

parte de los *rankings Times Higher Education y del QS*, pero son desvinculadas del rendimiento real. Las encuestas contienen datos de opiniones sobre el rendimiento y no del rendimiento mismo. Se pierde el vínculo entre el esfuerzo, la mejora y el *ranking*, elementos esenciales para el círculo virtuoso. Lo mismo sucede cuando se obtiene otra posición en el ranking por pequeños cambios en la metodología. Nuevamente, no se encuentra un vínculo coherente entre el esfuerzo, el rendimiento y el *ranking*.

Se podría considerar que la reputación sí importa para los estudiantes. El valor de los títulos se ve afectado por el orden jerárquico. Lo que es cierto. Y una jerarquía de reputación en base a encuestas, por sí misma, no contaminada por otros factores, nos dice algo importante. En términos reales, un único *ranking* de reputación, aunque sea interesante, no puede lograr una mejora continua en el rendimiento. Sólo genera un juego de posición y marketing. A fin de cuentas, la reputación debe basarse en un desempeño real para beneficiar siempre a los accionistas y al bien público.

El punto puede realizarse por analogía. Se determina al ganador de la Copa del Mundo de fútbol quien anota más goles en el tiempo acordado en la cancha. Ahora, ¿qué pasaría si FIFA cambia las normas? En lugar de premiar al que tiene mejor rendimiento, quien marca más goles, decide dar 50 por ciento a la mayoría de los goles y 50 por ciento al equipo que creyó ser el mejor, medido por una encuesta. Todos confiaríamos menos en el resultado, ¿cierto?

Los *rankings* con indicadores múltiples otorgan una mayor cantidad de datos, pero como el vínculo entre el esfuerzo en cada área y los resultados de los *rankings* no son transparentes, no pueden impulsar el rendimiento de forma coherente. Los incentivos apuntan a direcciones diferentes y los efectos están a la vista. En ARWU, los diferentes indicadores están relacionados con claridad; van dirigidos a la misma dirección y comparten los impulsores comunes de rendimiento. Mientras que *QS y Times Higher Education* usan indicadores heterogéneos.

Por otra parte, si se desintegraran los *rankings* con indicadores múltiples, el indicador individual podría efectivamente conducir al mejoramiento del desempeño. Entonces, por lo menos, la competencia del *ranking* se orientaría hacia mejores resultados, no a la reputación para su propio beneficio.

DOI: <http://dx.doi.org/10.6017/ihe.2017.89.9762> ■



Además de nuestro sitio web y página de Facebook, ahora escribimos en Twitter. ¡Esperamos que consideren “seguirnos” en Twitter!

La búsqueda de rankings en la era de la masificación: Para la mayoría, mejor olvídenlo

PHILIP G. ALTBACH Y ELLEN HAZELKORN

Philip G. Altbach es profesor investigador y director fundador del Centro para la Educación Superior Internacional de la Universidad de Boston College, EE.UU. Correo electrónico: altbach@bc.edu. Ellen Hazelkorn es asesora de políticas de la Autoridad para la Educación Superior (Irlanda) y profesora emérita y directora de la Unidad de Investigación en Política de la Educación Superior (HEPRU, por sus siglas en inglés), Instituto de Tecnología de Dublín, Irlanda. Correo electrónico: Ellen.hazelkorn@dit.ie. Las reflexiones de M. Yudkevich, P. Altbach y L. Rumbley, eds. El Juego de los Rankings Mundiales (Routledge 2016) y E. Hazelkorn, ed. Los Rankings Mundiales y La Geopolítica de la Educación Superior (Routledge 2016) componen este artículo.

Tenemos un solo argumento bastante simple: las universidades, muchas más de las que alguna vez lo admitirán públicamente, están obsesionadas con tener un estatus en uno o más de los *rankings* nacionales o mundiales universitarios. Deberían parar inmediatamente.

Si bien algunas tienen éxito en contar con un puesto o mejoran sus puntajes poco a poco, casi nunca vale la pena contar con los recursos exigidos o los cambios sustanciales en la misión o los programas académicos necesarios. De hecho, la mayoría de las “ganancias” son generadas por los cambios metodológicos, introducidos por los distintos *rankings* para permanecer en los medios y los titulares y así ser comercialmente lucrativas.

Nuestro consejo es particularmente importante para las universidades e instituciones de rango medio nacionales, regionales y especializadas, como asimismo para sus accionistas y gobiernos. Hoy en día, estas instituciones constituyen la gran mayoría de las instituciones de educación superior (IES) en todo el mundo, debido a una combinación de la demanda demográfica por participar en la educación superior y los requisitos sociales y económicos para tener una ciudadanía más educada. En efecto, las predicciones mencionan que la cantidad de estudiantes matriculados en la educación superior aumentará de 99,4 millones en el 2000 a 414,2 millones para el 2030, un aumento del 316 por ciento. Para recibir a estos estudiantes adicionales, se requerirá que abran

más de cuatro grandes universidades (30.000 estudiantes) cada semana por los próximos quince años.

