

01966

4
zey



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE PSICOLOGIA
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO

Relación existente entre el Prestigio Concedido
a la Universidad Nacional Autónoma de
México y Medios Masivos de Comunicación.

T E S I S

Que para Obtener el Grado de
Maestro en Psicología Social

Presenta

Alejandro Armando Moreno García

Director de Tesis : Dra. Isabel Reyes Lagunes
Sinodales : Dr. Rolando Díaz - Loving
Dra. Mirta Flores Galaz
Mtra. Graciela Mota Botello
Dr. José Medina Pichardo

México D. F.

Mayo, 1995.



FALLA DE ORIGEN



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Para mi madre, Graciela

Porque hiciste todo por nosotros, podemos decir ante la vida que hemos sido felices; pero lo hubiésemos sido mucho más si hubieras hecho tan sólo un poco más por tí. A pesar de haber sido tan diferente a mí, siempre hablaste con la voz y el lenguaje universal de tu poderoso amor. Siempre estarás conmigo.

Para Rosario, mi otra madre (y también mi padre)

Viste al bebé convertirse en niño cuando comenzó a andar; viste al niño convertirse en adolescente cuando aprendió a amar; viste al adolescente convertirse en joven cuando aprendió a pensar, y viste al joven convertirse en adulto cuando supo que ni con toda la fuerza, la violencia, la sabiduría y el amor podrá hacer que muchas cosas en este mundo cambien. A pesar de todo, gracias a la vida porque en cada paso has estado tú.

Para Nancy

Entre más vivo, me doy cuenta de que ha valido la pena estar en este mundo sólo por conocer a alguien como tú.

Para Adriana

Ayer, en la bonanza de la vida fuiste una mujer bella; hoy, luego de la adversidad, me enseñas lo maravillosamente hermosa que has llegado a ser.

Para Araceli

Sin importar nuestras diferencias, después de veinte años experimento cada vez mayor gusto por verte. Eres un gran símbolo de mi paso por el mundo.

Para Eva

En la vida hay quienes dan su amor, y sin embargo, sólo preguntamos: ¿qué más da?

Para Itzel y la maestra Paty

Aunque nunca se hayan dado cuenta, con su calor humano evitaron que el barco se hundiera en la vorágine, y lo hicieron navegar por aguas tranquilas.

Para Leticia

Gracias por ayudarme a ver que es maravilloso dar sin esperar nada a cambio.

Para Nieves

Gracias por ayudarme a vivir dejándome ayudarte a hacerlo.

Para Luis (Don Lucho)

Sin duda alguna, eres como aquellos ilustres actores que podían representar una gran cantidad de papeles en una misma obra. Has sido mi ventana hacia sociedades y autores que no conocía y cuyos aspectos me habría sido muy difícil conocer. Has sido incansable defensor de refugiados cuando, por asuntos de mi interminable «guerra doméstica», hiciste todo lo que estuvo a tu alcance para que concluyera la tesis en el exilio. Te transformaste en un excelente motivador en mis instantes de desventura, y en todas las veces que salí de tu hogar, pude hallar la casi siempre inalcanzable paz conmigo mismo. Has sido el mejor anfitrión y conversador que he podido conocer; sin embargo, tu mejor trabajo artístico lo has realizado cuando decidiste desempeñar el papel de un amigo incomparable.

Para el doctor Roberto Barrientos

Un reconocimiento para el jefe que prefirió convencer en vez de ordenar, que concilió en vez de imponer, que me enseñó que, en medio de la decadencia, existe un lugar para la ética y el deseo de hacer bien las cosas, y que finalmente me hizo ver que el mejor título que se puede tener en la vida es el de ser un buen hombre.

Para Gabriel Méndez

Por enseñarme que uno puede recibir mucho de los demás dando tan sólo un poco de sí.

Para Sergio de la Vega

Pocos llegan a percatarse de que el mejor maestro no es el que proporciona la mayor cantidad de recetas o fórmulas para resolver problemas, ni el que con una retórica ostentosa y exquisita se parapeta detrás de un escritorio, ni tampoco el que es capaz de nombrar autores, libros o páginas con memoria fotográfica. Después de todos estos años, puedo afirmar que el mejor maestro no es el que da respuestas, sino el que enseña a encontrarlas, el que señala la relación entre las cosas y no las cosas en sí, y el que, aun dentro del caos, descubre la armonía.

Para Erich Fromm

Has sido la fuente de inspiración para el camino que me he trazado. Aunque la gente no lo perciba, no dudes que en cada una de mis palabras, acciones y pensamientos siempre habrá una referencia tuya.

AGRADECIMIENTOS

A la doctora Isabel Reyes Lagunes por su magnífica disposición, ilimitada paciencia y por sus conocimientos vertidos como profesora a lo largo de los cursos de maestría y de cada una de las asesorías que culminaron en la realización de este trabajo.

A la maestra Patricia Andrade Palos, quien fuera jefe de la maestría en Psicología Social, por su colaboración para que los datos fueran capturados en el centro de cómputo de la Facultad.

Al centro de cómputo de la Facultad de Psicología, en especial a Columba y Guadalupe, por su magnífica labor en la captura de datos.

A Magdalena Flores, por su ayuda motivacional e invaluable labor al interior del largo y sinuoso camino que lleva a la realización de todos los trámites dentro de la División de Estudios de Posgrado.

Al doctor Carlos Álvarez Lucas, quien fuera director de la Dirección General de Informática, Evaluación y Estadística de la Secretaría de Salud, por haber proporcionado todas las facilidades en cuanto a horarios y tiempos para asistir a las escuelas en donde se realizó el trabajo empírico de la presente investigación.

A la coordinación de la carrera de Comunicación de las universidades Autónoma Metropolitana, Iberoamericana, Anáhuac y del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus estado de México. Con respecto a esta última institución quiero manifestar mi gratitud a la Licenciada Dolores Ángeles, quien con una generosidad fuera de lo común, se preocupó en serio porque pudieran aplicarse los cuestionarios de la fase empírica.

A la señora Consuelo Rodríguez y a su hijo, el futuro licenciado en Ciencias de la Comunicación Gabriel Gómez Rodríguez, por la ayuda motivacional y por haber aplicado los cuestionarios en la Universidad Autónoma Metropolitana, plantel Xochimilco, lo que en virtud de la lejanía del lugar y de mi situación en mis diversas fuentes de trabajo, hubiera sido prácticamente imposible.

Al maestro Luis René Quintana Guerra por la valiosa información que consiguió en torno al concepto de ideología y por sus puntos de vista sobre la parte histórica y sociológica del trabajo.

A mi hermano, el ingeniero en Electrónica y Comunicaciones, Ulises Moreno por haber contribuido decisivamente en la obtención de la paquetería computacional necesaria para los análisis estadísticos, sin la cual difícilmente se hubiera realizado el presente trabajo.

Al ingeniero Enrique Cacho Jiménez, a su esposa Margarita de la Riva y a su hija Adriana por su impulso y colaboración en lo que se refiere a la aplicación de los cuestionarios al interior de la colonia Clavería. Quiero hacer un doble agradecimiento al ingeniero Enrique Cacho por darme la oportunidad de participar dentro de su planilla de profesores en la Universidad Tecnológica de México; sólo así pude mantenerme a cierta distancia del fantasma del desempleo y de las fuerzas retrógradas que impiden que la investigación se efectúe en este país.

A mi exjefe, el doctor Roberto Barrientos Prieto, quien dentro de la Secretaría de Salud, hizo prácticamente todo por que tuviera las facilidades para efectuar la investigación, y por constituirse en un verdadero *ombudsman* con los altos mandos de dicha dependencia. Gracias a su participación, la fase empírica de este trabajo fue posible.

Al médico cirujano Samuel Ruiz de Esparza y Escalona por sus invaluable contribuciones para mantener mi salud física (y mental) durante los casi ocho años en que estuve realizando los estudios de maestría.

A todos los estudiantes de las instituciones participantes y habitantes de la colonia Clavería que dispusieron de un poco de su valioso tiempo para resolver los cuestionarios.

RESUMEN

El trabajo aquí expuesto se dedicó a estudiar el prestigio que habitantes de una colonia de clase media estable del noroeste de la ciudad de México y grupos de estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México, de la Universidad Autónoma Metropolitana, de la Universidad Anáhuac, de la Universidad Iberoamericana y del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, otorgan a la Universidad Nacional Autónoma de México y a las instituciones aquí citadas. Igualmente, el trabajo analizó la relación que dicho prestigio guarda con los medios de comunicación masiva en México.

El planteamiento subyacente fue que el bajo prestigio concedido a la UNAM es resultado de una estrategia por parte de los grupos dominantes, cuyo objetivo es imponer centros de enseñanza acordes a sus intereses económicos, políticos e ideológicos. Dicha estrategia incluye el descrédito no sólo de la UNAM, sino de la universidad pública a través de la información proveniente de los medios de comunicación masiva.

En una primera etapa se desarrollaron 24 redes semánticas con muestras de hombres y mujeres provenientes de cada uno de los lugares mencionados; 12 redes se realizaron sobre el término estímulo *prestigio* y 12 sobre *prestigio académico*, y con las 30 palabras que alcanzaron los valores «M» totales más altos, se construyó un cuestionario basado en la escala de Likert para obtener la medida de prestigio de las instituciones evaluadas. Dicho cuestionario incluyó, además, preguntas destinadas a conocer las preferencias sobre medios de comunicación masiva, en adición a datos demográficos como ocupación, sexo y edad.

Se encontró que la totalidad de las muestras analizadas (incluidas las de universidades públicas como la UNAM y la UAM) tiende a conceder menor prestigio no sólo a la UNAM, sino también a la UAM. Igualmente, se observó que, en el caso de la UNAM, los medios de comunicación masiva adquirieron mayor peso en relación con el resto de las instituciones evaluadas. Tal parece que leer periódicos considerados como «de oposición» se vincula a un mayor prestigio concedido a la universidad en cuestión.

De las instituciones evaluadas, la que alcanzó la mayor dimensión de prestigio fue el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, lo cual se atribuye a que durante las administraciones gubernamentales de inclinación neoliberal, supo manejar el discurso de la «tecnología» como la clave del progreso del país, amén de consolidar su imagen como una institución «moderna» mediante la incorporación de estrategias administrativas y tecnológicas provenientes de los Estados Unidos.

ABSTRACT

This paper is devoted to study the prestige that inhabitants from a northwestern settlement of Mexico City and students from National Autonomous University of Mexico, Metropolitan Autonomous University, Iberoamerican University, Anahuac University and Technologic Institute of Monterrey concede to National Autonomous University of Mexico and the colleges mentioned. Likewise, the paper analyzed the relationship between such prestige and *mass media* communication.

The underlying hypothesis of this paper is that low prestige of National Autonomous University of Mexico is a result of a strategy that stems from the dominant groups, whose purpose is to implant educative centers which are in agreement to their political, ideological and economic interests. Such strategy includes the discredit not only for the National Autonomous University of Mexico, but the public universities in México, using the mass media communication.

In a first step, twenty four semantic nets were carried out for the stimuli terms *prestige* and *academic prestige*. The nets were obtained from men and women samples from each one places mentioned above, and with thirty words, which obtained higher total "M" values, a likert scale-based questionnaire was carried out in order to measure the prestige linked to each schools involved in this paper. Furthermore, such questionnaire included aspects such as job, age, sex and mass media preferences.

It was found that all the samples concede lower prestige not only to National Autonomous University of Mexico, but also to Metropolitan Autonomous University. Likewise, it was observed that mass media acquire higher importance in the evaluation of National Autonomous University of Mexico than rest of studied universities. It is supposed about reading newspaper considered as anti-government is linked to a higher prestige conceded to National Autonomous University of Mexico.

The college that obtained higher prestige was the Technologic Institute of Monterrey, which is attributed to a special discourse referred to "technology" as the country progress key. Likewise that college has presented its image as a modern institution by virtue of the incorporation of administrative and scientific strategies that come from United States.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
Antecedentes históricos	3
UNIVERSIDAD Y CRISIS DEL CAPITALISMO MEXICANO	3
CONFLICTOS INTERNOS	11
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
CAPÍTULO 2	
Antecedentes teóricos	19
DEFINICIONES Y APORTACIONES EN TORNO AL PRESTIGIO	19
LA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA	21
DIVERSAS APORTACIONES SOBRE EL CONCEPTO DE IDEOLOGÍA	34
LAS CLASES SOCIALES Y SUS ESQUEMAS DE PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD	36
CAPÍTULO 3	
Metodología	39
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	39
HIPÓTESIS	40
DEFINICIONES OPERACIONALES	41
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	42
PROCEDIMIENTO	45

CAPÍTULO 4**Resultados****55****REDES SEMÁNTICAS****55****EVALUACIÓN DE PROMEDIOS POR REACTIVO****57****ANÁLISIS DE VARIANZA****67****ANÁLISIS FACTORIALES****71****VARIABLES EX POST FACTO****75****ANÁLISIS DE REGRESIÓN****80****CAPÍTULO 5****Discusión y conclusiones****87****REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS****113****APÉNDICES****121**

El estudio de la imagen de prestigio de la UNAM plantea la siguiente hipótesis: que el prestigio de la UNAM depende de los factores históricos, políticos, económicos y sociales que intervienen en el momento de la reflexión social sobre la institución. Así, el prestigio de la UNAM depende de los factores históricos, políticos, económicos y sociales que intervienen en el momento de la reflexión social sobre la institución.

Introducción

El objetivo de esta investigación fue conocer el prestigio que estudiantes de diferentes universidades —públicas y privadas— y habitantes de una colonia del Distrito Federal otorgan a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Asimismo, contempló la relación existente entre dicho prestigio y los medios de comunicación masiva que tales grupos emplean para informarse acerca de los asuntos de la institución. Quizá resulte llamativo el que una disertación que aborda estas cuestiones desde los ámbitos de la psicología social y las ciencias de la comunicación tenga como punto de partida una reflexión histórica, política, económica y social sobre las características de los vínculos de la UNAM con el Estado mexicano. Mantenemos la posición en torno a que el prestigio de la UNAM no puede evaluarse sobre la base única de la dinámica interna del plantel o comparando ésta con la que prevalece en otras universidades públicas o privadas. La hipótesis implícita de este trabajo ha sido que el prestigio de la institución es consecuencia de una combinación de procesos históricos, políticos, económicos, ideológicos y psicológicos que, articulados bajo cierta lógica, adquieren representaciones específicas en las conciencias de los diversos grupos sociales. Por consiguiente —y a partir de la reflexión proveniente de las fases empírica y documental—, el trabajo descrito en estas páginas ha permitido establecer que detrás del bajo prestigio concedido a la UNAM se inscribe una estrategia ideológica de los grupos dominantes para desplazarla del lugar que ha ocupado en la historia postrevolucionaria de México. Este proyecto ha encontrado dos importantes fuentes de apoyo en la información difundida a través de los medios de comunicación masiva y en las universidades particulares, cuyo funcionamiento es acorde a los intereses económicos y políticos de dichos grupos.

2 INTRODUCCIÓN

Adicionalmente, el estudio que aquí se muestra ha dejado ver que los hallazgos sobre la situación del prestigio concedido a la UNAM son generalizables a las universidades públicas, lo cual debilita los propósitos para los que fueron creadas: asegurar la educación para todos, fomentar la movilidad social y constituirse en factores estratégicos en el desarrollo nacional.

Este trabajo se elaboró durante el lapso comprendido entre los años 1992 y 1993, período de apogeo salinista, por lo que toda anotación que parezca fuera de lugar en las fechas recientes debe considerar tal limitación. A pesar de ello, y aunque el gobierno de Ernesto Zedillo manifieste un derrotero que aún no acaba de definirse en relación con el anterior, dudamos mucho que en el futuro inmediato los cambios ocurridos y que puedan suceder en el país modifiquen tajantemente los procesos que originaron los resultados aquí exhibidos; sin embargo, la realidad en muchas ocasiones está más allá de los designios de los investigadores sociales, por lo que cualquier rumbo que siga la sociedad mexicana en los próximos años constituye más un impulso que un desaliento a la línea propuesta por la presente investigación.

La primera de las secciones que integran esta exposición se refiere a los antecedentes históricos y políticos de la relación entre la UNAM y el Estado Mexicano, proporcionando así los fundamentos del enfoque dialéctico que constituye el eje conductor de las reflexiones que a lo largo de estas páginas se han formulado. La segunda de ellas se enfoca a los antecedentes teóricos asociados al prestigio, a los medios de comunicación masiva, a las diversas aportaciones sobre el concepto de ideología y a la manera en cómo los esquemas de percepción de la realidad son afectados por la pertenencia a una clase social. El tercer capítulo describe la secuencia metodológica seguida en el transcurso del estudio, es decir, todos los pasos desarrollados, así como su fundamentación en torno al problema que aquí se aborda. El capítulo 4 presenta la «radiografía» numérica de los datos producidos durante la fase empírica, la que se llevó a cabo con sustento en la elaboración de dos redes semánticas sobre los términos estímulo *prestigio* y *prestigio académico*, y en la aplicación de un cuestionario que se construyó mediante la información provista por ambas redes. Con dicho cuestionario se midió el prestigio que los grupos ya citados otorgan a la UNAM y a otras instituciones de educación superior. Del mismo modo, obtuvo información demográfica como nivel socioeconómico y edad, así como las preferencias informativas de los sujetos. En el quinto capítulo se establecen la discusión y las conclusiones a las que ha arribado la investigación, culminando con la proposición de un modelo encaminado a integrar los procesos sociales, el comportamiento de los medios de comunicación masiva y las variables psicológicas y socioeconómicas que se consideran asociadas no sólo a la situación del prestigio concedido a la UNAM, sino al proceso de ideologización.

CAPÍTULO 1

Antecedentes históricos

UNIVERSIDAD Y CRISIS DEL CAPITALISMO MEXICANO

De acuerdo con Basáñez (1981), la hegemonía o el liderazgo ideológico emanado de la burocracia político-militar que asumió el poder luego de la Revolución se construyó sobre cuatro interpelaciones ideológicas: la redistribución de la tierra, los sindicatos obreros, la educación masiva y la no reelección. El propósito de estas interpelaciones era garantizar la movilidad social, la que, en el caso de los campesinos, se obtenía mediante el reparto de tierras, mientras que los obreros aspiraban a ella a través de la seguridad en sus empleos. En lo que concierne a la educación masiva, ésta era el acceso de las pequeñas clases medias urbanas a dicha movilidad y constituía el medio por el que concedían su apoyo no a un grupo, sino al programa emanado de la Revolución. El principio de no reelección permitía a obreros, campesinos y clases medias beneficiadas por el programa revolucionario continuar su ascenso en niveles más altos de participación política y de decisión, siendo el camino para cumplir dicho objetivo el partido oficial, el cual canalizaba tales aspiraciones hacia cualquiera de las tres ramas formales del poder público, es decir, el legislativo, el ejecutivo y el judicial (págs. 176-179).

La evolución del proceso hegemónico engloba la etapa caudillista de los veinte —en la que se establecen los fundamentos de sus principales características—, seguida por una fase de consolidación, que tuvo como sucesos importantes la creación del PNR (Partido Nacional Revolucionario) en 1929, el rompimiento Cárdenas-Calles en 1936 y la expropiación petrolera en 1938, año en el que la hegemonía alcanzó su máxima expresión. Los arreglos constitucionales formulados por Cárdenas prevalecen hasta nuestros días y se manifiestan a través de una prepotente presidencia que rige al país mediante cinco grupos de instituciones: partido político oficial, congreso, ejecutivo, judicial y empresas públicas (Basáñez, *op. cit.* pág. 181).

4 CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La condición de la Universidad en México va a modificarse desde el momento en que obtiene su autonomía (1929) y, principalmente, después del periodo cardenista. Desde entonces, fue indudablemente la proveedora de los hombres de Estado, función que nunca había perdido, pero que se intensificó una vez debilitado el liderazgo de los militares y de los hombres fuertes de la Revolución, y ante las demandas de industrialización a partir de los años cuarenta (Zermeño, 1978, pág. 59).

En esta década, el modelo cultural del nacionalismo populista-desarrollista sobre el cual se había erigido el proyecto hegemónico del Estado revolucionario contempló el inicio de su gradual transformación hacia una lógica que favoreció la acumulación capitalista. La autonomía industrial que inicialmente proponía dicho modelo no pudo llegar a su consecución debido a la necesidad del empresariado mexicano por acelerar el volumen de ganancia por encima de los niveles medios. Frente a la posibilidad de una fuerte competencia interna que tiene como rivales a las empresas internacionales, provistas de una tecnología y de un sistema financiero-administrativo fuera del alcance del desarrollo nacional de aquel entonces, los empresarios del país optaron por asociarse con los grandes consorcios (en su mayoría de los Estados Unidos). La identidad nacional —fortalecida a su máxima dimensión durante el gobierno de Lázaro Cárdenas y que encontró en los Estados Unidos al adversario tradicional merced a sus diversas intervenciones y amenazas— ahora se desvanecía con la alianza que los empresarios efectuaban con los grandes capitales de ese país con miras a fortalecer su posición. Fue así como México ingresó en una etapa de industrialización acelerada (Zermeño, *op. cit.*, págs. 72-88).

Al tiempo en que esta tendencia fue ganando espacios, comenzaron a aparecer grupos que no encontraban un lugar bajo el nuevo orden de cosas. El concepto de «desarrollo económico» requirió de la subordinación de los elementos «populistas» del sistema. El estrechamiento gradual del espacio político quedó de manifiesto con la división de la CTM en 1947, con los movimientos de los ferrocarrileros y maestros de 1958, con el movimiento intelectual (Movimiento de Liberación Nacional) de 1961, con la formación de una poderosa federación independiente de campesinos —la CCI— en 1963, con el movimiento médico de 1964 y, finalmente, con el movimiento estudiantil de 1968, el cual representa la culminación de una tendencia cuya génesis se produce en los años cuarenta (Basáñez, *op. cit.*, pág. 183).

El camino que señalaba la convergencia de objetivos entre el Estado y los empresarios encontró diversos obstáculos. Los principales acontecimientos entre las fracciones políticas y económicas se presentaron durante los regímenes de Cárdenas, López Mateos y Echeverría. En un nivel general, esta tercia coincidió en sus esfuerzos para fortalecer el papel económico del

Estado, ampliar su base social de apoyo, intentar la aplicación de políticas redistributivas y promover mayor autonomía internacional. Como un factor común, los tres mostraron un lenguaje populista y similitudes en sus respectivos momentos en relación con los republicanos españoles, la Revolución cubana y los exiliados chilenos. En contraposición, las fuerzas más poderosas de la fracción económica encontraron un alto grado de sustento en la amenaza de frenar la inversión y aun de exportar su capital. Estos mecanismos han aparecido como una constante al interior de los tratos con el grupo gobernante; no obstante, es posible hallar distintas modalidades en sus acciones políticas: oposición electoral que condujo a la formación del PAN en el transcurso del mandato de Lázaro Cárdenas; oposición de índole ideológica contra los libros de texto y Cuba —la que se concentró en torno a la frase *Cristianismo sí, comunismo no*— durante el régimen de López Mateos, y campañas de rumores, de deterioro de la imagen presidencial y huelgas empresariales en la gestión de Luis Echeverría (*Ibidem*, pág. 184).

La vida política durante los años sesenta tuvo como principales protagonistas a dos aparatos políticos altamente desarrollados: el gubernamental y el empresarial. Ambos tenían como meta el desarrollo capitalista y eran capaces de atraer a sus seguidores mediante interpelaciones ideológicas; sólo ocasionalmente tuvieron la necesidad de recurrir a la represión; sin embargo, el requisito para pertenecer a cualquiera de los dos sistemas era la subordinación a sus reglas, objetivos y prácticas. De esta manera, aquellos nuevos grupos que no estaban orientados hacia alguna de las dos opciones eran abandonados en un vacío social, sujetos al autoritarismo de uno u otro y excluidos de los canales de movilidad social que el sistema reservaba para sus partidarios (*Ibidem*).

Por consiguiente, el movimiento estudiantil de 1968 puede considerarse como una respuesta contra los aspectos autoritarios y el estrechamiento paulatino del espacio político en México, de acuerdo con la percepción de estudiantes y académicos del Instituto Politécnico Nacional y de la UNAM; Empero, esos aspectos no eran partes constitutivas, sino la realidad superficial del verdadero problema: el modelo social establecido en los veinte y definido en los cuarenta. El movimiento estudiantil estaba desafiando al desarrollismo (que se refería básicamente al sector público) y a la fe puesta en los empresarios (que se refería al sector privado) como motores del avance en el país. Esto constituyó el preludio de la existencia de nuevas condiciones sociales en México, e, igualmente, reveló que desarrollo económico y progreso no eran considerados la combinación ideal por el conjunto de la sociedad. El movimiento estudiantil de 1968 hizo patente la necesidad de un modelo social diferente (*Ibidem*, págs. 184-185).

6 CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Los efectos del movimiento de 1968 empezaron a mostrarse después de que Echeverría fue designado candidato presidencial del PRI en 1969. En sus discursos empezó a hablar de autocrítica, apertura política y del valor de la «praxis»; también quiso evitar pronunciarse en favor de las izquierdas o de las derechas; no obstante, esto preocupó a elementos influyentes en virtud de que incorporó en su campaña a miembros considerados como de oposición. Por tanto, el grado de deterioro de las relaciones entre Echeverría y el sector privado durante la campaña explica el propósito que prevaleció en el transcurso de la primera mitad de su sexenio, que fue el de revitalizar la alianza entre ambos (*Ibidem*, pág. 186).

La educación masiva en México como base de la movilidad social — y uno de los pilares tradicionales de la hegemonía— fue apoyada durante el mandato de Echeverría. El gasto público había disminuido en la totalidad del sistema educativo durante el régimen de Díaz Ordaz, y las relaciones gobierno-Universidad se habían deteriorado. Frente a estos problemas, se propuso conciliar a Universidad y gobierno, y abrir canales de participación a movimientos partidistas anteriores y grupos disidentes. A partir de 1971, hubo un incremento sustancial de empleos en educación, y las universidades recibieron importantes aumentos en sus subsidios. Asimismo, diversas dependencias gubernamentales emplearon —bajo condiciones favorables— a profesores, catedráticos, investigadores y estudiantes. Enrique González Pedrero, director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en 1968, se convirtió en la segunda cabeza del PRI, y Pablo González Casanova —a quien se consideraba como un académico de izquierda— asumió en 1970 el cargo de rector de dicha institución (*Ibidem*, pág. 191).

Paralelamente, la Universidad comienza a experimentar cambios; en primer término, se descentraliza: en vez de edificar un mayor número de escuelas dentro del mismo campus, se construyen otras nuevas, pero separadas por grandes distancias (Salazar, Cuautitlán, Ciudad Sahagún, Cuernavaca). De la misma forma, se crean nuevas universidades «pequeñas» —como la Universidad Autónoma Metropolitana— igualmente distribuidas en forma dispersa dentro de la ciudad, en las que pueden cursarse, si no todas, por lo menos la mayoría de las carreras, y a la par de este proceso se establece el sistema de universidad abierta. Dentro de la UNAM se intenta suprimir la vida comunitaria cerrando cafeterías para convertirlas en bibliotecas, creando horarios compactos que no permitan tiempos libres (aunque también para aprovechar mejor las instalaciones) y mediante la masificación, que evita la vida entre compañeros dentro de grupos más o menos reducidos y relativamente permanentes (Zermeño, *op. cit.* pág. 67).

El rectorado de González Casanova procuró mejorar la situación financiera de la Universidad, de los sueldos del profesorado y de la administración. Las

primeras reacciones de desconfianza entre el estudiantado, se manifestaron cuando se le vio aparecer en diversos medios impresos al lado de Luis Echeverría, algunos meses antes de que éste tomara posesión como presidente de la República (*Ibidem*, pág. 68).

Ante el aislamiento en que cayó la Universidad, la administración de González Casanova parecía hacer necesarias algunas reformas de fondo; sin embargo, el recuerdo del rector Barros Sierra —quien jugó un muy importante papel en el movimiento de 1968— y el recogimiento de la Universidad en sí misma, provocado por la brutal represión del 2 de octubre de dicho año, dificultaron en exceso la labor. A pesar de ser reconocido como un intelectual progresista y nacionalista —aunque no antigubernamental— y de prevalecer una política de apertura democrática, factores inicialmente favorables, González Casanova enfrentaría conflictos sin solución aparente (*Ibidem*, págs. 68-69).

Una de las premisas de tales conflictos se hallaba en la crisis de la universidad tradicional y en la desmoralización estudiantil reflejada en la «onda» y la mariguana, que en los inicios de la década de los setenta alcanzó su máximo apogeo en la vida universitaria. Como una consecuencia del declive de las organizaciones estudiantiles y del propio estudiantado, resurgió la delincuencia organizada, es decir, las «porras» universitarias. Estos grupos fueron bien aprovechados por numerosos intereses políticos extrauniversitarios, incluyendo los del ala derecha del PRI, para atacar las orientaciones progresistas de González Casanova, considerado el hombre clave de la apertura democrática en materia educativa (*Ibidem*, pág. 69).

Una combinación de estos elementos, añadida a las repercusiones de la represión de 1968 y del 10 de junio de 1971, mermó paulatinamente las bases de la autoridad del rector. La culminación de este proceso se presentó en dos etapas; la primera se produjo en agosto de 1972, durante la toma de Rectoría por parte de un grupo de «porros», que se ubicó al frente de un movimiento de maestros normalistas. Esta acción se llevó a cabo bajo el motivo de dialogar en torno a la revalidación de los estudios de los profesores normalistas para poder cursar así una carrera universitaria (*Ibidem*, págs. 69-70).

La segunda etapa tuvo verificativo en diciembre del mismo año, durante la huelga de trabajadores de la UNAM, y cuyo propósito era alcanzar la sindicalización y el contrato colectivo de trabajo. Ante esta situación, el rector se manifestó cauteloso, aduciendo el peligro que para la autonomía universitaria podría implicar una organización semejante si llegara a caer en la égida de las federaciones laborales extrauniversitarias o, inclusive, gubernistas (*Ibidem*, pág. 70). Los sindicatos, a su vez, argüían que no había razón para

encontrarse en una situación de excepción jurídica (Trejo Delarbre, 1990, pág. 140). Finalmente, Pablo González Casanova renunció a su cargo.

A pesar de dicho acontecimiento, Echeverría continuó su tendencia conciliadora, lo cual se manifestó a través de sus múltiples encuentros con intelectuales, profesores y estudiantes. De la misma forma, impulsó el otorgamiento de becas, premios y la edición de publicaciones. Además, incorporó a intelectuales sobresalientes al interior del servicio diplomático. Interesado en apagar los rescoldos de 1968, asistió a la UNAM para participar en la inauguración de cursos del año 1975. En este acto, el presidente y la audiencia a la sesión inaugural fueron atacados, resultando el mandatario herido al recibir el impacto de una piedra. Echeverría atribuyó a la Agencia Central de Inteligencia de Estados Unidos (CIA) la responsabilidad del incidente (Basáñez, *op. cit.*, págs. 191-192); no obstante, otras interpretaciones atribuyen el suceso a un grupo politizado inconforme que en el movimiento del 68 constituyó la base joven (Zermeño, *op. cit.*, pág. 68).

En el transcurso de la administración de José López Portillo hubo un enfrentamiento más entre la Universidad y el Estado, pero en esta ocasión no hubo participación de grupos estudiantiles. Los sindicatos administrativo y académico de la institución (STEUNAM y SPAUNAM) acordaron la fusión de las dos organizaciones, surgiendo así el STUNAM en marzo de 1977; sin embargo, no consiguió su reconocimiento porque la Rectoría, encabezada por el doctor Guillermo Soberón, se negó a aceptar que hubiera sindicatos únicos por institución, pues parte de su proyecto legal para las universidades consistía en mantener separados a trabajadores académicos y administrativos (Trejo Delarbre, *op. cit.*, págs. 141-142).

El STUNAM estalla en huelga el 20 de junio y durante dos semanas, sus peticiones son el eje de una vasta solidaridad que incluyó marchas en toda la ciudad de México, apoyos en provincia, movilizaciones que llegan a reunir entre 100 000 y 200 000 personas el 29 de junio y el 6 de julio; y que se enfrentan a una campaña nacional para debilitar el sindicato. Amenazas de despidos, ofrecimientos para contratar nuevo personal, colaboración de la televisión privada, desplegados de prensa, clases fuera de los recintos académicos, demandas ante las autoridades laborales y consignaciones penales forman parte de la campaña a cargo de la Rectoría de la UNAM. Al llegar la madrugada del 7 de julio, luego de la detención de varios dirigentes, es allanada la Ciudad Universitaria y cerca de mil trabajadores son aprehendidos. La huelga se levanta dos días después con el reconocimiento del sindicato único y con la reinstalación de trabajadores despedidos, pero sin haber logrado el establecimiento de un contrato colectivo unificado. Aunado a lo anterior, el sindicato logró evitar la división interna que se produjo como consecuencia de que varios dirigentes del sector administrativo llamaron a reconstituir el anti-

guo sindicato de este gremio: el STEUNAM, que desde entonces, ha sido conservado por un pequeño grupo; aunque no posee participación en la administración del contrato colectivo (*Ibidem*, pág. 142).

Por otra parte, y sobre la ausencia de una legislación laboral para los trabajadores universitarios, los dirigentes académicos del STUNAM fueron acusados de «despojo» y seis de ellos fueron procesados judicialmente por el presunto delito de haber encabezado una huelga; no obstante, quedaron libres bajo fianza, y varios años después, recibieron la amnistía por parte del propio José López Portillo (*Ibidem*, pág. 143).

La primera mitad de la década de los ochenta fue marcada por la actividad del sindicalismo universitario, ya sea por obtener reconocimiento, fortalecer su posición o por aspirar a mejoras salariales. La participación del estudiantado volvería a hacerse notoria durante la segunda mitad de dicha década al enfrentar el proyecto de reforma del rector en turno, Jorge Carpizo.

En 1982, durante las postrimerías del sexenio de José López Portillo y en el amanecer de una aguda crisis económica, se produjo la irrupción de más de una veintena de huelgas en diversos puntos del país. Del primero al 12 de noviembre, el STUNAM sostuvo una huelga con el propósito de lograr la revisión de su contrato colectivo y, de modo implícito, romper el tope salarial; empero, este último objetivo no se consiguió porque actuaba sin el apoyo de otros sindicatos e inmerso en acentuadas diferencias internas. Luego de aproximadamente dos semanas, los trabajadores aceptaron la oferta salarial que se les presentó antes de la huelga: aumento del 25% y 4% adicional en prestaciones (*Ibidem*, pág. 151).

El sexenio de Miguel de la Madrid merece un análisis aparte. Económicamente, presenta características que lo distinguen de los demás gobiernos mexicanos de la posguerra. Como se observa en la tabla 1.1, su mandato es el único en el que no se registró un crecimiento económico superior al de la población (Serbolov *et al*, 1993, pág. 8). Asimismo, se produjo una caída del salario de 15.9%, una tasa inflacionaria de 4771.9% y una macrodevaluación de 2510.2% (*Ibidem*, págs. 10-11).

Aunque se pueda argüir que en esta administración sólo se manifestaron los efectos de las dos anteriores (la de José López Portillo y Luis Echeverría), lo cierto es que tuvo repercusiones sin precedente a través de la implantación de la política de austeridad. El 31 de mayo de 1983, el STUNAM inicia la huelga en la Universidad, al mismo tiempo en que estallan huelgas en las universidades de Zacatecas, Yucatán, Nayarit, Tabasco, Puebla, Michoacán, Guerrero, Baja California Sur, Pedagógica Nacional y Autónoma Metropolitana, con diversos montos de demanda salarial (Trejo Delarbre, *op. cit.*, pág. 153).

10 CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

TABLA 1.1

Sexenio	Presidente	Tasas de crecimiento(%)	
		PIB	Población
1940-46	Manuel Ávila Camacho	6.2	3.4
1946-52	Miguel Alemán Valdéz	5.8	3.2
1952-58	Adolfo Ruiz Cortínez	6.4	3.1
1958-64	Adolfo López Mateos	6.7	3.2
1964-70	Gustavo Díaz Ordaz	6.8	3.3
1970-76	Luis Echeverría Álvarez	6.2	3.2
1976-82	José López Portillo	6.2	2.8
1982-88	Miguel de la Madrid	0.2	2.1

Fuente: Banco de México e INEGI (Serbolov, *op. cit.* pág. 8).

En Baja California el sindicato universitario levanta su huelga sin aumento salarial, pero con el pago completo de los sueldos caídos. En los mismos términos concluiría el resto de las huelgas universitarias; sin embargo, durante todo junio se mantiene la mayor parte de ellas, haciéndose acompañar de una intensa movilización. Al llegar el día 15 de dicho mes, se produce un paro en 12 universidades, como apoyo a otros tantos sindicatos que mantenían huelgas. Los días 13, 16, 20 y 21 de junio se realizan manifestaciones universitarias en la ciudad de México, la última de las cuales llegó al zócalo en donde se instaló un «plantón». El 25 de junio la Rectoría presentó un ultimátum al sindicato: si no se levanta la huelga, y con sólo 50% de los salarios caídos, se insistirá para que las autoridades declaren su inexistencia. Con casi un mes de huelga transcurrido y la solidaridad nacional en declive, el STUNAM, debilitado, resuelve concluir su movimiento el día 27 y bajo las condiciones impuestas por Rectoría. Paulatinamente, y sin éxito, se levantaron las demás huelgas de trabajadores universitarios (Trejo Delarbre, *op. cit.* pág. 154).

En la finalización del gobierno de Miguel de la Madrid, el STUNAM efectuó otra huelga. El 3 de noviembre los trabajadores de la Universidad Nacional y de otros sindicatos universitarios del país suspendieron labores en demanda de un aumento salarial del 50%. Finalmente, se aceptaría la oferta de Rectoría, que era del 10% al salario más 6% en prestaciones. En adición, las autoridades universitarias trataron de dividir al sindicato, suspendiendo el pago de salarios no sólo a los trabajadores administrativos (que eran quienes habían emplazado y estallado la huelga), sino también a los académicos miembros del STUNAM. Esta agrupación, después de lograr el pago de las remuneraciones ilegalmente retenidas, quiso externar su reclamo ante la política económica oficial prolongando la huelga dos días después de que Carlos Salinas de

Gortari tomara posesión como nuevo presidente de México, lo cual se llevó a cabo el primero de diciembre de 1988 (*Ibidem*, pág. 159).

CONFLICTOS INTERNOS

Una variable de capital importancia, de la que se desprende una considerable cantidad de secuelas negativas en los terrenos económico y administrativo en la UNAM es el crecimiento desordenado y excesivo de la institución. Entre 1973 y 1985 creció 74% hasta alcanzar la cifra de 332 569 alumnos; en 1973, el personal académico sumaba 15 568 docentes, y 12 años más tarde, se incrementó a 30 434. Por su parte, el personal administrativo incorporó a 16 273 empleados a sus filas, ya que en 1973 había 10 230 elementos; en 1985, la cantidad se elevó a 26 503. Dicho en términos porcentuales, se incrementó en 159%. En contraste, los recursos presupuestales (que desde el régimen del presidente Manuel Ávila Camacho han dependido en aproximadamente 90% de la aportación del gobierno (Maza, 1993 (a)) han disminuido en términos reales; durante 1973, eran el 0.33% del Producto Interno Bruto (PIB); para 1985, sólo alcanzaron el 0.18% (Maza, 1993 (b)).

Inmerso en el adverso panorama de estas cifras, el doctor Jorge Carpizo propuso un conjunto de reformas académicas y administrativas en la institución. A principios de 1985, entró en funciones como rector de la máxima casa de estudios, y en su discurso inicial trazó los primeros esbozos de las que serían las directrices de su administración:

Existe en la Universidad un verdadero clamor porque se tomen medidas para la superación académica. Así me lo han hecho saber los numerosos grupos de profesores, investigadores, estudiantes y empleados con quienes he estado intercambiando ideas durante muchos años y especialmente en el último mes. Existe inconformidad, y yo participo de ella, con los niveles académicos que hay en diversos ámbitos de la Universidad, pero lo importante es que se tiene la voluntad de enfrentar esos problemas y superarlos (Allsede, 1987).

