la producción documental universitaria (en general, no sólo científica). Lo absurdo es hacer creer que la universidad que aparece en el número 1 del ranking es mejor que el resto, o que esa posición lleva implícita un concepto de calidad.

La universidad que publica más artículos o que recibe más citas no es la mejor universidad, simplemente porque nadie ha sabido todavía definir qué significa ser “mejor universidad”. La universidad que más citas recibe es simplemente “la más citada”, nada de “mejor o peor”.

Modificar agendas económicas, presupuestos universitarios y nuestros impuestos en función de las posiciones en rankings es algo que rechazo, pero desde luego es un debate aparte.