

Ranking web de universidades Webometrics

Dirección Nacional de Planeación y Estadística
Universidad Nacional de Colombia



1. ¿Qué es?

Es una ordenación anual de más de 12000 universidades del mundo dispuestas con un criterio de jerarquía. Publicada por el Laboratorio de Cibermetría del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC). Las áreas de estudio del laboratorio incluyen el análisis de la presencia en internet de las instituciones académicas y de investigación y de los procesos de comunicación científica a través de la Web.

2. Historia

El Laboratorio de Cibermetría viene desarrollando estudios cuantitativos en la web académica desde mediados de los noventa. Un primer indicador se presentó durante la conferencia EASST / 4S en Bielefeld (1996) y la recopilación de datos web de universidades europeas comenzó en 1999 con el apoyo del proyecto financiado por la UE EICSTES. Estos esfuerzos son un seguimiento de la investigación cuantitativa iniciada en 1994 que ha sido presentada en las conferencias de la Sociedad Internacional de Cienciometría e Informetría (ISSI, 1995-2011) y las Conferencias Internacionales de Indicadores de Ciencia y Tecnología (STI-ENID, 1996-2012) y publicado en revistas de alto impacto (Journal of Informetrics, Journal of the American Society for Information Science and Technology, Scientometrics, Journal of Information Science, Information Processing Management, Research Evaluation y otros). En 1997 comenzaron la edición de Cybermetrics , una revista electrónica de acceso abierto revisada por pares , dedicada a la publicación de artículos relacionados con la webometría.

3. Objetivo

El objetivo del Ranking es promover la presencia académica en la web, apoyando las iniciativas de Acceso Abierto para incrementar significativamente la transferencia del conocimiento científico y cultural generado por las universidades a toda la Sociedad. Para lograr este objetivo, la publicación de rankings es una de las herramientas más poderosas y exitosas para iniciar y consolidar los procesos de cambio en la academia, incrementar el compromiso de los académicos y establecer estrategias de largo plazo muy necesarias. El objetivo no es evaluar los sitios web, su diseño o usabilidad o la popularidad de sus contenidos según el número de visitas o visitantes . Los indicadores web son considerados como proxies en la evaluación correcta, integral y profunda del desempeño global de la universidad, tomando en cuenta sus actividades y productos y su relevancia e impacto. Al final, una clasificación confiable solo es posible si la presencia en la web es un espejo confiable de la universidad. En la segunda década del siglo 21,

la Web ha sido clave para el futuro de todas las misiones de la universidad, como ya lo es la herramienta más importante la comunicación académica, el canal de futuro para la educación a distancia fuera del campus, el foro abierto para la comunidad el compromiso y el escaparate universal para atraer talento, financiación y recursos.

4. Indicadores compuestos

Probablemente una de las principales contribuciones del Ranking de Shanghai fue la introducción de un indicador compuesto , combinando con un sistema de ponderación una serie de indicadores. El indicador compuesto se puede diseñar con diferentes conjuntos de variables y ponderaciones de acuerdo con las necesidades y modelos del desarrollador.

Webometrics utiliza un modelo científico 'a priori' para construir el indicador compuesto. Otras clasificaciones eligen ponderaciones arbitrarias para variables fuertemente dependientes e incluso combinan valores brutos con razones. Ninguno de ellos sigue una relación lógica entre las variables relacionadas con la actividad y las relacionadas con el impacto, es decir, cada grupo representa el 50 % de la ponderación total. Con referencia a las variables individuales, algunas de ellas tienen valores mayores que cero solo para unas pocas universidades y otras segregan las universidades según diferencias tan pequeñas que son incluso menores que sus tasas de error.

Antes de la combinación, los valores deben normalizarse, pero la práctica de utilizar porcentajes es mayoritariamente incorrecta debido a la distribución de los datos por ley de potencia.

Webometrics normaliza logarítmicamente las variables antes de combinarlas de acuerdo con una relación 1:1 entre grupos de indicadores de actividad / presencia y visibilidad / impacto.

5. Calculo indicadores

Las cifras publicadas son RANGO (cuanto más bajo mejor), destinadas a mostrar el rendimiento individual, pero no son los valores utilizados en los cálculos. Debido a problemas técnicos se han realizado varios cambios clave (marcados en rojo), por lo que la siguiente tabla describe la metodología actual:

Indicadores	Sentido	Metodología	Fuente	Peso
Presencia	Conocimiento público compartido	Interrumpido		
Visibilidad	Impacto de los contenidos web	Número de redes externas (subredes) que enlazan con las páginas web de la institución (normalizadas y luego se elige el valor máximo)	Ahrefs Majestic	50%
Transparencia (o apertura)	Investigadores más citados	Número de citas de los 210 autores principales (sin incluir los 20 valores atípicos principales)	Perfiles académicos de Google	10%
Excelencia (o estudiante)	Top citas documentos	Número de artículos entre el 10% más citado en cada una de las 27 disciplinas de la base de datos en los últimos cinco años	Scimago	40%

6. Datos prácticos

Desde 2004, el Ranking Web (o Webometrics Ranking) se publica dos veces al año (los datos se recopilan durante las primeras semanas de enero y julio para ser públicos al final de ambos meses), cubriendo más de 31000 instituciones de educación superior en todo el mundo. Uno de los objetivos es motivar tanto a las instituciones como a los académicos a tener una presencia en la web que refleje con precisión sus actividades. Si el desempeño web de una institución se encuentra por debajo de la posición esperada de acuerdo a su excelencia académica, las autoridades universitarias deberían reconsiderar su política de web, acceso abierto y transparencia, promoviendo incrementos sustanciales del volumen y calidad de sus publicaciones electrónicas.

Los datos se recogen entre el 1 y el 20 de enero o julio , según la edición. Cada variable se obtiene al menos dos veces durante ese período y se elige el valor máximo para descartar errores o equivocaciones. La volatilidad de los motores de búsqueda es muy alta, por lo que las cifras pueden ser diferentes y no se pueden replicar fácilmente si la búsqueda se realiza días después. La información de Google está muy sesgada geográficamente, por lo que los datos se recopilan utilizando el dominio espejo de google.com, el inglés como idioma de la interfaz y Madrid (España) como ubicación.

7. Observaciones

El Ranking Webometrics de una universidad está fuertemente ligado al volumen y la calidad de los contenidos que publica en la Web.

Situaciones que afectan la medición están relacionadas con: si la institución tiene más de un dominio web central, si cambian con frecuencia el dominio web central, si los subdominios no están vinculados al central, si preservan dominios web antiguos activos, si utilizan dominios alternativos para contenidos internacionales (en inglés) o comparan dominios con terceros, entre otras.

8. Bibliografía

1. Laboratorio de Cibermetría, CSIC. Webometric Ranking - Methodology. Madrid, España. Para mayor información consultar: <https://www.webometrics.info/es>