Estas instituciones son la principal columna vertebral de la sociedad y sus comunidades. Cumplen el rol de institución de anclaje, el pilar para el crecimiento y el desarrollo social y económico. Desarrollarán algunos enfoques de investigación, pero es poco probable que destaquen a nivel mundial.

Sin embargo, nuestro consejo sirve para aquellas universidades que adopten el cargo de "emblemáticas" —aquellas que están en los primeros puestos del listado de su país o Estado. Esto se debe a que los *rankings* pervierten uno de los principales propósitos de la educación superior: asegurar que los estudiantes y los graduados adquieran los conocimientos y las capacidades necesarias para lograr una vida exitosa, satisfactoria y activa que cada vez es más prolongada.

LO QUE MIDEN LOS RANKINGS MUNDIALES

Se sabe bien que existen tres *rankings* mundiales principales: El Ranking Académico de las Universidades del Mundo (ARWU, el *ranking* de Shanghái), los *rankings* del *Times Higher Education* (THE) y QS, los que evalúan principalmente dos cosas: la productividad de la investigación y (a excepción de ARWU) la reputación entre pares, empleadores y estudiantes. THE dedica 90 por ciento y QS el 70 por ciento de sus actividades a medir la investigación, mientras que respectivamente asignan 33 por ciento y 50 por ciento a la reputación. THE utiliza una encuesta de reputación subjetiva para medir la calidad de la enseñanza, pero no deja en claro cómo la miden ya que no están presentes en la sala de clases. La internacionalización incentiva la cantidad más que la calidad y a menudo refleja la posición geográfica de un país. Suiza es un buen ejemplo.

U-Multirank, creado por la Unión Europea, utiliza un rango más amplio de indicadores, pero ha luchado por obtener una amplia aceptación, mientras que otros, como el Ranking Leiden, están mucho más enfocados en los objetivos y la cobertura.

Hay una gran cantidad de versiones nacionales y especialistas, desde las realizadas en publicaciones como *U.S. News & World Report* en los Estados Unidos, *Macleans* en Canadá, *Der Spiegel* en Alemania, *Asahi Shimbun* en Japón y hasta los *Rankings Mundiales de MBA del Financial Times* y *Green Metric World University Ranking* de Indonesia. Las primeras tienen acceso a un conjunto más general de datos, pero todas tienen que lidiar con problemas metodológicos.

POR QUÉ LAS UNIVERSIDADES DEBERÍAN OLVIDARSE DE LOS RANKINGS

Existen 18.000 instituciones de educación superior (HEI) en todo el mundo, de acuerdo a la Base de Datos Mundial de Educación Superior (<http://www.whed.net/home.php>). Sin embargo, sólo una pequeña minoría aparecerá alguna vez en los *rankings*, sin importar cuánto lo intenten y cuántos recursos utilicen para lograrlo. De hecho, las 100 mejores universidades representan sólo un 0,5 por ciento de las HEI o un 0,4 por ciento de los estudiantes en el mundo. Sin duda, contar con una clasificación es un logro, pero mantener dicho puesto e incluso subir en los *rankings* no es fácil. Se cuenta con más expectativas pero el descenso es un problema constante: lo que provoca una publicidad negativa inevitable.

Esto se debe a que la competencia es feroz y los que están en la punta de los *rankings* cuentan con más recursos financieros y humanos para lograr sus objetivos. Además, los *rankings* favorecen a las universidades de ciencias, ingeniería y medicina. Las universidades más nuevas y pequeñas, especialmente en economías en desarrollo, e instituciones sin estas especializaciones, tienen oportunidades limitadas. Al mismo tiempo, las universidades que están en los primeros lugares de los *rankings* siguen progresando. De esta manera, sin grandes recursos financieros, es casi imposible que las instituciones académicas mejoren su estatus en el *ranking*.

LECCIONES DE LOS RANKINGS

Los *rankings* han tenido un impacto muy grande en la educación superior y las políticas. Las pruebas internacionales de la última década y de más tiempo revelan cómo influyen en la toma de decisiones, la conducta académica y la asignación de recursos, las prioridades de la investigación y las prácticas disciplinarias (como las publicaciones en el idioma inglés y las revistas con rango internacional), el ingreso y los criterios publicitarios, como asimismo las estructuras organizativas y las fusiones institucionales. Hoy en día, muchas universidades cuentan con una estrategia para los *rankings* y las unidades institucionales de investigación que comparan el desempeño de los *rankings*.