Sin embargo, no fue hasta el 16 de abril de 1986 cuando Carpizo inició las acciones hacia la reforma académica. En esta fecha, ante el Consejo Universitario, presentó un documento titulado *Fortaleza y debilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México* (Carpizo, 1988). En sus páginas consignó, entre otros puntos, la situación en la que los alumnos son aceptados con calificaciones en los exámenes de admisión que están lejos de alcanzar el seis. Asimismo, señaló los bajos porcentajes que se tienen en cuanto a eficiencia terminal en los niveles de bachillerato, licenciatura y estudios de posgrado.

12 CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El proyecto de reforma de Carpizo fue recibido con un beneplácito casi total por el pleno del Consejo Universitario, funcionarios, órganos colegiados, asociaciones de académicos, de egresados y profesionales, partidos políticos, diputados, senadores, altos funcionarios e, inclusive, por el clero y la iniciativa privada (Ibarra, 1987).

A grandes rasgos, las medidas propuestas consistían en la aplicación de exámenes departamentales, otorgar el pase automático a la licenciatura únicamente a los bachilleres que concluyen ese ciclo en tres años y con promedio de ocho, restringir el número de exámenes extraordinarios que puede presentar un alumno y aumentar su costo, así como el de otros servicios educativos. Básicamente, se modificaban los reglamentos de inscripciones, exámenes y pagos (Alisedo, *op. cit.*).

Todo parecía favorecer las reformas propuestas por Carpizo, ya que en la primera sesión del Consejo Universitario —celebrada en septiembre del año en cuestión— presentó y logró la aprobación de su primer paquete de medidas destinadas a transformar a la Universidad y arribar así a la superación académica.

Paralelamente a las actividades realizadas por las autoridades para dar a conocer las reformas y difundir sus ventajas, se conforma una organización estudiantil que toma el nombre de Consejo Estudiantil Universitario (CEU), la cual queda constituida el 31 de octubre. Luego de unos días, realizaría su primera marcha. Para el 12 de noviembre se llevó a cabo la primera reunión formal entre los representantes del CEU (Guadalupe Carrasco, Andrea González, Carlos Imaz, Imanol Ordorika y Antonio Santos) y la comisión de Rectoría. La posición del CEU fue inflexible: la anulación de las medidas aprobadas en días pasados; no obstante, esta disposición no podría llevarse a cabo sin convocar nuevamente al Consejo Universitario (*Ibidem*).

Más adelante se producirían las primeras concesiones al CEU en cuanto a flexibilizar las medidas que integraban las reformas. Verbigracia, ofrecieron a los estudiantes de bachillerato la oportunidad de presentar un examen especial con el propósito de que pudieran aumentar sus calificaciones en las materias en que así lo desearan para, de esta forma, incrementar su promedio. Del mismo modo, propusieron la realización de un curso propedéutico para los alumnos que debieran presentar el examen de selección, así como la elaboración de un instructivo general para detallar algunos puntos en torno a los exámenes departamentales; a pesar de ello, la organización estudiantil rechazó las propuestas e incrementó las movilizaciones (*Ibidem*).

En lo posterior se producirían continuos y prolongados debates entre las autoridades universitarias y los dirigentes del CEU, el que, esgrimiendo la amenaza de una huelga general, presionaba a Rectoría para que se convocara al Consejo Universitario. Igualmente, sostenía como base de las negociaciones la derogación de los reglamentos impugnados. Finalmente, la huelga estalló el 29 de enero, a pesar de los esfuerzos y sucesivas concesiones al CEU por parte de Carpizo. Rectoría aceptó, entonces, la realización de un congreso universitario, bajo la condición de que las recomendaciones que emanaran de él fueran conocidas, discutidas y aprobadas por el Consejo Universitario para su aplicación. Tiempo después, y en el transcurso de la reunión del Consejo Universitario, se anunció la suspensión de los tres reglamentos objetados (*Ibidem*).

El rectorado de Jorge Carpizo concluiría sin que el Congreso Universitario pudiera realizarse. El 2 de enero de 1989 asumía el cargo el doctor José Sarukhán, y al llegar mayo de 1990, se realizó dicho congreso. Al interior de sus sesiones se trató el tema de la modificación del reglamento, y aunque en un principio la disposición fue aprobada en la mesa correspondiente, la propuesta no fue aceptada por el Pleno del Congreso y quedó congelada (Morales, 1993).

En las postrimerías de 1991, y luego de que Salvador Malo (secretario general de la UNAM) presentara el «plan de acción» en el que se proponían cambios en las cuotas, surgieron nuevamente los enfrentamientos entre las autoridades y un CEU que volvía a la actividad. A manera de paliativo, el 24 de enero de 1992 Sarukhán convocó a realizar una auscultación para elaborar un documento que fuera la base de un posterior y posible proyecto de modificación al Reglamento General de Pagos. Luego de la presentación de una considerable cantidad de ponencias y propuestas, se redactó un texto en el que se recomendaba aumentar las cuotas. El 15 de junio, el rector presentó al Consejo Universitario su propuesta de modificaciones al reglamento, y expresó su compromiso:

Nadie dejará de estudiar en la UNAM por no poder pagar cuotas, y el 90% de los estudiantes tendrán acceso a una beca. Para ello, se confiará plenamente en la palabra de cada alumno (*Ibidem*).

Como respuesta, irrumpieron las manifestaciones y los mítines estudiantiles, lo cual llevó al rector a retirar su propuesta, previendo los riesgos políticos que podrían producirse. Esto sucedió en los primeros días de julio de 1992 (*Ibidem*).

De la vasta problemática en que se halla inserta la UNAM destaca el ya inveterado bajo nivel de los salarios de su personal académico. Según

14 CAPÍTULO 1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

estimaciones, el salario de los académicos se devaluó entre 55% y 63% en la etapa 1982-1988. A pesar de que la situación del país mejoró de 1988 a 1992, el salario de los académicos nuevamente perdió entre 33% y 54% de su poder adquisitivo (Morales, 1992).

Esta situación resulta contradictoria en lo que concierne a la obtención de recursos y a las múltiples mejoras que, en los primeros años de la administración de Carlos Salinas de Gortari, experimentó la planta física de la UNAM, ya que el presupuesto para el Programa de Apoyo a las Divisiones de Estudios de Posgrado aumentó de 324 a 3673 millones de pesos antiguos en 1992 (Maza 1993 (b)). Además, se han efectuado campañas con egresados, cuyo aporte resultó importante; se firmaron convenios de investigación, de desarrollo tecnológico y asesoría especializada. Se disminuyó el gasto administrativo en favor del académico. Se gestionó un préstamo del Banco Interamericano de Desarrollo. Se creó la Fundación UNAM, como asociación civil dedicada a apoyar a la Universidad con recursos financieros y con otros medios. Los ingresos propios de la UNAM pasaron de 132 000 a 198 000 millones de pesos antiguos. Por otra parte, se han adquirido aproximadamente 1 000 000 de libros, con lo que la institución alcanza un total de 5 000 000 de libros y piezas documentales en 164 bibliotecas. Se crearon bases de datos en disco óptico y se han automatizado los servicios. Se sostuvo un programa de cómputo y telecomunicaciones que hoy cuenta con 12 400 equipos. Se modernizó y aumentó todo el equipo de minicomputadoras y maxicomputadoras, y entró en funcionamiento una supercomputadora CRAY. Igualmente, se tendieron 500 kilómetros de fibra óptica, se establecieron ocho estaciones de microondas, doce enlaces con satélites, correo electrónico y telefonía digital con 13 000 líneas directas. En complemento, la planta física se incrementó en casi 36 000 metros cuadrados, y 21 300 más se mantuvieron en proceso de construcción (*ibidem*).

Y esto no es todo, la UNAM ha incrementado su participación en otras esferas de la sociedad. A manera de ejemplos, se puede mencionar que durante la administración del presente rector —José Sarukhán— se ha mantenido el acento en la depuración académica. Para esto, se propuso un programa de academización en 1988, y entre sus contenidos, se encuentra la creación y actualización de 98 planes y programas de estudio y la instauración de nuevos programas como el de desarrollo espacial y el del ambiente. Asimismo, se inició el Centro de Investigaciones sobre Estados Unidos, se elevó el número de proyectos de investigación (de 3176 en 1989 a 3813 en 1992) y se realizaron acuerdos con la Secretaría de Salud, con el IMSS y con el ISSSTE. También, se firmaron convenios con Petróleos Mexicanos, con el Instituto Nacional del Petróleo, con la Secretaría de Agricultura, con CONDUMEX, con Resistol, con la banca de desarrollo y con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Además, la UNAM estableció 103 convenios de

vinculación y 830 acciones de administración de proyectos de innovación tecnológica. Con CONCAMIN y Nacional Financiera puso en marcha un programa de apoyo a la pequeña y mediana empresa (*Ibidem*).

Como ya se anotó, estas múltiples mejoras y logros no han venido acompañadas de un incremento salarial equivalente, y en virtud de esta situación, el 10 de marzo de 1993 universitarios eméritos y sectores del personal académico se manifestaron para protestar contra la decisión del gobierno de no aumentar los salarios más de 9.9% (*Ibidem*).

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con Brothers y Solís (1966), la historia económica moderna de México se inscribe en la disputa entre las dos corrientes del pensamiento económico que, luego de la Segunda Guerra Mundial, han prevalecido en el mundo capitalista: El monetarismo y el estructuralismo. Básicamente, los monetaristas (representados por el Fondo Monetario Internacional (FMI)) proponen la no intervención en la mecánica de precios y mercados. Por su parte, los estructuralistas (representados por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL)) no confían en las fuerzas libres del mercado y se inclinan por la intervención en el mecanismo de precios. Asimismo, los monetaristas proponen un papel del gasto público más conservador y una mayor dependencia del sector y de la inversión privados, mientras que los estructuralistas establecen un papel del sector y la inversión pública más dinámicos (Griffiths, 1972). Antes de 1954, la política económica de México estuvo orientada por el eje estructuralista y después de ese año, la línea predominante fue el monetarismo (*Ibidem*). El estructuralismo se hizo de nueva cuenta presente durante los mandatos de Echeverría y López Portillo y el monetarismo ha reaparecido en las dos últimas administraciones presidenciales. Cada una de estas etapas ha tenido que establecer, en sus respectivos momentos, un proyecto ideológico para justificar sus acciones ante la sociedad mexicana.

Centrando la atención en el pasado reciente, la administración de Miguel de la Madrid se caracterizó por mantener una situación de equilibrio, cuya base es un proyecto económico que benefició a los grandes empresarios sobre los intereses de la sociedad (Puga y de la Vega, 1990, pág. 260). La política del recién salido presidente, Carlos Salinas de Gortari, fue la continuación monetarista de su predecesor, manteniendo, por consiguiente, el énfasis acentuado en el sector privado y en los grandes capitales como su proyecto de desarrollo.

Paralelamente, en los últimos 12 años de gobiernos neoliberales se ha observado una tendencia en la cual los egresados de colegios particulares, tales como el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, el ITAM, la Universidad Iberoamericana y la Universidad Anáhuac, entre otras, llegaron a ocupar importantes espacios en los puestos estratégicos de los sectores económicos y políticos —gubernamentales y privados— del país. Como simple ejemplificación, puede mencionarse que el período electoral de 1994 contempló la posibilidad de que un hombre no egresado de la UNAM o de una universidad pública arribara a la presidencia del país. Esto de ninguna manera quiere decir que los miembros de las clases dirigentes de los gobiernos civiles, al ser egresados de la UNAM, posean un origen netamente «popular» (Campa y Vera, 1987). En una cantidad considerablemente alta, han sido miembros de familias que se inscriben en los sectores económicamente favorecidos de la sociedad, y que en sus aspiraciones al poder político, se han visto obligados a pasar por los muros de la UNAM para allegarse de ese carácter presuntamente popular que proporciona el haber sido estudiante de la universidad «de las masas» y «del pueblo». De lo que aquí se habla es de una declarada y progresiva tendencia en la que los aparatos y conciencias del gran capital controlan un número cada vez mayor de ámbitos sociales, determinando y limitando la movilidad de los sectores e imponiendo su particular proyecto de sociedad.

A partir de la breve semblanza histórica que aquí se ha desarrollado, se formularon las siguientes preguntas: ¿cómo ha incidido esta compleja red de acontecimientos y procesos en el prestigio que los estudiantes de universidades públicas y privadas y habitantes de una colonia del Distrito Federal otorgan a la Universidad Nacional Autónoma de México? Indudablemente, muchos de sus conflictos y problemas actuales han recibido —y reciben— amplia cobertura a través de los diferentes medios masivos de comunicación, los cuales, en México, se hallan, en su gran mayoría bajo el control de la iniciativa privada, y en el caso de la televisión y la radio, México cuenta con uno de los consorcios más grandes del mundo (léase *Televisa*). La generalidad de tales medios, salvo muy contadas excepciones, es constantemente cuestionada merced a la falta de un verdadero compromiso informativo y en virtud de su tendencia a favorecer los intereses de la clase empresarial y del partido oficial.

En relación con estos hechos, cabe preguntar: ¿Pueden las realidades difundidas por dichos medios opacar o reafirmar la amplia tradición académica de la UNAM, así como sus también abundantes logros? Quizá, y apelando a lo que se dice en diversos círculos sociales, resulte una perogrullada decir que la UNAM está desprestigiada; no obstante, ¿qué es lo que está detrás de un fenómeno tan común y aparentemente inocuo como lo es el prestigio? y ¿que

dinámicas sociales lo sustentan cuando se trata de evaluar el prestigio de la UNAM en comparación con el de otras universidades particulares?

the business system. The business system is a complex system of interactions between various stakeholders, including customers, employees, suppliers, and the community. The business system is a complex system of interactions between various stakeholders, including customers, employees, suppliers, and the community.

CAPÍTULO 2

Antecedentes teóricos

El primer problema que implicó la selección de unos antecedentes teóricos pertinentes al fenómeno del prestigio concedido a la Universidad Nacional Autónoma de México y su relación con los medios de comunicación masiva fue la escasez de trabajos, ya no sobre el objeto de estudio mencionado, sino sobre el prestigio en general. Por tal motivo, la revisión bibliográfica se enfocó en los planteamientos fundamentales sobre el prestigio, en los estudios y análisis más importantes acerca de los efectos de los medios de comunicación masiva, en algunas de las reflexiones de mayor relevancia alrededor del proceso ideológico y en la influencia de la pertenencia social en los esquemas de evaluación de la realidad, lo que básicamente refiere a las variables contempladas en la presente investigación.

DEFINICIONES Y APORTACIONES EN TORNO AL PRESTIGIO

Dejando un tanto de lado la investidura científica, la reflexión teórica comienza con la más ingenua de las preguntas: ¿qué es el prestigio? Inicialmente se pensaba que detrás del prestigio no habría nada que escapara al sentido común; empero, desde el momento de conocer la etimología del término *prestigio* surgieron cuestiones no tan obvias. Así, el vocablo «prestigio» proviene del latín *praestigium*, que a su vez se deriva de *praestigiae*, término que remite a una serie de ardidés o trucos para fascinar. No obstante las ideas primigenias asociadas al término prestigio, muchas de las definiciones propuestas por psicólogos y sociólogos tienden a apartarse de ellas. Del Campo, Marsal y Garmendia (1976) consideran que el prestigio «[...] es utilizado para indicar el respeto y la admiración que un sujeto provoca en

los individuos de su grupo» (pág. 584). Brown (1959) afirma que el prestigio sería «[...] el atributo de los individuos que se encuentran ubicados en una posición más alta respecto de cualquiera constelación de valores humanos» (pág. 869). Heintz (1960) considera que hay un prestigio social que se vincula a ciertos valores de la sociedad y que se manifiesta en la existencia de un sistema de estratificación por rangos homogéneos en cuanto al status. Desde la perspectiva de Bierstedt (1957), el prestigio no debe confundirse con el poder y ambos serían variables independientes. Por consiguiente, se observaría con frecuencia que el prestigio no va acompañado por el poder y cuando ambos convergen, la conclusión sería que el poder otorga prestigio y no a la inversa.

De la variedad de aportaciones analizadas, la que destacó por sus posibilidades heurísticas fue la desarrollada por Moscovici (1985), quien condujo sus reflexiones adoptando la perspectiva de la psicología de las masas y procurando mantener, quizá sin proponérselo, los elementos contemplados por la etimología ya aludida. Este autor centró su atención principalmente en el prestigio de líderes, y sugirió que dicha cualidad es similar a un truco, a una ilusión, y entre sus características, se encuentra su capacidad para paralizar los juicios y proporcionar a los individuos diversas opiniones fabricadas. Globalmente comprendido, el prestigio está construido sobre un conjunto de representaciones sociales, las que, desde el punto de vista de Jodelet (1986), constituyen imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que permiten al individuo interpretar lo que le sucede; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes se sostiene algún tipo de relación. Influidas por diversas instancias como el contexto, la comunicación que se establece entre los individuos y los grupos, sus códigos, valores e ideologías relacionadas con las posiciones y pertenencias sociales específicas, las representaciones pueden concebirse como la actividad mental desplegada por el individuo y los grupos con la finalidad de establecer su posición en relación con situaciones, objetos y comunicaciones que les conciernen. En resumen, las representaciones sociales podrían definirse como el saber de sentido común cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados; designan una forma de pensamiento social.

A partir de las nociones ya enunciadas, la revisión se encaminó hacia los trabajos empíricos sobre los efectos cognoscitivos del prestigio. De ellos sobresale, en primer lugar, el efectuado por Aronson, Carlsmith y Turner (1963), en el que se seleccionaron algunas estrofas de dudosa calidad y que fueron presentadas, para su evaluación, a dos grupos de estudiantes. A uno de los grupos se le notificó que el autor de los materiales era T. S. Elliot, mientras que a otro, se le comunicó que la autoría de las estrofas recaía en una estudiante universitaria. Los resultados establecieron que el mayor cambio

actitudinal hacia las estrofas se produjo cuando el autor era considerado como poseedor de mayor prestigio, en este caso T. S. Elliot. Otro estudio, y aunque no tan orientado a estudiar el efecto del prestigio, fue el desarrollado por Kelman y Hovland (1953). En él, presentaron a estudiantes de secundaria una grabación en la que el orador se inclinaba por un trato menos severo para los criminales juveniles. Para uno de los grupos experimentales se decía que el orador era el juez de una corte; en otro grupo, se comunicó que tal orador era una persona cualquiera, y para el tercero, que era un delincuente juvenil cuyo juicio se hallaba en proceso. Los resultados indicaron que una fuente evaluada como positiva, en este caso el juez, produjo el mayor cambio de actitud.

De las reflexiones de Moscovici (*op. cit.*), sobresalió la que se refiere a la virtual capacidad que posee el prestigio para obstruir o, como él mismo lo expresara, «paralizar» los juicios. Ahora bien, ¿cómo o a través de cuáles variables se lleva a cabo tal paralización? Esto motivó una búsqueda que abarcó diversos ámbitos de las ciencias sociales, y aunque no se hallaron aportaciones que poseyeran la cualidad mencionada, se encontró una proveniente del campo de la filosofía que propondría una serie de mecanismos que en conjunto tendrían la cualidad descrita por Moscovici (*op. cit.*). Tales mecanismos fueron incorporados en lo que Bergson (Xirau, 1964) denominó *función fabuladora*. La comprensión de este concepto implica considerar como premisa que el hombre es un ser dotado de un instinto gregario que lo impulsa a construir la sociedad y sus instituciones. Por otra parte, es dueño de una inteligencia que se constituye en el motor de las transformaciones que plasma en el mundo que lo rodea; sin embargo, esta cualidad es a la vez peligrosa porque constantemente pregunta al hombre sobre la razón de trabajar, de obedecer, de hacer lo que se hace, de mantener una forma determinada de vida, etc. A pesar de poseer este carácter crítico e inquisitivo, la inteligencia se pone al servicio del instinto social y desarrolla una nueva facultad *ex profeso* para proteger a la misma sociedad que pone en peligro; esta facultad protectora de los hábitos e instintos sociales es la *función fabuladora*. En virtud de ella, el hombre crea mitos, leyendas y protecciones que le impiden destruir, mediante la inteligencia, el individuo social que ha llegado a ser por el instinto.

LA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

Dentro del estudio del papel social de los medios de comunicación masiva existen dos importantes corrientes opuestas, las cuales se consideran opuestas en cuanto a la forma de concebir su objeto de estudio: la postura funcionalista y la aproximación marxista.

22 CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES TEÓRICOS

LA CORRIENTE FUNCIONALISTA

McQuail (1981) estima que en los últimos 50 años, la investigación en torno a los medios de comunicación masiva ha atravesado por las siguientes etapas:

Primera. Desde el comienzo del siglo hasta finales de la década de los años treinta. Durante este periodo, en Europa y Estados Unidos, donde los medios estaban desarrollados, se les atribuía considerable poder para modelar la opinión, las convicciones y la conducta, y para imponer sistemas políticos. Estas afirmaciones no se basaban en la investigación científica, sino en el veloz crecimiento de los auditorios y en la gran popularidad de la prensa, el cine y la radio.

Segunda. Abarca de 1940 a principios de la década de los años sesenta y se caracteriza por el avance de la investigación en los Estados Unidos y la aplicación del método científico a cuestiones relativas a los efectos y la efectividad de la comunicación masiva. En virtud de estudios como el de Lazarsfeld (1953), relacionados con las elecciones presidenciales de Estados Unidos durante 1940, la opinión generalizada fue que los medios resultaban ineficaces para promover cambios en las formas de actuar y pensar de los grandes públicos. Su participación se limitaba a ser un nexo de otros factores asociados a los cambios en la conducta.

Tercera. De la década de los años sesenta al momento actual. Plantea perspectivas más modestas y la consigna es que cuando lo que se espera son efectos pequeños, los métodos de observación deben ser más precisos.

Ante las evidencias presentadas a lo largo de este desarrollo cronológico, McQuail (*op. cit.*) considera que más que atender a los efectos inmediatos de los medios de comunicación masiva sobre las personas, su control es considerado como «[...] una forma valiosa de propiedad por quienes aspiran al poder político y económico» (pág. 108), lo cual se produce merced a que los medios pueden:

- a) atraer la atención y dirigirla hacia problemas, soluciones o personas de unas maneras que pueden favorecer a quienes tienen poder y apartar la atención de los individuos o grupos rivales;
- b) conferir jerarquía y confirmar legitimidad;
- c) ser un canal para la persuasión y la movilización;

- d) contribuir en el surgimiento de ciertas clases de públicos y a mantenerlas;
- e) ofrecer recompensas psíquicas (pueden distraer, divertir y adular).

En resumen, afirma que los medios son una forma especialmente idónea para «expandir el poder en la sociedad» (*Ibidem*).

Otros autores, como De Fleur y Ball-Rokeach (1982) estiman que la influencia de los medios radica en la naturaleza de la interdependencia de ellos y otros sistemas sociales, y en cómo dichos vínculos de necesidad mutua moldean las relaciones del público y de los medios. Desde su perspectiva, existen básicamente seis sistemas sociales cuya incidencia sobre los recursos del sistema de medios se manifiesta de diversas formas. En el sistema económico esto se produce:

- a) inculcando y reforzando los valores de la libre empresa;
- b) estableciendo y manteniendo los vínculos entre el productor y el consumidor;
- c) controlando y ganando los conflictos internos, como los que se produzcan entre patrones y organizaciones de trabajadores (sindicatos) o los que se susciten con organizaciones externas.

Por lo que toca al sistema político, la relación se establece:

1. inculcando y reforzando valores políticos y normas como la libertad, la igualdad, la obediencia a la ley y el acto de votar;
2. manteniendo el orden y la integración social a través de la creación de consensos de valor o generando procesos de formación y resolución para la opinión pública;
3. organizando y movilizand a la ciudadanía para cumplir actividades esenciales, como lo puede ser una elección;
4. controlando y ganando los conflictos que se produzcan dentro de los dominios políticos (verbigracia, problemas entre la iglesia y el Estado).

Y por lo que concierne al sistema familiar:

1. inculcando y reforzando valores como la seguridad familiar;

24 CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES TEÓRICOS

2. fomentando actividades recreativas y uso [sano] del ocio;
3. enfrentando problemas cotidianos sobre la educación de los niños o sobre el matrimonio, así como afrontando crisis económicas y sanitarias.

Continuando con De Fleur y Ball-Rokeach (*op. cit.*), los objetivos del sistema religioso influyen en los recursos de los medios a través del fomento y refuerzo de los valores religiosos, de la difusión del mensaje religioso a las masas y de la competencia exitosa frente a otras filosofías religiosas o no-religiosas.

Al igual que los sistemas familiares y religiosos, los objetivos del sistema educativo que dependen de la actividad y recursos de los medios implican inculcar valores o agitar con éxito los conflictos o luchas a causa de la escasez de recursos. También incluyen el singular objetivo de la transmisión del conocimiento, como se hace en los programas sobre asuntos de interés público o en los programas «educativos». Inversamente, los objetivos de los medios que dependen de los recursos del sistema educativo se circunscriben a preocupaciones específicas y pragmáticas, como el acceso al punto de vista de los especialistas y a la capacidad de contratar personal cuya preparación se origine en el sistema educativo. Por último, los objetivos del sistema militar abarcan la inculcación y refuerzo de ciertos valores, agitar y ganar conflictos, además de objetivos específicos como el reclutamiento y la movilización.

Los autores en cuestión también suponen que una variable importante para entender la modificación de las creencias, sentimientos y conductas del público es el grado en que sus integrantes dependan de la información de los medios. Asimismo, clasifican las formas de dependencia del público por sus necesidades de:

1. comprender el mundo social propio;
2. actuar de manera significativa y eficaz en ese mundo;
3. jugar, de una pura satisfacción expresiva o de fuga frente a los problemas cotidianos y las tensiones.

A mayor necesidad en estos aspectos, y por ende, cuanto mayor sea la dependencia, mayor será la posibilidad de que la información de los medios llegue a modificar la cognición, los sentimientos o la conducta del público.

Otra condición que aumenta la dependencia es la presencia de un alto nivel de cambio y conflicto en la sociedad. Esto implica el desafío a instituciones, creencias o prácticas ya establecidas. El papel de los medios es transmitir al

público la información que posibilite el restablecimiento de los arreglos sociales que han sido cuestionados. En consecuencia, el potencial de los medios para obtener efectos cognoscitivos, afectivos y conductuales se incrementará, en mayor proporción, durante tiempos de conflicto y cambio; empero, es importante considerar que la obtención de dichos efectos puede desembocar en transformaciones de la sociedad y de las políticas de los mismos medios.

Desde la óptica de De Fleur y Ball-Rokeach (*op cit.*) es importante destacar que los efectos de los medios no son aquellos detectados con facilidad en experimentos de laboratorio o en investigaciones de «antes y después». Tales efectos pueden abarcar las esferas cognoscitiva, afectiva y conductual.

EFFECTOS COGNOSCITIVOS

Ambigüedad. La ambigüedad es un problema de información insuficiente o conflictiva. Puede producirse porque las personas carezcan de la suficiente información para comprender el sentido de un suceso o porque no posean de la información adecuada para determinar cuál es la correcta entre diversas interpretaciones de un hecho. Cuando la información inicial que han reunido y comunicado los medios es incompleta, se crean sensaciones de ambigüedad y los miembros del público saben que un suceso se ha producido, pero ignoran qué significa o cómo interpretarlo. Quizá busquen más información en un intento por resolver la ambigüedad y la única fuente se halle en los medios de comunicación de masas.

Lo que reviste mayor importancia sociopolítica es el grado en que la gente depende de los medios para la resolución de la ambigüedad. Los que viven en épocas de rápido cambio social, conflicto social o situaciones en las que ha ocurrido algo inesperado, habrán de experimentar esa ambigüedad con frecuencia, lo que puede llegar a ser un motivo de tensión.

Formación de actitudes. Durante cualquier época de la historia reciente pueden encontrarse ejemplos de actitudes cuya formación ha sido iniciada por los medios. Las audiencias han formado nuevas actitudes en relación con los problemas ambientales, los asuntos religiosos y la corrupción política. La sociedad moderna presenta un desfile continuo de nuevas figuras políticas, personalidades deportivas, artistas, etc. Asimismo, existe una impresionante cantidad de movimientos sociales, descubrimientos tecnológicos y objetos del quehacer cotidiano que se convierten en objeto de actitudes por medio del flujo comunicativo. A pesar de ello, no es posible establecer un esquema lineal de los efectos de los medios en estas actitudes. Los procesos de selección informativa y la intervención de los líderes de opinión en las comunidades

26 CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES TEÓRICOS

locales son variables que influyen en el contenido o en la intensidad de la actitud formada.

Fijación de la agenda. Aunque los medios transmiten o publican información sobre una variedad de temas, resultaría en extremo difícil encontrar personas con la capacidad necesaria para formarse actitudes o creencias acerca de todos ellos. El acto de seleccionar un conjunto limitado de asuntos o temas manifiesta el efecto de fijación de la agenda. Este efecto está relacionado con las características de personalidad de la gente, con sus problemas y necesidades; sin embargo, no por ello significa que no se puedan realizar predicciones en torno a cierta homogeneidad en este aspecto, ya que cada persona pertenece a un grupo determinado dentro de la estructura social (verbigracia, los jóvenes, las amas de casa, los obreros, etc.).

Ampliación. Los sistemas de creencias pueden ser ampliados, aumentando el número de categorías o la cantidad de creencias dentro de una categoría determinada. Por ejemplo, la frecuencia con que se difunde información sobre temas ecológicos ha implicado, con toda probabilidad, la expansión de las creencias de la gente a propósito de los automóviles, de lo que debe hacerse con los desperdicios, etc., las cuales pueden ser incorporadas a las opiniones existentes, a las actitudes y a los valores sobre la libre empresa, la actividad recreativa, el trabajo y otras cuestiones.

Valores. Los valores pueden definirse como creencias básicas de las personas respecto a estados finales y deseables de la existencia (el respeto a Dios, la igualdad, la libertad, etc.) o modos preferidos de la conducta (modestos, tolerantes, capaces). Únicamente bajo condiciones muy especiales se puede esperar que los *mass media* modifiquen este sistema de creencias básicas. A pesar de ello, la información transmitida por los medios puede desempeñar un papel importante al crear las condiciones para una clarificación de valores. Dicha información, en la forma de reportajes o interpretaciones sobre movimientos políticos y otros temas que generan controversia, incluye, por lo general, la identificación de los conflictos subyacentes en los valores. Una vez que tales conflictos son plenamente identificados por los medios, los miembros del público son llevados a formular sus propias posiciones en torno a los valores. Por supuesto que este proceso puede involucrar dificultades al conducir a una elección entre objetivos recíprocamente incompatibles y las formas de conseguirlos. En el proceso de decidir qué es lo más importante en cierto asunto, se esclarecen las prioridades sobre valores generales. En consecuencia, los medios producen un efecto cognoscitivo indirecto sobre los miembros del público.

EFFECTOS AFECTIVOS

En una sociedad que ha creado una considerable dependencia de los medios para obtener información, puede anticiparse un cambio afectivo merced a ello. Los efectos afectivos se producen de diversas maneras:

1. **Desensibilización.** Se ha formulado la hipótesis de que una exposición prolongada a un contenido violento llega a producir un efecto de aturdimiento o de «desensibilización», el cual puede provocar la carencia del deseo por ayudar a otro cuando se presenten acontecimientos violentos o catastróficos en la vida real. Se ha sugerido que el nivel de excitación fisiológica provocado por las descripciones de violencia llega a declinar, empero, no se dispone aún de la evidencia que corrobore esta hipótesis.

2. **Miedo y ansiedad.** La exposición prolongada a programas de noticias o, incluso, dramas de televisión, donde se describa con frecuencia a ciertos lugares del mundo como focos de violencia o sus grandes calamidades, puede aumentar, en algunas personas, la angustia hacia la idea de llegar a vivir en esos sitios o tan sólo de formular el plan de viajar hasta ellos. De las caracterizaciones que los medios elaboren en torno a individuos o grupos, puede depender en buena parte la actitud que las personas desarrollen hacia ellos, especialmente si la descripción de los medios admite elementos afectivos como la ira, la hostilidad o la frustración.

3. **Moral y alienación.** Quienes se apoyan en los sistemas de los medios de comunicación masiva como fuente primordial de información sobre sus grupos y categorías pueden experimentar cambios en su moral y alienación cuando se producen cambios notables en la cantidad o calidad de información sobre agrupaciones colectivas como la sociedad, la comunidad, la profesión o el grupo étnico.

EFFECTOS SOBRE LA CONDUCTA

De los numerosos efectos sobre la conducta que pueden suscitar los mensajes de los medios de comunicación masiva, De Fleur y Ball-Rokeach (*op. cit.*) destacan dos: la activación y la desactivación.

a) **Activación.** Este término alude a casos en que los integrantes de un público realizan algo a consecuencia de los mensajes de los medios y que en condiciones normales no habrían hecho. La activación puede ser el resultado de efectos cognoscitivos o afectivos como los que se han mencionado. Incluye conductas como cooperación, agresión y altruismo.

28 CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES TEÓRICOS

b) Desactivación. Este es el proceso contrario al antes citado; el esquema que subyace a esta conducta es lo que la gente haría normalmente, pero no realiza como consecuencia de los mensajes de los medios. En este punto pueden aludirse las campañas políticas, las cuales dependen cada vez más de los medios para su difusión. La exposición excesiva a este tipo de información puede producir en el individuo aburrimiento, disgusto o la valoración cognoscitiva de que no es importante quién pueda ganar. Estos estados internos pueden culminar en la abstención al voto, es decir, la desactivación de la intención de votar. Igualmente, si la información de los medios tiende o colabora a crear una situación de miedo sobre el futuro económico de un país, la gente puede ser inducida a no invertir, a no comprar, a retirar sus ahorros del banco, etc.

Para finalizar la aportación de De Fleur y Ball-Rokeach (*op. cit.*), se presenta el modelo integrado de los efectos de los medios y la explicación de cada uno de los elementos que lo constituyen (ver figura 2.1).

Un flujo de sucesos existe en una sociedad donde los sistemas sociales mantienen relaciones permanentes con los medios. La parte cultural de la sociedad implica un componente simbólico y uno material. La dinámica social incorpora fuerzas que conducen hacia la estabilidad —consenso, control y adaptación— o al conflicto y al cambio. La estructura de la sociedad incluye agregados y grupos (formales e informales), así como sus posiciones jerárquicamente organizadas.

La estructura social ejerce una presión constante y establece un conjunto de limitaciones a las características, a los servicios de información y entrega y a las políticas operativas de los medios. Asimismo, influye considerablemente en las personas creando necesidades: la de comprender el mundo propio, la de actuar y la de jugar en él. Además, ubica a los individuos en categorías sociales (que incluyen nivel de ingresos, nivel educativo, edad, sexo, filiación religiosa, etc.) y en relaciones sociales (que incluyen grupos informales, «líderes de opinión», grupos de amigos, y demás). Las interdependencias de los sistemas sociales y los medios conforman el modo en que los individuos desarrollan dependencias de los medios para satisfacer aquellas necesidades. En esta fase comienzan los efectos de los medios propiamente dichos.

Los medios cubren el flujo de sucesos que se origina en la sociedad y de las personas que actúan en ella. Los procedimientos operativos surgen de las características del sistema mismo de los medios e incluyen sus objetivos, sus recursos, su organización y sus relaciones interdependientes con otros sistemas sociales. Todo ello determina la cantidad y la esencialidad de sus servicios de información y de transmisión de ésta.

En la comprensión de la gente, las realidades sociales son el producto de los procesos por los que la sociedad proporciona una cultura a las personas, las socializa y estructura su acción social. Las dependencias de las personas hacia la información de los medios son el resultado de la naturaleza de la interdependencia entre los medios y otros sistemas sociales, y de las necesidades del individuo en su situación dentro de la estructura social.

Cuando la gente no dispone de realidades sociales que le aporten marcos adecuados para comprender o actuar y cuando los públicos dependen, en consecuencia, de la información proveniente de los medios, esos mensajes tendrán una cantidad de efectos de alteración conductual en términos de actividad cognoscitiva, afectiva o manifiesta. Así, los efectos circulan para influir en las necesidades de la gente o en características psicológicas o sociales. Si estos procesos alcanzan determinada magnitud, pueden conducir a la transformación de la sociedad misma.

LOS ESTUDIOS SOBRE LA COMPRENSIÓN DEL RELATO NOTICIOSO

Dentro de un enfoque predominantemente funcionalista, existe otra línea de investigación, la que ha dejado un tanto de lado la parte social de los efectos de los medios de comunicación masiva y se ha enfocado en la evocación del material noticioso; no obstante, los trabajos que se describirán a continuación son de gran utilidad para los propósitos del presente estudio. Así, figuran en primer lugar, los hallazgos de Reder y Anderson (1980) y Reder (1982), los que, al trabajar con materiales educativos, dejan ver que cualquiera que sea el tipo de elaboración que se presenta para un tema central, la evocación no resultará mejor para un texto prolongado con muchos detalles que para el resumen o el esbozo de ese mismo texto, lo cual sugeriría que las lecturas de los titulares y de los encabezados pueden producir los mismos efectos de evocación que leer los relatos periodísticos completos. Por consiguiente, las personas que tan sólo hojearan el periódico recordarían lo mismo. Esto es consecuente con los trabajos de Van Dijk y Kintsch (1978, 1983), Kintsch y Van Dijk (1975, 1978), Van Dijk (1979).

Otros autores como Katz, Andoni y Parness (1977) ubicaron su atención en el orden de evocación de los ítems que aparecen en los noticiarios y encontraron que aquellos que aparecen en los últimos lugares gozan de una evocación menor. En una línea de investigación similar, Larsen (1980) desarrolló una serie de experimentos sobre la evocación y comprensión de las noticias radiofónicas que lo llevaron a descubrir que las primeras proposiciones de los ítems periodísticos (generalmente, a modo de encabezados) tienden a reevocarse con mucha mayor frecuencia que las últimas oraciones.

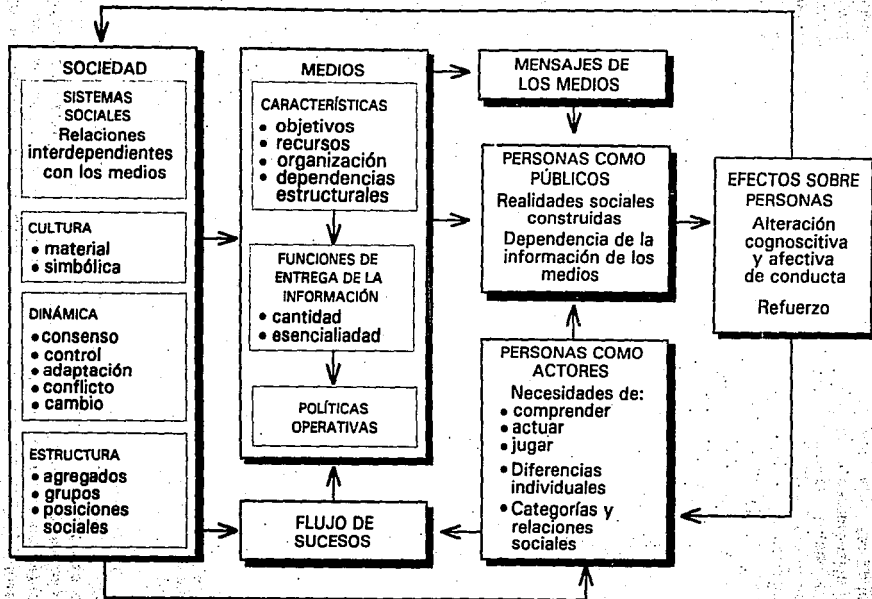


FIGURA 2.1

Paralelamente, sus estudios dejan ver que lo que mejor se recuerda son los lugares y personas de los acontecimientos periodísticos, y mucho menos lo que realmente ocurrió.

