

Descalifican *ranking* de universidades de *The Times*

El *ranking* del periódico *The Times*, que clasifica a las mejores universidades del mundo, "es poco confiable, está sesgado y tiene objetivos políticos detrás", aseguró Isidro Aguillo, director de Webometrics del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de Madrid, España.

El investigador español, consideró que esa clasificación —que este año ubicó a la UNAM 40 posiciones debajo con respecto a 2008, aunque se mantuvo como la mejor de América Latina— no garantiza la objetividad académica debido a que lo realiza una empresa privada británica.

Entrevistado antes de dictar la ponencia *Ranking web: su impacto en la UNAM y otras universidades mexicanas*, Aguillo sostuvo que la clasificación de *The Times*, elaborada por la empresa Quacquarelli & Symonds, favorece a las universidades inglesas, pues coloca entre las seis mejores a cuatro británicas y en el Top 200 aparecen 29 instituciones de ese país.

"Es una clasificación sesgada, de las pocas realizadas por una empresa privada. Si se comprueban los resultados sucede que ellos dicen que cuatro de las mejores seis universidades del mundo son británicas. Esto no es cierto. Es un *ranking* con objetivos políticos detrás y poco confiable. El que esté ligado a un medio con mucho prestigio no nos debe confundir. Es

una empresa con intereses y con fallas metodológicas evidentes."

Sobre la importancia de estos ejercicios el académico español —quien participa en el *ranking* que califica a las mejores universidades en el Internet— sostuvo que "más allá de los problemas puntuales que puede haber y que, por supuesto, existen en todo ejercicio académico, estas clasificaciones revelan la importancia de desarrollar una cultura de la evaluación".

Internacionalización

Durante la conferencia, destacó que la web es la principal herramienta de comunicación científica y podría llegar a ser la única, por ello, los espacios cibernéticos de universidades mexicanas, en especial el de la UNAM, deben internacionalizarse para lograr una mayor visibilidad a nivel mundial.

Consideró que actualmente la comunicación científica se hace a través de Internet, por lo que los contenidos de las páginas electrónicas de las instituciones de educación superior mexicanas deben presentarse en al menos dos idiomas (español e inglés), pues esto ayudaría a que los portales, sobre todo el de la UNAM, tuvieran más alcance del que actualmente tienen. "El impacto global de la página de la UNAM es sobre el mundo hispanohablante."

EMIR OLIVARES ALONSO

