

Anche quest'anno il Times Higher Educational pubblica il suo "World Reputation Ranking", la più nota classifica sulle migliori università mondiali. ([Alberta Montella](#))



Cento università e più di 10.500 giudizi accademici raccolti tra gli studiosi di tutto il mondo. Nessuna sorpresa ai vertici: la top 10 è dominata dai super college americani e britannici e anche questa volta non c'è traccia degli atenei italiani.

Si conferma al primo posto Harvard, seguono il Mit di Boston, Standford University, Cambridge, Oxford, Berkeley, Princeton, Yale, California Institute of Technology e Ucla. L'Humboldt-Universität di Berlino e la Sorbona di Parigi rientrano nella top 100 ma solo, rispettivamente, alla 71esima e 80esima posizione.

I risultati di questa classifica restano comunque soggettivi, nella tipologia di domande somministrate e soprattutto nella distribuzione geografica di chi ha risposto. Non è un caso, per esempio, che le aree con il maggior numero di questionari compilati, siano quelle più rappresentate nei posti alti della classifica: il 25% dei risultati arriva dal nord america e il 19% dall'Europa occidentale, incluso Regno Unito.

Ma ciò poco importa se si riflette sulla condizione in cui versano le nostre università, e sicuramente non incide nella classifica, o quanto meno non basta, che il nostro paese sia ricco di storia e cultura, culla di alcune delle più antiche Università al mondo. Rileva invece, quanto si investe nell'istruzione e non a caso una recente ricerca

dell'Anvur (Agenzia nazionale di valutazione del sistema universitario e della ricerca), ha dimostrato che dal 2009 il finanziamento complessivo del ministero dell'Istruzione, dell'Università e della ricerca al sistema universitario si è ridotto di circa 1miliardo. Uno scenario decisamente poco incoraggiante che, probabilmente, impedisce di ragionare in termini di internazionalizzazione e di proiezione verso il mondo del lavoro. Ma ancora, bisogna riflettere su cosa si fa per attirare nuovi studenti e neo laureati e soprattutto quanto si impegnano i nostri atenei per farsi promotori della propria offerta formativa. Molte università straniere, infatti, hanno fatto della comunicazione, della promozione dei propri atenei una mossa vincente.

A fronte di questo scenario a dir poco desolante fa ben sperare la recente analisi del Centro Nexa su internet e società in collaborazione con il Politecnico di Torino. Sembrerebbe infatti che le nostre università stiano diventando più 'social', circa l'80% degli atenei è su facebook, e il 76% anche su twitter. Un miglioramento non indifferente se si pensa che internet può essere un grande strumento per avvicinarsi in modo veloce e dinamico al pubblico. Tuttavia, dalla stessa ricerca, emerge che la comunicazione degli atenei risulta essere carente sia dal punto di vista dei risultati delle ricerche, sia per quanto riguarda la valorizzazione delle proprie eccellenze.