Russell Neuman (1976) preguntó a ciertas personas de San Francisco sobre lo que recordaban de las noticias televisivas nocturnas y halló bajos porcentajes de evocación a pesar de proporcionarse pistas de recuperación a los sujetos. Ni siquiera las personas con educación secundaria mostraron una diferencia marcada en la evocación al compararse con las que no poseían tal grado de instrucción escolar. Tampoco la motivación pudo ser un factor para incrementar los niveles de evocación, ya que no se pudo encontrar una diferencia significativa entre los niveles altos y bajos de motivación en lo que se refiere a relatos políticos más abstractos; empero, los sujetos altamente motivados evocaban en mayor grado en los relatos de interés humano. El informe meteorológico y los relatos de interés humano muestran la mayor evocación global en las situaciones en las que el entrevistador proporcionaba ayuda y en las que no lo hacía; pero los relatos en torno a la guerra de Vietnam se recordaron mejor cuando el entrevistador no brindaba ayuda alguna.

Graber (1984) desarrolló un amplio trabajo con sujetos del área de Chicago para estudiar la cantidad de notas que los sujetos podían recordar de los diferentes medios masivos. Sus hallazgos demostraron que la mayoría de los relatos que podían evocarse pertenecía a la prensa. Igualmente, pasado un mes, los temas evocados y mencionados en diarios, que se referían a crímenes individuales, el área judicial y los desastres constituían el 40 % del total de los temas. Los porcentajes de evocación fueron similares para la prensa y la televisión. Los porcentajes en temas como la educación, Oriente medio o los delitos financieros generalmente se encontraba abajo del 5%. En pocas palabras, los individuos recuerdan con mayor frecuencia el tipo de relatos emocionales que también subyace en los relatos y en la ficción cotidiana. Los temas abstractos o lejanos se recuerdan en un porcentaje declaradamente menor, mientras que los relatos negativos (los crímenes, el terrorismo) y los relatos relevantes (la energía) se evocan, por lo general, mejor.

Van Dijk (1990), quien sobre el tema se destaca como uno de los más prolíficos autores, realizó un experimento de laboratorio y uno de campo en Holanda en los que sobre la base de los hallazgos anteriormente mencionados, estudió los porcentajes de evocación de ítems en periódicos de dicho país. En primer término, comprobó, entre otros elementos, que los temas principales y la información señalada como relevante (la que suele aparecer en los encabezados) fueron objeto de una mejor evocación en el experimento de campo y en el de laboratorio. Del mismo modo, la información previa

32 CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES TEÓRICOS

proveniente de otros medios no parece conducir a una mayor evocación. Contrariamente, se sugirieron evidencias de que puede prevalecer lo opuesto debido a las interferencias. Una mejor educación y, en especial, una mejor información política procedente de otros medios, como los semanarios, suele influir positivamente en el recuerdo de ítems políticos, pero las diferencias de un periódico popular y otro de más calidad no son sustanciales.

Adicionalmente, y en una amplia reflexión sobre los trabajos ya expuestos, el autor aludido formuló una serie de atrevidas afirmaciones sobre los efectos cognoscitivos de los relatos periodísticos. Desde el punto de vista de la adquisición del conocimiento se ha advertido que la actualización de los modelos situacionales basada en las noticias de la prensa no adquiere relevancia. Por lo común, los individuos sólo parecen integrar algunas macroproposiciones de cada ítem periodístico y sólo en lo que se refiere a aquellos temas directamente relevantes para su comprensión cotidiana de la vida política y social en su propio contexto regional o nacional. Se asimila la información en torno al debate que podría, o no, proporcionarles otro canal de televisión y conocen a los principales partidos y líderes políticos, amén de quién es el favorito entre el electorado; no obstante, las causas, las consecuencias, el contexto y la historia de muchos temas, en especial los extranjeros, así como la mayoría de los detalles a propósito de lugares y cifras, tienden a caer en el olvido. Sólo la información repetida y recurrente sobre ciertos temas puede conducir a un modesto cambio o a la construcción de modelos situacionales corrientes. En condiciones normales, sólo una o dos macroproposiciones principales de un relato periodístico pueden almacenarse de manera que posteriormente se integren en el interior de representaciones más generales del conocimiento. Finaliza Van Dijk (*op. cit.*) su exposición reconociendo que el componente central de la comprensión y la memorización del relato noticioso continúa siendo desconocido.

LA PERSPECTIVA MARXISTA

Al interior de la perspectiva marxista se considera que, más que cumplir una función al interior de la sociedad, los medios masivos de comunicación corresponden a la más reciente y avanzada modalidad que la clase dominante ha empleado en las diversas etapas del transcurso de la historia para imponer su particular proyecto ideológico. Desde la óptica de Esteinou (1983), dicho comportamiento político cultural del estrato dominante siempre se manifiesta en las tareas de dirección moral de la sociedad. Durante el modo de producción primitivo, el sector gobernante recurre a la tradición oral y al rito como los soportes de consenso más desarrollados que le permiten modelar y dirigir las conciencias primitivas, mediante la producción e inculcación de una visión mágico-religiosa de la realidad. Al arribar el modo de producción feudal,

la subordinación de la conciencia de la fuerza de trabajo servil a los señores medievales se ejecuta a través del aparato religioso y de sus respectivos subsistemas clericales. Éstos desarrollan los mecanismos más sutiles de introyección y represión ideológica, y multiplican sus bases de operación cultural (iglesias, misiones y congregaciones) al mayor grado histórico que alcanza el Estado Feudal.

Continuando con la exposición del mismo autor, durante «[...] la fase mercantilista del modo de producción capitalista, la "dirección moral" de la sociedad es conducida por los aparatos ideológicos del Estado político, los que paulatinamente superan la concepción religiosa de la sociedad e introducen la ideología de la democracia parlamentaria y de la lucha de los partidos. Mediante ésta, se intenta oponer al conjunto de la sociedad un "modo de vida" a través del cual se vive al Estado como representante del "interés general" de la sociedad, como detentador de las llaves de lo universal "frente a los individuos privados". Estas creaciones de la ideología dominante son presentadas como unificadas por una "igual y libre participación" en la "comunidad nacional" bajo la égida de las clases dominantes, que se consideran la encarnación de la voluntad popular» (pág. 28).

Esteinou (*op. cit.*) concluye afirmando que en el transcurso de la fase premonopolista del modo de producción capitalista la influencia remanente del aparato religioso es progresivamente sustituida por la emergencia de los aparatos escolares, los cuales, a la postre, reemplazarán a las anteriores ideologías y mecanismos religiosos para imponer las nuevas formaciones de conciencia que requiere difundir el moderno proceso urbano de producción capitalista. Al llegar la fase avanzada de este modo de producción, el ascenso de la nueva burguesía monopólica provoca que sus bases culturales de organización social se modifiquen. En consecuencia, el aparato educativo es gradualmente sustituido por el nuevo aparato de la cultura de masas (televisión, radio, cine, prensa, satélites, cibernética, telemática, etcétera) para convertirse en el principal aparato de hegemonía del Estado capitalista contemporáneo.

Taufic (1973), otro autor perteneciente a la misma corriente, concuerda con el punto de vista anterior y sostiene que «[...] todos los medios masivos existentes en una sociedad (prensa, radio, cine, televisión, libros, vía pública, etc.) integran un sistema único de comunicaciones, puesto que están dirigidos a un mismo auditorio y cumplen en su seno funciones paralelas. También las comunicaciones "cara a cara" sobre asuntos públicos forman parte de tal sistema, que refleja la organización de la sociedad y se halla bajo la influencia de la clase dominante en ella, de sus valores y de su ideología» (pág.48); sin embargo, su atención se ubica en el periodismo, al cual define como un «[...] producto de la sociedad en la que se gesta, sobre la cual —a la vez— el mismo

34 CAPÍTULO 2 ANTECEDENTES TEÓRICOS

influye, en una relación dialéctica que se renueva día a día, llevando a las masas los puntos de vista de la clase propietaria de cada diario y recogiendo los hechos que esa clase considera importante difundir a continuación. Este proceso es desigual, incluso allí donde se permite a distintas clases sociales poseer medios masivos de comunicación, pues será siempre la clase dominante la que determine cuáles hechos merecen la mayor publicidad, a través de la escala de valores que ella (la ideología dominante) establece, aunque objetivamente tales hechos noticiosos no sean los más significativos» (pág. 79).

Igualmente, afirma que el periodismo no sólo «[...] supervisa el ambiente, sino que —como otras modalidades de la comunicación masiva— coordina, educa, socializa, entretiene, organiza, pero su función más importante es la específicamente política que se realiza por su intermedio, pues su acción se asimila a la de la dirección social sobre todo tipo de actividades que tienen lugar en un ámbito humano delimitado» (pág. 80).

DIVERSAS APORTACIONES SOBRE EL CONCEPTO DE IDEOLOGÍA

Merced a la importancia que adquiere en el planteamiento de la corriente marxista de los medios de comunicación, en las representaciones sociales, y por sus paralelismos con el fenómeno del prestigio, se ha decidido dedicar un breve espacio para abordar algunas de las más importantes definiciones del concepto *ideología*. A lo largo de la historia contemporánea se ha desarrollado una ingente cantidad de definiciones que van desde las formulaciones más simples y ambiguas, hasta las más complejas y específicas, amén de polémicas. Quizá la idea más resumida y más «neutral» en torno a la ideología podría anotarse como una imagen esquemática del orden social (Geertz, 1964). Gramsci (Portelli, 1973) la define como «una concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida intelectual y colectiva» (pág.18). Otra aportación, y con un mayor grado de especificidad, la encontramos en el *Webster's Third New International Dictionary*, (Johnson, 1977) y expresa que la ideología es «[...] el conjunto integrado de teorías, reivindicaciones y propósitos que constituyen un programa sociopolítico» (pág. 607). Por su parte, Therborn (1979) amplía los alcances del término y aunque su área de estudio es sociológica, trata de establecer una serie de instancias psicológicas en los que la ideología manifiesta sus efectos. Desde su óptica, la ideología funciona moldeando la personalidad de los nuevos seres humanos y los cualifica para el papel diferencial que desempeñarán en la sociedad. Asimismo, considera que a lo largo de este proceso, las ideologías — sean

éstas revolucionarias proletarias, feudales o burguesas— interpelan al individuo de tres formas fundamentales:

1. la formación ideológica dice a los individuos qué es lo que existe, quiénes son ellos, cómo es el mundo, qué relación existe entre ellos y ese mundo. Así, a las personas se les proporcionan diferentes tipos y cantidades de identidad, de confianza, y de conocimientos para la vida diaria. La manifestación externa de los modos de vida, la relación fáctica entre actuación y recompensa, la existencia, amplitud y carácter de la explotación y el poder están estructurados en modos de formación ideológica específicos de cada clase.
2. La ideología dice lo que es posible y proporciona a cada individuo diferentes tipos y cantidades de autoconfianza y ambición, y diversos niveles de aspiraciones.
3. La ideología dice lo que es justo e injusto, lo bueno y lo malo, con lo que determina no sólo el concepto de legitimidad del poder, sino también la ética del trabajo, las formas de entender el esparcimiento y las relaciones interpersonales, desde la camaradería, hasta el amor sexual (pág. 207).

A pesar de la riqueza asociada al planteamiento anterior, hubo otras definiciones que llamaron sobremanera la atención porque ofrecían una línea concordante en relación con el fenómeno del prestigio de acuerdo con lo propuesto por Moscovici (*op. cit.*). Marx (Johnson, *op. cit.*), quien resaltó el concepto «ideología» lo empleó para referirse a ideas falseadas o simplificadas en defensa del *status quo* de un sistema social. Johnson (*Ibidem*) extiende los alcances del término al proponer que si bien las ideologías están formuladas sobre la base de ideas simplificadas o falseadas —desde un punto de vista científico— acerca de un sistema social o un tipo de sistemas sociales, y tales ideas pretenden ser objetivas, aunque incluyendo una valoración más o menos explícita de los hechos. Igualmente, dicho autor anota que la ideología, al simplificar situaciones de naturaleza compleja, permite que personas muy diversas participen en la realización de unos mismos objetivos.

Un punto de vista que permite estudiar la dinámica del fenómeno ideológico desde el punto de vista de la psicología es el perteneciente a Fernández Christlieb (1987). Su formulación no parte de considerar la ideología aisladamente sino que establece dos procesos opuestos: la *ideologización* y la *politización*. Cuando se habla de ideologización se hace referencia al proceso intersubjetivo por el cual lo público se convierte en privado, esto es, las versiones alternativas de la realidad social progresivamente van ganando espacio en el pensamiento del individuo hasta que llegan a ser concebidas como experiencias particulares. Por otra parte, la *politización* consiste en que las experiencias que se conciben como personales o privadas lleguen a la esfera pública con la finalidad de someterse a discusión.

LAS CLASES SOCIALES Y SUS ESQUEMAS DE PERCEPCIÓN DE LA REALIDAD

La ubicación de los individuos en determinada posición social supone diferentes esquemas de percepción, apropiación y evaluación del entorno social. Aunque de manera muy general y embrionaria, Fromm (1964) estableció ciertas pautas para abordar el problema a partir de lo que él denominó carácter social. De acuerdo con su planteamiento, toda sociedad, para sobrevivir, debe moldear el carácter de sus miembros de tal manera que deseen hacer lo que tienen que hacer. La función social debe interiorizarse y modificarse en aquello que estén obligados a hacer. Igualmente dicho carácter opera como un «filtro» por medio del cual se excluyen todos los pensamientos incompatibles con el funcionamiento de una determinada organización social.

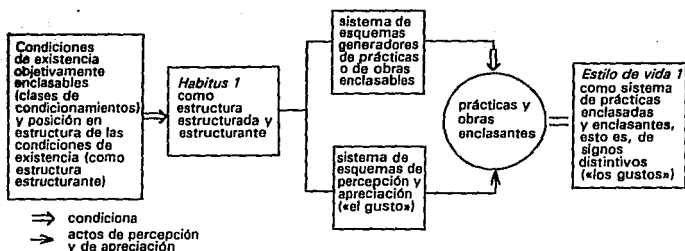
Bourdieu (1988) desarrolló con mayor grado de detalle la cuestión ya señalada, e introduce el concepto de *habitus*, el cual se define como «un sistema de disposiciones durables y transferibles —estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes— que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura y que él contribuye a producir (pág. 54)». El *habitus* está determinado por las condiciones de existencia objetivamente enclavadas y por la estructura de las condiciones de existencia (ver figura 2.2). Con base en estos planteamientos, el autor en cuestión caracterizó las clases sociales de Francia no solamente por los ingresos percibidos, sino mediante las elecciones que hacen éstas de los bienes culturales tales como obras musicales, temas de fotografías, sabores, películas, materiales literarios y, también, por el número de autores y de obras conocidas.

Otros aspectos contemplados por esta caracterización son las variaciones que las clases exhiben en relación con el valor otorgado al cuerpo, las prácticas deportivas, los juicios sobre el deporte, las cualidades del hogar, etc. Desde su particular punto de vista, el *habitus* particular de cada clase proporciona pertinencia y sentido a las prácticas y elecciones que se llevan a cabo.

Y precisamente sobre la elección de lo que se considera necesario Bourdieu (*op. cit.*) establece que las elecciones de un *habitus* se traducen en sistemas de necesidades asociadas a la esfera del consumo y sus efectos se observan cuando al comparar individuos con ingresos iguales se obtienen consumos muy diferentes. En lo que se refiere a la lógica del consumo de la burguesía, el objetivo es obtener el menor efecto al mayor gasto de tiempo, de dinero y de ingenio posible, mientras que para las clases populares los

términos se invierten, es decir, se pretende conseguir el máximo efecto al menor empleo de recursos posible. Esto definiría, desde el punto de vista de la burguesía, el criterio para evaluar «lo vulgar», «la pacotilla», «el relumbrón», etc.

FIGURA 2.2



Díaz-Guerrero (1967), contempló el problema mediante una estrategia distinta, pero que arroja información pertinente para el problema de investigación. Su atención se centró en los grupos sociales que eran más respetados por estudiantes de preparatoria originarios de México y Estados Unidos. Entre algunos de sus hallazgos destaca el que la gente rica resultó ser más respetada por los jóvenes mexicanos que por los estadounidenses; en tanto que los «iguales» son menos respetados entre los escolares primeramente aludidos. Asimismo, es necesario mencionar que el respeto hacia los limosneros estableció una marcada diferencia entre los estudiantes objeto de análisis: los mexicanos concedieron un valor de respeto significativamente mayor que sus homólogos de allende el río Bravo.

CAPÍTULO 3

Metodología

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

GENERAL

En virtud de las características históricas de los vínculos existentes entre las clases dominantes —gubernamentales y empresariales— y la Universidad Nacional Autónoma de México, ¿como ha influido en el prestigio que se confiere a la institución el material informativo que, en torno a ella, han difundido dichas clases a través de los medios de comunicación masiva?

ESPECÍFICAS

1. ¿Cuál es la magnitud del prestigio que estudiantes de diversas universidades —públicas y privadas— y habitantes de una colonia del noroeste de la ciudad de México otorgan a la Universidad Nacional Autónoma de México?
2. ¿Existe alguna relación entre el prestigio que tales grupos conceden a dicha institución y el medio de comunicación utilizado por ellos para obtener información acerca de sus diversos asuntos y acontecimientos?
3. ¿Cuál es la magnitud del prestigio que dichos grupos otorgan a la Universidad Nacional Autónoma de México en comparación con la que se adjudica a diversas universidades particulares?
4. ¿Es la magnitud de prestigio concedida a la UNAM generalizable a otra universidad pública ?

40 CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

5. ¿Cuál es la relación que tiene el nivel de solvencia económica con el prestigio que los grupos ya mencionados otorgan a la Universidad Nacional Autónoma de México?
6. ¿Cuál es la relación que guarda el nivel socioeconómico de los sujetos con el prestigio adjudicado a la Universidad Nacional Autónoma de México?

HIPÓTESIS

GENERAL

Por su papel histórico como fuente permanente de crítica a las acciones de los gobiernos «revolucionarios» y por resultar incompatible con el proyecto actual de sociedad de los grupos dominantes de la fracción gubernamental y de la iniciativa privada, la Universidad Nacional Autónoma de México ha sido desprestigiada mediante la información que dichos grupos difunden a través de los medios de comunicación masiva.

ESPECÍFICAS (DE TRABAJO)

1. La dimensión del prestigio concedido a la Universidad Nacional Autónoma de México presentará las siguientes características:
 - a) adquirirá su más baja expresión entre los sujetos provenientes de universidades privadas;
 - b) adquirirá un nivel bajo entre los sujetos provenientes de la colonia del noroeste de la ciudad de México;
 - c) alcanzará un nivel medio entre los sujetos provenientes de otra universidad pública;
 - d) los sujetos de la Universidad Nacional Autónoma de México concederán a su institución mayor prestigio que los integrantes de las demás muestras.
2. Los sujetos de los grupos ya mencionados que utilicen predominantemente medios de comunicación masiva para informarse de los asuntos de la Universidad Nacional Autónoma de México tenderán a conceder un bajo prestigio a la institución.

3. El prestigio otorgado a la Universidad Nacional Autónoma de México será menor que el concedido a las universidades particulares.
4. El bajo prestigio que se confiere a la Universidad Nacional Autónoma de México es generalizable a otra universidad pública.
5. El nivel de solvencia económica de los sujetos está inversamente correlacionado con el prestigio concedido a la Universidad Nacional Autónoma de México.
6. Lo mismo se aplica en el caso del nivel socioeconómico de los sujetos.

DEFINICIONES OPERACIONALES

Universidades privadas. Son aquellas en las cuales el Estado no tiene una participación económica oficial y cuya fuente de recursos se origina en las colegiaturas que los estudiantes pagan por el derecho de ingresar a ellas y de recibir sus servicios.

Universidades públicas. Son aquellas en las que el Estado contribuye con cantidades importantes (o la mayor parte) de los recursos necesarios para su funcionamiento. Tales recursos se originan en los impuestos que se recaudan dentro de la población de un país.

Medios de comunicación masiva o *mass media*. De acuerdo con la definición de Janowitz, y Schulze (1961), tales medios involucran aquellos procedimientos mediante los cuales, grupos de especialistas se sirven de inventos técnicos (prensa, radio, films, etc.) para difundir un contenido simbólico a un público vasto, heterogéneo y geográficamente disperso. Estos medios representan lo opuesto a la transmisión informativa que se realiza a través de contactos interpersonales, carteles o boletines que circulan en lugares determinados, como es el caso de las escuelas u oficinas de diversos tipos.

Nivel de solvencia económica. Se refiere a la capacidad y disposición que posee un individuo, familia o grupo de individuos para desembolsar la mayor cantidad de dinero por la adquisición de un bien o servicio. Para fines de la presente investigación, los grupos que participan en el estudio se ordenaron de mayor a menor nivel de solvencia económica: el primer sitio pertenece a los estudiantes de la Universidad Anáhuac; el que le sigue, a los del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey; a continuación, se ubican los alumnos de la Universidad Iberoamericana, y el cuarto lugar lo ocupan los

42 CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

habitantes de una colonia del noroeste de la ciudad de México (Clavería), pertenecientes a la clase media estable. Los lugares quinto y sexto fueron ocupados respectivamente por la Universidad Autónoma Metropolitana y la Universidad Nacional Autónoma de México*.

Prestigio. La definición de este concepto se formuló con base en las palabras proporcionadas por los propios sujetos del estudio, y cuya selección se efectuó mediante una red semántica que tuvo a *prestigio* y a *prestigio académico* como conceptos estímulo. Esta estrategia tuvo como fundamento el que la definición de prestigio proporcionada por el Diccionario de la Lengua Española es demasiado restringida para abarcar el prestigio que puede caracterizar a una institución de educación superior.

Nivel socioeconómico. Para efectos del trabajo que aquí se muestra, esta característica se ordenó de la siguiente manera: los profesionistas o dueños de mediano comercio se ubicaron en el primer lugar como el nivel socioeconómico más alto. A continuación, se ubicaron los trabajadores calificados y empleados. Finalmente, aparecen los que no poseen participación económica alguna, que en este caso fueron básicamente los estudiantes de tiempo completo y las amas de casa.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

TIPO DE ESTUDIO

PRIMERA CLASIFICACIÓN

En virtud de que se desea lograr una primera aproximación al fenómeno, el estudio es de tipo exploratorio.

SEGUNDA CLASIFICACIÓN

Por consecuencia de que no se efectuó manipulación alguna sobre las variables independientes y no se realizó asignación aleatoria de sujetos a las condiciones contempladas, el estudio entra en la categoría *ex post facto*.

* Esta clasificación se realizó con base en la suma del costo de la inscripción y la colegiatura anual. La información se obtuvo durante enero de 1992. La suma de los dos rubros para cada una de las instituciones que participan en el estudio son (en pesos antiguos): Universidad Anáhuac, 16,5 millones; Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, 14 millones; Universidad Iberoamericana, 9 800 000; Universidad Autónoma Metropolitana, 264 000; y Universidad Nacional Autónoma de México 200 pesos (Robles, 1992). Los sujetos de la colonia Clavería fueron ubicados en cuarto lugar porque si en el análisis se consideró que no se puede hablar de gente pobre, tampoco serían la clase de personas que típicamente gastaría más de nueve millones de pesos anuales en la colegiatura de uno o varios de sus hijos.

Cada una de estas universidades se escogió por una razón en particular. Por lo que toca a la Universidad Anáhuac, la suma de su inscripción y colegiatura anual —en las fechas en que se realizó el estudio (1992)— resultó la más alta de todo el país. El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey es la institución particular de educación superior con la mayor cantidad de *campus* diseminados en una gran cantidad de puntos a lo largo de la nación. La Universidad Iberoamericana, aparte de cobrar elevadas colegiaturas, posee planteles en diversas ciudades del interior de la República; aunque no en la proporción del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. En suma, se determinó en su momento que eran las instituciones más representativas de lo que se considera como universidad particular en México.

Adicionalmente, se seleccionó a la Universidad Autónoma Metropolitana (plantel Xochimilco) debido a que uno de los objetivos del presente estudio fue determinar si los resultados sobre la medición del prestigio de la UNAM se circunscriben únicamente a esta institución o si sugieren la existencia de una realidad prevaleciente en el resto de las universidades públicas del país. Asimismo, se incluyó una muestra no universitaria proveniente de la colonia Clavería. Esta localidad, cuya mayoría de habitantes pertenecen a la clase media estable, se escogió merced a que, de acuerdo con Vernon (1963), los grupos sociales ubicados en dicho estrato se inclinarían por apoyar el proyecto del sector privado, lo cual se traduciría en un apoyo potencial hacia las escuelas particulares. Por lo que concierne a los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México, éstos provinieron de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán.

Otro aspecto que se tuvo en consideración fue el de escoger exclusivamente estudiantes de la carrera de Comunicación. Esto obedeció a que ellos, por la naturaleza de su formación, son potencialmente proclives a buscar y recibir constantemente información de los medios de comunicación masiva. A partir de esta premisa, fue posible estimar que su exposición a dicha información es más homogénea que la que podría esperarse con estudiantes de otras carreras.

Igualmente, se procuró que la edad de los sujetos fluctuara entre 18 y 25 años; aunque hubo una mínima —prácticamente insignificante— cantidad de sujetos que excedieron este último límite. No fue posible aplicar un control más severo en este aspecto en virtud de que los estudiantes que conforman los grupos (aun cuando se trate de los niveles iniciales de la carrera) pueden mostrar variaciones, y si a esto añadimos las que se presentan entre los colegios, el problema se complicó en mayor proporción.

En un comienzo, se había planeado acudir al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus ciudad de México; no obstante, las autoridades de dicha institución negaron su consentimiento para la aplicación de cualquier cuestionario. Paradójicamente, en el campus del estado de México de esta misma institución se dispuso de todas las facilidades para el desarrollo de la investigación.

PROCEDIMIENTO

LA CONSTRUCCIÓN DEL CUESTIONARIO

La primera etapa contempló la construcción de dos redes semánticas a partir de los conceptos estímulo *prestigio* y *prestigio académico*. La técnica empleada tuvo como base el trabajo de Figueroa (1981), y la que por su versatilidad, se ha empleado recientemente en temas tan diversos como la representación social de la familia (Camacho Valladares y Andrade Palos, 1992; Andrade Palos, 1994; Mora Ríos *et. al.*, 1994) y las relaciones interpersonales (González Forteza, *et. al.*, 1994) entre muchos otros. Esta fase inicial se realizó aplicando un cuestionario a 25 mujeres y a una cantidad igual de hombres, seleccionados mediante muestreo no probabilístico y provenientes de cada uno de los grupos que conforman la investigación, es decir, habitantes de la colonia Clavería y estudiantes de las universidades mencionadas anteriormente. La razón de utilizar los dos términos obedeció a una duda que surgió desde el preciso instante en que se planteó el estudio. ¿Cuál era la cualidad por medirse?, ¿el prestigio en general de la UNAM o el prestigio académico de esta institución? Con fundamento en lo establecido por Quillian (1968) sobre las redes semánticas, se supuso que la representación cognoscitiva del prestigio se conformaba a partir de un conjunto de «nudos»; cada uno de los cuales portaría una modalidad de prestigio. La representación gráfica de lo aquí expuesto se muestra en la figura 3.1.

Figura 3.1



Teniendo en consideración estos planteamientos, se decidió elaborar las dos redes semánticas ya descritas con la finalidad de observar los elementos comunes a las representaciones del prestigio en general y del prestigio académico para así crear una definición que fuese representativa de ambas.

A cada uno de los 300 sujetos que participaron en esta etapa (cuya realización y análisis se efectuó durante 1992) se le entregó una hoja en blanco, y las instrucciones se proporcionaron de manera verbal, pidiéndoles que anotaran 10 palabras sueltas que, desde su punto de vista, mejor definirían a cada uno de los términos estímulo, es decir, *prestigio* y *prestigio académico*. Las palabras podían ser exclusivamente sustantivos, adjetivos, verbos y adverbios; no se permitía ningún tipo de construcción gramatical como frases u oraciones. A pesar de la facilidad que, en papel, implicaba la aplicación de los cuestionarios para construir las redes semánticas, la tarea se complicó porque, en un principio, se había establecido un plazo de dos minutos para que cada uno de los sujetos anotara las 10 palabras mencionadas; sin embargo, las condiciones de aplicación de los cuestionarios resultaron sumamente variables; aun cuando se hiciera en las instituciones universitarias. Por lo que concierne a los habitantes de la colonia Clavería, las condiciones variaron debido a que, en algunas ocasiones, el contacto con el encuestado se realizaba en la puerta de su domicilio, casi a manera de entrevista; y en otras, se conseguía acceder al interior de la casa, donde se contaba con la intervención no contemplada de algún familiar. Esta heterogeneidad dificultaba en exceso escoger el instante en que se debía empezar a contar el tiempo. Con respecto a lo que ocurrió en las diferentes universidades, también se encontraron condiciones de aplicación heterogéneas; aunque se pudiera contar con ambientes más adecuados como salones de clase, auditorios, etc. Paradójicamente, el problema más frecuente fue que no se podía encontrar a los alumnos en sus salones de clase, y a veces se tenía que solicitar su cooperación en cafeterías, patios, corredores, etc. Asimismo, el factor tiempo no se podía medir con la precisión deseada porque, como se contaba únicamente con un solo encuestador, éste debía aplicar, resolver dudas y recoger hojas hasta en tres lugares distintos.

Las palabras de ambas redes que aparecieron con mayor frecuencia en las muestras y que, por consiguiente, alcanzaron los valores «M» totales más altos fueron:

reconocimiento
honorabilidad
profesionalismo
fama
excelencia

éxito
cultura
seriedad
preparación
distinción

dedicación
nivel
dinero
poder
trabajo

<i>imagen</i>	<i>respeto</i>	<i>capacidad</i>
<i>conocimiento</i>	<i>sobresaliente</i>	<i>abolengo</i>
<i>tradición</i>	<i>estudio</i>	<i>sobresalir</i>
<i>desarrollo</i>	<i>calidad</i>	<i>responsabilidad</i>
<i>liderazgo</i>	<i>superación</i>	<i>estatus</i>

Con base en esta información, la siguiente etapa (realizada durante 1993) consistió en elaborar un cuestionario basado en la escala de Likert, esto es, a cada una de las palabras se le asignó una escala de siete niveles, en donde la marca de menor valor significaba que se otorgaba muy poco o nada de la cualidad representada por la palabra; lógicamente, la marca de mayor valor expresaba que el sujeto otorgaba el máximo nivel de la cualidad aludida. Para efectos de codificación, a la marca de menor valor se le asignó una calificación de «1», y a la de mayor valor, «7». Con el propósito de efectuar comparaciones entre colegios, el cuestionario presentó cinco hojas, cada una de las cuales exhibía, en su parte superior, el nombre de una de las universidades que integraron el estudio, seguido de los 30 reactivos que se construyeron mediante el procedimiento antes descrito y cuyo orden de aparición fue determinado aleatoriamente. De esta manera, se pudo comparar, verbigracia, la *fama* que se otorgaba a la UNAM con respecto a lo que, de esta cualidad, se concedió al resto de las instituciones. La medición del prestigio de cada una las universidades se efectuó sumando las calificaciones de los 30 reactivos que aparecían en sus respectivas hojas. Así, el valor mínimo de prestigio que un sujeto podía otorgar a una universidad determinada era de 30, y el máximo, de 210.

Es importante señalar que, a pesar de las dificultades que se tuvieron en la aplicación de los cuestionarios que proporcionarían la información para la construcción de las redes semánticas, las confiabilidades que se obtuvieron en las mediciones del prestigio de cada uno de los colegios rebasaron el 90%.

La última hoja del cuestionario incluyó tres preguntas concernientes a las tendencias informativas de los sujetos, es decir, las preferencias de periódicos, telediarios y noticieros radiofónicos. La cuarta pregunta se refirió al medio utilizado para obtener información en torno a los asuntos de la Universidad Nacional Autónoma de México. Esta disposición obedeció a que, implícitamente, se planteó la hipótesis en la que podía asociarse al prestigio de la UNAM la preferencia de un medio determinado, y si esto resultaba afirmativo, se esperaba confirmarlo con las respuestas proporcionadas en la cuarta pregunta. Las últimas preguntas del cuestionario se enfocaron a datos demográficos como edad, sexo, universidad de procedencia y ocupación. El formato definitivo del cuestionario se presenta en el apéndice de las páginas finales de este trabajo.

**CODIFICACIÓN DE LAS VARIABLES RELACIONADAS
CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Las variables que se refieren a la preferencia de periódicos, noticieros televisivos y radiofónicos y medio empleado para obtener información acerca de los asuntos de la UNAM se codificaron de la siguiente manera:

Preferencia de periódicos. En lo que respecta al periódico seleccionado, el problema fue que una gran cantidad de sujetos mencionó varios; sin embargo, una primera organización contempló ocho categorías:

- los que seleccionaron *Excelsior* (142 sujetos);
- los que seleccionaron *Excelsior* en primer lugar y otros periódicos (51 sujetos);
- los que seleccionaron *El Universal* (75 sujetos);
- los que seleccionaron *El Universal* en primer lugar y otros periódicos (12 sujetos);
- los que seleccionaron *La Jornada* (86 sujetos);
- los que seleccionaron *La Jornada* en primer lugar y otros periódicos (42 sujetos);
- los que seleccionaron otros periódicos y mezclas heterogéneas de ellos (130 sujetos);
- los que no proporcionaron respuesta en esta variable (62 sujetos).

Una vez que se determinaron las categorías anteriores, se procedió, por medio del voto de cinco jueces, en su totalidad profesionistas, a ubicar los periódicos de acuerdo con su posición hacia el gobierno. De dicho fallo, *El Universal* ocupó el primer lugar como el periódico que ostenta la posición que más favorece al gobierno; el segundo lugar en esta característica fue ocupado por *Excelsior*; y el tercero, por *La Jornada*. Como se tenía un cierto número de personas que mostraron una preferencia demasiado heterogénea, se consideró que la variedad de periódicos que integraban dicha preferencia difícilmente mostraría una posición favorable o desfavorable hacia el gobierno. Por tal motivo, se optó por incluir la categoría *otros periódicos* entre los periódicos que en la evaluación de los jueces más favorecen al gobierno y el que, en este caso, ostenta la posición más contraria a éste, es decir, entre *Excelsior* y *La Jornada*. Por otra parte, existía el problema de ubicar en algún lugar a los que escogieron alguno de estos tres diarios junto con otro u otros. Esto se solucionó considerando que la influencia favorable o desfavorable al gobierno que cada uno de ellos podría tener por separado se vería disminuida si su lectura se compartía con la de otros diarios. Por consiguiente, si *El Universal* ocupó en la ordenación mencionada el primer puesto, la categoría *El Universal y otros periódicos* se sitúa en el segundo lugar. De esta manera, *Excelsior*

pasa a ocupar el tercer lugar, y la categoría *Excelsior y otros periódicos* se ubica en el cuarto. Asimismo, la categoría *otros periódicos* se colocó en quinto; la perteneciente a *La Jornada y otros periódicos*, en el sexto sitio; y la categoría *La Jornada* en séptimo. A pesar de haber conseguido esta codificación, resultó que la categoría *El Universal y otros periódicos* alcanzó un valor de frecuencia sumamente bajo (12 sujetos), menor al 5% del valor total de los sujetos que proporcionaron una respuesta en esta preferencia (ver sección de resultados). En virtud de lo anterior, se optó por dejar que, bajo el rótulo de dicha categoría, se incluyera a las frecuencias obtenidas en la categoría dedicada exclusivamente a elecciones del periódico *El Universal*. De esta forma, la codificación final de la variable relacionada con la preferencia de periódicos se estructuró con las siguientes categorías:

- *El Universal y otros periódicos* (87 sujetos);
- *Excelsior* (142 sujetos);
- *Excelsior y otros periódicos* (51 sujetos);
- *Otros periódicos* (130 sujetos);
- *La Jornada y otros periódicos* (42 sujetos);
- *La Jornada* (86 sujetos).

Preferencia de noticieros televisivos. Dentro de esta variable, los telediaros de Televisa alcanzaron las mayores frecuencias. El ordenamiento en forma decreciente de los noticieros se efectuó considerando la importancia ideológica, comunicativa y estratégica que cada uno de ellos podría tener para el grupo gubernamental en el poder y las clases dominantes. Dentro de una codificación inicial, se colocó en primer lugar a la categoría *Noticiero 24 Horas* (que incluyó a 124 sujetos), por el hecho de que es el telediaro con mayor antigüedad, el que ha acaparado los horarios «exclusivos» de la televisión mexicana y el que, por años, ha ocupado los niveles más altos de teleaudiencia. A continuación, se ubicó la categoría *Noticiero 24 Horas y otros noticieros de Televisa* (32 sujetos), que se construyó con todas aquellas respuestas que incluían al noticiero aludido en primer lugar y alguno otro de la cadena televisiva en cuestión. En un primer momento, se consideraba que aunque las políticas de los noticieros de Televisa sean prácticamente idénticas, el hecho de ver otro noticiero, a pesar de ser de la misma cadena emisora, implicaba una menor dependencia de dicho noticiero y, en términos hipotéticos, una merma en su posible influencia; sin embargo, al ver que el porcentaje de ocurrencia de la categoría *24 Horas y otros noticieros de Televisa* era muy pequeño (alrededor del 6%), se decidió, bajo este mismo rótulo, fusionar esta categoría con la perteneciente al noticiero *24 Horas*.

La categoría que alcanzó la mayor frecuencia fue la perteneciente al sistema informativo *ECO* (161 sujetos); sin embargo, y a pesar de su amplísima

cobertura, no posee, al interior de la nación, la importancia ideológica del noticiero *24 Horas*. Debido a ello, se le asignó el segundo lugar en esta cualidad. Por otra parte, hubo noticieros de Televisa como *Muchas Noticias*, *cápsulas informativas Notivisa*, *Al despertar* y preferencias demasiado ambiguas (verbigracia, «el del canal 4») que alcanzaron porcentajes de ocurrencia que, en el mejor de los casos —el de *Muchas Noticias*—, apenas y se acercaban al 5% del total de los sujetos que proporcionaron una respuesta en esta variable, motivo por el cual las frecuencias obtenidas por dichos noticieros se unieron a las obtenidas por el sistema informativo ECO para constituir la categoría *ECO y otros noticieros de Televisa*, que agrupó a 206 sujetos.

La categoría *Noticieros del Sistema Nacional de Televisión* fue ubicada en el tercer lugar en cuanto a su importancia ideológica, comunicativa y estratégica debido a que la televisión estatal no presenta los niveles de teleaudiencia ni la antigüedad del noticiero líder de Televisa. Cabe mencionar que en esta categoría se incluyó el noticiero *Enlace*, de canal 11, por estimar que, en la época de realización del estudio, era parte del proyecto gubernamental de difusión televisiva, materializado en lo que conformaba el Sistema Nacional de Televisión. Finalmente, esta categoría agrupó a 88 sujetos.

La categoría *Noticieros de Estados Unidos o transmitidos por cable y nacionales* agrupaba a las respuestas que incluían noticieros de Estados Unidos o vía cable en conjunción con noticieros de las dos cadenas ya citadas. Un total de 46 sujetos dieron una respuesta que podía incluirse en esta categoría, la cual pasó a ocupar el cuarto lugar merced a que la influencia que puedan alcanzar las emisiones televisivas de los grupos dominantes nacionales se vería potencialmente contrarrestada por la presencia de emisiones noticiosas provenientes de otro país. Conviene aclarar también que cuando en alguna respuesta aparecían mencionados dos noticieros de Televisa o Imediación en el primero y tercer lugares, mediados por un noticiero de Estados Unidos o vía cable, la respuesta se incluía en las categorías correspondientes a noticieros de Televisa o de Imediación.