Sin embargo, nuestro consejo sirve para aquellas universidades que adopten el cargo de "emblemáticas" —aquellas que están en los primeros puestos del listado de su país o Estado.

Debido al excesivo énfasis en la investigación, la experiencia internacional resalta las tensiones emergentes entre la misión y los valores de una universidad y las gestiones para entrar y/o subir en los *rankings*. Los estudiantes de pedagogía y de pregrado, así como también los de artes, humanidades y ciencias sociales, suelen pasar a segundo plano cuando se toman decisiones o se asignan recursos. Algunas universidades acusan que se da una atención preferencial y se beneficia más a las "estrellas" de la investigación que al profesorado con más años de antigüedad o local. Otros ejemplos demuestran cómo las universidades han intentado enfocarse más en los criterios de ingreso de los estudiantes y ser más selectivos y exclusivos para cumplir de mejor manera los indicadores de resultados tales como los índices de término de los estudios, los niveles de empleo o salario de los egresados, las donaciones de los alumnos, etc. Sin embargo, para realizar tales cambios, las universidades pueden alterar en gran medida sus objetivos y propósitos. Otros ejemplos recalcan los grandes costos financieros relacionados con las intenciones de realizar cambios estadísticamente insignificantes en su clasificación –lo que conlleva a una gran deuda.

ENFOCARSE EN LOS OBJETIVOS Y NO EN LOS RANKINGS

Nuestra última experiencia recalca el hecho de que los *rankings* se han convertido en un factor importante que influyen en toda la educación superior. Incluso la Universidad de Yale acaba de anunciar que no puede dejar de ignorarlos. Aunque en medio de una zona de guerra, una universidad contactó recientemente a uno de los autores, ya que sabía de su posición en los *rankings*. Esta experiencia no es única. Cuando las universidades buscan promocionar y proteger la autonomía académica ante todo tipo de interferencia, es increíble que algunas universidades permiten de forma voluntaria que sus decisiones se vuelvan vulnerables ante una agenda programada por otros.

El prestigio y la reputación se han convertido en elementos dominantes en lugar de buscar la calidad y el logro del estudiante, lo que intensifica la estratificación social y la diferenciación de la reputación. Existe una gran suposición de que la opción de los indicadores y las ponderaciones vinculadas son mediciones importantes, pero no existen pruebas de investigaciones internacionales que lo comprueben.

El problema es particularmente grave –y preocupante– para la inmensa mayoría de las universidades e instituciones con puestos promedios y bajos que han quedado atrapadas en el torbellino de los *rankings*. Para aquellas universidades

y sus gobiernos, les recomendamos enfocarse en lo que importa: ayudar a la mayoría de los estudiantes a que obtengan sus títulos para tener una mejor vida y un buen empleo, en lugar de confirmarles que la institución cumple con los criterios establecidos por los diferentes rankings. Incluso si se da más importancia y se gastan más recursos, los resultados no serán favorables.

DOI: <http://dx.doi.org/10.6017/ihe.2017.89.9759> ■

La profesión académica estadounidense en riesgo

MARTIN J. FINKELSTEIN

Martin Finkelstein es profesor del grupo de educación superior en la Universidad Seton Hall, Estados Unidos. Correo electrónico: Martin.Finkelstein@shu.edu.

Durante el último medio siglo, Estados Unidos surgía probablemente como el sistema nacional líder de la educación superior en el mundo en cuanto a tamaño y calidad. Sin duda, China ahora supera a los Estados Unidos en el total de matrículas de estudiantes y produce más doctorados al año. También cuenta con más personal docente que Estados Unidos. India está a punto de superar a los Estados Unidos en cuanto a tamaño, por lo menos en términos del total de matrículas de estudiantes. Los estadounidenses afirman que la calidad permanece; sin embargo, estas afirmaciones corren un riesgo cada vez mayor.

UNA NUEVA VALORACIÓN

Este es el argumento de un nuevo análisis muy detallado de la condición y las perspectivas de la profesión académica estadounidense: *The Faculty Factor* de Martin Finkelstein, Valerie Conley y Jack Schuster (Editorial Universitaria de la Universidad Johns Hopkins, octubre 2016). Al basarse en los indicadores perturbadores de deterioro informados en nuestro libro anterior en los primeros años del siglo XXI (Schuster y Finkelstein, *The American Faculty*, 2006), nuestro nuevo libro extrae creativamente las fuentes de información –y no disponibles hasta ahora– para seguir el destino de los docentes estadounidenses durante la