En una primera etapa se tenía pensado construir la categoría *24 Horas y Noticieros del Sistema Nacional de Televisión* con los sujetos que mencionaran a dicho noticiero en primer lugar y otro u otros telediarios de lo que en aquel entonces era la televisión estatal. Tal categoría estaba destinada a ocupar el lugar hipotético donde la posible influencia ideológica de *24 Horas* comenzara a diluirse; no obstante, esta categoría sólo alcanzó un porcentaje de aproximadamente 2% del total, por lo que se decidió retirarla del análisis. Esta situación se repitió con la categoría *Noticieros de Televisa y del Sistema Nacional de Televisión*, puesto que únicamente alcanzó un porcentaje de 1,5%. Una situación idéntica se produjo con la categoría *Noticieros del*

Sistema Nacional de Televisión y de Televisa, que tan sólo alcanzó un porcentaje de ocurrencia que apenas se acercó al 3%. También hubo una categoría que pretendió agrupar la combinación formada por el noticiero 24 Horas y noticieros de Estados Unidos o vía cable; empero, sólo cinco sujetos proporcionaron respuestas que se incluyeron en esta categoría, razón que motivó su exclusión del análisis.

Preferencia de noticieros radiofónicos. Por lo que respecta a esta variable, la situación resultó más sencilla debido a que las preferencias se inclinaron hacia grupos radiofónicos bien definidos. Esto se mostró en la notable preferencia por programas y estaciones de la cadena *Radio Programas de México*, ya que un total de 198 sujetos emitieron respuestas que se podían incluir en esta categoría. Por consiguiente, se consideró que la cadena mencionada ejercía la influencia dominante al interior del sistema radiofónico; aunque por no contar con los análisis de contenido necesarios, no fue posible determinar si dicho consorcio manifiesta una postura favorable al gobierno. Tampoco se contó con jueces con preparación universitaria que estuvieran seguros de la postura hacia el gobierno de las emisiones radiofónicas, porque según ellos, sólo escuchaban una estación; pero no varias.

Como mera información, Radio Programas de México incluye a Radio Red 1110 AM, que es la que se encarga de transmitir *Monitor*, programa noticioso de larga duración, cuyo conductor es José Gutiérrez Vivó. También forman parte de Radio Programas de México VIP 88.1 FM y Alfa 91.3 FM.

En el primer paso se agruparon todas las alusiones a programas y estaciones de radio pertenecientes a Radio Programas de México. Posteriormente se quiso efectuar una codificación similar a las que se habían realizado con las preferencias de periódicos y de noticieros televisivos, es decir, creando la categoría *Noticieros de Radio Programas de México y otros*, que abarcó a aquellas respuestas que mencionaban un programa o estación de tal cadena en primer lugar y otro programa o estación de algún otro consorcio; sin embargo, la frecuencia que alcanzó esta categoría fue sumamente baja, puesto que sólo 22 sujetos dieron respuestas que podían incluirse en esta categoría. Como consecuencia de ello, se decidió que la categoría *Noticieros de Radio Programas de México y otros* incluyera también a las respuestas que mencionaban únicamente a programas y estaciones de *Radio Programas de México*.

La siguiente cadena que obtuvo valores altos en cuanto a preferencia de sus estaciones y programas noticiosos fue Grupo Stereorey y FM Globo; aunque muy lejos de las magnitudes de Radio Programas de México (ver sección de resultados). Por lo que concierne al proceso de su codificación, éste se

52 CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

efectuó de manera idéntica que en el caso de la cadena anterior; se tuvo un valor relativamente alto de sujetos (74) que proporcionaban respuestas que se inclufan en la categoría *Noticieros del Grupo Stereorey y FM Globo* y un número bajo de sujetos (9) que mencionaban en primer lugar a programas de dicho consorcio y de otros. Por tal razón, se agruparon en la categoría *Noticieros del Grupo Stereorey-FM Globo y otros* a los sujetos que se hallaban en una u otra situación (ver sección de resultados).

Los 145 sujetos que expresaron preferencias radiofónicas demasiado heterogéneas o que mencionaban diversas estaciones en primer lugar seguidas de programas o estaciones de los grupos antes citados fueron agrupados en la categoría *otros noticieros radiofónicos o estaciones*. En virtud de que no se podía establecer ninguna tendencia manifiesta en esta categoría, se decidió ubicarla en segundo lugar, por lo que la codificación final de esta variable resultó como sigue: *estaciones y programas de Radio programas de México y otros*, en primer lugar con 220 sujetos; *otras estaciones y programas*, en segundo lugar con 145 sujetos; y *estaciones y programas del Grupo Stereorey-FM Globo*, en tercer lugar, agrupando a 83 sujetos.

Medio para obtener información sobre los asuntos de la UNAM. El criterio de codificación para esta variable se estructuró ordenando los distintos medios de acuerdo con su grado de desarrollo tecnológico y su consiguiente posibilidad de verificación referencial. Hubiera resultado de gran ayuda contar con algún tipo de información que pudiera expresar cuál o cuáles de los medios que fueron seleccionados por los sujetos ostentan una posición más favorable hacia el gobierno; sin embargo, la investigación que proporcione esta información no ha sido desarrollada aún, por lo que se pensó que si esta variable —por sí misma o en combinación con otras— hubiera explicado en el análisis de regresión proporciones importantes de varianza en la variable dependiente, habría brindado la posibilidad de concluir que al incrementarse la sofisticación tecnológica del medio de comunicación y su posibilidad de brindar la verificación referencial, mayor sería la inclinación de los grupos dominantes de la iniciativa privada y el gobierno para emplearlos como vehículos para difundir su proyecto de sociedad, destacando a la UNAM como uno de los sectores que se oponen a dicho proyecto. Con base en lo aquí expuesto, y de acuerdo con el criterio antes señalado, la codificación inicial y las frecuencias obtenidas en cada una de las categorías correspondientes resultaron:

- *Televisión* (46 sujetos);
- *Televisión-otros medios* (28 sujetos);
- *Radio* (29 sujetos);
- *Radio-otros medios* (12 sujetos);

- Periódicos (119 sujetos);
- Periódicos-otros medios (89 sujetos);
- Revistas varios tipos (8 sujetos);
- Revistas de varios tipos-otros medios (14 sujetos);
- Publicaciones UNAM (56 sujetos);
- Publicaciones UNAM-otros medios (12 sujetos);
- Medios interpersonales (36 sujetos);
- Medios interpersonales-otros medios (11 sujetos).

Evidentemente, la televisión implica el mayor grado de sofisticación tecnológica y la mayor posibilidad de verificación referencial, es decir, puede situar al individuo en el «aquí y ahora». El siguiente puesto en estas cualidades lo ocupa el radio debido a que no proporciona el recurso visual. A continuación, se ubican los periódicos, ya que, normalmente, éstos ofrecen el relato de los hechos «un día después». Las revistas como *Proceso*, *Época*, *Quehacer Político*, *Mira*, etc. emplean un grado menor de sofisticación tecnológica que el de los periódicos y de los medios electrónicos. Igualmente, y en su gran mayoría, su emisión es semanal, por lo que su grado de verificación referencial disminuye aun más al compararlas con los periódicos.

El siguiente lugar en la ordenación corresponde a las publicaciones de la UNAM. Obviamente, su grado de complejidad tecnológica es mucho menor que la de los medios anteriores, y las emisiones son variables en su periodicidad; de aquí que sus posibilidades de verificación referencial sean menores. Por carecer de algún tipo de sofisticación tecnológica y por constituirse en el medio de verificación vicaria por excelencia, se ubican los medios interpersonales, los cuales incluyen la transmisión y recepción de rumores, las pláticas con alumnos o profesores de la UNAM, las charlas con compañeros o maestros de la propia institución, etc.

Al igual que en las codificaciones anteriores, se había tenido pensado crear categorías exclusivas de cada medio y crear las categorías intermedias como *Televisión-otros medios*, *Radio-otros medios*, *Periódicos-otros medios*, *Revistas de varios tipos-otros medios*, *Publicaciones UNAM-otros medios* y *Medios interpersonales-otros medios*; sin embargo, y en su gran mayoría, estas categorías alcanzaron valores escasos de frecuencia, por lo que se decidió que, en algunos casos, estas categorías incluyeran también los valores de frecuencia obtenidos en la preferencia de cada medio por separado. Las excepciones a este criterio se produjeron en las categorías *Revistas de varios tipos* y *Revistas de varios tipos y otros medios* ya que por las bajas frecuencias alcanzadas (ocho y 14 sujetos respectivamente) tuvieron que ser excluidas del análisis. Una situación contraria ocurrió en la categoría *periódicos-otros medios* en virtud de su alto valor de frecuencia, (que alcanzó

54 CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA

89 sujetos), lo cual motivó que se decidiera incorporarla como una categoría independiente de la de periódicos exclusivamente. La codificación final de esta variable resultó como se exhibe a continuación:

- *Televisión y otros medios* (74 sujetos);
- *Radio y otros medios* (41 sujetos);
- *Periódicos* (119 sujetos);
- *Periódicos y otros medios* (89 sujetos);
- *Publicaciones de la UNAM y otros medios* (68 sujetos);
- *Medios interpersonales y otros medios* (47 sujetos).

Otro aspecto digno de considerar es que cuando los sujetos anotaban como respuesta «prensa», se decidió incluirla en la categoría de periódicos, ya que hablar de la prensa o de la historia de la prensa es hablar del periódico o de la historia del mismo. Esto sale a colación porque podría pensarse que las revistas informativas también son prensa, pero su aplicación como recursos periodísticos no posee la antigüedad de los periódicos.

La variable *nivel socioeconómico* se codificó ordenando las categorías desde el máximo nivel al más bajo. Los profesionistas, maestros universitarios, los ejecutivos, los empresarios y los comerciantes ocuparon el primer lugar en la variable mencionada. A continuación, se ubicaron los empleados y los estudiantes que, aparte de sus labores académicas, efectuaban algún tipo de trabajo calificado. El último puesto fue ocupado por aquellas personas que no poseen participación económica, es decir, los estudiantes de tiempo completo, los jubilados y las amas de casa. La suma de estas tres categorías alcanzó un total de 591 sujetos y aunque hubo nueve sujetos que podían incluirse en otras tres categorías, se decidió separarlos del análisis porque dichas categorías estaban lejos de alcanzar una proporción significativa (ver sección de resultados).

CAPÍTULO 4

Resultados

Antes de proceder con la revisión y reflexión de la información numérica que se proporciona en este apartado, se requiere tener en cuenta que en virtud del ingente número de análisis que pueden efectuarse a partir de la también considerable cantidad de datos que han emanado de la presente investigación, se ha optado por realizar aquellos que fueron pertinentes para comprobar o refutar las hipótesis del presente trabajo, o los que arrojen información para sugerir nuevos planteamientos acerca del tema en cuestión.

REDES SEMÁNTICAS

La selección de las 30 palabras que conformaron los reactivos del cuestionario se llevó a cabo a partir de las que aparecieron con mayor frecuencia en las redes semánticas correspondientes a los términos estímulo *prestigio* y *prestigio académico*. Las redes semánticas de cada muestra tendieron a mostrar no pocas diferencias de una a otra, por lo que el número total de palabras se incrementó notoriamente. Como consecuencia de ello, puede parecer que las frecuencias de aparición de algunas de las 30 palabras que se seleccionaron para el cuestionario final resultan demasiado bajas; sin embargo, representan la semejanza dentro de la vasta heterogeneidad que se observó en esta etapa del análisis.

Como se aprecia en la tabla 4.1, las palabras definidoras que tuvieron un consenso cuasi-universal fueron *calidad* y *excelencia*, ya que la primera apareció en las 12 redes semánticas referentes a *prestigio* y en 11 de las de *prestigio académico*, mientras que la segunda se manifestó en siete de las redes pertenecientes a *prestigio* y en 10 de las de *prestigio académico*. Igualmente, sus valores «M» totales tendieron a ser de los más altos dentro de cada una de las redes.

TABLA 4.1

PALABRA	PRESTIGIO	P. ACAD.	PALABRA	PRESTIGIO	P. ACAD.
1. Abolengo	4	1	16. Imagen	6	3
2. Calidad	12	11	17. Liderazgo	2	1
3. Capacidad	1	4	18. Nivel	4	6
4. Conocimiento	1	7	19. Poder	5	0
5. Cultura	4	9	20. Preparación	2	6
6. Dedicación	1	4	21. Profesionalismo	1	6
7. Desarrollo	2	6	22. Reconocimiento	10	3
8. Dinero	3	1	23. Respeto	5	2
9. Distinción	8	2	24. Responsabilidad	2	6
10. Estatus	8	1	25. Seriedad	1	3
11. Estudio	1	3	26. Sobresaliente	2	2
12. Excelencia	7	10	27. Sobresalir	3	2
13. Éxito	3	2	28. Superación	4	7
14. Fama	9	3	29. Trabajo	3	5
15. Honorabilidad	5	1	30. Tradición	3	5

Se pensaba inicialmente que la idea de *prestigio* remitiría a aspectos básicamente positivos; empero, de las 12 redes semánticas realizadas (una por grupo) hubo seis en donde las palabras neutrales igualaron o, incluso, superaron a las positivas. Los niveles de significación alcanzados al efectuar la prueba *chi cuadrada* fueron siempre menores a 0,01 debido al efecto de los bajos valores de frecuencia alcanzados por las definidoras negativas (tabla 4.2).

Tabla 4.2 (Prestigio)

GRUPO	DEFINIDORAS	POSITIVAS	NEUTRALES	NEGATIVAS	GI	Niv. X ²	
UNAM	H	107	63	36	8	2	<0,01
	M	85	49	31	5	2	<0,01
UAM	H	99	41	48	10	2	<0,01
	M	82	43	32	7	2	<0,01
U. Ibero.	H	78	37	37	4	2	<0,01
	M	77	33	41	3	2	<0,01
ITESM	H	62	23	37	2	2	<0,01
	M	66	29	37	0	2	<0,01
U. Ana.	H	72	38	31	3	2	<0,01
	M	54	28	24	2	2	<0,01
Clavería	H	89	54	35	0	2	<0,01
	M	48	24	24	0	2	<0,01

H= Hombres M= Mujeres

A diferencia de lo que ocurre con *prestigio*, queda claro que el *prestigio académico*, (tabla 4.3) remite con mayor frecuencia a elementos o aspectos positivos, ya que solamente en uno de los 12 grupos (el perteneciente a los hombres de la Universidad Anáhuac), las palabras evaluadas como neutrales

superaron a las positivas. Al igual que en los valores obtenidos en la red semántica de *prestigio*, las palabras consideradas como negativas mostraron frecuencias de aparición sumamente bajas, lo que aunado al correspondiente efecto producido por las diferencias existentes entre las definidoras positivas y neutrales, ocasionó que los niveles de significación alcanzados, al realizar la prueba *chi cuadrada*, fueran, en su totalidad, menores a 0,01.

Tabla 4.3 (Prestigio académico)

GRUPO		DEFINIDORAS	POSITIVAS	NEUTRALES	NEGATIVAS	GI	Niv. X ²
UNAM	H	114	68	39	7	2	<0,01
	M	102	65	28	9	2	<0,01
UAM	H	103	56	36	11	2	<0,01
	M	78	44	31	3	2	<0,01
UIA	H	96	50	42	4	2	<0,01
	M	78	48	29	1	2	<0,01
ITESM	H	75	49	24	2	2	<0,01
	M	69	39	28	2	2	<0,01
UA	H	68	23	41	4	2	<0,01
	M	66	47	19	0	2	<0,01
Clavería	H	100	59	41	0	2	<0,01
	M	55	44	11	0	2	<0,01

H = Hombres M = Mujeres

EVALUACIÓN DE PROMEDIOS POR REACTIVO

Como quedó establecido en la parte metodológica, con las 30 palabras que aparecieron con mayor frecuencia en ambas redes semánticas se construyó un cuestionario basado en la escala de Likert. Cada palabra conformó un reactivo en el que se medía una cualidad específica de la institución que era evaluada. En esta sección se presentan los promedios alcanzados en cada reactivo y las diferencias que se manifestaron entre los colegios que formaron parte del presente estudio.

Recurriendo al apéndice número 1, se observa que en 28 de los 30 reactivos el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey alcanzó los promedios más altos; únicamente en los reactivos *cultura* y *tradición* no pudo conseguirlo. En el primero de ellos, ocupó el segundo sitio (con una media de 5,511) abajo de la Universidad Iberoamericana (cuya media fue de 5,514). En el reactivo *tradición* se situó en el tercer lugar, por debajo de la UNAM y de la Universidad Iberoamericana, las que obtuvieron los lugares primero y segundo, respectivamente.

58 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

Al efectuar una comparación entre las evaluaciones otorgadas por la UAM y la UNAM a las instituciones particulares, se observa que en 18 de los 29 reactivos en que una institución particular alcanzó la media total más alta, los estudiantes de la UAM otorgaron la media más baja, mientras que los alumnos de la UNAM no lo hicieron en ninguno. Esto refleja que los estudiantes de la UAM manifestaron mayor severidad al evaluar a las universidades particulares (ver apéndice 1).

En nueve de los 30 reactivos, la UNAM recibió la media más baja, mientras que la UAM lo hizo en 13 (ver apéndice 1). Por su parte, la Universidad Anáhuac obtuvo dicho lugar en ocho. Podría pensarse que debido a que se tuvo un mayor número de escuelas particulares, resultaba lógico que alguna de ellas ocupara el primer lugar; sin embargo, este es un punto que requiere un análisis más detallado, sobre todo cuando se analiza la comparación entre los valores que los estudiantes de universidades públicas otorgaron a sus colegios y los concedidos a las universidades privadas.

Las calificaciones con las que los estudiantes de la UNAM evaluaron a su propia institución fueron, en promedio, menores a las que proporcionaron al Tecnológico de Monterrey. Teniendo en consideración los 29 reactivos en los que una escuela particular obtuvo el promedio más alto (exceptuando *tradición*), los alumnos de la UNAM concedieron, en 27 reactivos, una media menor a su propia institución; las excepciones se produjeron en los reactivos *conocimiento* y *cultura*, en donde ellos evaluaron a su colegio con promedios de 5,70 y 5,91, mientras que para el Tecnológico de Monterrey fueron de 5,69 y 5,25, en el mismo orden. Las diferencias entre los promedios que los alumnos de la UNAM otorgaron a su *alma mater* y los concedidos al Tecnológico de Monterrey se exhiben en la tabla 4.4.

Como se puede observar en la misma tabla, las mayores diferencias a favor del Tecnológico de Monterrey se producen en los reactivos *dinero*, *estatus*, *imagen* y *trabajo*, mientras que en el resto de los reactivos favorables a dicho colegio, las diferencias disminuyen, alcanzando valores inferiores a la unidad en todos los casos. Incluso, las diferencias llegan a ser tan pequeñas como en los reactivos *abolengo* y *liderazgo*.

Realizando la misma comparación, pero ahora con los valores concedidos por los alumnos de la UNAM a la Universidad Iberoamericana, se observan diferencias notables con respecto a la situación que prevaleció en el caso del Tecnológico de Monterrey (tabla 4.5).

TABLA 4.4
UNAM con respecto al ITESM
(CONSTRUIDA A PARTIR DEL APÉNDICE 1)

REACTIVO	UNAM	ITESM	DIF.	REACTIVO	UNAM	ITESM	DIF.
1. Abolengo	5,53	5,68	0,15	16. Imagen	4,85	6,36	1,51
2. Calidad	5,10	5,91	0,81	17. Liderazgo	5,61	5,68	0,07
3. Capacidad	5,61	5,73	0,12	18. Nivel	5,21	5,92	0,71
4. Conocimiento	5,70	5,69	0,01	19. Poder	5,37	6,19	0,82
5. Cultura	5,91	5,25	0,66	20. Preparación	5,23	5,86	0,63
6. Dedicación	5,17	5,85	0,68	21. Profesionalismo	5,34	5,81	0,47
7. Desarrollo	5,17	5,80	0,63	22. Reconocimiento	5,87	6,30	0,43
8. Dinero	2,74	6,69	3,95	23. Respeto	5,30	5,91	0,61
9. Distinción	5,49	6,10	0,61	24. Responsabilidad	5,05	5,78	0,73
10. Estatus	4,22	6,51	2,29	25. Seriedad	5,10	5,82	0,72
11. Estudio	5,26	5,62	0,36	26. Sobresaliente	5,49	5,87	0,38
12. Excelencia	5,30	5,81	0,51	27. Sobresalir	5,18	5,84	0,66
13. Éxito	5,21	6,10	0,89	28. Superación	5,30	5,81	0,51
14. Fama	6,12	6,52	0,40	29. Trabajo	4,50	6,04	1,54
15. Honorabilidad	5,12	5,67	0,55	30. Tradición	6,33	4,70	1,63

Los números en negritas indican una diferencia favorable para la universidad pública.

En primer término, se observa una mayor cantidad de reactivos en los que los promedios otorgados por los estudiantes de la UNAM a su institución superan a los del plantel mencionado. Esta situación se produjo en seis reactivos, es decir, *abolengo*, *capacidad*, *conocimiento*, *cultura*, *tradición* y *liderazgo*; en tanto que en el reactivo *sobresaliente* no hubo diferencia.

TABLA 4.5
UNAM con respecto a la UIA
(CONSTRUIDA A PARTIR DEL APÉNDICE 1)

REACTIVO	UNAM	UIA	DIF.	REACTIVO	UNAM	UIA	DIF.
1. Abolengo	5,53	5,40	0,13	16. Imagen	4,85	5,95	1,10
2. Calidad	5,10	5,44	0,34	17. Liderazgo	5,61	5,42	0,19
3. Capacidad	5,61	5,19	0,42	18. Nivel	5,21	5,54	0,33
4. Conocimiento	5,70	5,35	0,35	19. Poder	5,37	5,77	0,40
5. Cultura	5,91	5,00	0,91	20. Preparación	5,23	5,46	0,23
6. Dedicación	5,17	5,42	0,25	21. Profesionalismo	5,34	5,43	0,09
7. Desarrollo	5,17	5,45	0,28	22. Reconocimiento	5,87	6,02	0,15
8. Dinero	2,74	6,38	3,64	23. Respeto	5,30	5,43	0,13
9. Distinción	5,49	5,71	0,22	24. Responsabilidad	5,05	5,32	0,27
10. Estatus	4,22	6,30	2,08	25. Seriedad	5,10	5,33	0,23
11. Estudio	5,26	5,38	0,12	26. Sobresaliente	5,49	5,49	0,00
12. Excelencia	5,30	5,36	0,06	27. Sobresalir	5,18	5,60	0,42
13. Éxito	5,21	5,89	0,67	28. Superación	5,30	5,55	0,25
14. Fama	6,12	6,21	0,09	29. Trabajo	4,50	5,61	1,11
15. Honorabilidad	5,12	5,32	0,20	30. Tradición	6,33	4,86	1,47

Los números en negritas indican una diferencia favorable para la universidad pública.

60 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

Por otra parte, al comparar estos valores con los que se exhiben en la tabla 4.4, es posible detectar que las diferencias favorables a la escuela particular disminuyen. Por ejemplo, la diferencia entre promedios favorable al Tecnológico de Monterrey en el reactivo *calidad* fue 0,81, mientras que para la Universidad Iberoamericana dicho valor resultó igual a 0,34.

Al realizar la misma comparación con la Universidad Anáhuac, se detecta una total inversión de lo observado en los dos planteles anteriores. Aquí, los estudiantes de la UNAM calificaron a su escuela con valores más altos que los que proporcionaron a la universidad privada. Solamente en los reactivos *dinero*, *imagen* y *trabajo* ocurrió lo contrario (ver tabla 4.6).

TABLA 4.6
UNAM con respecto a la U. ANÁHUAC
(CONSTRUIDA A PARTIR DEL APÉNDICE 1)

REACTIVO	UNAM	UA	DIF.	REACTIVO	UNAM	UA	DIF.
1. Abolengo	5,53	4,93	0,60	16. Imagen	4,85	5,57	0,72
2. Calidad	5,10	4,93	0,17	17. Liderazgo	5,61	4,40	1,21
3. Capacidad	5,61	4,80	0,81	18. Nivel	5,21	5,07	0,14
4. Conocimiento	5,70	4,88	0,82	19. Poder	5,37	5,04	0,33
5. Cultura	5,91	4,48	1,43	20. Preparación	5,23	4,92	0,31
6. Dedicación	5,17	4,64	0,53	21. Profesionalismo	5,34	4,94	0,40
7. Desarrollo	5,17	5,06	0,11	22. Reconocimiento	5,87	5,11	0,76
8. Dinero	2,74	6,28	3,54	23. Respeto	5,30	5,07	0,23
9. Distinción	5,49	5,15	0,34	24. Responsabilidad	5,05	4,86	0,19
10. Estatus	4,22	5,86	1,64	25. Seriedad	5,10	4,97	0,13
11. Estudio	5,26	4,71	0,55	26. Sobresaliente	5,49	4,99	0,50
12. Excelencia	5,30	4,85	0,45	27. Sobresalir	5,18	4,99	0,19
13. Éxito	5,21	4,71	0,50	28. Superación	5,30	4,83	0,47
14. Fama	6,12	5,70	0,42	29. Trabajo	4,50	5,14	0,64
15. Honorabilidad	5,12	4,46	0,66	30. Tradición	6,33	4,15	2,18

Los números en negritas indican una diferencia favorable para la universidad pública.

Analizando las diferencias que se produjeron entre los promedios de las calificaciones que los estudiantes de la UAM otorgaron a su propia institución con respecto a las concedidas al Tecnológico de Monterrey (tabla 4.7), aparecen semejanzas con los valores provenientes de los estudiantes de la UNAM, ya que en la mayoría de los reactivos, los estudiantes de la UAM otorgaron, en promedio, valores superiores a la escuela particular aludida; no obstante, es necesario puntualizar en algunos aspectos.

A diferencia de los estudiantes de la UNAM, el único reactivo en el que los estudiantes de la UAM otorgaron a su colegio una media superior a la del Tecnológico de Monterrey fue *cultura*. Paralelamente, y dejando de lado este

mismo reactivo y *conocimiento* (en los que los estudiantes de la UNAM proporcionaron a su institución una media superior), si se comparan las diferencias mutuas entre los estudiantes de la UAM y la UNAM con respecto al Tecnológico de Monterrey (tablas 4.4 y 4.7,) es posible apreciar que en 17 de los 26 reactivos restantes, los promedios otorgados por los alumnos de la UAM hacia su institución fueron más bajos que los concedidos por los alumnos de la UNAM hacia la propia; sin embargo, las mayores diferencias que se dan entre las dos universidades públicas en relación con el Tecnológico de Monterrey se produjeron en los siguientes reactivos: *Abolengo* (UNAM: 0,15; UAM: 2,15), *Excelencia* (UNAM: 0,51; UAM: 1,06), *Éxito* (UNAM: 0,89; UAM: 1,62), *Fama* (UNAM: 0,40; UAM: 2,19), *liderazgo* (UNAM: 0,07; UAM: 1,27), *Poder* (UNAM: 0,82; UAM: 2,42), *reconocimiento* (UNAM: 0,43; UAM: 1,60), *respeto* (UNAM: 0,61; UAM: 1,32), *trabajo* (UNAM: 1,54; UAM: 0,83).

TABLA 4.7
UAM con respecto al ITESM
(CONSTRUIDA A PARTIR DEL APÉNDICE 1)

REACTIVO	UAM	ITESM	DIF.	REACTIVO	UAM	ITESM	DIF.
1. Abolengo	3,81	5,96	2,15	16. Imagen	4,60	6,32	1,72
2. Calidad	5,05	5,70	0,65	17. Liderazgo	4,54	5,81	1,27
3. Capacidad	5,29	5,49	0,20	18. Nivel	5,08	5,91	0,83
4. Conocimiento	5,35	5,48	0,13	19. Poder	3,91	6,33	2,42
5. Cultura	5,22	4,96	0,26	20. Preparación	5,00	5,56	0,56
6. Dedicación	5,03	5,48	0,45	21. Profesionalismo	4,98	5,67	0,69
7. Desarrollo	4,90	5,52	0,62	22. Reconocimiento	4,83	6,43	1,60
8. Dinero	3,07	6,55	3,48	23. Respeto	4,66	5,98	1,32
9. Distinción	4,95	6,20	1,25	24. Responsabilidad	4,90	5,50	0,60
10. Estatus	4,16	6,58	2,42	25. Seriedad	4,95	5,62	0,67
11. Estudio	5,15	5,38	0,23	26. Sobresaliente	4,82	5,75	0,93
12. Excelencia	4,56	5,62	1,06	27. Sobresalir	4,81	5,69	0,88
13. Éxito	4,60	6,22	1,62	28. Superación	5,13	5,61	0,48
14. Fama	4,27	6,46	2,19	29. Trabajo	4,96	5,79	0,83
15. Honorabilidad	4,62	5,54	0,92	30. Tradición	3,95	5,51	1,56

Los números en negritas indican una diferencia favorable para la universidad pública.

Al observar las mismas diferencias, pero esta vez con respecto a la Universidad Iberoamericana (tabla 4.8), se advierte una disminución en los reactivos que alcanzaron un valor favorable a la institución privada, ya que fueron cuatro los reactivos en donde los alumnos de la UAM evaluaron a su institución con calificaciones más elevadas, en promedio, que las proporcionadas a tal universidad. Dichos reactivos fueron *capacidad*, *conocimiento*, *cultura*, y *estudio*.

62 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

TABLA 4.8
UAM con respecto a la UIA
(CONSTRUIDA A PARTIR DEL APÉNDICE 1)

REACTIVO	UAM	UIA	DIF.	REACTIVO	UAM	UIA	DIF.
1. Abolengo	3,81	5,73	1,92	16. Imagen	4,60	6,07	1,47
2. Calidad	5,05	5,25	0,20	17. Liderazgo	4,54	5,42	0,88
3. Capacidad	5,29	4,91	0,38	18. Nivel	5,08	5,33	0,25
4. Conocimiento	5,35	4,97	0,38	19. Poder	3,91	6,05	2,14
5. Cultura	5,22	4,77	0,45	20. Preparación	5,00	5,09	0,09
6. Dedicación	5,03	5,19	0,16	21. Profesionalismo	4,98	5,19	0,21
7. Desarrollo	4,90	5,29	0,39	22. Reconocimiento	4,83	6,06	1,23
8. Dinero	3,07	6,50	3,43	23. Respeto	4,66	5,47	0,81
9. Distinción	4,95	5,79	0,84	24. Responsabilidad	4,90	5,07	0,17
10. Estatus	4,16	6,18	2,02	25. Seriedad	4,95	5,08	0,13
11. Estudio	5,15	5,05	0,10	26. Sobresaliente	4,82	5,29	0,47
12. Excelencia	4,56	5,20	0,64	27. Sobresalir	4,81	5,29	0,48
13. Éxito	4,60	5,84	1,24	28. Superación	5,13	5,22	0,09
14. Fama	4,27	6,35	2,08	29. Trabajo	4,96	5,26	0,30
15. Honorabilidad	4,62	5,11	0,49	30. Tradición	3,95	5,27	1,32

Los números en negritas indican una diferencia favorable para la universidad pública.

Si se comparan los reactivos en que los alumnos de la UAM concedieron promedios superiores a la Universidad Iberoamericana y al Tecnológico de Monterrey, se advierte que esta última institución obtuvo las mayores diferencias a favor en la totalidad de ellos. Por ejemplo, la diferencia favorable al Tecnológico de Monterrey en el reactivo *abolengo* fue de 2,15, mientras que para la Universidad Iberoamericana resultó igual a 1,92; en el reactivo *calidad* la diferencia a favor del Tecnológico de Monterrey alcanzó un valor de 0,65, y para la Universidad Iberoamericana fue 0,20 (comparar tablas 4.7 y 4.8).

Cotejando los valores que proporcionaron los estudiantes de la UAM hacia la Universidad Iberoamericana con los que los alumnos de la UNAM otorgaron a la misma institución (tabla 4.5), se observa que éstos concedieron a su institución un promedio superior en seis reactivos, es decir, *abolengo*, *capacidad*, *conocimiento*, *cultura*, *liderazgo* y *tradición*. En el reactivo *sobresaliente* los promedios resultaron iguales.

Al separar los reactivos en donde ya sea la UNAM o la UAM obtuvieron diferencias entre promedios favorables a su institución, se aprecia que las mayores diferencias entre ambas escuelas públicas con respecto a la Universidad Iberoamericana se dan en los reactivos *distinción* (UNAM: 0,22; UAM: 0,84), *excelencia* (UNAM: 0,06; UAM: 0,64), *éxito* (UNAM: 0,67; UAM: 1,24), *fama* (UNAM: 0,09; UAM: 2,08), *poder* (UNAM: 0,40; UAM: 2,14), *reconocimiento* (UNAM: 0,15; UAM: 1,23) y *trabajo* (UNAM: 1,11; UAM: 0,30).

EVALUACIÓN DE PROMEDIOS POR REACTIVO 63

Con respecto a la Universidad Anáhuac, los alumnos de la UAM otorgaron en 15 reactivos referentes a su plantel promedios mayores que los que concedieron a dicha universidad (en uno de ellos, los promedios fueron iguales). Incluso, se puede ver que algunas diferencias que en la evaluación del Tecnológico de Monterrey y de la Universidad Iberoamericana eran respetables, tienden a disminuir. A manera de ejemplificación, se pueden citar los reactivos *estatus*, *éxito* y *poder* (tabla 4.9).

TABLA 4.9
UAM con respecto a la U. ANÁHUAC
(CONSTRUIDA A PARTIR DEL APÉNDICE 1)

REACTIVO	UAM	UA	DIF.	REACTIVO	UAM	UA	DIF.
1. Abolengo	3,81	5,13	1,32	16. Imagen	4,60	5,57	0,97
2. Calidad	5,05	4,71	0,34	17. Liderazgo	4,54	4,48	0,06
3. Capacidad	5,29	4,41	0,88	18. Nivel	5,08	4,61	0,47
4. Conocimiento	5,35	4,40	0,95	19. Poder	3,91	5,62	1,71
5. Cultura	5,22	4,08	1,14	20. Preparación	5,00	4,49	0,51
6. Dedicación	5,03	4,27	0,76	21. Profesionalismo	4,98	4,59	0,39
7. Desarrollo	4,90	4,71	0,19	22. Reconocimiento	4,83	5,20	0,37
8. Dinero	3,07	6,29	3,22	23. Respeto	4,66	5,02	0,36
9. Distinción	4,95	5,18	0,23	24. Responsabilidad	4,90	4,56	0,34
10. Estatus	4,16	5,97	1,81	25. Seriedad	4,95	4,78	0,17
11. Estudio	5,15	4,47	0,68	26. Sobresaliente	4,82	4,82	0,00
12. Excelencia	4,56	4,52	0,04	27. Sobresalir	4,81	4,88	0,07
13. Éxito	4,60	4,74	0,14	28. Superación	5,13	4,42	0,71
14. Fama	4,27	5,79	1,52	29. Trabajo	4,96	5,01	0,05
15. Honorabilidad	4,62	4,38	0,24	30. Tradición	3,95	4,62	0,67

Los números en negritas indican una diferencia favorable para la universidad pública.

Comparando los reactivos en los que los promedios proporcionados por estudiantes de la UNAM y la UAM favorecieron a sus respectivas instituciones, se observa que la mayor diferencia en relación con la Universidad Anáhuac se produce en el reactivo *liderazgo*. En él, la media que se obtuvo de los estudiantes de la UAM con respecto a su institución superó a la de la Universidad Anáhuac por tan sólo 0,06; en cambio, el promedio obtenido en dicho reactivo por parte de los estudiantes de la UNAM hacia su propio colegio excede al otorgado a la Universidad Anáhuac por un margen de 1,21.

Enfocando la atención en las universidades particulares, las comparaciones que se dan entre ellas arrojan, asimismo, información relevante. En 14 de los 28 reactivos en que el Tecnológico de Monterrey alcanzó la media total mayor, los alumnos de esta institución se asignaron «a sí mismos» el promedio más elevado. Por su parte, los alumnos de la Universidad Anáhuac concedieron al Tecnológico de Monterrey el promedio mayor en 11 reactivos; los de la UAM lo hicieron en dos y los de la UNAM en uno. Por lo que atañe a la

64 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

Universidad Iberoamericana, sus alumnos concedieron a dicha institución la media más alta en el único reactivo en que alcanzaron el promedio total más alto, es decir, *cultura* (ver apéndice 1).

Al analizar las evaluaciones que se originaron en los colonos de Clavería (tablas 4.10 A, 4.10 B y 4.10 C), se nota una marcada inclinación a conceder a las escuelas particulares promedios superiores a los de las instituciones públicas. Esto se demuestra cuando la UNAM obtuvo en 15 reactivos el penúltimo promedio, y en siete obtuvo la media más baja.

En alusión a la UAM, dichas tendencias se toman más acentuadas, puesto que en 23 reactivos sus promedios fueron los más bajos, y sólo en siete ocuparon el cuarto lugar. Asimismo, 21 de sus promedios fueron inferiores a 5, y únicamente en nueve reactivos las medias igualaron o superaron dicho valor.

La Universidad Anáhuac fue, de las escuelas particulares, la peor evaluada por los habitantes de la colonia Clavería, ya que los promedios que obtuvo en 22 reactivos se ubicaron en tercer lugar; igualmente, en siete reactivos alcanzó la cuarta posición.

El segundo lugar por excelencia para los habitantes de la localidad en cuestión fue la Universidad Iberoamericana, ya que sus promedios ocuparon el segundo lugar en 27 reactivos; sólo en tres obtuvo el tercero.

La institución que para el grupo mencionado reúne prácticamente todas las virtudes del prestigio es el Tecnológico de Monterrey, ya que en 29 reactivos obtuvo la media superior.

TABLA 4.10 A
(CONSTRUIDA A PARTIR DE LA INFORMACIÓN DEL APÉNDICE 1)

REACTIVOS	ITESM	UIA	U. Anáhuac	UNAM	UAM
1. Abolengo	6,06	5,62	5,18	5,63	4,06
2. Calidad	6,36	5,64	5,43	4,82	4,95
3. Capacidad	6,20	5,56	5,34	5,37	4,94
4. Conocimiento	6,25	5,62	5,34	5,31	5,03
5. Cultura	5,99	5,75	5,40	5,56	5,04
6. Dedicación	6,24	5,69	5,07	5,05	5,02
7. Desarrollo	6,23	5,70	5,15	5,15	4,90
8. Dinero	6,69	6,35	6,33	3,47	3,88
9. Distinción	6,35	5,93	5,48	5,08	4,49
10. Estatus	6,54	6,05	5,91	4,57	4,24

TABLA 4.10 B

REACTIVOS	ITESM	UIA	U. Anáhuac	UNAM	UAM
11. Estudio	6,19	5,51	5,22	5,10	4,71
12. Excelencia	6,17	5,61	5,20	4,97	4,64
13. Éxito	6,48	5,86	5,34	5,32	5,00
14. Fama	6,60	6,21	5,78	5,37	4,76
15. Honorabilidad	6,21	5,77	5,31	5,33	5,12
16. Imagen	6,51	6,06	5,68	4,50	4,56
17. Liderazgo	6,23	5,53	5,13	5,29	4,58
18. Nivel	6,41	5,91	5,55	4,98	5,10
19. Poder	6,32	5,86	5,66	5,28	4,37
20. Preparación	6,22	5,63	5,36	5,04	4,98

TABLA 4.10 C

REACTIVOS	ITESM	UIA	U. Anáhuac	UNAM	UAM
21. Profesionalismo	6,33	5,80	5,44	5,19	5,34
22. Reconocimiento	6,57	5,96	5,55	5,79	4,89
23. Respeto	6,25	5,69	5,54	4,85	4,84
24. Responsabilidad	6,23	5,64	5,34	4,92	5,02
25. Seriedad	6,36	5,85	5,60	4,97	5,25
26. Sobresaliente	6,21	5,47	5,09	4,99	4,68
27. Sobresalir	6,17	5,59	5,19	4,95	4,60
28. Superación	6,33	5,59	6,23	5,18	4,89
29. Trabajo	6,21	5,69	5,39	5,02	4,74
30. Tradición	5,99	5,58	4,74	6,30	4,14

Si se efectúa una comparación entre los promedios otorgados por los sujetos de Clavería a los reactivos que aludían a la UNAM y al Tecnológico de Monterrey, es posible notar que en 22 de ellos la diferencia a favor de este colegio fue mayor a 1,00. Las diferencias se tornaron extremas en reactivos como *dinero*, *estatus* e *imagen*. Dichos márgenes favorables al Tecnológico de Monterrey alcanzaron magnitudes de 3,22, 1,97 y 2,01 respectivamente. Por otra parte, llama la atención que en reactivos como *capacidad*, *abolengo*, *conocimiento*, *excelencia* y *cultura* —que en cierto modo se suponían promedios favorables a la UNAM dentro de este grupo— las diferencias entre medias se inclinaron hacia el colegio particular ya citado. El único reactivo en donde el valor promedio concedido a la UNAM superó al del Tecnológico de Monterrey fue *tradición*.

Por lo que se refiere a la UAM con respecto al Tecnológico de Monterrey, se aprecia que los habitantes de Clavería concedieron a esta institución promedios superiores a los de la UAM en la totalidad de los reactivos; en 28 de ellos, la diferencia favorable al colegio particular resultó superior a 1,00. Los

66 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

reactivos en donde se produjo una mayor diferencia entre medias fueron: *abolengo* (ITESM: 6,06; UAM=4,06), *dinero* (ITESM: 6,69; UAM=3,88), *estatus* (ITESM: 6,54; UAM=4,24), *imagen* (ITESM: 6,51; UAM=4,56), *poder* (ITESM: 6,32; UAM=4,37).

Hablando ahora de los valores que los habitantes de Clavería otorgaron a la Universidad Iberoamericana y a la UNAM, se observa inicialmente que la escuela privada obtuvo medias superiores en 28 reactivos; empero, hubo sólo tres —*dinero*, *estatus* e *imagen*— en los que las medias concedidas a la institución privada superaron a las de la UNAM por una diferencia superior a 1,00. En esta comparación, los promedios concedidos a la UNAM que superaron a los de la Universidad Iberoamericana se registraron en los reactivos *abolengo* y *tradición*.

Al analizar la situación de la UAM en relación con la Universidad Iberoamericana, se advierte, en primer lugar, que dicha institución privada obtuvo, por parte de los colonos del asentamiento mencionado, promedios superiores en todos los reactivos; no obstante, sólo hubo nueve de ellos (*abolengo*, *dinero*, *distinción*, *estatus*, *fama*, *imagen*, *poder*, *reconocimiento* y *tradición*) en donde la diferencia entre promedios fue mayor a 1,00. De éstos, la diferencia que alcanzó una mayor magnitud se produjo en el reactivo *dinero*.

Ubicando la atención en la Universidad Anáhuac, se detecta que, con respecto a la UNAM, las medias concedidas por los residentes de Clavería a esta institución resultaron mayores a las proporcionadas a la Universidad Anáhuac en siete reactivos (*abolengo*, *capacidad*, *cultura*, *honorabilidad*, *liderazgo*, *reconocimiento* y *tradición*), a la vez que se registró un «empate» (reactivo *desarrollo*). De la misma forma, únicamente hubo cuatro reactivos en donde las diferencias favorables a la Universidad Anáhuac superaron el valor de 1,00, y dichos reactivos fueron: *dinero*, *estatus*, *imagen* y *superación*. Al igual que en situaciones anteriores, la diferencia mayor se produjo en el reactivo *dinero*.

Por lo que respecta a la UAM, los residentes de la localidad aludida otorgaron medias superiores a la Universidad Anáhuac en todos los reactivos, empero, sólo en siete de ellos (*abolengo*, *dinero*, *estatus*, *fama*, *imagen*, *poder* y *superación*) las diferencias entre promedios excedieron el valor de 1,00. Además, se vuelve a presentar la situación en donde el reactivo *dinero* genera la mayor diferencia favorable a la institución privada.

ANÁLISIS DE VARIANZA

Las variables atributivas consideradas para la realización de esta etapa fueron *sexo* y *nivel de solvencia económica*. Inicialmente, se desarrollaron los 150 análisis correspondientes a la totalidad de los reactivos destinados a las instituciones que participaron en el estudio (apéndice 1). De tales análisis, se detectaron 47 en donde los efectos concurrentes de las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica* se hicieron presentes, mientras que en 89, sólo se manifestó el efecto de la variable *nivel de solvencia económica*; en tres, se registró el efecto de la variable *sexo*, y en 11 no se registró efecto de ninguna. Es llamativo que 44 de los 47 análisis en donde se registraron los efectos concurrentes de las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica* pertenezcan a escuelas particulares, mientras que los restantes tres se dividieron de la siguiente manera: dos de la UNAM y uno de la UAM. De los 44 análisis mencionados, 21 pertenecieron al Tecnológico de Monterrey, 17 a la Universidad Iberoamericana y seis a la Universidad Anáhuac. Lo anterior podría sugerir que a mayor prestigio de determinada institución se esperan con más frecuencia las diferencias en la evaluación de sus cualidades debidas a los efectos concurrentes de las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica*.

En lo que se refiere a los análisis de varianza de cada uno de los 30 reactivos pertenecientes a cada institución (apéndice 1), se advierte que, en el caso del Tecnológico de Monterrey, los efectos de las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica* alcanzaron niveles significativos en 21 reactivos, mientras que en seis sólo alcanzó dicho nivel la variable *nivel de solvencia económica*. La variable *sexo* resultó significativa exclusivamente en dos reactivos (*fama* y *poder*), en tanto que en el reactivo *estatus* no se registró el efecto de ninguna de las dos variables contempladas.

Por lo que concierne a la Universidad Iberoamericana, se advierte la disminución de los reactivos donde se registraron los efectos concurrentes de las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica*, ya que en 17 se detectaron los efectos de las variables mencionadas. En contraste, se incrementaron los reactivos en donde sólo se registró el efecto de la variable *nivel de solvencia económica*; de seis reactivos en la evaluación del Tecnológico de Monterrey se elevó a 11 en la de la universidad en cuestión. Por otra parte, se registró un reactivo en el que sólo se manifestó el efecto de la variable *sexo*. También, hubo un reactivo en el que no se produjo el efecto de ninguna de las variables consideradas (apéndice 1).

Pasando revisión a la Universidad Anáhuac, se detecta nuevamente un aumento de los reactivos en donde únicamente se registró el efecto de la variable *nivel de solvencia económica*, ya que el número se elevó a 23.

68 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

Asimismo, disminuyeron los reactivos en donde los efectos concurrentes de las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica* alcanzaron niveles significativos, puesto que sólo en seis de los 30 correspondientes a dicha institución privada se produjo lo antes descrito. Al igual que en el Tecnológico de Monterrey y la Universidad Iberoamericana, se presentó un reactivo en el que ninguna de las variables estudiadas alcanzó efectos significativos (ver apéndice 1).

En la situación de la UAM se observa algo similar a lo que ocurrió en la Universidad Anáhuac, puesto que en 21 reactivos sólo la variable *nivel de solvencia económica* alcanzó niveles de significancia, mientras que en uno se produjo lo anterior para las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica*. De la misma forma, se registraron ocho reactivos en donde ninguna de las dos variables analizadas tuvo el efecto ya descrito.

Para concluir esta serie de comparaciones, se presenta la situación de la UNAM, en donde en 28 reactivos se registró el efecto de la variable *nivel de solvencia económica*, mientras que únicamente en dos se registraron efectos de la misma naturaleza por parte de las variables *sexo* y *nivel de solvencia económica* (apéndice 1).

La interacción entre las variables descritas al interior de los 150 reactivos se presentó en tres de ellos (ver apéndice 1). Tales reactivos fueron *desarrollo* (en referencia a la Universidad Iberoamericana), *cultura* (refiriéndose al Tecnológico de Monterrey) y *profesionalismo* (aludiendo a la Universidad Iberoamericana).

Después del análisis por reactivos, se procederá con la revisión global del prestigio otorgado a cada una de las instituciones públicas y privadas que participaron en el estudio, para lo cual se utilizará la tabla 4.11. Cabe señalar que el prestigio es la suma de las calificaciones de los 30 reactivos pertenecientes a cada colegio estudiado; pero antes de continuar, y previendo cierto grado de dificultad en la interpretación de dicha tabla, se presenta un ejemplo: Si se desea conocer la media de prestigio que el grupo de hombres de la UNAM otorgó a la Universidad Anáhuac, se requiere ubicar la primera columna (de izquierda a derecha), localizando el nombre de la institución evaluada.

Prestigio
Anáhuac H
M
TOTAL X GPO.

Posteriormente, se localiza en el renglón de la parte superior de la tabla — donde se observan las procedencias de las muestras—, el grupo que proporciona la evaluación, en este caso la UNAM.

UNAM
147,330
150,600
<i>148,965</i>

Así, en la casilla correspondiente se advierten tres cifras: la primera pertenece a los hombres, la segunda a las mujeres, y la tercera en cursivas es el promedio de toda la muestra. Por consiguiente, en el ejemplo se establece que los hombres de la UNAM otorgaron, en el promedio del prestigio perteneciente a la Universidad Anáhuac, un valor de 147,330.

Dentro de la tabla mencionada se observa que el Tecnológico de Monterrey fue la institución que alcanzó la mayor dimensión de prestigio. Con excepción de la Universidad Iberoamericana, todos los sujetos de las demás instituciones otorgaron a dicha escuela un promedio más alto que el que otorgaron a sus planteles. Por su parte, los habitantes de la colonia Clavería concordaron en proporcionar al Tecnológico de Monterrey la mayor magnitud del atributo en cuestión.

Destaca también el que los estudiantes de las escuelas públicas otorgaran los promedios más bajos al Tecnológico de Monterrey; empero, la distancia que separa a tales promedios de los concedidos a sus respectivas universidades resulta notoria. En el caso de los estudiantes de la UNAM, la media otorgada a la escuela privada alcanzó una media cuyo valor fue 177,040, mientras que «a sí mismos» se concedieron un promedio de 157,140.

Otro aspecto que adquiere relevancia es el hecho de que las mujeres tendieron a proporcionar evaluaciones más altas que los hombres, ya que en 24 de 30 grupos las mujeres otorgaron el promedio más alto. Igualmente, se aprecia que las mayores diferencias entre sexos se dan en las evaluaciones que proporcionan los sujetos de las escuelas particulares.

En un principio se tenía la creencia en torno a que los alumnos de colegios particulares serían bastante benevolentes en las evaluaciones que expresaran acerca de otra escuela privada; a pesar de ello, los estudiantes de la Universidad Iberoamericana y del Tecnológico de Monterrey fueron propensos a otorgar calificaciones bajas en su apreciación del prestigio de la Universidad Anáhuac. Inclusive, los alumnos del Tecnológico de Monterrey concedieron

70 CAPÍTULO 4: RESULTADOS

una mayor magnitud de prestigio a la UAM que a la universidad mencionada. Del mismo modo, puede verse que aunque los alumnos del Tecnológico de Monterrey y de la Universidad Iberoamericana proporcionaron a la UNAM promedios más bajos que a la Universidad Anáhuac, la distancia que separa a ambos valores es, por demás, insignificante.

TABLA 4.11

Prestigio	ANÁHUAC	UIA	ITESM	CLAVERÍA	UAM	UNAM	Media Total
Anáhuac H	167,460	132,110	131,000	162,910	144,400	147,330	149,735
M	173,470	140,160	138,020	161,230	148,130	150,600	
TOTAL X GPO.	170,465	136,135	134,510	162,070	146,265	148,965	
ITESM H	188,110	167,900	183,350	189,210	176,390	175,650	183,183
M	193,690	180,910	195,860	191,210	177,490	178,430	
TOTAL X GPO.	190,900	174,405	189,605	190,210	176,940	177,040	
UIA H	174,320	176,920	170,720	172,510	164,150	169,570	173,973
M	188,130	185,590	182,110	174,590	165,060	164,070	
TOTAL X GPO.	181,225	181,255	176,415	173,550	164,575	166,820	
UAM H	143,540	124,230	133,620	144,240	138,720	139,980	136,899
M	130,720	125,490	139,180	138,780	142,180	142,110	
TOTAL X GPO.	137,130	124,860	136,400	141,510	140,450	141,045	
UNAM H	144,850	131,350	129,940	155,590	144,040	156,260	143,466
M	145,930	140,710	130,130	148,180	136,600	158,020	
TOTAL X GPO.	145,390	136,030	130,035	151,885	140,320	157,140	

H= Hombres M= Mujeres Puntuación máxima=210

Puntuación mínima=30

Los análisis de varianza del prestigio otorgado, cuyos resultados se observan en la tabla 4.12, determinaron que el efecto de la variable *sexo* resultó significativo en la evaluación del prestigio de las tres universidades particulares.

TABLA 4.12

Origen	U. Anáhuac	U. Iberoam.	ITESM	UAM	UNAM
Sujetos	551	566	570	496	566
GI Sexo	1	1	1	1	1
F Sexo	3,991	6,613	13,599	0,001	0,006
Sig. Sexo	0,046	0,010	0,000	0,978	0,939
GI Niv. solv.	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
F Niv. solv.	23,572	8,549	14,156	3,962	8,926
Sig. Niv. solv.	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
GI inter. s x N. S.	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
F inter. s x N.S.	0,357	2,262	1,657	0,990	0,863
Sig. inter.	0,878	0,047	0,143	0,423	0,506

N.S. = Nivel de solvencia económica.

El efecto de la variable *nivel de solvencia económica* alcanzó niveles significativos en la evaluación de la totalidad de las instituciones que conformaron el estudio; no obstante, la interacción de las dos variables sólo alcanzó dicho nivel en el prestigio otorgado a la Universidad Iberoamericana.

ANÁLISIS FACTORIALES

Los análisis factoriales se efectuaron con base en los 30 reactivos correspondientes a cada una de las instituciones públicas y privadas y mencionadas a lo largo de este trabajo. Como ya se explicara en su momento, la totalidad o la suma de ellos es lo que podría denominarse «la representación social del prestigio» de cada uno de los colegios evaluados. Una vez establecido lo anterior, la revisión comienza por los porcentajes de varianza explicada por los primeros factores (tabla 4.13), destacando el perteneciente al Tecnológico de Monterrey, que explicó la menor cantidad de varianza con respecto a los mismos factores del resto de las instituciones. Por otra parte, puede verse que la universidad pública y la universidad privada más desprestigiadas (la UAM y la Universidad Anáhuac) obtuvieron en su primer factor los porcentajes de varianza explicada y los valores *eigen* más altos.

TABLA 4.13
VALORES *EIGEN* Y PORCENTAJES DE VARIANZA EXPLICADA Y
COEFICIENTES DE CONFIABILIDAD
(ANÁLISIS EFECTUADOS CON ROTACIÓN OBLICUA)

FACTOR	UA	UIA	ITESM	UAM	UNAM
1	V.E. = 16,78293 %V. = 55,9	V.E. = 16,11768 %V. = 53,7	V.E. = 14,47393 %V. = 48,2	V.E. = 16,72216 %V. = 55,7	V.E. = 15,97292 %V. = 53,2
2	V.E. = 2,40506 %V. = 8,0	V.E. = 2,09573 %V. = 7,0	V.E. = 2,13985 %V. = 7,1	V.E. = 1,90602 %V. = 6,4	V.E. = 1,44079 %V. = 4,8
3	V.E. = 1,06856 %V. = 3,6	V.E. = 1,11304 %V. = 3,7	V.E. = 1,34518 %V. = 4,5	V.E. = 1,30999 %V. = 4,4	V.E. = 1,19697 %V. = 4,0
4			V.E. = 1,18420 %V. = 3,9	V.E. = 1,03273 %V. = 3,4	V.E. = 1,09657 %V. = 3,7
COEF. CONF. ALPHA	0,9717	0,9693	0,9607	0,9713	0,9677

V. E. = Valor *eigen*

% V. = Porcentaje de varianza explicada

Con respecto al segundo factor, y recurriendo a la misma tabla, las universidades públicas obtuvieron los valores *eigen* y los porcentajes de varianza explicada más bajos; no obstante, en lo que concierne al tercer factor dichas tendencias se invierten, ya que con excepción del Tecnológico de Monterrey, ambas escuelas obtuvieron los valores mencionados más elevados.

72 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

Por lo que concierne a los valores *eigen* pertenecientes al cuarto factor, se detecta que las universidades públicas no alcanzaron magnitudes tan altas como la del Tecnológico de Monterrey. En suma, se ha visto que la institución que obtuvo el mayor valor de prestigio alcanzó un valor *eigen* y el porcentaje de varianza explicada más bajo en el primer factor; sin embargo, tales valores se incrementan, en relación con los de las demás escuelas, al ir avanzando en los factores secundarios.

Los coeficientes de confiabilidad en la medición del prestigio fueron, en todas las instituciones, superiores a 0,95.

Por lo que toca a los reactivos que conformaron cada uno de los factores, se observa que hay un primer factor que, como es sabido, explicó la mayor proporción de varianza y aglutinó a la mayoría de los reactivos en cada situación. A pesar de que dicho factor mostró marcadas similitudes entre los colegios estudiados, las diferencias que se producen resultan valiosas para la discusión.

Como se puede apreciar en la tabla 4.14, hubo ocho reactivos que no ingresaron en ninguno de los primeros factores de las instituciones analizadas; ellos fueron: *abolengo*, *dinero*, *estatus*, *fama*, *imagen*, *poder reconocimiento* y *tradición*.

En cuanto a las diferencias que se presentaron en el primer factor, se advierte que el reactivo *capacidad* no aparece en tal factor de la Universidad Anáhuac, cuando se manifestó en el resto de las instituciones. Por otra parte, resulta singular que un reactivo como *cultura* no aparezca en el primer factor del Tecnológico de Monterrey, siendo que este colegio alcanzó la más alta medida de prestigio. La misma situación se produjo con el reactivo *dedicación*. A pesar de las ausencias señaladas, el primer factor del Tecnológico de Monterrey fue el único que incorporó al reactivo *distinción*.

En lo referente al reactivo *éxito*, éste no apareció en el primer factor del Tecnológico de Monterrey y de la UAM, pero sí en el de la UNAM. El reactivo *honorabilidad*, al hablar del Tecnológico de Monterrey y de la UAM, no se hizo presente en sus correspondientes primeros factores. Por su parte, el reactivo *liderazgo* se incluyó únicamente en el primer factor de la Universidad Anáhuac y del Tecnológico de Monterrey, mientras que la UNAM fue la única institución que no incorporó el reactivo *respeto*.

Finalmente, los reactivos *responsabilidad*, *seriedad*, *sobresaliente*, *sobresalir*, *superación* y *trabajo* fueron incorporados en el primer factor de todas las instituciones.

TABLA 4.14
 REACTIVOS INCLUIDOS EN EL PRIMER FACTOR DEL PRESTIGIO CONCEDIDO
 A CADA INSTITUCIÓN

REACTIVO	UA	UIA	ITESM	UAM	UNAM
1. Abolengo					
2. Calidad	X	X	X	X	X
3. Capacidad		X	X	X	X
4. Conocimiento	X	X	X	X	X
5. Cultura	X	X		X	X
6. Dedicación	X	X		X	X
7. Desarrollo	X	X	X	X	X
8. Dinero					
9. Distinción			X		
10. Estatus					
11. Estudio	X	X	X	X	X
12. Excelencia	X	X	X	X	X
13. Éxito	X	X			X
14. Fama					
15. Honorabilidad	X	X			X
16. Imagen					
17. Liderazgo	X		X		
18. Nivel	X	X	X	X	X
19. Poder					
20. Preparación	X	X	X	X	X
21. Profesionalismo	X	X	X	X	X
22. Reconocimiento					
23. Respeto	X	X	X	X	
24. Responsabilidad	X	X	X	X	X
25. Seriedad	X	X	X	X	X
26. Sobresaliente	X	X	X	X	X
27. Sobresalir	X	X	X	X	X
28. Superación	X	X	X	X	X
29. Trabajo	X	X	X	X	X
30. Tradición					

Las «X» muestran los reactivos incluidos en el primer factor del prestigio concedido a cada institución

En torno al segundo factor (tabla 4.15), se advierte que la mayor diferencia entre instituciones se encuentra en la UNAM, ya que los dos reactivos que incorpora dicho factor —*abolengo* y *tradición*— no aparecen en el correspondiente factor del resto de las instituciones. Universidades como Anáhuac, Iberoamericana y Autónoma Metropolitana comparten similitudes en relación con seis reactivos: *reconocimiento*, *fama*, *poder*, *distinción*, *imagen* y *estatus*. Por lo que respecta al Tecnológico de Monterrey, su segundo factor incorpora a cuatro de los seis reactivos antes mencionados, es decir, *reconocimiento*, *fama*, *poder* y *estatus*; a su vez, incluye los reactivos *éxito* y *dinero*, los cuales también se inscriben en el segundo factor de la Universidad

74 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

Iberoamericana. Por su parte, el segundo factor de la Universidad Autónoma Metropolitana agrupa los reactivos *dinero* y *liderazgo* en adición a los seis reactivos ya mencionados.

TABLA 4.15
REACTIVOS INCLUIDOS EN EL SEGUNDO FACTOR DEL PRESTIGIO CONCEDIDO
A CADA INSTITUCIÓN

REACTIVO	UA	UIA	ITESM	UAM	UNAM
Reconocimiento	X	X	X	X	
Fama	X	X	X	X	
Poder	X	X	X	X	
Distinción	X	X		X	
Imagen	X	X		X	
Estatus	X	X	X	X	
Éxito		X	X		
Dinero		X	X	X	
Liderazgo				X	
Abolengo					X
Tradición					X

El tercer factor involucra, en general, una cantidad menor de reactivos, así como un mayor grado de heterogeneidad entre ellos. Esto puede advertirse a continuación:

- Universidad Anáhuac: *abolengo*, *sobresalir*, *liderazgo* y *tradición*.
- Universidad Iberoamericana: *abolengo* y *tradición*.
- Tecnológico de Monterrey: *dedicación* y *honorabilidad*.
- UAM: *reconocimiento*, *éxito*, *dedicación* y *honorabilidad*.
- UNAM: *imagen*, *liderazgo*, *superación*, *estatus* y *dinero*.

Entre los terceros factores de la Universidad Iberoamericana y de la Universidad Anáhuac hay dos reactivos en común: *abolengo* y *tradición*. Igualmente, se observa que entre la UAM y el Tecnológico de Monterrey la similitud se produce con sustento en los reactivos *dedicación* y *honorabilidad*. Por lo que corresponde a la UNAM, su tercer factor comprende una cantidad mayor de reactivos que el de las instituciones anteriores. Dichos reactivos son *superación*, *estatus*, *dinero*, *imagen* y *liderazgo*, el que también aparece en el tercer factor de la Universidad Anáhuac.

La presencia de un cuarto factor se produce en tres instituciones: el Tecnológico de Monterrey, la UAM y la UNAM. En la primera de ellas se incluyen los reactivos *abolengo*, *tradición* y *cultura*, siendo estos dos últimos reactivos los correspondientes al cuarto factor del prestigio otorgado a la UAM. Por lo que se refiere a la UNAM, los reactivos de dicho factor son

reconocimiento, fama, poder, imagen y éxito, lo cual marca una total diferencia con respecto a las otras instituciones.

VARIABLES EX POST FACTO

Las variables *ex post facto*, cuyos efectos se estudiaron en la presente investigación, fueron la preferencia de periódicos, de noticieros televisivos y radiofónicos, el medio para obtener información sobre los asuntos de la UNAM, la edad y el nivel socioeconómico, determinado a partir de la ocupación. Comenzando por los periódicos seleccionados, se observa, en la tabla 4.16, que los diarios escogidos con mayor frecuencia fueron los considerados por los jueces como los más pro-gobierno, es decir, *El Universal* y *Excelsior*. Por su parte, *La Jornada*, que resultó evaluado por ellos como de los que ostentan una postura más anti-gobierno (ver sección de metodología), alcanzó menor frecuencia de elección.

Asimismo, destaca, en la tabla 4.16, una alta frecuencia referida a la categoría *otros*, en la que se incluyeron preferencias demasiado heterogéneas que abarcaban, incluso, diarios de localidades específicas como *Ecos de Satélite*. También se produjeron situaciones en las que se daban combinaciones de los diarios más preferidos con otros periódicos; empero, estas categorías nunca llegaron a superar en frecuencia a las que se referían a un solo periódico. Sólo en el caso de la categoría concerniente al periódico *El Universal* se le añadió una pequeña porción de los sujetos que mencionaron al diario en cuestión junto con otros (ver sección de metodología). Se contó, además con 62 sujetos que no proporcionaron respuesta alguna en esta variable, lo que equivalió a un poco más de diez por ciento.

TABLA 4.16

PREFERENCIA DE PERIÓDICOS	VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Universal-otros	1	87	14,5
Excelsior	2	142	23,7
Excelsior-otros	3	51	8,5
Otros	4	130	21,7
La Jornada-otros	5	42	7,0
La Jornada	6	86	14,3
Descartados	0	62	10,3
TOTAL		600	100,0

Al analizar la preferencia por grupo (tabla 4.17), se advierte que los grupos originarios de las instituciones particulares y de la colonia Clavería mostraron una tendencia a favorecer al periódico Excelsior, ya que en tres de dichos grupos, alcanzó la frecuencia más alta (sólo entre los alumnos del Tecnológico

76 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

de Monterrey alcanzó el segundo). Igualmente, la categoría *otros* ocupó cuatro segundos lugares en cuanto a su frecuencia. Entre las instituciones públicas los valores cambian, observándose una inclinación hacia el periódico *La Jornada*, el cual tanto en la UNAM como en la UAM registró la mayor frecuencia de elecciones. Una diferencia entre estos dos grupos se produjo en la preferencia del periódico *Excelsior*, que en la UAM mostró una frecuencia de 14, mientras que en la UNAM sólo tres sujetos manifestaron leer tal diario. En adición, los alumnos de este plantel exhibieron una tendencia a leer *La Jornada* en conjunción con otros diarios en un grado mayor que los estudiantes de la UAM.

TABLA 4.17

PERIÓDICO	UA	ITESM	UIA	CLAVERÍA	UAM	UNAM	TOTAL
Univ-otros	12	19	10	17	12	17	87
Excelsior	36	23	30	36	14	3	142
Excel-otros	12	5	12	10	10	2	51
Otros	24	30	18	22	13	23	130
Jornada-ot.	1	3	8	1	10	19	42
Jornada	3	6	14	7	30	26	86
TOTAL	88	86	92	93	89	90	538

En lo que concierne a noticieros televisivos también hubo categorías que acumularon la mayor cantidad de elecciones (tabla 4.18). La mayor parte de los sujetos estudiados se inclinó por noticieros de Televisa. Esto se demuestra al establecer que más del 60% de ellos mostraron preferencias por telediaros de la cadena en cuestión.

TABLA 4.18

PREFERENCIA DE NOTICIEROS	VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
24 Horas-otros Televisa	1	156	26,0
Eco-otros Televisa	2	206	34,3
Sistema Nal. de T.V.	3	88	14,7
EE. UU.-cable-nacionales.	4	46	7,7
Descartados	0	104	17,3
TOTAL		600	100,0

El que en las fechas de realización del estudio era el sistema estatal de televisión alcanzó un porcentaje de elección igual a 14,7%. También se dio un cierto número de personas que se inclinaban por una combinación de noticieros de Estados Unidos, vía cable y nacionales; no obstante, es posible suponer que este fenómeno apareció en virtud de que muchos de los sujetos del estudio pertenecen a sectores de la burguesía acomodada, lo cual les permite costear el precio de una antena parabólica o televisión por cable. De la misma forma, hubo 104 sujetos que expresaron no ver ningún noticiero o

personas cuyas respuestas no fueron útiles para el análisis, lo cual representa un incremento de aproximadamente siete por ciento con respecto a lo observado en este rubro en periódicos.

Los noticieros más favorecidos, casi por unanimidad entre la totalidad de los grupos estudiados, fueron los pertenecientes a la categoría *Eco-otros Televisa*, puesto que en cinco de las seis muestras aportó la mayor frecuencia; únicamente en la muestra perteneciente a los habitantes de la colonia Clavería se vio superada por la categoría *24 Horas-otros noticieros de Televisa*. Una diferencia de las instituciones públicas con respecto a las particulares se observa en la tendencia de éstas a ubicar a *24 Horas* con otros noticieros de Televisa en segundo lugar, mientras que los estudiantes de la UAM y la UNAM lo colocaron en tercero, por debajo de las emisiones del que era el Sistema Nacional de Televisión. Y hablando de terceros lugares, al interior de las universidades particulares, los noticieros de Estados Unidos en combinación con los del sistema de cable y nacionales ocuparon, por excelencia, dicha posición (ver tabla 4.19).

TABLA 4.19

NOT. TV	UA	ITESM	UIA	CLAVERÍA	UAM	UNAM	TOTAL
24H-or.Tel.	30	28	23	37	18	20	156
Eco-or.Tel.	47	38	37	26	27	31	206
S. Nal. T.V.	7	7	8	16	21	29	88
E.U.-cable	11	12	13	2	8	0	46
TOTAL	95	85	81	81	74	80	496

En torno a las preferencias de noticieros radiofónicos, se observa, en la tabla 4.20, que la que adquirió la mayor frecuencia fue la perteneciente a la categoría *Radio Programas de México y otros*. Al interior de esta categoría hubo una cantidad significativa de personas que mencionó el programa *Monitor* o a su conductor José Gutiérrez Vivó. Igualmente, hubo preferencias demasiado heterogéneas, que tuvieron su fundamento en una gran cantidad de estaciones tanto de Amplitud Modulada (AM) como de Frecuencia Modulada (FM).

TABLA 4.20

PREFERENCIA DE NOT. RADIO	VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Rad. prog. Méx-otros	1	220	36,7
Otros	2	145	24,2
Gpo. St. Rey-otros	3	83	13,8
Descartados	0	152	25,3
TOTAL		600	100,0

78 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

Otro de los grupos radiofónicos bien definidos fue Stereo Rey-Fm Globo; sin embargo, no llegó a alcanzar una frecuencia de elección tan alta como la de Radio Programas de México.

En esta variable, 152 sujetos manifestaron no escuchar ningún noticiero radiofónico, lo que significa nuevamente un incremento con respecto a las dos variables *ex post facto* analizadas anteriormente.

Al analizar la tabla 4.21, vemos que, por consenso casi total, los noticieros más favorecidos fueron los pertenecientes a la cadena Radio Programas de México en conjunción con algunos noticieros provenientes de otras cadenas; esto como resultado de que en cinco de las seis muestras ocupó la primera posición en cuanto a número de preferencias; sólo entre los alumnos de la UAM no lo consiguió. La tendencia en cuanto a la categoría *otros* fue variada: alcanzó cuatro segundos lugares, un tercero y un primero. Por su parte, las frecuencias de elección de la categoría *Grupo Stereo Rey-globo y otros noticieros* se situaron en tercer lugar en cuatro de las muestras, y en dos, en segundo (en el Tecnológico de Monterrey «empató» con la categoría *otros*)

TABLA 4.21

NOT. RAD	UA	ITESM	UIA	CLAVERÍA	UAM	UNAM	TOTAL
RPM-ot.	45	37	34	36	29	39	220
Otros	13	13	28	26	31	34	145
St rey-glob.	18	13	16	15	12	9	83
TOTAL	76	63	78	77	72	82	448

El medio utilizado con mayor frecuencia para obtener información acerca de los asuntos de la UNAM fue el periódico (tabla 4.22). Inclusive, la categoría *periódicos y otros medios* se ubicó en segundo sitio en cuanto a preferencias.

Se pensaba, en un principio, que medios electrónicos como la televisión y el radio tendrían un peso mayor en esta elección; no obstante, la televisión acompañada de otros medios ocupó el tercer sitio, en tanto que la categoría *radio y otros medios* tuvo el valor más bajo de frecuencia. Igualmente, se suponía que las publicaciones de la UNAM alcanzarían frecuencias mayores, teniendo en cuenta a los estudiantes de las universidades públicas; pero como se ve en la tabla, esto no ocurrió así. Tampoco las pláticas interpersonales acompañadas de otros medios ocuparon un lugar destacado en esta preferencia. Hubo también 140 personas que no dieron respuesta y se les sumaron 22 sujetos que mencionaron las preferencias de algunas revistas y la de ciertas revistas en conjunción con otros medios, las cuales, merced a su escasa representatividad, no fueron consideradas útiles para el análisis.

TABLA 4.22

MEDIO DE INF. SOBRE LOS ASUNTOS DE LA UNAM	VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
T.V.-otros medios	1	74	12,3
Radio-otros medios	2	41	6,8
Periódicos	3	119	19,8
Periódicos-otros medios	4	89	14,8
Publicaciones. UNAM-otros	5	68	11,3
Personal-otros medios	6	47	7,8
Descartados	0	162	27,0
TOTAL		600	100,0

El medio que adquirió preponderancia en esta elección fue el periódico; empero, la frecuencia con que aparece esta categoría dentro de cada muestra es, por demás, heterogénea. Verbigracia, se puede ver que en el grupo del Tecnológico de Monterrey fueron 15 personas las que se inclinaron por los periódicos, mientras que en la Universidad Iberoamericana, en la UAM y en la UNAM la frecuencia se eleva a 27, 27 y 20 sujetos respectivamente. Una diferencia notoria es la que se establece entre los habitantes de la colonia Clavería y las demás muestras, ya que el mayor número de sujetos en tal grupo se inclinó por la televisión como el medio empleado para obtener información acerca de los asuntos de la UNAM; aunque con una cantidad casi igual de personas que eligieron al periódico y otros medios. Por lo que toca a los estudiantes de la misma UNAM, advertimos que la preferencia se concentró básicamente en tres categorías: *Periódicos*, *Periódicos-otros medios* y, por la evidente cercanía, *publicaciones UNAM y otros* (tabla 4.23).

TABLA 4. 23

MEDIO	UA	ITESM	UIA	CLAVERÍA	UAM	UNAM	TOTAL
TV-otros	11	13	12	21	9	8	74
Rad-otros	9	8	6	7	6	5	41
Periódicos	17	15	27	13	27	20	119
Period-ot.	6	15	9	20	12	27	89
Pub. UN-ot.	4	2	6	15	15	26	68
Person-ot.	11	8	13	3	9	3	47
TOTAL	58	61	73	79	78	89	438

Las categorías de la variable *nivel socioeconómico* aparecieron con las frecuencias descritas en la tabla 4.24. La mayor porción de los sujetos consistió de estudiantes de tiempo completo que, por no participar en la producción económica, adquieren el nivel socioeconómico más bajo.

Los trabajadores calificados y empleados constituyen el siguiente nivel en sentido ascendente de la variable en cuestión, y que agrupó al número más

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

80 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

bajo de sujetos, entre los cuales se encontraron algunos estudiantes de escuelas públicas y privadas que dividían su tiempo con algún empleo.

TABLA 4.24

NIVEL SOCIOECONÓMICO	VALOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Profesionistas-dueños de comercio mediano	1	75	12,5
Trabajadores calificados y empleados	2	70	11,7
Sin particip. económica (estudiantes tiempo comp. amas de casa)	3	446	74,3
Descartados	0	9	1,5
TOTAL		600	100,0

Los profesionistas y los dueños de comercio mediano fueron considerados como los poseedores del nivel socioeconómico más alto, y en esta categoría se incluyeron a 75 sujetos, encontrándose la mayoría de ellos en el grupo de habitantes de la colonia Clavería con el complemento de pocos estudiantes de escuelas particulares que laboran como ejecutivos o que poseen un negocio propio.

En lo que respecta a las edades de los sujetos se tuvo un rango de 60 años, con una calificación máxima de 76 y una mínima de 16. El promedio de edad fue 24,437 años y el valor modal de la distribución fue igual a 20 años. La distribución de frecuencias para la variable *edad* se exhibe a continuación en la tabla 4.25.

TABLA 4.25

VALOR (en años)	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16-20	242	40,3
21-25	244	40,7
26-30	38	6,4
31-35	17	2,9
36-76	59	9,7
TOTAL	600	100,0

ANÁLISIS DE REGRESIÓN

Para llevar a cabo los análisis de regresión se consideraron las variables *ex post facto* revisadas con anterioridad, en adición con las variables atributivas

1970
AGOSTO 10 1970

sexo, y *nivel de solvencia económica*. Todos los análisis se llevaron a cabo mediante el método *forward*, y con excepción del perteneciente a la UAM, se desarrollaron en dos pasos, incluyéndose una variable independiente en el primero de ellos y otra en el segundo, lo que concomitantemente trajo un incremento en los niveles de significación de la prueba *t*.

El análisis de regresión del prestigio concedido a la Universidad Anáhuac muestra una ecuación en la que intervienen las variables *preferencia de noticieros de televisión* y *nivel socioeconómico*. Como se aprecia en el cuadro 4.1, y atendiendo a los coeficientes *beta*, ambas variables mantienen una importancia relativa similar. Asimismo, se advierte que la proporción de la variación explicada (R^2) por el modelo aquí descrito es sumamente baja (entre 5,9% y 6,7%). Igualmente, el análisis de varianza muestra que la hipótesis que establece que no hay una relación lineal entre las variables independientes del modelo y la variable dependiente debe rechazarse.

CUADRO 4.1

ECUACIÓN NÚMERO 1 VARIABLE DEPENDIENTE: PRESTIGIO U. ANÁHUAC
VARIABLE(S) QUE INGRESARON EN EL PASO NÚMERO:
2. NOTICIEROS ESCOGIDOS (NOT.TV)

R Múltiple	0,25963	R^2 Ajustada	0,05915
R^2	0,06741	Error estándar	28,66017

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Gl	SUMA DE CUADRADOS	MEDIA CUADRADA
Regresión	2	13417,35705	6708,67853
Residual	226	185637,55998	821,40513

F = 8,16732 Signif. F = 0,0004

VARIABLES EN LA ECUACIÓN

VARIABLE	B	SE B	BETA	T	SIG.T
NOT.TV	-5,348615	2,006685	-0,171472	-2,665	0,0082
NIV. SOC.	-7,515772	2,601190	-0,185879	-2,889	0,0042
(Cte.)	178,151800	7,938424		22,442	0,0000

Por lo que toca a la prueba *t*, se observa, con sustento en los valores negativos asociados a las variables independientes, que los sujetos pertenecientes a los niveles bajos de la variable *nivel socioeconómico* (los estudiantes y amas de casa) fueron propensos a otorgar calificaciones bajas al prestigio de la universidad citada. Algo similar se produjo con la variable *preferencia de noticieros televisivos*, en donde aquellos sujetos que se

82 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

inclinaron por los noticieros menos estratégicos para el gobierno (los del sistema estatal de televisión, de Estados Unidos o vía cable mezclados con algunos nacionales) tendieron a otorgar puntajes bajos al prestigio de la Universidad Anáhuac.

En lo que concierne al prestigio otorgado a la Universidad Iberoamericana (cuadro 4.2), las variables que intervienen en la ecuación correspondiente son *preferencia de noticieros televisivos y nivel de solvencia económica*.

De manera análoga al análisis de la Universidad Anáhuac, la proporción de varianza explicada en la variable dependiente es reducida (5,5%-6,3%). Adicionalmente, los coeficientes *beta* sugieren que existe una mayor importancia relativa de la variable *nivel de solvencia económica*; aunque no en una gran proporción.

CUADRO 4.2
 ECUACIÓN NÚMERO 1 VARIABLE DEPENDIENTE: PRESTIGIO U. IBEROAM.
 VARIABLE(S) QUE INGRESARON EN EL PASO NÚMERO:
 2. NOTICIEROS ESCOGIDOS (NOT.TV)

R Múltiple	0,25189	R ² Ajustada	0,05534
R ²	0,06345	Error estándar	25,53097

ANÁLISIS DE VARIANZA			
	Gl	SUMA DE CUADRADOS	MEDIA CUADRADA
Regresión	2	10200,52454	5100,26227
Residual	226	150572,88144	651,83066

F = 7,82452 Signif. F = 0,0005

VARIABLES EN LA ECUACIÓN					
VARIABLE	B	SE B	BETA	T	SIG.T
NOT.TV	-3,611914	1,780209	-0,129216	-2,029	0,0436
SOLV. ECO.	-3,241338	0,943230	-0,218855	-3,436	0,0007
(Constante)	191,662476	5,321262		36,018	0,0000

Asimismo, es posible observar, al interior del análisis de varianza, que la hipótesis que expresa que no hay una relación lineal entre las variables independientes incluidas en la ecuación y la variable dependiente debe rechazarse. Los valores obtenidos en la prueba *t*, además de confirmar lo anterior, dejan ver, al obtener signos negativos, que los sujetos que tendieron a mostrar una preferencia hacia los noticieros ajenos a Televisa se inclinaron a otorgar puntajes menores al prestigio de la universidad en turno. Igualmente,

en la variable *nivel de solvencia económica*, los sujetos de los niveles bajos concedieron puntajes más bajos en la variable dependiente aludida.

Continuando con el análisis de regresión del prestigio otorgado al Tecnológico de Monterrey (cuadro 4.3), se advierte que sus coeficientes de determinación (R^2) son ligeramente mayores que los de las dos universidades anteriores.

CUADRO 4.3

ECUACIÓN NÚMERO 1 VARIABLE DEPENDIENTE: PRESTIGIO ITESM
VARIABLE(S) QUE INGRESARON EN EL PASO NÚMERO:
2. NIV. SOC. (NIVEL SOCIOECONÓMICO)

R Múltiple	0,29466	R ² Ajustada	0,07896
R ²	0,08683	Error estándar	21,36613

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Gl	SUMA DE CUADRADOS	MEDIA CUADRADA
Regresión	-2	10070,30990	5035,15495
Residual	232	105910,68585	456,51158

F = 11,02963 Signif. F = 0,0000

VARIABLES EN LA ECUACIÓN

Variable	B	SE B	Beta	T	SigT
SOLV. ECO.	-3,286972	0,802980	-0,260771	-4,093	0,0001
NIV. SOC.	-5,826414	1,956485	-0,189711	-2,978	0,0032
(Constante)	209,939625	6,407030		32,767	0,0000

Paralelamente, y al observar el análisis de varianza, aparece una F significativa más allá del nivel de 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis de nulidad correspondiente, y que ha sido descrita en repetidas ocasiones. Las variables que ingresaron en la ecuación establecida en el análisis fueron el *nivel de solvencia económica* y el *nivel socioeconómico*, obteniendo la primera de ellas un coeficiente *beta* mayor.

Los valores negativos que aparecen en la prueba t muestran, en cuanto al nivel de solvencia económica, que los grupos pertenecientes a los niveles más bajos en esta variable (los estudiantes de la UAM y la UNAM) otorgaron calificaciones más bajas, en promedio, al evaluar la cualidad mencionada. Algo muy semejante ocurre con la variable nivel socioeconómico, ya que los grupos sin participación económica (estudiantes y amas de casa) otorgaron

84 CAPÍTULO 4 RESULTADOS

calificaciones menores que las de los niveles socioeconómicos altos (profesionistas, dueños de comercio mediano).

Por lo que se refiere a la UAM, los coeficientes de determinación del prestigio de dicho colegio son los más bajos de las cinco instituciones; ni siquiera alcanzan 0,05 (cuadro 4.4).

CUADRO 4.4
ECUACIÓN NÚMERO 1 VARIABLE DEPENDIENTE: PRESTIGIO UAM
VARIABLE(S) QUE INGRESARON EN EL PASO NÚMERO:
1. NIVEL DE SOLVENCIA ECONÓMICA (SOLV. ECO.)

R Múltiple	0,21140	R ² Ajustada	0,04027
R ²	0,04469	Error estándar	28,97120

ANÁLISIS DE VARIANZA

	GI	SUMA DE CUADRADOS	MEDIA CUADRADA
Regresión	1	8480,76560	8480,76560
Residual	216	181295,36742	839,33040

$$F = 10,10420 \quad \text{Signif. } F = 0,0017$$

VARIABLES EN LA ECUACIÓN

Variable	B	SE B	Beta	T	Sig.T
SOLV. ECO.	3,611790	1,136244	0,211396	3,179	0,0017
(Cte.)	123,545613	4,698107		26,297	0,0000

En los resultados del análisis de varianza, la UAM tampoco es la excepción: se rechazó la hipótesis en la que se establece la inexistencia de una relación lineal entre la variable dependiente y, en este caso, la variable independiente que aparece en la ecuación; dicha variable es el *nivel de solvencia económica*, en la que al observar los valores obtenidos en la prueba *t*, se establece que los grupos con mayor nivel de solvencia económica otorgaron, en promedio, puntuaciones más bajas en relación con el prestigio de la universidad pública mencionada.

Con respecto al análisis del prestigio otorgado a la UNAM (cuadro 4.5), se advierte que la proporción de varianza explicada por el modelo, y expresada mediante los coeficientes de determinación, es la más alta de todos los análisis realizados (10,0%-10,7%). Asimismo, el análisis de varianza rechaza la hipótesis de la ausencia de relación lineal entre las variables independientes incluidas en la ecuación y la variable dependiente aludida. Además, las variables independientes que ingresaron en la ecuación —*preferencia de*

periódicos y nivel socioeconómico— tienen coeficientes *beta* de similar magnitud, pero de distinto valor relativo, siendo la diferencia ligeramente favorable al nivel socioeconómico. Los valores de la prueba *t* indican, para el caso de la variable *preferencia de periódicos*, que los sujetos que leen los periódicos considerados más opuestos al gobierno (*La Jornada y La Jornada y otros periódicos*) conceden, en promedio, puntajes más altos cuando se trata de evaluar el prestigio de la UNAM.

CUADRO 4.5

ECUACIÓN NÚMERO 1 VARIABLE DEPENDIENTE: PRESTIGIO UNAM

VARIABLE(S) QUE INGRESARON EN EL PASO NÚMERO:

2. PERIODIC. (PREFERENCIA DE PERIÓDICOS)

R.Múltiple	0,32827	R ² Ajustada	0,10017
R ²	0,10776	Error estándar	32,45770

ANÁLISIS DE VARIANZA			
	Gl	SUMA DE CUADRADOS	MEDIA CUADRADA
Regresión	2	29901,57133	14950,78567
Residual	235	247572,98329	1053,50206

F = 14,19151 Signif. F = 0,0000

VARIABLES EN LA ECUACIÓN					
Variable	B	SE B	Beta	T	SigT
PERIODIC.	4,992279	1,329857	0,234429	3,754	0,0002
NIV. SOC.	-13,094213	3,017068	-0,271026	-4,340	0,0000
(Cta.)	163,551240	8,545463		19,139	0,0000

En cuanto al nivel socioeconómico, cuyo valor en la prueba *t* resultó negativo, se puede sugerir que a medida que se desciende en el nivel de esta variable, más bajo es el prestigio que se otorga a la universidad pública aludida. Esto es, los estudiantes de tiempo completo y las amas de casa tienden a evaluar más negativamente a la universidad mencionada.

30. KONTROLNÝ PRÍKAZ

Príkaz je vydaný na základe rozhodnutia orgánu štátnej správy, ktorý je oprávnený vykonávať štátnu správu. Príkazom sa stanovuje povinnosť konať alebo nekonať určitú vec. Príkazom sa stanovuje aj spôsob, ako a v akom termíne sa má konať. Príkazom sa stanovuje aj spôsob, ako a v akom termíne sa má konať. Príkazom sa stanovuje aj spôsob, ako a v akom termíne sa má konať.

PRÍKAZ O ZASTAVENÍ VEŠKOVANÝCH ZÁKONOV
 VYDANÝ ŠTÁTNYM SPRÁVNÍKOM
 V OBLASTI ŠTÁTNEJ SPRÁVY

PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ
PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ
PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ
PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ

PRÍKAZ O ZASTAVENÍ VEŠKOVANÝCH ZÁKONOV

PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ
PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ
PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ
PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ	PRÍKAZ

Príkazom sa stanovuje povinnosť konať alebo nekonať určitú vec. Príkazom sa stanovuje aj spôsob, ako a v akom termíne sa má konať. Príkazom sa stanovuje aj spôsob, ako a v akom termíne sa má konať. Príkazom sa stanovuje aj spôsob, ako a v akom termíne sa má konať.

CAPÍTULO 5

Discusión y conclusiones

Durante las primeras etapas de esta investigación se pensaba que lo único que se obtendría al final sería un conjunto de verdades bastante conocidas por el grueso de diversos sectores de la sociedad; de ellas, la más obvia sería que la Universidad Nacional Autónoma de México está desprestigiada; no obstante, relacionar dicho desprestigio con el posible efecto de los medios de comunicación masiva y extender la reflexión al ámbito de la universidad pública hizo necesaria e inevitable la aportación de enfoques que explicaran problemáticas políticas, históricas, económicas y sociales, lo cual añadió un grado mayor de complejidad.

En apego a ciertos cánones metodológicos no formulados explícitamente, la discusión de los resultados inicia por el análisis de las hipótesis que sirvieron como punto de partida. Dicha labor se efectuará de manera inversa a como fueron planteadas en la sección de metodología, esto es, se analizarán inicialmente las hipótesis más específicas para posteriormente abordar la hipótesis general. Finaliza el capítulo con la reflexión en torno a los aportes teóricos del presente estudio.

Como se recordará, una de las hipótesis específicas se refirió a que el prestigio concedido a la UNAM obtendría su menor magnitud entre los estudiantes de escuelas privadas. En efecto, pudo verificarse esta situación; sin embargo, los estudiantes de la Universidad Iberoamericana y del Tecnológico de Monterrey no establecen profundas diferencias entre la UNAM y la Universidad Anáhuac. Desde la perspectiva del *habitus de clase*, discutida por Bourdieu (1988), el bajo prestigio concedido a la UNAM podría explicarse en función de la lógica del gusto burgués, en donde lo importante es obtener

los menores efectos al mayor gasto posible de ingenio y recursos. A la vez, se considera como vulgar el hecho de que se obtengan los mayores efectos al menor gasto posible de ambos. A partir de aquí, es posible suponer que los alumnos del Tecnológico de Monterrey y de la Universidad Iberoamericana consideran como vulgar el hecho de que alguien, con un gasto tan reducido, aspire a obtener lo que ellos consiguen en medio de un despliegue notorio de recursos económicos. Otra interpretación se referiría a la creencia muy difundida entre diversos grupos y estudiantes de escuelas particulares acerca de que «en la UNAM no se estudia porque siempre están en huelga», lo que al carecer de sustento en la realidad se convierte en un mecanismo más para justificar la decisión de ingresar en una universidad cuyas colegiaturas son significativamente onerosas. Por otra parte, no resulta descartable la suposición acerca de que dichos grupos han aceptado la imagen negativa que muy posiblemente los grupos dominantes quieren que se tenga sobre la UNAM. Con respecto a la Universidad Anáhuac, probablemente los alumnos del Tecnológico de Monterrey y de la Universidad Iberoamericana manifestaron un sentimiento de frustración, envidia e impotencia porque los estudiantes de esta institución eran (en la época de la investigación) los que podían desembolsar la mayor cantidad de dinero por la colegiatura.

En lo que concierne al bajo prestigio que los habitantes de la colonia Clavería otorgarían a la Universidad Nacional Autónoma de México, es decir, la siguiente hipótesis, resultó notoria la tendencia a favorecer a las escuelas particulares, no solamente sobre la UNAM, sino también sobre la UAM. A pesar de ser un asentamiento de clase media estable, es posible suponer que la identificación con los valores del proyecto empresarial —y que fuera sugerida por Vernon (1963)— hizo percibir a las instituciones particulares como portadoras del liderazgo educativo universitario, siendo tales colegios espacios en donde no se expresa la problemática laboral que altere o distraiga la educación de los jóvenes, ya que de acuerdo con lo expresado en entrevistas con algunos padres de familia, lo importante es «mantener ocupada a la juventud». Más allá de este razonamiento, quizás el motivo de favorecer a dichos colegios se encuentre en un deseo consciente o inconsciente de ingresar o participar en mayor magnitud en los círculos elitistas de las clases pudientes.

La hipótesis que estableció que los estudiantes de otra universidad pública proporcionarían a la UNAM un valor de prestigio, que si bien no se ubicaría en el nivel de la escuela más favorecida, pero tampoco en los sitios más bajos, debe rechazarse. Los estudiantes de la Universidad Autónoma Metropolitana no tuvieron el menor empacho en ubicar a la UNAM como la institución más desprestigiada de todas las que participaron en el estudio. Idéntica situación

se produce en la evaluación que los alumnos de la UNAM efectuaron hacia la Universidad Autónoma Metropolitana.

Por lo que toca a la siguiente hipótesis, los estudiantes de la UNAM concedieron a su institución un valor de prestigio más elevado que el otorgado por los integrantes de las muestras restantes; no obstante, dicho valor fue menor que el que los mismos estudiantes de la UNAM proporcionaron al prestigio de la Universidad Iberoamericana y del Tecnológico de Monterrey. En relación con la UAM, sus estudiantes evaluaron a todas las escuelas particulares como portadoras de mayor prestigio que el otorgado a su *alma mater*; sólo estimaron que al comparar el prestigio propio con el de la UNAM, su escuela se ubicaba mejor, pero con un margen prácticamente despreciable. Por otra parte, resalta el que los estudiantes de las universidades públicas establezcan que la institución más prestigiada sea el Tecnológico de Monterrey; la que le sigue, la Universidad Iberoamericana; y por último, la Universidad Anáhuac. Díaz-Guerrero (1967) planteó que en nuestro país hay un respeto culturalmente establecido hacia los ricos, y que a los iguales se les respeta menos; empero, esta afirmación se cumple parcialmente, ya que, desde la óptica de los estudiantes de las universidades públicas, a los «ricos» del Tecnológico de Monterrey, de la Universidad Iberoamericana y de la Universidad Anáhuac se les respeta de modo distinto. Posiblemente, esta situación se explique no tanto como un patrón cultural, sino como una pauta ideológica que, de acuerdo con Therborn (1979), determina los niveles de ambición del estudiantado de las instituciones públicas bajo el siguiente razonamiento: «podemos competir contra otra escuela pública y quizás contra algunas privadas "chicas" o "medianas"; pero difícilmente contra alguna de las universidades particulares socialmente más reconocidas». ¿Por qué el Tecnológico de Monterrey es más reconocido o se le atribuye mayor prestigio que al resto de los colegios particulares? Existen las bases para suponer que tal diferencia radica en una serie de cualidades asociadas a dicho instituto, y cuya estrategia discursiva e ideológica se ha encargado de difundir; sin embargo, este es un punto que será discutido más adelante.

Atendiendo a la hipótesis que sostiene que los sujetos que se informen a través de los medios de comunicación masiva tenderán a otorgar un prestigio más bajo a la Universidad Nacional Autónoma de México, ha sido posible establecer que, a diferencia de los otros colegios, los medios de comunicación masiva adquieren, en la evaluación del prestigio de la casa de estudios en cuestión, una importancia mayor que la que poseen en el resto de las instituciones estudiadas. Inicialmente, se pensaba que la televisión sería el medio que mayor bombardeo ideológico lanzaría contra la UNAM; no obstante, los periódicos adquirieron mayor importancia. De acuerdo con los hallazgos de la presente investigación, leer un periódico que es considerado como

rogobierno o antigobierno interviene de cierta manera en la evaluación del prestigio de la UNAM, lo cual permite pensar que el manejo de la información relacionada con esta institución que efectúan los periódicos que, en papel, aparecen como progobierno y opuestos al mismo conlleva diferencias sustanciales. Se podría suponer que la gente que lee periódicos favorables al gobierno se expone a un manejo maniqueísta de los conflictos que, en apariencia, ocasionan a la sociedad las huelgas, marchas y plantones de estudiantes, trabajadores y académicos de la UNAM; aunque no se descarta que en tales periódicos también se publiquen notas sobre hechos positivos de la institución. En el polo opuesto, los sujetos que leen periódicos clasificados como de izquierda u opuestos al gobierno dispondrían de un acceso más completo de la información, y no solamente se enfocarían en las huelgas, marchas o plantones, sino que su visión abarcaría las causas de tales conflictos, amén de extenderse a otras actividades de la UNAM, como son descubrimientos científicos, exposiciones, actividades deportivas, culturales, etc.; a pesar de ello, persiste la duda en torno a por qué aquellos que leen periódicos progobierno se inclinan por recordar en mayor grado los problemas que ocasionan los movimientos protestatarios vinculados con la UNAM. La respuesta a este planteamiento confirmaría los hallazgos de Graber (1984) acerca de que las noticias que tienden a recordarse con mayor facilidad son las que aparecen en la prensa y las que, entre otros temas, se refieren a los crímenes. Por lo que respecta a la evocación de las noticias en la prensa, se puede tener cierto nivel de certidumbre, dada la evidencia empírica disponible; no obstante, la facilidad en el recuerdo de los relatos noticiosos que se refieren a la delincuencia supondría que las marchas, plantones y huelgas fueran consideradas por diversos grupos como pertenecientes a la categoría «hechos delictivos», lo que remitiría nuevamente a una cuestión de tipo ideológico. El balance de este punto hace necesario, por un lado, un análisis de contenido destinado a estudiar la información que sobre la UNAM publica la prensa mexicana; y por el otro, un estudio de la representación social que diversos grupos tienen sobre los movimientos protestatarios de la clase trabajadora y el agrado o rechazo hacia ellos.

Y continuando con los medios de comunicación masiva, no deja de sorprender que los noticieros de televisión hayan adquirido importancia en la evaluación del prestigio de las universidades Iberoamericana y Anáhuac. De alguna forma, exponerse a la información de los noticieros de Televisa se asoció a un mayor prestigio otorgado a ambas instituciones; empero, ¿qué es lo que se dice o deja de decir en los noticieros de Televisa no solamente sobre tales instituciones particulares sino sobre la universidad privada en general? Dejando un tanto de lado la humildad académica, se puede afirmar categóricamente que en los noticieros de Televisa o en cualquiera de los de emisión nacional se habla poco sobre las universidades particulares; aunque

no se dispone aún de las bases empíricas para realizar una estimación sobre la naturaleza del contenido informativo vinculado a ellas. A manera de hipótesis, y con apoyo de los hallazgos de Graber (*op. cit.*), se sugeriría que en la gente existe una expectativa a recibir información negativa cuando enciende el televisor para presenciar un noticiero, y si alguna institución o agente social no aparece durante su emisión, entonces ingresa en la categoría de los sucesos o personas que no causan problemas a la sociedad. Un tema más cuya investigación habrá que desarrollar.

Otra de las hipótesis del presente estudio estableció que la Universidad Nacional Autónoma de México obtendría una dimensión de prestigio menor que la de las universidades particulares. Efectivamente, esta hipótesis se acepta cabalmente, y como se vio en la sección de resultados, el bajo prestigio de la UNAM no solamente posee consenso entre los estudiantes de las universidades particulares, sino entre los mismos estudiantes de la UNAM y de la UAM. Estos hechos hablan de una situación en la que los alumnos de ambos planteles se vieran imbuidos de un cierto estado de derrota, ya que en su percepción del campo profesional, sus posibilidades podrían verse notoriamente disminuidas por la competencia de los egresados de las escuelas particulares. Esta percepción del panorama profesional afectaría, en buena medida, la percepción de otros elementos ya no vinculados con el ejercicio profesional, sino con el quehacer académico, lo cual confirmaría lo señalado por Asch (1946) en cuanto a que en la percepción hay rasgos que son centrales y otros periféricos. Las influencias así propuestas se manifiestan cuando los estudiantes de escuelas públicas tienden a conceder a las instituciones particulares mayores magnitudes de calidad, superación, seriedad, responsabilidad, distinción, etc., lo cual, sin ser comprobado empíricamente, constituye un conocimiento ingenuo o, como diría Jodelet (1986), una representación social.

Los resultados y anotaciones observadas en el caso de la UNAM parecen hacerse extensivas a las universidades públicas, en virtud de que la otra institución pública estudiada —la UAM— recibió, en promedio, la magnitud más baja de prestigio, lo cual viene a confirmar lo establecido por la cuarta hipótesis.

La penúltima hipótesis establece una correlación inversa entre el nivel de solvencia económica de los sujetos y el prestigio concedido a la Universidad Nacional Autónoma de México. No se pudo determinar una relación en la que a mayor costo de la colegiatura de una escuela, menor fuera el prestigio otorgado a la UNAM. Se había pensado que a mayores desembolsos por dicho concepto, mayores tenían que ser los mecanismos psicológicos para justificar una decisión así, lo cual implicaría que se tuviera que disminuir en más alto

grado el prestigio de las instituciones restantes, pero esta situación no se registró.

Por lo que toca a la última de las hipótesis específicas, el nivel socioeconómico se constituyó como una variable importante en el prestigio concedido a la UNAM. En general, las variables relacionadas con la situación económica resultaron importantes en el prestigio concedido a todas las instituciones del estudio. En el caso de la UNAM, dicha variable fue el nivel socioeconómico en conjunción con la preferencia de periódicos. Los sujetos que tienen algún tipo de participación económica —por no decir que pertenecen a la clase trabajadora—, tienden a evaluar más positivamente a la universidad aludida. Quizá estas personas, por resentir directamente los efectos de las crisis económicas permanentes de este país, son menos proclives a aceptar los mensajes ideologizantes en torno a que los movimientos protestatarios de los trabajadores de la UNAM son siempre producto de su holgazanería y de su irresponsabilidad hacia la máxima casa de estudios y hacia la sociedad en general. Adicionalmente, se puede afirmar, con poca probabilidad de error, que su universo comunicativo en sus lugares de trabajo es de mayor amplitud, con lo que pueden obtener distintas versiones y puntos de vista sobre un mismo acontecimiento; sin embargo, una interpretación alternativa sería que dichos sujetos, al no tener ya la presión de afrontar la competencia con profesionistas de otras universidades para encontrar un trabajo y poseer cierta estabilidad en el terreno económico, podrían realizar una evaluación más razonada de la casa de estudios en cuestión. Aunque esto mismo podría analizarse bajo el supuesto de que aquellos que poseen un nivel socioeconómico más alto son personas «poco mayores» en edad y todavía recuerdan los tiempos en que la diferencia que separaba a la UNAM del resto de las instituciones era verdaderamente notoria. Se requieren estudios más profundos para observar los efectos de esta variable.

Para finalizar la discusión y análisis de las hipótesis de este trabajo, la atención se ubica en la hipótesis general de la cual se originó la presente investigación, y que estableció que en virtud del papel histórico de la UNAM, como fuente permanente de crítica a las acciones de los gobiernos «revolucionarios», y por resultar incompatible con el proyecto actual de sociedad de los grupos dominantes de la fracción gubernamental y la iniciativa privada, la hasta hoy «máxima casa de estudios» ha sido desprestigiada mediante la información que tales grupos difunden a través de los medios de comunicación masiva. Con base en la reflexión de las hipótesis específicas, puede concluirse que la Universidad Nacional Autónoma de México sí está desprestigiada y que los medios de comunicación —en este caso los periódicos— sí son importantes para explicar el prestigio que se concede a dicha

institución. Igualmente, es posible afirmar que el proyecto ideológico de las clases dominantes de este país ha tenido éxito en cuanto a descalificar el discurso de la universidad pública para reforzar el perteneciente a la universidad privada, convirtiéndola en el «ideal educativo», un ideal en donde no hay huelgas, asambleas, marchas, discusiones partidistas, plantones, sindicatos y ni siquiera reuniones de academias; un ideal altamente valorado por los capitalistas de este país y, como pudo observarse, por miembros de las clases medias y por el estudiantado de las mismas universidades públicas.

¿Por qué se ha manejado a lo largo de este trabajo la idea de que la UNAM ha sido fuente permanente de crítica a los gobiernos revolucionarios, a la vez de ser incompatible con el proyecto actual de sociedad de los grupos dominantes de la fracción gubernamental y del sector privado? Con respecto a la primera cuestión, la UNAM ha consignado en los trabajos de sus investigadores y en sus diversas movilizaciones la paulatina transformación de un Estado populista-nacionalista hacia un Estado que declaradamente ha favorecido la acumulación capitalista, relegando a segundo término el compromiso social. En relación con el segundo aspecto, la UNAM es incompatible con el proyecto actual de los grupos dominantes en el sentido de que, siendo una universidad «pública», depende de la aportación de un gobierno neoliberal que pretende «adelgazarse» al máximo. Asimismo, al ser la UNAM un centro de investigación y desarrollo tecnológico nacional, atenta contra los beneficios que un buen número de jefes gubernamentales pueden obtener al «conceder» el desarrollo nacional a compañías extranjeras. Por otra parte, la UNAM —junto con otras instituciones públicas— históricamente ha sido receptáculo de las más diversas teorías y concepciones sobre el hombre y la sociedad, muchas de ellas incompatibles con la idiosincrasia de un sector empresarial conservador, poco innovador, reaccionario y, por consiguiente, autoritario.

Retornando al problema del prestigio de la UNAM, ¿cuáles serían las bases sociales que soportan el bajo prestigio otorgado a esta institución y a las universidades públicas? Una hipótesis al respecto sería que México, en su historia moderna, se ha constituido en una dictadura «blanda» controlada por el partido oficial, en la que su sociedad no ha tenido otra alternativa que asumir pasivamente el proyecto que el gobierno y/o los sectores empresariales han querido imponer. Merced al corporativismo priísta, ni los obreros ni los campesinos ni las clases medias han podido participar activamente en la construcción de un proyecto de nación. Therborn (*op. cit.*) ha mencionado que la ideología interpela al individuo diciéndole, entre otras cosas, *qué es lo que existe y lo que es posible*. De esta manera, se puede establecer que la universidad pública cobra existencia como «uno más» de los servicios que puede recibir la sociedad por parte del gobierno, algo así como el servicio de

94 CAPÍTULO 5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

agua, de luz o teléfono; no existe como un proyecto social destinado a la promoción del desarrollo ni tampoco es percibida como un esfuerzo social en el que cada mexicano contribuye con los impuestos que emanan de su trabajo. No constituye una entidad cuyo buen o mal funcionamiento competa a todos y por el que haya que exigirle cuentas al gobierno. Desde la perspectiva de amplios sectores de la población, la problemática queda reducida a la siguiente disyuntiva: si no se tiene dinero, no queda más que ingresar a una universidad pública; si se dispone de él, hay que buscar una «buena» universidad particular.

Pero lo hasta aquí analizado es la punta del iceberg, y la información originada en las redes semánticas de los términos estímulo *prestigio* y *prestigio académico*, plantea cuestiones que amplían la perspectiva no sólo al prestigio de tal o cual institución, sino a aquellos criterios que se refieren a lo que debe ser la educación desde la óptica de los grupos estudiados. Al observar los resultados, sobresalen las definidoras que predominantemente hacen mención de cualidades ambiguas y que reflejan más bien ideales, que parámetros a través de los que pueda evaluarse el valor de una universidad o academia. Atendiendo específicamente a las palabras que alcanzaron las mayores frecuencias en las redes semánticas de *prestigio académico*, se advierte que prácticamente estuvieron ausentes definidoras como *publicaciones, conferencias, descubrimientos, investigación, científicos, innovaciones, cambio, invención, maestros, etc.*, las que propiamente hablarían en términos medibles de un quehacer académico y no de un conjunto de virtudes abstractas que adquiere el individuo como *cultura, distinción, liderazgo, estatus, reconocimiento* y demás. Adicionalmente, las definidoras «típicas» del prestigio académico como *estudio* y *preparación* no fueron de las más mencionadas por los sujetos, y si se pudiera resumir en dos palabras lo que tanto el prestigio como el prestigio académico parecen significar, desde su particular óptica, la decisión se inclinaría por *calidad* y *excelencia*. Estas consideraciones confirman que el prestigio no es solamente un paralizador de los juicios, tal y como Moscovicí (1985) lo había señalado, sino que proporciona una serie de pautas equivocadas de evaluación de la realidad. Igualmente, se hace oportuno volver a las anotaciones de Therborn (*op. cit.*), en torno que la ideología establece los límites de las posibilidades y la ambición. La universidad, de acuerdo con el parecer de los grupos estudiados, debe cumplir con la gama de expectativas que se le atribuyen, que es el de dotar de ciertas virtudes a la gente que ingresa al mercado de trabajo de un país capitalista dependiente, a modo de un simple centro de capacitación, y bajo las reglas que el gobierno y los empresarios impongan. Resultó curioso un comentario de un alumno de la Universidad Anáhuac en relación con que la UNAM «era buena para investigar, pero no para estudiar». Este comentario, proveniente de un estudiante de una universidad en donde se

realiza muy poca o nula investigación, permite deducir que si la investigación es un elemento aparte del estudio, tampoco formará parte de la actividad profesional. Lo aquí expuesto confirma la existencia de una problemática en la que el subdesarrollo no es exclusivamente una condición económica de un país, sino que, por sus repercusiones en el terreno educativo, puede crear hábitos de pensamiento que reproduzcan la dependencia hacia los centros capitalistas en los ámbitos científico, social y administrativo.

Se ha hablado ya de la UNAM como una de las instituciones cuyo prestigio concedido es de los más bajos; sin embargo, vale la pena dedicar un espacio a la reflexión de la institución que recibió la mayor magnitud de prestigio: el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

¿En qué radica el aparente éxito de una institución que empezó sus días como el centro de preparación de los técnicos de uno de los grandes imperios cerveceros del país (la Cervecería Cuauhtémoc)? En primer lugar, dada la fuerte restricción de tipo económico que impone a sus estudiantes y aspirantes, puede suponerse que el consenso en cuanto a la supuesta superioridad de éste y otros de los colegios privados importantes tiene, como uno de sus principales fundamentos, la incorporación y aceptación, por una gran cantidad de los sectores de nuestra sociedad, de una ideología conservadora-elitista importada en alto grado de la tradición anglosajona de los Estados Unidos, en cuyo pensamiento, descrito por Horowitz (1980), aflora la idea en torno a que el liderazgo no sólo de una sociedad, sino del mundo en general, debe ser provisto por las clases ricas. En complemento, y con el impulso proporcionado por la corriente económica neoliberal que ha prevalecido en el mundo capitalista durante los últimos 15 años, ha prosperado la idea acerca de que el camino hacia el progreso de los países está en función de su avance tecnológico y de la magnitud de su planta industrial. De tal suerte, el Tecnológico de Monterrey, ante amplios conglomerados sociales de nuestro país, es la viva connotación de tales virtudes. Paradójicamente, y aunque el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey porte en su nombre el estandarte de la tecnología y la industrialización, si no ha contribuido a su desarrollo, lo ha hecho en una magnitud tan reducida que nunca podría compararse al grado en que lo ha hecho la UNAM, el Instituto Politécnico Nacional o aun la UAM, no obstante de contar esta última con apenas poco más de veinte años de fundada. El Tecnológico de Monterrey fue fundado en 1943, y para el año 1970 no contaba aún con investigadores (Basáñez, 1981, pág. 217). Actualmente, esta institución incorpora diversos campus que disponen de transmisiones de conferencias vía satélite y complejos laboratorios de robótica que, de acuerdo con la opinión de ingenieros (Moreno, 1994), son reproducciones de las líneas de montaje que se utilizan en el programa de maquiladoras, el que se

caracteriza por sus altos niveles de explotación, deterioro ecológico y por su incapacidad para generar la cantidad de empleos que requiere el país (Calderón, 1990). Por otra parte, y aunque en los propios campus se encuentren los centros de investigación, las autoridades de mayor jerarquía manifiestan contar con programas destinados al desarrollo regional, finanzas, bolsa de valores y competitividad internacional; sin embargo, dichos programas funcionan únicamente «[...] como apoyo a los programas de posgrado» (ITESM, 1994, pág. 5); no conforman un programa de investigación institucional. Igualmente, el sistema ITESM y sus 26 campus están acreditados en la Asociación de Universidades y Escuelas del Sur (Southern Association of Colleges and Schools) de los Estados Unidos de Norteamérica y, como su misma declaración de principios lo estipula, no persigue fines de lucro y «[...] por sus mismos principios educativos, es ajeno a partidismos ideológicos, políticos y religiosos» (ITESM, *op. cit.*, pág. 4). Con el sustento de estas consideraciones, es posible establecer que el Tecnológico de Monterrey ha fincado una muy respetable parte de su prestigio en promover su imagen como una institución moderna de acuerdo con el modelo neoliberal de globalización de las dos últimas administraciones presidenciales, en donde no hay otro fundamento social y económico que no sea el de reproducir el modelo de dependencia con respecto a los Estados Unidos.

Pero no todo queda ahí en relación con el Tecnológico de Monterrey. Como ya quedó expresado en los resultados del presente estudio, la cultura no es una parte importante en la representación social del prestigio de la institución que resultó más favorecida por el consenso de los grupos observados. A propósito de ello, cabe formular dos hipótesis: la primera de ellas se enfocaría en la percepción de la cultura como un elemento innecesario para triunfar en el mundo de «productividad y competitividad» de nuestros días. La segunda, se centra en una devaluación del concepto «universidad», ya que como el mismo término lo refiere, la cultura universal «ambigua y afectada» cede su puesto al «conocimiento práctico», directamente enfocado a un fin y que produce ganancias rápidas, sin la necesidad de invertir tantos recursos materiales y de ingenio.

Y ¿cuál es el pensamiento de los propios estudiantes del Tecnológico de Monterrey con respecto a su institución? Aunque se registró la tendencia, por parte de la totalidad de los estudiantes, a evaluar con mayor generosidad a su propio colegio, los de la escuela particular aludida no tienen la menor duda al asignarse de las más altas calificaciones en la evaluación de cada uno de los atributos de que consta dicha representación social. Paralelamente, no vacilan en otorgar calificaciones bajas a las dos universidades públicas. Se desconoce si tales estudiantes saben que una muy alta proporción de sus profesores, quizá mayor de lo que su institución quisiera reconocer, proviene no sólo de la

UNAM, sino también de la UAM y del Instituto Politécnico Nacional; inclusive, algunos de sus coordinadores de carrera son egresados de dichos centros educativos. Así, se demuestra la existencia de toda la serie de procesos intelectuales contemplados por Bergson (Xirau, 1964) a través de la *función fabuladora*. El ingresar o estudiar en una universidad particular implica bloquear las cualidades inquisitivas del estudiante en torno a su propia situación y a la de su escuela para participar en el «mito» basado en la creencia de que su escuela siempre será buena por el hecho de ser particular. No es necesario decir que el mito se crea en los miembros de los diversos sectores sociales a través del prestigio.

Y aunque la cultura no sea importante en la representación social del prestigio del Tecnológico de Monterrey, llama en exceso la atención el que los habitantes de la colonia Clavería consideren que la cultura está asociada en mayor grado con tal colegio que con la UNAM. A pesar de que numéricamente la diferencia no sea muy notoria con respecto a los valores que se registraron en la situación de la UNAM, se tenía la certeza inicial de que en este aspecto la supremacía de esta institución sería contundente en la evaluación proveniente de todas las muestras integrantes del estudio. Inclusive, el «empate» en los valores se consideraba fuera de toda expectativa; empero, aun el valor de cultura concedido por los habitantes de la localidad citada a la Universidad Iberoamericana supera al otorgado a la UNAM. Indudablemente, muchos de los habitantes de Clavería, si bien pueden ignorar que más del setenta por ciento de las investigaciones científicas mexicanas se efectúa en la UNAM (Pérez Tamayo, 1991), seguramente han satisfecho, en no pocas ocasiones, sus aspiraciones de cultura asistiendo a conciertos, obras de teatro o exposiciones en museos auspiciadas por la UNAM; sin embargo, estos logros no parecen tener relevancia desde su particular óptica, lo cual, de alguna forma, vuelve a confirmar los hallazgos de Asch (*op. cit.*), que se refieren a la formación de impresiones. El éxito en los mercados de trabajo, la aparente ausencia de conflictos políticos y laborales, y la cada vez mayor penetración de los egresados de las escuelas privadas en los puestos de decisión es el elemento central que prevalece en la percepción del prestigio de las universidades; el resto de los elementos, por muy nobles que parezcan desde los ideales universales del género humano, se convierten en aspectos netamente periféricos y hasta secundarios. Este planteamiento a su vez es enriquecido por las aportaciones de Fromm (1964) en torno a las cualidades «filtrantes» del carácter social.

¿Cómo se realiza la labor de tal filtro? Una posible respuesta puede encontrarse en el procesamiento dual de formación de impresiones propuesto por Brewer (1988). Como se apreció en la sección de resultados, la comunicación interpersonal no tuvo un peso significativo dentro de los medios

empleados para obtener información acerca de los asuntos de la UNAM. Por lo tanto, y de acuerdo con lo propuesto por dicha autora, puede darse por hecho que la formación de impresiones por parte de los grupos analizados se basa en la categoría, lo cual ocasiona que mucha de la información que no es congruente con las expectativas de la categoría sea descartada o no sea procesada en un nivel más elaborado. Si permanentemente se están esperando problemas de los diversos agentes vinculados con la UNAM, toda información que hable sobre sus logros será descartada o relegada en las fases posteriores de procesamiento. Otra modalidad, y no necesariamente independiente de la anterior, tendría lugar cuando la información relacionada con los movimientos protestatarios no sólo de los trabajadores de la UNAM, sino de la clase asalariada en general es inconsistente con los valores y actitudes del sujeto, especialmente si tales valores y actitudes forman parte de una conciencia social en la que todavía prevalecen elementos conservadores, semif feudales y desprovistos de una cultura política. Dichos valores y actitudes pueden referirse a que «sólo el trabajo es bueno» o que «México sólo saldrá de sus problemas cuando todos se pongan a trabajar y se olviden de andar haciendo huelgas». La forma en como se procesa la información y los valores y actitudes incidirían en las etapas de elaboración de juicios, de acuerdo con la secuencia propuesta por Wyer (1979). Paralela o intrínsecamente a este procesamiento de información, ocurren los procesos de atribución diferencial de causalidad descritos por Rodrigues (1976), ya que los sujetos deben establecer si los movimientos de protesta se originan como resultado de las políticas antipopulares del gobierno o por la pereza, irresponsabilidad social e intransigencia de los miembros de la clase trabajadora. La investigación futura deberá enfocarse en la percepción social y los mecanismos de atribución que operan en la elaboración de juicios concernientes a los movimientos de los trabajadores.

Las reflexiones aquí expuestas sobre los complejos procesos que intervienen en la relación entre el prestigio concedido a la Universidad Nacional Autónoma de México y los medios de comunicación masiva proporcionan el material necesario para la formulación de un modelo que permita comprender, de manera esquemática, no sólo el prestigio otorgado por diversos grupos a la UNAM, sino la dinámica que subyace en el proceso de ideologización. Este modelo aspira a desarrollar una integración hipotética de los antecedentes sociológicos, económicos e históricos revisados anteriormente con el problema psicológico y comunicativo contemplado en esta investigación. Aunque resulta cierto que el modelo dista mucho de constituir una versión final en lo que a ideologización se refiere, por lo menos quizá permita entender de manera más simple y ordenada el fenómeno y la relación de variables que intervienen en él.

El modelo que ha constituido el punto de partida ha sido el propuesto por De Fleur y Bail-Rokeach (1982) y que ha sido reproducido en la sección de antecedentes teóricos; no obstante, dicho modelo no se halla exento de objeciones, siendo la primera de ellas el concebir a la sociedad como algo aparte de los sistemas de medios, los públicos y las personas. En adición, separa a las personas «como personas» y «como públicos», cuando forman parte de una misma entidad. Igualmente, muchas de las variables que involucra están planteadas en términos ambiguos que dificultan sobremanera el trabajo de medición del efecto que pueda tener cada una de ellas sobre otras (verbigracia, cultura material y simbólica). No contempla, asimismo, los efectos diferenciales que pueden existir entre medios de distintas tendencias ni algunas variables que podrían amplificar o disminuir los efectos de los medios. Por otra parte, no se manifiestan las características de la comunicación de los medios, entendidas aquéllas como ideologización ni la comunicación de los individuos como respuesta o alternativa a dicha comunicación de masas, expresada, en términos de Fernández Christlieb (1987), como politización. Finalmente, la variable ideología ni siquiera es contemplada en un modelo que se inscribe dentro de la más arraigada tradición funcionalista de los científicos sociales provenientes de los Estados Unidos.

A pesar de la crítica, es necesario establecer que el modelo que aquí se propone no pretende descalificar al antes mencionado, ya que la evidencia empírica que proporciona un estudio exploratorio difícilmente permitiría hacerlo. Las pretensiones se circunscriben exclusivamente a ofrecer una explicación acorde a la realidad mexicana, que facilite de alguna forma los caminos de la investigación ulterior, investigación que deberá abordar la forma en que variables históricas, económicas, sociales y políticas interactúan con las variables psicológicas, tales como atribución diferencial de causalidad, formación de estereotipos, actitudes, etc.

Con fines netamente ilustrativos, y por cuestiones de espacio, el modelo se ha dividido en dos partes: una sociológica y otra psicológica. Por lo que concierne a la primera parte (figura 5.1), el análisis comienza en las influencias que ejerce el capitalismo internacional sobre la sociedad mexicana. Dentro de tales influencias se han considerado como variables particularmente importantes las controversias entre monetaristas y estructuralistas del concierto internacional, los cuales establecen dos paradigmas en cuanto a lo que debe ser el manejo de la economía capitalista. Como se recordará, de acuerdo con Brothers y Solís (1966), la postura monetarista está representada a través del Fondo Monetario Internacional (FMI), y la estructuralista por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Ambos tienen por objetivo el crecimiento económico, pero difieren en los medios para lograrlo. Los

100 CAPÍTULO 5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

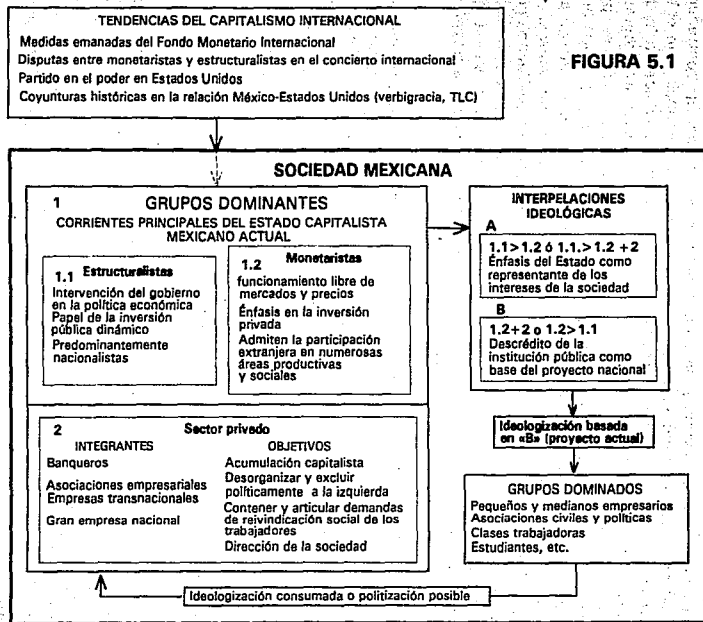
monetaristas dan gran importancia al funcionamiento libre de los mercados, mientras que los estructuralistas no confían tanto en las fuerzas del mercado y se inclinan por la intervención en el mecanismo de precios para superar las limitaciones de las fuerzas inherentes del mercado dentro del contexto latinoamericano.

Otra variable importante se constituye a partir de las coyunturas históricas entre México y Estados Unidos, por ejemplo, el Tratado de Libre Comercio, cuyo proyecto de globalización económica, inserto en una directriz declaradamente monetarista, ha intentado vender su imagen en la sociedad mexicana a través del discurso de la creación de empleos, incorporación al primer mundo, diversificación de mercados, modernización, etc.

Estos procesos repercuten en la sociedad mexicana, iniciando su influencia en los grupos dominantes (flecha en línea punteada). Dichos grupos se dividen en el Estado y el sector privado. Por lo que toca al Estado, también se registra una disputa entre monetaristas y estructuralistas, la que desde 1968 ha ganado fuerza. Los objetivos de estas corrientes dentro del Estado mexicano no son sustancialmente diferentes de sus homólogos internacionales, y en el modelo se han incluido los que, a juicio personal, representan los más importantes ideológicamente hablando.

La siguiente gran división dentro de los grupos dominantes la conforma el sector privado. Sus integrantes son los banqueros, las asociaciones empresariales, las empresas transnacionales y la gran empresa nacional. Algunos de sus objetivos, de acuerdo con Basáñez (*op. cit.*), se ven influidos fuertemente por el pensamiento conservador, y básicamente consisten en la acumulación capitalista, mantener la división de clases, desorganizar y excluir políticamente a la izquierda, contener y articular las demandas de reivindicación social de los trabajadores, y, finalmente, acceder a la dirección de la sociedad.

Las relaciones del sector privado con el Estado han sido influidas por el tipo de orientación de éste. En administraciones gubernamentales de carácter estructuralista (con Echeverría y López Portillo) las relaciones han sido tensas (Basáñez, *op. cit.*); empero, durante los dos últimos periodos presidenciales predominantemente monetaristas se ha mostrado una clara concordancia entre los objetivos del Estado y del sector privado. Si se hablara en los términos del modelo propuesto por De Fleur y Ball-Rokeach (*op. cit.*), lo aquí señalado englobaría las relaciones directamente interdependientes con las políticas de los medios de comunicación masiva.



102 CAPÍTULO 5 DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Dependiendo de la corriente que predomine en el Estado mexicano y de la relación que se mantenga con el sector privado, se producirá un determinado tipo de interpelación ideológica. Si la corriente estructuralista del Estado se impone sobre la monetarista o incluso sobre esta última y de los cuestionamientos del sector privado, se producirá una interpelación ideológica en la que el Estado se yergue como representante de los intereses de la sociedad en concomitancia a un énfasis del sector público. En contraparte, si prevalece la corriente monetarista, y si se añade la concordancia con el sector privado, se obtendrá como resultado una interpelación ideológica en la que se desacredite al Estado y a la institución pública como bases del progreso del país. Desafortunadamente, en el caso del presente estudio no es posible efectuar una comparación empírica del prestigio concedido a la UNAM durante las administraciones predominantemente estructuralistas y el momento actual; no obstante, y sin mucho temor de caer en el error, se puede afirmar que el discurso de escuelas como la Universidad Iberoamericana y el Tecnológico de Monterrey no tenía la supremacía que adquirió durante las administraciones neoliberales. Inclusive, había programas cómicos de televisión en los que se ridiculizaba a los estudiantes de la Universidad Iberoamericana a través de un personaje conocido como «el chavo de la Ibero».

Durante la época actual, que abarca los últimos doce años, ha prevalecido la ideologización con base en la opción «B» en el modelo, que, como ya se había mencionado, se refiere a un descrédito de la institución pública como base del proyecto nacional, en conjunción a una tendencia que favorece la acumulación capitalista y da por concluidos, de manera casi definitiva, los compromisos de la Revolución. Dicha ideologización se ha efectuado a través del empleo de los medios de comunicación masiva que apoyan al gobierno y llega a los grupos dominados, entre los que se encuentran las clases trabajadoras, pequeños y medianos empresarios, asociaciones civiles y políticas, estudiantes, etc. Esta información ideologizante es procesada por los sujetos de los diversos grupos dominados y puede dar lugar a la retroalimentación de los grupos dominantes bajo dos modalidades: la ideologización consumada o la politización posible. La ideologización supondría que los grupos dominados han aceptado con alto grado de pasividad el proyecto de los grupos dominantes, mientras que la politización implicaría una respuesta alternativa de los grupos dominados hacia los grupos dominantes. Por lo que la evidencia empírica sugiere, la ideologización se ha llevado a cabo de acuerdo con el proyecto definido por los grupos dominantes: la universidad pública pierde su supremacía ante las universidades particulares.

Aunque la parte anterior del modelo implica cierta complejidad, existe una buena cantidad de investigación sociológica que ha permitido inferir la naturaleza y las relaciones que están detrás de la comunicación ideologizante;

sin embargo, se ha observado en todos los análisis de regresión del prestigio concedido a cada institución que la proporción de la varianza explicada en cada ecuación es relativamente pequeña. ¿Cuáles otras variables, en combinación con las que se han determinado como importantes en el análisis, permitirían acceder a niveles mayores de explicación? Para este propósito se ha desarrollado la parte del modelo que aborda el procesamiento de la información ideologizante desde la perspectiva del individuo (Figura 5.2). Esta formulación admite un grado mayor de dificultad en virtud de la ausencia de una buena cantidad de investigación sobre los posibles nexos entre las variables que se consideran pertinentes en su planteamiento, por lo que toda especulación que parezca excesiva en cuanto a dichas relaciones deberá contemplar esta limitación.

La recepción y posible penetración de la información ideologizante se lleva a cabo en función de una serie de variables que operan secuencialmente. De acuerdo con la evidencia obtenida, la información ideologizante y proveniente de los grupos dominantes se difunde en mayor grado a través de la televisión y de los periódicos subordinados al gobierno. En este caso, el prestigio tiene la finalidad de amplificar la ideologización que se difunde en tales medios, a la vez de inhibir las facultades inquisitivas del individuo. La siguiente etapa, y recurriendo a las anotaciones de Rodríguez (*op. cit.*) sobre el proceso de percepción de las acciones, las condiciones de recepción de la información implican la forma en cómo llegan al individuo los mensajes provenientes de los medios. ¿Existe el ruido causado por informaciones recibidas involuntariamente en el trabajo o en casa? También el ambiente inmediato del individuo influye en los mecanismos de atención, ya que se pueden esperar diferencias entre aquellas personas que tienen, por ejemplo, niños en casa y los que viven solos.

A continuación, se tiene una etapa de procesamiento inicial en la cual se establecen las bases para la evocación de los contenidos de las macroestructuras del relato periodístico, es decir, las que en los periódicos ocupan los encabezados y las que en televisión podrían leerse en los primeros lugares de aparición; esto de acuerdo con lo establecido por Van Dijk y Kintsch (1978, 1983), Kintsch y Van Dijk (1975, 1978), Van Dijk (1979) y Van Dijk (1990). En esta etapa se puede suponer, de acuerdo con los hallazgos de estos autores, que los mecanismos de evocación son relativamente uniformes, independientemente de la clase social o de la filiación política. La información primeramente es decodificada para ser almacenada en las memorias de corto y largo plazo, incluyendo ésta la representación del contexto y el modelo de la situación de los eventos insertos en ella.

Posteriormente, la secuencia contempla los procesos en los que aparece la intervención del individuo como ser social. Tales procesos fueron englobados

en lo que Fromm (*op. cit.*) ha denominado *carácter social*. Se ha dado por hecho que el primer gran filtro en el individuo es el *habitus* de clase (ecosistema), que se define como un conjunto de estructuras cognoscitivas conformadas a partir de las condiciones de existencia, las que involucrarían la influencia de la cultura en la esquematización ya mencionada de De Fleur y Ball-Rokeach (*op. cit.*). Este *habitus* influye y es influido por algunas variables de personalidad que se mencionarán más adelante y que, desde un particular punto de vista, hacen más o menos susceptible al individuo a la ideologización. Esto se intuye a partir de la evidencia proporcionada por la presencia de las variables económicas en los análisis del prestigio concedido a cada una de las instituciones del estudio. La formación del *habitus* está contemplada en el proceso de socialización «clasista» del individuo, que abarca desde la niñez hasta la vida adulta, es decir, si asistió en determinadas etapas de su vida a escuelas particulares, si el círculo de amistades fue integrado por miembros más o menos favorecidos económicamente, si en las etapas de la vida adulta se desenvuelve principalmente en círculos de cierta jerarquía, amén de los niveles de consumo en el lapso contemplado, etc. Por otra parte, puede suponerse que el *habitus*, generador de prácticas enclausantes, lleva implícita una serie de valores históricamente determinados en relación con lo que sería la sociedad ideal, que a su vez favorecen la formación de actitudes clasistas hacia el ocio y el trabajo, y aun hacia la distribución de la riqueza en la sociedad.

Al interior del mismo *habitus*, se encuentran, además, los propósitos de distinción, que abarcan argumentos tales como «lo bueno es lo que cuesta más» y los deseos de exclusividad en términos de que «lo privado es mejor que lo público».

Igualmente, existen los sentimientos de pertenencia a una clase social en los que una persona, aunque sus ingresos no sean muy elevados o su hacienda no muy cuantiosa, pueda sentir que es integrante de una clase superior a la que verdaderamente se encuentra. Finalmente, se hallan las aspiraciones de consumo, en las que el individuo sostenga la creencia de que la educación es otra más de las muchas cosas dentro de la sociedad que entran en la categoría de los objetos «consumibles», y que, por supuesto, adquiere valor al poseer esta cualidad.

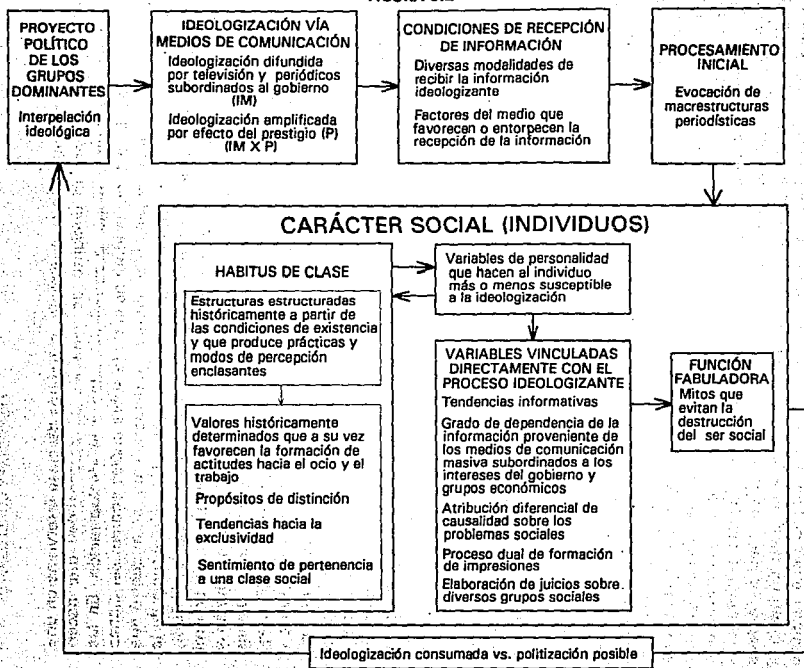
Por lo que respecta al comportamiento en relación con los medios de comunicación masiva, es posible suponer que los efectos del *hábitus* se manifiestan en las necesidades y dependencias que los sujetos expresan hacia los medios de comunicación masiva, lo cual evitaría la caracterización de las personas como «públicos» y como «actores» al interior del modelo de De Fleur y Ball-Rokeach (*op. cit.*).

Como ya se explicara en su momento, el habitus de clase interviene en una relación recíproca con un conjunto de variables de personalidad que hacen susceptible en mayor o menor grado al individuo a la ideologización. En las etapas postreras del estudio predominó la duda sobre cuáles podrían ser dichas variables, y luego de la revisión bibliográfica correspondiente, se encontró que una de las variables con mayores posibilidades de desarrollo en el estudio de la ideologización es el locus de control, ya que desde el trabajo de Rotter (1966), se ha reportado, entre otros aspectos, que los sujetos con locus de control interno disponen de procesos de atención más refinados (Berggren, Ohman y Frederikson, 1977); buscan más información (Seemans y Evans, 1962; Davies y Phares, 1967; Weiner y Daughtry, 1975); usan mejor la información (Phares, 1968) y aprenden más tanto en forma intencional como accidental (Wolk y Ducette, 1974). Adicionalmente, ejecutan mejor en condiciones no estructuradas o de baja disciplina en contraposición a los sujetos de locus de control externo, quienes logran mejores resultados en condiciones estructuradas o de alta disciplina (Parent *et al.*, 1975). De este conjunto de anotaciones surgiría la hipótesis en torno a que los sujetos con locus de control externo serían más susceptibles a la ideologización, mientras que en los individuos de locus de control interno ocurriría lo contrario.

De la relación entre las variables enunciadas surgen otros efectos sobre otras variables que, a juicio personal, mantienen una relación más inmediata con el proceso de ideologización. Entre ellas destacan, en primer término, las tendencias informativas.

En la reflexión de los resultados se vio que los alumnos de escuelas particulares seleccionan periódicos distintos a los estudiantes de las universidades públicas, inclinándose los primeros por aquellos que se estiman como más favorables al gobierno y, por añadidura, a las clases dominantes. Lo anterior pudiera deberse a que los estudiantes de escuelas particulares esperan hallar información no disonante a su clase de procedencia o algo que no pueda producir algún tipo de conflicto, o como se dice vulgarmente, que «no les mueva el tapete». Igualmente, se advirtió que en las preferencias televisivas hay ciertas diferencias, aunque en el caso de México ambos noticieros presentan tendencias muy similares en cuanto a su posición hacia el gobierno. De acuerdo con los resultados de la investigación, la radio aparece como poco significativa en cuanto a su poder ideologizante, lo cual tiende a confirmar lo establecido por Graber (*op. cit.*) en cuanto a que los sujetos tienden a recordar mayores cantidades de información a partir de la prensa y la televisión.

FIGURA 5.2



Otro aspecto importante en las tendencias informativas es el grado de dependencia que los sujetos mantienen con respecto a la información presentada en los medios, sean éstos subordinados menor o mayormente a los intereses de las clases dominantes. ¿Qué tan necesario e importante en relación con otros medios es para el sujeto ver el noticiero o leer su periódico habitual para obtener información?, ¿realmente cree que lo que dice *24 Horas* es la verdad o únicamente ve el noticiero para obtener una suerte de índice de asuntos de la agenda nacional o internacional?, ¿cuántas veces a la semana el sujeto compra su periódico o cuántas veces en el mismo lapso observa su noticiero de televisión?

La atribución diferencial de causalidad configura una serie de planteamientos de suma utilidad para el trabajo que en esta oportunidad se ha realizado y para comprender el fenómeno de la ideologización. ¿Quiénes son los responsables de los problemas que agobian a la ciudad o al país?, ¿los trabajadores, el gobierno o algún otro factor externo? No se descarta el que buena parte del éxito de la ideologización proveniente de los grupos dominantes se centre en esta variable. Ubicando la atención en el presente estudio se formularían las siguientes interrogantes: ¿A quién atribuyen, ya sean los mismos estudiantes de universidades públicas estudiadas o los colonos de Clavería, los problemas de la UNAM y de la UAM?, ¿a los sindicatos, a los malos manejos de administraciones y académicos de dichas instituciones o a una situación coyuntural que incluye una estrategia del gobierno y, en general, de los grupos dominantes?

Los valores y los procesos de atribución diferencial de causalidad sobre los problemas sociales pueden mostrar su incidencia en lo que es el proceso dual de formación de impresiones, ya que pueden constituir el «marco» a partir del cual el sujeto debe decidir por un procesamiento basado en la categoría o un procesamiento basado en la persona, de acuerdo con lo establecido por Brewer (*op. cit.*). En la primera situación, se habla de una búsqueda del estereotipo adecuado para incluir a los grupos o sujetos que aparecen en los medios de comunicación masiva. En la segunda situación el procesamiento es llevado a cabo de manera más elaborada y sin la mediación de los estereotipos. En el caso de las universidades públicas, y como ya se había anotado, lo más probable es que el procesamiento de información sea basado en la categoría, puesto que aun en los ambientes más conservadores es posible hallar información en torno a la respetable cantidad de sucesos «positivos» (descubrimientos científicos, convenios de cooperación, actividades culturales, etc.) que tienen origen en dichas instituciones. A pesar de ello, por no encajar en un estereotipo que se tiene del universitario «de universidad pública» (huelguista, agitador, porro, etc.) dicha información es descartada o no atendida. Una interpretación adicional se sustentaría en la perspectiva de la

comprensión del relato noticioso en cuanto a que las instituciones, los acontecimientos negativos o los que implican cierta espectacularidad como la delincuencia callejera, los desastres o los accidentes se recuerdan en mayor magnitud que los temas más abstractos y lejanos (Van Dijk, 1990 y Graber, *op. cit.*). Aceptar esta vertiente conduciría a dos razonamientos: el primero de ellos portaría consigo el que las personas recordaran en mayor grado todo lo que se publica sobre la UNAM como institución y que olvidara lo microsociales, como podrían ser las aportaciones de sus investigadores, lo cual de alguna manera viene a apoyar la hipótesis formulada a partir del modelo propuesto por Brewer (*op. cit.*). El segundo razonamiento, y que ya fuera formulado en su oportunidad, llevaría implícita la premisa en torno a que las personas ubican los movimientos protestatarios como «delincuencia callejera» o como sucesos negativos, lo cual nos remite de nueva cuenta a elementos valorativos e ideológicos, cuyo estudio está todavía por desarrollarse.

En la última fase del modelo, aparece la elaboración de juicios sobre grupos o acontecimientos, de acuerdo con lo señalado por Wyer (*op. cit.*). Prácticamente es en esta fase donde se podría decir que convergen los efectos secuenciales de todas las variables enunciadas anteriormente.

Aunque en la etapa de elaboración de juicios se pueda pensar que ha concluido el procesamiento de la información ideologizante, la suposición en este sentido es que, no obstante el juicio o juicios que se hayan efectuado, el individuo todavía debe filtrarlos a través de la función fabuladora, la cual, como Bergson (Xirau, *op. cit.*) afirmaba, se constituye como una serie de barreras en forma de mitos, leyendas, verdades aceptadas de primera mano, etc., que, al impedir la acción inquisitiva de la inteligencia, evita la destrucción del ser social. A pesar de que su conocimiento ayuda a comprender el virtual éxito de la información ideologizante, está ausente aún la evidencia empírica que contribuya a establecer si es una variable de personalidad por sí sola, si existe algún otro mecanismo psicológico equivalente, si es una variable relacionada con el proceso ideologizante en sí o un elemento del habitus de clase.

Dentro de los «mitos» contemplados por la función fabuladora, pueden enunciarse algunos, verbigracia, que la sociedad se divide en grupos que mandan y otros que obedecen, y que hay que respetar ese orden. Igualmente, se puede pensar que aunque los planteamientos de la oposición sean viables, México únicamente puede ser gobernado por el partido oficial. Uno de tales mitos, enfocado al problema de investigación aquí estudiado, podría ser que nunca una escuela pública podrá superar la calidad de una escuela particular. En México, a pesar del deterioro que en diversas áreas presentan las universidades públicas, prácticamente están ausentes los movimientos civiles

en pro del mejoramiento de tales centros educativos; como si fuera inevitable su decadencia e inferioridad ante las universidades particulares. Adicionalmente, puede suponerse que aunque el individuo arribe a juicios positivos sobre la UNAM o sobre la universidad pública en general, el mito de la superioridad de las instituciones particulares le impedirá continuar con la reflexión posterior que cuestione las condiciones de funcionamiento de las universidades, en especial, de su papel en la sociedad. Por consiguiente, se verá impedido para comenzar una politización expresada en los términos ya señalados por Fernández Christlieb (*op. cit.*). Si la función fabuladora es lo suficientemente fuerte, la ideologización se verá consumada, puesto que la función fabuladora, por definición, siempre estará al servicio del ser social de la sociedad de dominantes y dominados. De tal suerte, la ideologización se dará de muchas formas, ya sea en términos de estereotipos negativos o actitudes negativas hacia los grupos, personas o proyectos rivales a los grupos o proyectos dominantes, o en términos de apatía y resignación ante la inmutabilidad del sistema social. Cuando la función fabuladora se debilita por algún motivo, se vislumbra la posibilidad de emprender una politización, es decir, la comunicación alternativa del individuo hacia el resto de la sociedad y hacia los grupos dominantes. La politización puede iniciarse a partir de pláticas con otras personas, y si alcanza determinadas magnitudes, puede conquistar espacios en medios y hasta constituir asociaciones civiles o políticas que modifiquen la estructura de poder prevaleciente.

Más que emitir un comentario final a este trabajo, quedan los deseos de efectuar la misma investigación con otros sectores, como podrían ser estudiantes de otras carreras de las instituciones aquí contempladas, obreros y estudiantes de universidades públicas y particulares de otros estados de la República. A pesar de la ambición, la frialdad académica diría que si los resultados aquí expuestos pueden generalizarse siquiera a las poblaciones de la UNAM y la UAM en el momento actual, se esbozaría una situación en la que existiría en el estudiantado el ambiente ideológico adecuado para privatizarlas, ya que por lo que podría deducirse a partir de la evidencia proporcionada en esta investigación, la privatización es el remedio que las sacará de su mediocridad para hacerlas competentes con las demás instituciones de educación superior. Apelando al análisis de cada uno de los reactivos del cuestionario, la privatización dotará a las universidades públicas del «trabajo» que les hace falta.

A propósito de lo anterior, conviene destacar que México, al poner un énfasis cada vez mayor en la universidad privada, se hace partícipe de un proyecto antidemocrático en el que el conocimiento pasa a ser patrimonio exclusivo de las clases ricas, y en el que, al limitar el acceso de grandes sectores de la población, reduce las posibilidades de aprovechar el talento

proveniente de ellos. Con respecto a esta situación, resulta pertinente anotar que las repercusiones nocivas de estas tendencias ya han sido señaladas en su momento por académicos como Pablo González Casanova y Javier Barros Sierra (Maza, 1993 (c)), siendo el bajo prestigio concedido a la UNAM —y por qué no, a la universidad pública— la manifestación ideológica y la comprobación empírica de tales tendencias. Por otra parte, el acento en las instituciones privadas contradice la experiencia de los países más avanzados social y tecnológicamente (Dinamarca, Finlandia, Suecia, Alemania, Japón, etc.), en los que la universidad pública es poseedora indiscutible del liderazgo educativo en dicho nivel, además de ser un factor estratégico en las políticas de desarrollo. Sobre la base de estos argumentos, no existe vacilación en afirmar que la UNAM representa, si no la única, por lo menos una de las muy contadas opciones viables hacia un proyecto de desarrollo enteramente nacional al interior de un modelo de sumisión y dependencia hacia los Estados Unidos, propugnado por el gobierno y los empresarios nacionales. Tal papel se acentúa después del fracaso del modelo neoliberal de modernización, globalización y apertura económica. Este modelo, constituyó una fuente de inspiración para algunas de las más importantes universidades particulares de este país, las cuales centraron buena parte de sus expectativas educativas en la incorporación de estrategias importadas básicamente de Estados Unidos, las cuales cobraban forma en cursos de marketing o talleres de negociación impartidos por especialistas de universidades como Harvard o Yale en instituciones como la Universidad Iberoamericana o el Tecnológico de Monterrey. El propósito subyacente era satisfacer los retos de la exportación y de la competitividad internacional, de manera rápida y sin una política educativa nacional de desarrollo autónomo a largo plazo. Tales desafíos constituyeron mitos pregonados por las dos últimas administraciones gubernamentales, y cuyos ideales, merced al colapso económico reciente y «al regreso de México al tercer mundo» tendrán que esperar para mejores tiempos.

Y si por un momento se acepta la idea en torno a que la universidad o la institución de educación superior debe ser ajena a los partidismos políticos, ideológicos o de diversa índole, significaría que la sociedad mexicana debe aceptar inexorablemente el liderazgo de un partido oficial y/o de un sector empresarial, los cuales tienen como punto en común su incapacidad para llevar al país a mayores niveles de bienestar, autonomía y desarrollo.

Bajo ningún motivo se pretende dejar la impresión final de que este trabajo constituye una apología hacia la UNAM, ya que en la actualidad esta institución se parece mucho al sistema que por años se ha encargado de criticar. Compadrazgo, grupos de poder, cacicazgos, corrupción, crecimiento excesivo y desordenado, y burocratismo son algunos de los no pocos vicios que frenan el desarrollo de la UNAM y ocasionan que una ingente cantidad de sus talentos

emigren a otros países y a otras instituciones, en una muy respetable proporción particulares, o que busquen otro empleo no relacionado con la vida académica. Si existen fuentes exógenas que ejercen influencias negativas sobre la UNAM, menester es destacar que tales influjos también provienen de fuentes endógenas.

El momento actual de la Universidad Nacional Autónoma de México, al igual que su pasado, se manifiesta como un sendero pleno de escollos, y los años por venir no parecen revelar pronósticos demasiado halagüeños. Merced a las fuertes inercias de los modelos neoliberales, la amenaza de privatización siempre estará presente; sin embargo, y por paradójico que parezca, la severa crisis con la que ha iniciado la administración actual deja ver algunos destellos positivos para la UNAM, en tanto que grandes sectores de la población verán disminuir sus niveles de vida, y la preparación universitaria que antes se buscaba en las universidades particulares como un ideal, ahora tendrá que buscarse en la UNAM, lo que, como consecuencia del aumento en la demanda educativa, si no obligará, por lo menos hará meditar al gobierno en torno a sus políticas presupuestales hacia la institución. Así, puede darse en los próximos años una reevaluación del papel estratégico de la UNAM con el consiguiente cambio en la percepción que diversos sectores de la sociedad tienen de ella y por añadidura de las universidades públicas. Evidentemente, en este futuro deberá haber algún investigador para corroborar esta visión cuasi-optimista del provenir de la UNAM. A manera de epílogo, la evidencia empírica de la presente investigación ha dejado claro que la UNAM es la institución universitaria, por tradición, de este país, y las tradiciones pueden sobrevivir cuando las modas, sean políticas, económicas o educativas llegan a su final.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALISEDO, Pedro José (1987): «Concesión tras concesión marcan la marcha de Carpizo en el conflicto», *Proceso*, núm. 537, 16 de febrero de 1987, págs. 8-10.
- ANDRADE PALOS, Patricia (1994): «El significado de la familia», *La psicología social en México*, Vol. v. Asociación Mexicana de Psicología Social, págs. 83-87.
- ARONSON, E., J. M. CARLSMITH y J. TURNER (1963): «Communicator credibility and communication discrepancy as determinants of opinion change», *Journal of Abnormal & Social Psychology*. Vol. 67, No.1, 31-36.
- ASCH, S. E. (1946): «Forming impressions of personality», *Journal of Abnormal & Social Psychology*. 41, 258-290 .
- BASÁÑEZ, Miguel (1981): *La lucha por la hegemonía en México*. México, Siglo XXI Editores (tercera edición, 1983), págs. 176- 179, 181, 183, 184, 184-185, 186, 191, 191-192, 217.
- BERGGREN, T. A. OHMAN y M. FREDERIKSON (1977): «Locus of control and habituation of the electrodermal orienting response to nonsignal and signal stimuli», *Journal of Personality and Social Psychology*, 1977, 35, 708-716, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- BIERSTED, Robert (1957): «Analysis of Social Power», *Sociological Theory*. EE. UU., Coser and Rosenberg, Mac Millan, págs. 153-154.
- BOURDIEU, Pierre (1988): *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus Humanidades (reedición, 1991), págs. 54 y 379-392.
- BREWER, B. M. (1988): «A dual process model of impression formation», en SRULL, Thomas K. y Robert WYER Jr. : *Advances in Social Cognition*. Vol. 1, Lawrence Erlbaum Publishers, Hillsdale, New Jersey, págs. 1-34 .
- BROTHERS, D. S. y Leopoldo SOLÍS (1966): *Mexican financial development*. Austin, The University of Texas Press, en BASÁÑEZ, Miguel: *La lucha por la hegemonía en México*. México, Siglo XXI Editores, 1983, págs. 67-68.
- BROWN, Robert (1959): «Mass Phenomena», *Handbook of Social Psychology*. Gardner and Lindzey Addison and Wesley, Mass., pág. 869.

114 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CALDERÓN, Jorge (1990): *TLC: Detrás de la mentira*. México, Canal 6 de Julio, (videocassette).
- CAMPA, Homero y Rodrigo VERA (1987): «Los colegios religiosos, trampolín al poder público», *Proceso*, núm. 559, 20 de julio de 1987, págs. 6-10.
- CAMACHO VALLADARES, Miriam y Patricia ANDRADE PALOS (1992): «El concepto de familia en los adolescentes», *La psicología social en México*, Vol. IV. Asociación Mexicana de Psicología Social, págs. 295-302.
- CARPISO, Jorge (1988): «Fortaleza y debilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México», *Discursos y argumentaciones, 1985-1988*. México, Universidad Nacional Autónoma de México, págs. 263-292.
- DAVIES, W. L. y E. J. PHARES (1967): «Internal-external control as a determinant of information seeking in a social influence situation». *Journal of Personality*, 35, 547-561, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- DE FLEUR, Melvin y Sandra J. BALL-ROKEACH (1982): *Teorías de la comunicación de masas*. México, Paidós (sexta reimpresión, 1991), págs. 309-338.
- DEL CAMPO, Salustiano, Juan F. MARSAL y José A. GARMENDIA (1976): *Diccionario de ciencias sociales*. Instituto de Estudios Políticos, Madrid, pág. 584.
- DÍAZ-GUERRERO, Rogelio (1967): *Psicología del mexicano*. México, Editorial Trillas (primera reimpresión, 1991), págs. 125-146.
- ESTEINOU MADRID, Javier (1983): *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México, Editorial Nueva Imagen, págs. 27-29.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Pablo (1987): «Consideraciones teórico-metodológicas sobre la psicología política», en MONTERO, Maritza: *Psicología Política Latinoamericana*. Caracas, Editorial Panapo, págs. 75-104.
- FIGUEROA, J. G. (1981): *Estudio de redes semánticas naturales y algunos de sus procesos básicos*. México, UNAM, Facultad de Psicología.
- FROMM, Erich (1964): «Psicoanálisis y Budismo zen» en SUSUKI, D.T. y Erich FROMM: *Budismo zen y psicoanálisis*. México, Fondo de Cultura Económica, (novena reimpresión, 1990), págs. 111-113.
- GEERTZ, Clifford (1964): *Ideology as a cultural System*, en APTER, David E.: *Ideology and Discontent*. Nueva York, Free Press, págs. 47-76.

- GONZÁLEZ FORTEZA, Catalina, Alberto JIMÉNEZ TAPIA y colaboradores (1994): «El significado psicológico de amigo en mujeres adolescentes», *La psicología social en México*, Vol. V. Asociación Mexicana de Psicología Social, págs. 114-119.
- GRABER, D. A. (1984): *Processing the news. How people tame the information*, Nueva York, Longman, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, págs. 225-226.
- GRIFFITHS, B. (1972): *Mexican monetary policy and economic development*. Londres, Praeger, págs. 115, 117-120, en BASÁÑEZ, Miguel: *La lucha por la hegemonía en México*. México, Siglo XXI Editores, 1983, pág. 80.
- HEINTZ, Peter (1960): *Curso de sociología o teorías de alcance medio*. Chile, Editorial Andrés Bello.
- HOROWITZ, Irving Louis (1980): *Ideología y utopía en los Estados Unidos 1956/1976*, México, Fondo de Cultura Económica, pág. 148.
- IBARRA, María Esther (1987): «Dinero, nombres y prestigios, comprometidos en apoyo a la reforma», *Proceso*, núm. 537, 16 de febrero de 1987, págs. 8-9.
- INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY (1994): *ITESM 50 años. De frente al siglo XXI*. México, ITESM, págs. 4-5.
- JANOWITZ, Morris y Robert Oscar SCHULZE (1961): «Tendencias en la investigación en el sector de las comunicaciones de masas», en MORAGAS (DE), Miquel: *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1982, pág. 32.
- JODELET, D. (1986): La representación social: fenómenos, conceptos y teoría, en MOSCOVICI, Serge: *Psicología Social II*. Paidós, Buenos Aires, 1986, págs. 469-494.
- JOHNSON, Harry M. (1977): «Ideología y sistema social», *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Aguilar Ediciones, págs. 607-608.
- KATZ, E., H. ANDONI y P. PARNES (1977): «Remembering the news: What the picture adds to recall», *Journalism Quarterly*, 54, 231-239, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 219.
- KELMAN, H. C. y C. I. HOVLAND (1953): «Reinstatement of the communicator in delayed measurement of opinion change», *Journal of Abnormal & Social Psychology*, 48, 327-335.

116 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- KINTSCH, W. y VAN DIJK, T. A. (1975): «Comment on se rapelle et on résume des histories», *Languajes*, 40, 98-116, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 218.
- KINTSCH, W. y VAN DIJK, T. A. (1978): «Toward a model of text comprehension and production», *Psychological Review*. 85, 363-394, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 218.
- LARSEN, S. F. (1980): «Memory for radio news. Discourse structure and knowledge updating» publicación de la Universidad de Aarhus, Departamento de Psicología, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, págs. 218-219.
- LAZARSFELD, Paul Felix (1953): «La campaña electoral ha terminado», en MORAGAS (DE), Miquel: *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona, editorial Gustavo Gili, 1982, págs. 394-409.
- MAZA, Enrique (1993 (a)): «En tiempos de Abelardo Rodríguez, el Estado pretendió "reducir a la universidad por hambre"», *Proceso*, núm. 856, 29 de marzo de 1993, pág. 8.
- MAZA, Enrique (1993 (b)): «Universidad y Palacio Nacional, frontón de ecos sin respuesta desde Vasconcelos hasta Sarukhán», *Proceso*, núm. 856, 29 de marzo de 1993, págs. 12, 7, 12-13.
- MAZA, Enrique (1993 (c)): «El diagnóstico de Pablo González Casanova: fuerzas retrógradas, públicas y privadas restringen los subsidios», *Proceso*, núm. 856, 29 de marzo de 1993, págs. 6-7.
- MCQUAIL, Denis (1981): «Influencia y efectos de los medios masivos», en CURRAN, James, Michael GUREVITCH y Janet WOOLLACOTT: *Sociedad y comunicación de masas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1981, págs. 85-111.
- MORA RÍOS, Jazmín, Catalina GONZÁLEZ FORTEZA y colaboradores (1994): «Representación semántica de la familia en adolescentes», *La psicología social en México*, Vol.V. Asociación Mexicana de Psicología Social, págs. 88-93.
- MORALES, Sonia (1992): «Hasta 54% ha caído en este sexenio el salario de los académicos de la UNAM», *Proceso*, núm. 796, 3 de febrero de 1992, pág. 22.
- MORALES, Sonia (1993): «En la UNAM, el dilema: o se incrementan las cuotas o de plano se suprimen», *Proceso*, núm. 846, 18 de enero de 1993, pág. 17.

- MORENO, Ulises (1994): «Sobre los procesos de producción en las maquiladoras», *entrevista personal*, 1994.
- MOSCOVICI, Serge (1985): *La era de las multitudes. Un tratado histórico de psicología de las masas*. México, Fondo de Cultura Económica (primera reimpresión, 1993), págs. 166-175 y 253-259.
- NEUMAN, R. W. (1976): «Patterns of recall among television news viewers», *Public Opinion Quarterly*, 40, 115-123, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 221.
- PARENT, et al. (1975): «Interactive effects of teaching strategy and personal locus of control on student performance and satisfaction». *Journal of Educational Psychology*, 67, No. 6, 764-769, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- PÉREZ TAMAYO, Ruy (1991): *Ciencia, paciencia y conciencia*. México, Siglo XXI Editores, pág. 61.
- PHARES, E. J. (1968): «Differential utilization of information as a function of internal-external control». *Journal of Personality*, 36, 649-662, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- PORTELLI, Hugues (1973): *Gramsci y el bloque histórico*. México, Siglo XXI Editores (octava edición, 1981), pág. 18.
- PUGA, Cristina y Constanza DE LA VEGA (1990): «Modernización capitalista y política empresarial», en GUTIÉRREZ GARZA, Esthela: *Testimonios de la crisis. Los saldos del sexenio (1982-1988)*. México, Siglo XXI Editores, pág. 260.
- QUILLIAN, M. R. (1968): «Semantic memory», en MINSKY, M. L.: *Semantic information processing*. Cambridge, Mass. MIT press, 1968.
- REDER, L. M. y J. R. ANDERSON (1980): «A comparison of texts and their summaries: Memorial consequences», *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 19, 121-134, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, págs. 217-218.
- REDER, L. M. (1982): «Elaborations: When do they help and when do they hurt?», *Text*, 2, 211-224, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, págs. 217-218.

118 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ROBLES, Manuel (1992): «Lo que cuesta estudiar una carrera en planteles particulares», *Proceso*, núm. 794, 20 de enero de 1992, págs. 18-19.
- RODRIGUES, Aroldo (1976): *Psicología Social*. México, Editorial Trillas (novena reimpresión, 1986), págs. 195-197.
- ROTTER, J. B. (1966): «Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement», *Psychological Monographs*, 80 whole No. 609, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- SEEMANS, M. y J. W. EVANS (1962): «Alienation and learning in a hospital setting». *American Sociological Review*, 27, 772-783, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- SERBOLOV, Yuri *et al.* (1993): «Balance económico sexenal. La economía de Salinas por abajo de los promedios históricos», en *La Carpeta Púrpura*, núm. 136, año vi, 7 de mayo de 1993, págs. 5-7, 8, 10-11.
- TAUFIC, Camilo (1973): *Peridismo y lucha de clases*. México, Editorial Nueva Imagen (novena edición, 1987), págs. 48, 79 y 80.
- THERBORN, Göran (1979): *¿Cómo domina la clase dominante? Aparatos de estado y poder estatal en el feudalismo, el capitalismo y el socialismo*. México, Siglo XXI Editores, (segunda edición, 1982) págs. 205-208.
- TREJO DELARBRE, Raúl (1990): *Crónica del sindicalismo en México (1976-1988)*. México, Siglo XXI Editores, págs. 140, 141-142, 142-143, 151, 153, 154, 159.
- VAN DIJK, T. A. y W. KINTSCH (1978): «Cognitive psychology and discourse. Recalling and summarizing stories», en W.U. DRESSLER (comp.) *Current trends in textlinguistics*. Berlin de Gruyter, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 218.
- VAN DIJK, T. A. y W. KINTSCH (1983): *Strategies of discourse comprehension*, Nueva York, Academic Press, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 218.
- VAN DIJK, T. A. (1979): «Recalling and summarizing complex discourse» en W. BURGHARDT y K. HÖLKER (comps): *Text processing (Textverarbeitung)*, Berlín de Gruyter, págs. 49-118, en VAN DIJK, Teun A.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y*

- producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, 1990, pág. 218.
- VAN DIJK, Teun A. (1990): *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Paidós Comunicación, págs. 228-248.
- VERNON, Raymond (1963): *The dilemma of Mexico's development*. Cambridge, Harvard University Press, en BASÁÑEZ, Miguel: *La lucha por la hegemonía en México*. México, Siglo XXI Editores, 1983, pág. 37.
- WEINER, M. J. y T. Daughtry (1975): «Locus of control as determinant of information seeking». *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1, 505-508, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- WOLK, S. y J. DUCETTE (1974): «Intentional performance and incidental learning as a function of personality and task dimensions». *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 90-101, en ESQUEDA TORRES, Luis: *Locus de control y estimación subjetiva del tiempo*. Venezuela, Laboratorio de Psicología, Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela, 1981, pág. 2.
- WYER, R. (1979): *Social cognition, inference and attribution*. Lawrence Erlbaum Publishers, Hillsdale, New Jersey, págs. 5-38.
- XIRAU, Ramón (1964): *Introducción a la Historia de la Filosofía* (décima edición, 1987). México, UNAM, págs. 374-375.
- ZERMEÑO, Sergio (1978): *México: una democracia utópica. El movimiento estudiantil del 68*. México, Siglo XXI Editores (séptima edición, 1990), págs. 59, 67, 68, 68-69, 69, 69-70, 70, 72-88,

1950-1951
 1952-1953
 1954-1955
 1956-1957
 1958-1959
 1960-1961
 1962-1963
 1964-1965
 1966-1967
 1968-1969
 1970-1971
 1972-1973
 1974-1975
 1976-1977
 1978-1979
 1980-1981
 1982-1983
 1984-1985
 1986-1987
 1988-1989
 1990-1991
 1992-1993
 1994-1995
 1996-1997
 1998-1999
 2000-2001
 2002-2003
 2004-2005
 2006-2007
 2008-2009
 2010-2011
 2012-2013
 2014-2015
 2016-2017
 2018-2019
 2020-2021
 2022-2023
 2024-2025

APÉNDICES

ЭКОЛОГИЯ

APÉNDICE 1 Resultados de medias y análisis de varianza por reactivo**Variable dependiente:** ABOLENGO Universidad Anáhuac.**Media total**=5,809 (586)**Medias por sexo:**

HOMBRES=5,62 (297) MUJERES=6,00 (289)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana=4,87 (97) 2. ITESM=5,23 (96)

3. U. Anáhuac=5,83 (100) 4. UAM=4,93 (99)

5. UNAM=4,93 (98) 6. C. Clavería 5,18 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

		Análisis de varianza	
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	10,901	0,001
Grupo	5	5,608	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,766	0,118

Variable dependiente: ABOLENGO Universidad Iberoamericana.**Media total**=5,809 (586)**Medias por sexo:**

HOMBRES=5,62 (297) MUJERES=6,00 (289)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana=6,30 (98) 2. ITESM=5,90 (92)

3. U. Anáhuac=5,92 (98) 4. UAM=5,73 (100)

5. UNAM=5,40 (98) 6. C. Clavería 5,62 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

		Análisis de varianza	
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	14,325	0,000
Grupo	5	6,127	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,551	0,172

Variable dependiente: ABOLENGO Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,857 (582)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,64 (294) MUJERES = 6,08 (288)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,54 (294) 2. ITESM = 5,85 (98)

3. U. Anáhuac = 6,06 (94) 4. UAM = 5,96 (98)

5. UNAM = 5,68 (97) 6. C. Clavería = 6,06 (98)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	18,941	0,000
Grupo	5	3,040	0,010
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,969	0,436

Variable dependiente: ABOLENGO UAM

Media total = 3,886 (526)

Medias por sexo:

HOMBRES = 3,90 (282) MUJERES = 3,86 (244)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,33 (89) 2. ITESM = 3,93 (72)

3. U. Anáhuac = 4,34 (70) 4. UAM = 3,81 (100)

5. UNAM = 3,94 (98) 6. C. Clavería = 4,06 (97)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,087	0,768
Grupo	5	3,961	0,002
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,149	0,334

Variable dependiente: ABOLENGO UNAM

Media total = 5,226 (585)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,45 (296) MUJERES = 4,99 (289)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,24 (97) 2. ITESM = 4,60 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,27 (95) 4. UAM = 5,06 (99)
 5. UNAM = 5,53 (99) 6. C. Clavería = 5,63 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	9,544	0,002
Grupo	5	4,076	0,001
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,165	0,975

Variable dependiente: CALIDAD Universidad Anáhuac

Media total = 4,799 (597)

Medias por sexo:

hombres = 4,71 (299) mujeres = 4,89 (298)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,19 (100) 2. ITESM = 4,02 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,50 (100) 4. UAM = 4,71 (99)
 5. UNAM = 4,93 (100) 6. C. Clavería = 5,43 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,895	0,089
Grupo	5	22,426	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,212	0,957

Variable dependiente: CALIDAD Universidad Iberoamericana

Media total = 5,625 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,52 (297) MUJERES = 5,73 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,80 (99) 2. ITESM = 5,65 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,98 (98) 4. UAM = 5,25 (100)
 5. UNAM = 5,44 (99) 6. C. Clavería = 5,64 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,456	0,035
Grupo	5	4,606	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,066	0,378

Variable dependiente: CALIDAD Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,096 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,01 (299) MUJERES = 6,19 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,91 (99) 2. ITESM = 6,32 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,39 (94) 4. UAM = 5,70 (100)
 5. UNAM = 5,91 (98) 6. C. Clavería = 6,36 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,010	0,046
Grupo	5	7,078	0,000
Interacción			
Sexo x grupo	5	0,281	0,924

Variable dependiente: CALIDAD UAM

Media total= 4,777 (533)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,76 (282) MUJERES = 4,80 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,48 (91) 2. ITESM = 4,59 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,48 (71) 4. UAM = 5,05 (99)
 5. UNAM = 4,95 (99) 6. C. Clavería = 4,95 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,157	0,692
Grupo	5	3,402	0,005
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,544	0,743

Variable dependiente: CALIDAD UNAM

Media total= 4,476 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,44 (297) MUJERES = 4,52 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,31 (100) 2. ITESM = 3,94 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,35 (95) 4. UAM = 4,31 (100)
 5. UNAM = 5,10 (100) 6. C. Clavería = 4,82 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,352	0,553
Grupo	5	6,759	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,429	0,828

128 APÉNDICES

Variable dependiente: CAPACIDAD Universidad Anáhuac

Media total=4,749 (594)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,65 (299) MUJERES = 4,85 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,17 (98) 2. ITESM = 4,32 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,43 (100) 4. UAM = 4,41 (99)
 5. UNAM = 4,80 (99) 6. C. Clavería = 5,34 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,710	0,055
Grupo	5	17,526	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,229	0,950

Variable dependiente: CAPACIDAD Universidad Iberoamericana

Media total=5,534 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,43 (297) MUJERES = 5,64 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,95 (99) 2. ITESM = 5,74 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,87 (98) 4. UAM = 4,91 (100)
 5. UNAM = 5,19 (98) 6. C. Clavería = 5,56 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,526	0,034
Grupo	5	12,522	0,000
Interacción			
Sexo x grupo	5	1,095	0,362

Variable dependiente: CAPACIDAD Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,919 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,83 (298) MUJERES = 6,01 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,56 (99) 2. ITESM = 6,29 (100)

3. U. Anáhuac = 6,26 (93) 4. UAM = 5,49 (99)

5. UNAM = 5,73 (99) 6. C. Clavería = 6,20 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,287	0,039
Grupo	5	11,814	0,000
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	1,051	0,387

Variable dependiente: CAPACIDAD UAM

Media total = 4,970 (532)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,96 (281) MUJERES = 4,98 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,60 (91) 2. ITESM = 4,96 (73)

3. U. Anáhuac = 5,01 (69) 4. UAM = 5,29 (100)

5. UNAM = 4,99 (99) 6. C. Clavería = 4,94 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,031	0,860
Grupo	5	2,893	0,014
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	1,116	0,351

Variable dependiente: CAPACIDAD UNAM

Media total = 5,114 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,05 (298) MUJERES = 5,18 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,82 (98) 2. ITESM = 5,02 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,05 (96) 4. UAM = 4,80 (100)
 5. UNAM = 5,61 (100) 6. C. Clavería = 5,37 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,039	0,308
Grupo	5	4,850	0,000
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	0,617	0,687

Variable dependiente: CONOCIMIENTO Universidad Anáhuac

Media total = 4,758 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,68 (297) MUJERES = 4,84 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,12 (98) 2. ITESM = 4,25 (97)
 3. U. Anáhuac = 5,54 (99) 4. UAM = 4,40 (99)
 5. UNAM = 4,88 (99) 6. C. Clavería = 5,34 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,594	0,108
Grupo	5	22,448	0,000
<i>INTERACCIÓN</i>			
Sexo x grupo	5	0,415	0,838

Variable dependiente: CONOCIMIENTO Universidad Iberoamericana

Media total=5,584 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES =5,52 (297) MUJERES =5,65 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,78 (99) 2. ITESM = 5,78 (93)
 3. U. Anáhuac = 6,02 (98) 4. UAM = 4,97 (100)
 5. UNAM = 5,35 (99) 6. C. Clavería = 5,62 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,079	0,150
Grupo	5	10,146	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,148	0,334

Variable dependiente: CONOCIMIENTO Tecnológico de Monterrey

Media total=5,917 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES =5,82 (299) MUJERES =6,02 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,55 (99) 2. ITESM = 6,20 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,36 (94) 4. UAM = 5,48 (100)
 5. UNAM = 5,69 (100) 6. C. Clavería = 6,25 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,194	0,023
Grupo	5	12,737	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,753	0,121

Variable dependiente: CONOCIMIENTO UAM**Media total = 5,073 (532)****Medias por sexo:****HOMBRES = 5,10 (282) MUJERES = 5,04 (250)****Medias por grupo de procedencia:**

1. U. Iberoamericana = 4,76 (91) 2. ITESM = 5,18 (73)
 3. U. Anáhuac = 5,00 (70) 4. UAM = 5,35 (99)
 5. UNAM = 5,10 (100) 6. C. Clavería = 5,03 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,256	0,613
Grupo	5	2,319	0,042
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	1,242	0,288

Variable dependiente: CONOCIMIENTO UNAM**Media total = 5,205 (589)****Medias por sexo:****HOMBRES = 5,25 (298) MUJERES = 5,16 (291)****Medias por grupo de procedencia:**

1. U. Iberoamericana = 4,98 (98) 2. ITESM = 5,06 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,40 (96) 4. UAM = 4,78 (100)
 5. UNAM = 5,70 (100) 6. C. Clavería = 5,31 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,583	0,445
Grupo	5	5,689	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,380	0,863

Variable dependiente: CULTURA Universidad Anáhuac

Media total = 4,635 (594)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,54 (298) MUJERES = 4,73 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,06 (99) 2. ITESM = 4,22 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,54 (100) 4. UAM = 4,08 (99)
 5. UNAM = 4,48 (98) 6. C. Clavería = 5,40 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,826	0,093
Grupo	5	25,353	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,987	0,079

Variable dependiente: CULTURA Universidad Iberoamericana

Media total = 5,514 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,42 (297) MUJERES = 5,61 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,06 (99) 2. ITESM = 5,74 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,79 (98) 4. UAM = 4,77 (100)
 5. UNAM = 5,00 (100) 6. C. Clavería = 5,75 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,664	0,056
Grupo	5	18,281	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,373	0,233

Variable dependiente: CULTURA Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,511 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,18 (299) MUJERES = 5,85 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,00 (99) 2. ITESM = 5,80 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,10 (94) 4. UAM = 4,96 (100)
 5. UNAM = 5,25 (100) 6. C. Clavería = 5,99 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	34,179	0,000
Grupo	5	13,263	0,000
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	2,267	0,047

Variable dependiente: CULTURA UAM

Media total = 5,037 (534)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,07 (283) MUJERES = 5,00 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,70 (91) 2. ITESM = 5,14 (73)
 3. U. Anáhuac = 5,20 (71) 4. UAM = 5,22 (100)
 5. UNAM = 4,97 (100) 6. C. Clavería = 5,04 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,551	0,458
Grupo	5	2,229	0,050
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	0,575	0,719

Variable dependiente: CULTURA UNAM

Media total = 5,431 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,56 (298) MUJERES = 5,30 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,05 (99) 2. ITESM = 5,41 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,48 (96) 4. UAM = 5,17 (100)
 5. UNAM = 5,91 (100) 6. C. Clavería = 5,56 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,263	0,022
Grupo	5	4,778	0,000
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	0,700	0,623

Variable dependiente: DEDICACIÓN Universidad Anáhuac

Media total = 4,492 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,40 (296) MUJERES = 4,59 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,98 (99) 2. ITESM = 3,78 (97)
 3. U. Anáhuac = 5,19 (100) 4. UAM = 4,27 (98)
 5. UNAM = 4,64 (98) 6. C. Clavería = 5,07 (98)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,102	0,079
Grupo	5	19,757	0,000
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	1,759	0,119

Variable dependiente: DEDICACIÓN Universidad Iberoamericana

Media total = 5,590 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,47 (296) MUJERES = 5,72 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,70 (99) 2. ITESM = 5,71 (92)
 3. U. Anáhuac = 5,86 (97) 4. UAM = 5,19 (100)
 5. UNAM = 5,42 (100) 6. C. Clavería = 5,69 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	7,370	0,007
Grupo	5	4,713	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,033	0,397

Variable dependiente: DEDICACIÓN Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,985 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,90 (299) MUJERES = 6,07 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,67 (99) 2. ITESM = 6,28 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,41 (94) 4. UAM = 5,48 (100)
 5. UNAM = 5,85 (99) 6. C. Clavería = 6,24 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,846	0,050
Grupo	5	12,330	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	2,124	0,061

Variable dependiente: DEDICACIÓN UAM

Media total= 4,955 (533)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,94 (282) MUJERES = 4,98 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,59 (91) 2. ITESM = 5,10 (73)
 3. U. Anáhuac = 5,01 (71) 4. UAM = 5,03 (100)
 5. UNAM = 5,00 (100) 6. C. Clavería = 5,02 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,152	0,697
Grupo	5	2,121	0,062
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,611	0,691

Variable dependiente: DEDICACIÓN UNAM

Media total= 4,747 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,71 (297) MUJERES = 4,78 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,40 (97) 2. ITESM = 4,43 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,88 (96) 4. UAM = 4,53 (100)
 5. UNAM = 5,17 (100) 6. C. Clavería = 5,05 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,311	0,577
Grupo	5	5,228	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,780	0,564

Variable dependiente: DESARROLLO Universidad Anáhuac

Media total = 4,902 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,82 (296) MUJERES = 4,99 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,37 (98) 2. ITESM = 4,40 (97)
 3. U. Anáhuac = 5,69 (100) 4. UAM = 4,71 (98)
 5. UNAM = 5,06 (100) 6. C. Clavería = 5,15 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,826	0,093
Grupo	5	16,898	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,440	0,821

Variable dependiente: DESARROLLO Universidad Iberoamericana

Media total = 5,668 (584)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,60 (293) MUJERES = 5,74 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,92 (99) 2. ITESM = 5,75 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,91 (97) 4. UAM = 5,29 (98)
 5. UNAM = 5,45 (98) 6. C. Clavería = 5,70 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,363	0,125
Grupo	5	5,675	0,000
Interacción			
Sexo x grupo	5	2,797	0,017

Variable dependiente: DESARROLLO Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,981 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,90 (299) MUJERES = 6,07 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,77 (99) 2. ITESM = 6,38 (100)

3. U. Anáhuac = 6,20 (94) 4. UAM = 5,52 (100)

5. UNAM = 5,80 (99) 6. C. Clavería = 6,23 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,420	0,036
Grupo	5	11,291	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,906	0,477

Variable dependiente: DESARROLLO UAM

Media total = 4,649 (533)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,66 (282) MUJERES = 4,64 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,30 (91) 2. ITESM = 4,46 (72)

3. U. Anáhuac = 4,39 (70) 4. UAM = 4,90 (100)

5. UNAM = 4,79 (100) 6. C. Clavería = 4,90 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,041	0,839
Grupo	5	4,274	0,001
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,444	0,818

140 APÉNDICES

Variable dependiente: DESARROLLO UNAM

Media total = 4,719 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,73 (297) MUJERES = 4,70 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,58 (99) 2. ITESM = 4,19 (95)

3. U. Anáhuac = 4,64 (95) 4. UAM = 4,56 (99)

5. UNAM = 5,17 (100) 6. C. Clavería = 5,15 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,064	0,801
Grupo	5	7,042	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,449	0,205

Variable dependiente: DINERO Universidad Anáhuac

Media total = 6,314 (595)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,27 (298) MUJERES = 6,36 (297)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,36 (100) 2. ITESM = 6,21 (98)

3. U. Anáhuac = 6,41 (100) 4. UAM = 6,29 (98)

5. UNAM = 6,28 (99) 6. C. Clavería = 6,33 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,100	0,295
Grupo	5	0,349	0,883
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,765	0,576

Variable dependiente: DINERO Universidad Iberoamericana

Media total = 6,403 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,36 (297) MUJERES = 6,44 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,31 (99) 2. ITESM = 6,55 (93)
 3. U. Anáhuac = 6,34 (98) 4. UAM = 6,50 (100)
 5. UNAM = 6,38 (100) 6. C. Clavería = 6,35 (100)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,131	0,288
Grupo	5	1,069	0,377
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,356	0,239

Variable dependiente: DINERO Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,537 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,55 (297) MUJERES = 6,53 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,54 (100) 2. ITESM = 6,39 (99)
 3. U. Anáhuac = 6,35 (94) 4. UAM = 6,55 (100)
 5. UNAM = 6,69 (100) 6. C. Clavería = 6,69 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,050	0,824
Grupo	5	2,394	0,036
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,220	0,298

Variable dependiente: DINERO UAM

Media total= 3,458 (535)

Medias por sexo:

HOMBRES = 3,47 (283) MUJERES = 3,45 (252)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,12 (93) 2. ITESM = 3,27 (73)

3. U. Anáhuac = 3,48 (71) 4. UAM = 3,07 (99)

5. UNAM = 3,86 (100) 6. C. Clavería = 3,88 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,025	0,876
Grupo	5	7,019	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,227	0,295

Variable dependiente: DINERO UNAM

Media total= 2,981 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 2,95 (298) MUJERES = 3,02 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 2,86 (100) 2. ITESM = 2,67 (95)

3. U. Anáhuac = 3,00 (96) 4. UAM = 3,13 (99)

5. UNAM = 2,74 (99) 6. C. Clavería = 3,47 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,319	0,572
Grupo	5	3,665	0,003
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,194	0,311

Variable dependiente: DISTINCIÓN Universidad Anáhuac

Media total = 5,192 (594)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,13 (298) MUJERES = 5,25 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,66 (99) 2. ITESM = 4,79 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,88 (100) 4. UAM = 5,18 (98)
 5. UNAM = 5,15 (99) 6. C. Clavería = 5,48 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,191	0,276
Grupo	5	11,992	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,640	0,669

Variable dependiente: DISTINCIÓN Universidad Iberoamericana

Media total = 5,917 (587)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,82 (295) MUJERES = 6,01 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,09 (99) 2. ITESM = 5,99 (93)
 3. U. Anáhuac = 6,00 (98) 4. UAM = 5,79 (99)
 5. UNAM = 5,71 (99) 6. C. Clavería = 5,93 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,044	0,025
Grupo	5	1,884	0,095
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,787	0,114

144 APÉNDICES

Variable dependiente: DISTINCIÓN Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,186 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,04 (297) MUJERES = 6,33 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,75 (99) 2. ITESM = 6,37 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,35 (93) 4. UAM = 6,20 (99)
 5. UNAM = 6,10 (99) 6. C. Clavería = 6,35 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	15,628	0,000
Grupo	5	6,983	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	2,086	0,066

Variable dependiente: DISTINCIÓN UAM

Media total = 4,284 (532)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,28 (281) MUJERES = 4,29 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,80 (91) 2. ITESM = 4,12 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,19 (70) 4. UAM = 4,45 (99)
 5. UNAM = 4,54 (99) 6. C. Clavería = 4,49 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,002	0,962
Grupo	5	3,966	0,002
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,648	0,663

Variable dependiente: DISTINCIÓN UNAM

Media total = 4,784 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,78 (297) MUJERES = 4,79 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,43 (99) 2. ITESM = 4,29 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,83 (96) 4. UAM = 4,55 (100)
 5. UNAM = 5,49 (99) 6. C. Clavería = 5,08 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,002	0,965
Grupo	5	7,585	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,916	0,470

Variable dependiente: ESTATUS Universidad Anáhuac

Media total = 5,997 (596)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,93 (299) MUJERES = 6,07 (297)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,00 (99) 2. ITESM = 5,85 (98)
 3. U. Anáhuac = 6,39 (100) 4. UAM = 5,97 (99)
 5. UNAM = 5,86 (100) 6. C. Clavería = 5,91 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,972	0,161
Grupo	5	2,708	0,020
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,575	0,719

Variable dependiente: ESTATUS Universidad Iberoamericana

Media total = 6,273 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,21 (297) MUJERES = 6,33 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,58 (100) 2. ITESM = 6,23 (93)
 3. U. Anáhuac = 6,30 (98) 4. UAM = 6,18 (100)
 5. UNAM = 6,30 (99) 6. C. Clavería = 6,05 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,356	0,125
Grupo	5	3,332	0,006
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,172	0,322

Variable dependiente: ESTATUS Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,473 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,46 (297) MUJERES = 6,48 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,26 (100) 2. ITESM = 6,47 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,48 (92) 4. UAM = 6,58 (100)
 5. UNAM = 6,51 (100) 6. C. Clavería = 6,54 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,116	0,734
Grupo	5	1,780	0,115
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,723	0,606

Variable dependiente: ESTATUS UAM

Media total = 3,870 (532)

Medias por sexo:

HOMBRES = 3,88 (281) MUJERES = 3,86 (251)

HOMBRES por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,21 (91) 2. ITESM = 3,75 (72)

3. U. Anáhuac = 3,57 (70) 4. UAM = 4,16 (99)

5. UNAM = 4,11 (100) 6. C. Clavería = 4,24 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,022	0,883
Grupo	5	7,272	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,772	0,570

Variable dependiente: ESTATUS UNAM

Media total = 3,922 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 3,96 (297) MUJERES = 3,89 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,55 (100) 2. ITESM = 3,49 (95)

3. U. Anáhuac = 3,75 (95) 4. UAM = 3,92 (100)

5. UNAM = 4,22 (100) 6. C. Clavería = 4,57 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,225	0,631
Grupo	5	5,462	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,193	0,311

Variable dependiente: ESTUDIO Universidad Anáhuac

Media total = 4,609 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,50 (299) MUJERES = 4,72 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,06 (98) 2. ITESM = 3,87 (98)

3. U. Anáhuac = 5,30 (100) 4. UAM = 4,47 (98)

5. UNAM = 4,71 (97) 6. C. Clavería = 5,22 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,461	0,035
Grupo	5	20,511	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,488	0,785

Variable dependiente: ESTUDIO Universidad Iberoamericana

Media total = 5,502 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,39 (297) MUJERES = 5,62 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,74 (99) 2. ITESM = 5,47 (93)

3. U. Anáhuac = 5,87 (97) 4. UAM = 5,05 (100)

5. UNAM = 5,38 (99) 6. C. Clavería = 5,51 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,872	0,016
Grupo	5	6,047	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,022	0,403

Variable dependiente: ESTUDIO Tecnológico de Monterrey

Media total=5,961 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES=5,83 (299) MUJERES=6,10 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana=5,83 (100) 2. ITESM=6,41 (100)

3. U.Anáhuac=6,36 (94) 4. UAM=5,38 (100)

5. UNAM=5,62 (99) 6. C. Clavería=6,19 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	11,073	0,001
Grupo	5	18,624	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,424	0,832

Variable dependiente: ESTUDIO UAM

Media total=4,841 (534)

Medias por sexo:

HOMBRES=4,83 (282) MUJERES=4,85 (252)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana=4,58 (93) 2. ITESM=4,75 (73)

3. U.Anáhuac=5,01 (71) 4. UAM=5,15 (99)

5. UNAM=4,84 (100) 6. C. Clavería=4,71 (98)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,461	0,035
Grupo	5	20,511	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,488	0,785

Variable dependiente: ESTUDIO UNAM**Media total= 4,873 (589)****Medias por sexo:****HOMBRES = 4,88 (296) MUJERES = 4,86 (293)****Medias por grupo de procedencia:****1. U. Iberoamericana = 4,66 (100) 2. ITESM = 4,36 (95)****3. U. Anáhuac = 5,02 (95) 4. UAM = 4,82 (100)****5. UNAM = 5,26 (100) 6. C. Clavería = 5,10 (99)**

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,024	0,876
Grupo	5	5,168	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,605	0,696

Variable dependiente: EXCELENCIA Universidad Anáhuac**Media total = 4,637 (593)****Medias por sexo:****HOMBRES = 4,57 (299) MUJERES = 4,71 (294)****Medias por grupo de procedencia:****1. U. Iberoamericana = 4,04 (99) 2. ITESM = 3,68 (98)****3. U. Anáhuac = 5,51 (100) 4. UAM = 4,52 (98)****5. UNAM = 4,85 (99) 6. C. Clavería = 5,20 (100)**

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,806	0,179
Grupo	5	27,294	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,296	0,915

Variable dependiente: EXCELENCIA Universidad Iberoamericana

Media total = 5,589 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,46 (297) MUJERES = 5,71 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,89 (100) 2. ITESM = 5,49 (93)

3. U. Anáhuac = 5,98 (98) 4. UAM = 5,20 (100)

5. UNAM = 5,36 (100) 6. C. Clavería = 5,61 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	7,283	0,007
Grupo	5	7,188	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,343	0,245

Variable dependiente: EXCELENCIA Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,983 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,88 (299) MUJERES = 6,09 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,68 (99) 2. ITESM = 6,28 (100)

3. U. Anáhuac = 6,36 (94) 4. UAM = 5,62 (100)

5. UNAM = 5,81 (100) 6. C. Clavería = 6,17 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	6,199	0,013
Grupo	5	9,271	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,674	0,643

152 APÉNDICES

Variable dependiente: EXCELENCIA UAM

Media total=4,476 (532)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,44 (282) MUJERES = 4,51 (250)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,13 (90) 2. ITESM = 4,32 (73)

3. U. Anáhuac = 4,49 (71) 4. UAM = 4,56 (100)

5. UNAM = 4,64 (100) 6. C. Clavería = 4,64 (64)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,344	0,558
Grupo	5	2,011	0,076
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,865	0,504

Variable dependiente: EXCELENCIA UNAM

Media total=4,643 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,64 (298) MUJERES = 4,65 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,34 (99) 2. ITESM = 3,99 (95)

3. U. Anáhuac = 4,83 (96) 4. UAM = 4,40 (100)

5. UNAM = 5,30 (100) 6. C. Clavería = 4,97 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,009	0,924
Grupo	5	9,915	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,567	0,725

Variable dependiente: ÉXITO Universidad Anáhuac

Media total = 4,931 (596)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,88 (299) MUJERES = 4,98 (297)

Medias por grupo de procedencia:

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 1. U. Iberoamericana = 4,56 (99) | 2. ITESM = 4,56 (98) |
| 3. U. Anáhuac = 5,67 (100) | 4. UAM = 4,74 (99) |
| 5. UNAM = 4,71 (100) | 6. C. Clavería = 5,34 (100) |

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,027	0,311
Grupo	5	13,779	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,606	0,696

Variable dependiente: ÉXITO Universidad Iberoamericana

Media total = 5,992 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,89 (297) MUJERES = 6,10 (292)

Medias por grupo de procedencia:

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 1. U. Iberoamericana = 6,25 (99) | 2. ITESM = 6,03 (93) |
| 3. U. Anáhuac = 6,09 (97) | 4. UAM = 5,84 (100) |
| 5. UNAM = 5,88 (100) | 6. C. Clavería = 5,86 (100) |

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	6,728	0,010
Grupo	5	2,834	0,015
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,766	0,118

Variable dependiente: ÉXITO Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,269 (594)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,16 (299) MUJERES = 6,38 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,05 (100) 2. ITESM = 6,26 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,52 (94) 4. UAM = 6,22 (100)
 5. UNAM = 6,10 (100) 6. C. Clavería = 6,48 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	8,471	0,004
Grupo	5	4,692	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,376	0,232

Variable dependiente: ÉXITO UAM

Media total = 4,712 (535)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,67 (284) MUJERES = 4,76 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,12 (90) 2. ITESM = 4,78 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,85 (74) 4. UAM = 4,60 (99)
 5. UNAM = 4,92 (99) 6. C. Clavería = 5,00 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,778	0,378
Grupo	5	6,479	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,460	0,201

Variable dependiente: ÉXITO UNAM

Media total = 4,929 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,88 (298) MUJERES = 4,98 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,59 (99) 2. ITESM = 4,47 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,11 (96) 4. UAM = 4,85 (100)
 5. UNAM = 5,21 (100) 6. C. Clavería = 5,32 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,603	0,438
Grupo	5	5,463	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,394	0,225

Variable dependiente: FAMA Universidad Anáhuac

Media total = 5,750 (596)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,68 (298) MUJERES = 5,82 (298)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,38 (100) 2. ITESM = 5,56 (98)
 3. U. Anáhuac = 6,29 (99) 4. UAM = 5,79 (99)
 5. UNAM = 5,70 (100) 6. C. Clavería = 5,78 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,616	0,204
Grupo	5	5,916	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,249	0,949

Variable dependiente: FAMA Universidad Iberoamericana

Media total = 6,353 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,29 (296) MUJERES = 6,42 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,58 (100) 2. ITESM = 6,40 (93)

3. U. Anáhuac = 6,37 (98) 4. UAM = 6,35 (100)

5. UNAM = 6,21 (100) 6. C. Clavería = 6,21 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,347	0,068
Grupo	5	2,478	0,031
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,112	0,353

Variable dependiente: FAMA Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,540 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,47 (298) MUJERES = 6,61 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,41 (100) 2. ITESM = 6,69 (100)

3. U. Anáhuac = 6,56 (93) 4. UAM = 6,46 (100)

5. UNAM = 6,52 (100) 6. C. Clavería = 6,60 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,932	0,015
Grupo	5	1,857	0,100
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,307	0,909

Variable dependiente: FAMA UAM

Media total = 4,441 (535)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,46 (282) MUJERES = 4,42 (253)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,93 (92) 2. ITESM = 4,48 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,52 (71) 4. UAM = 4,27 (100)
 5. UNAM = 4,68 (99) 6. C. Clavería = 4,76 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,084	0,772
Grupo	5	4,530	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,905	0,477

Variable dependiente: FAMA UNAM

Media total = 5,375 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,29 (298) MUJERES = 5,46 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,94 (99) 2. ITESM = 5,02 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,58 (96) 4. UAM = 5,20 (100)
 5. UNAM = 6,12 (100) 6. C. Clavería = 5,37 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,371	0,242
Grupo	5	6,218	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,488	0,786

Variable dependiente: HONOR Universidad Anáhuac

Media total= 4,710 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,64 (295) MUJERES = 4,78 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,24 (99) 2. ITESM = 4,28 (94)

3. U. Anáhuac = 5,56 (99) 4. UAM = 4,38 (98)

5. UNAM = 4,46 (99) 6. C. Clavería = 5,31 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,339	0,248
Grupo	5	17,161	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,664	0,141

Variable dependiente: HONOR Universidad Iberoamericana

Media total= 5,666 (587)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,54 (297) MUJERES = 5,80 (290)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,03 (99) 2. ITESM = 5,91 (93)

3. U. Anáhuac = 5,88 (98) 4. UAM = 5,11 (100)

5. UNAM = 5,32 (98) 6. C. Clavería = 5,77 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	7,341	0,007
Grupo	5	10,126	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,732	0,125

Variable dependiente: HONOR Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,859 (587)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,64 (296) MUJERES = 6,08 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,46 (98) 2. ITESM = 5,99 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,29 (94) 4. UAM = 5,54 (98)
 5. UNAM = 5,67 (98) 6. C. Clavería = 6,21 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	21,393	0,000
Grupo	5	9,071	0,000
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	2,019	0,074

Variable dependiente: HONOR UAM

Media total = 4,806 (530)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,86 (283) MUJERES = 4,75 (247)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,59 (90) 2. ITESM = 4,86 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,91 (70) 4. UAM = 4,62 (99)
 5. UNAM = 4,76 (98) 6. C. Clavería = 5,12 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,972	0,325
Grupo	5	2,485	0,031
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	0,654	0,659

160 APÉNDICES

Variable dependiente: HONOR UNAM

Media total = 4,913 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,93 (298) MUJERES = 4,90 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,68 (100) 2. ITESM = 4,69 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,93 (96) 4. UAM = 4,72 (99)
 5. UNAM = 5,12 (99) 6. C. Clavería = 5,33 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,039	0,843
Grupo	5	2,839	0,015
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,916	0,470

Variable dependiente: IMAGEN Universidad Anáhuac

Media total = 5,459 (597)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,35 (299) MUJERES = 5,56 (298)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,07 (100) 2. ITESM = 4,92 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,94 (100) 4. UAM = 5,57 (99)
 5. UNAM = 5,57 (100) 6. C. Clavería = 5,68 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,931	0,048
Grupo	5	8,891	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,151	0,980

Variable dependiente: IMAGEN Universidad Iberoamericana

Media total = 6,149 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,08 (297) MUJERES = 6,22 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,43 (100) 2. ITESM = 6,18 (93)
 3. U. Anáhuac = 6,20 (98) 4. UAM = 6,07 (100)
 5. UNAM = 5,95 (100) 6. C. Clavería = 6,06 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,132	0,077
Grupo	5	2,815	0,016
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,951	0,448

Variable dependiente: IMAGEN Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,384 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,33 (298) MUJERES = 6,44 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,12 (100) 2. ITESM = 6,59 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,40 (94) 4. UAM = 6,32 (99)
 5. UNAM = 6,36 (100) 6. C. Clavería = 6,51 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,727	0,099
Grupo	5	3,476	0,004
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,258	0,936

Variable dependiente: IMAGEN UAM**Media total = 4,296 (533)****Medias por sexo:****HOMBRES = 4,31 (282) MUJERES = 4,28 (251)****Medias por grupo de procedencia:**

1. U. Iberoamericana = 3,54 (91) 2. ITESM = 3,96 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,25 (71) 4. UAM = 4,60 (99)
 5. UNAM = 4,71 (99) 6. C. Clavería = 4,56 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,074	0,785
Grupo	5	9,538	0,000
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	0,748	0,588

Variable dependiente: IMAGEN UNAM**Media total = 4,259 (590)****Medias por sexo:****HOMBRES = 4,22 (298) MUJERES = 4,30 (292)****Medias por grupo de procedencia:**

1. U. Iberoamericana = 3,90 (100) 2. ITESM = 3,48 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,23 (96) 4. UAM = 4,56 (100)
 5. UNAM = 4,85 (99) 6. C. Clavería = 4,50 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,318	0,573
Grupo	5	7,416	0,000
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	0,636	0,672

Variable dependiente: LIDERAZGO Universidad Anáhuac

Media total = 4,726 (595)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,61 (299) MUJERES = 4,84 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,48 (99) 2. ITESM = 3,95 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,88 (100) 4. UAM = 4,48 (99)
 5. UNAM = 4,40 (99) 6. C. Clavería = 5,13 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,170	0,042
Grupo	5	23,176	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,293	0,917

Variable dependiente: LIDERAZGO Universidad Iberoamericana

Media total = 5,701 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,64 (297) MUJERES = 5,77 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,11 (99) 2. ITESM = 5,59 (98)
 3. U. Anáhuac = 6,12 (98) 4. UAM = 5,42 (100)
 5. UNAM = 5,43 (99) 6. C. Clavería = 5,53 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,728	0,189
Grupo	5	7,297	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,434	0,825

Variable dependiente: LIDERAZGO Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,024 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,95 (298) MUJERES = 6,10 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,64 (99) 2. ITESM = 6,61 (99)
 3. U. Anáhuac = 6,19 (94) 4. UAM = 5,81 (99)
 5. UNAM = 5,68 (100) 6. C. Clavería = 6,23 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,613	0,107
Grupo	5	12,477	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,008	0,412

Variable dependiente: LIDERAZGO UAM

Media total = 4,244 (533)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,28 (281) MUJERES = 4,20 (252)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,84 (91) 2. ITESM = 4,19 (73)
 3. U. Anáhuac = 3,99 (70) 4. UAM = 4,54 (99)
 5. UNAM = 4,21 (100) 6. C. Clavería = 4,58 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,525	0,469
Grupo	5	4,306	0,001
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,635	0,673

Variable dependiente: LIDERAZGO UNAM

Media total = 4,930 (586)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,89 (295) MUJERES = 4,97 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,99 (98) 2. ITESM = 4,09 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,58 (95) 4. UAM = 4,96 (99)
 5. UNAM = 5,61 (100) 6. C. Clavería = 5,29 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,302	0,583
Grupo	5	9,433	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,009	0,411

Variable dependiente: NIVEL Universidad Anáhuac

Media total = 4,800 (595)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,68 (299) MUJERES = 4,93 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,10 (100) 2. ITESM = 4,02 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,44 (100) 4. UAM = 4,61 (99)
 5. UNAM = 5,07 (98) 6. C. Clavería = 5,55 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,990	0,042
Grupo	5	23,226	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,694	0,628

166 APÉNDICES

Variable dependiente: NIVEL Universidad Iberoamericana

Media total = 5,711 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,61 (297) MUJERES = 5,81 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,84 (99) 2. ITESM = 5,81 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,86 (98) 4. UAM = 5,33 (100)
 5. UNAM = 5,54 (99) 6. C. Clavería = 5,91 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,170	0,033
Grupo	5	23,176	0,001
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,438	0,209

Variable dependiente: NIVEL Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,204 (594)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,15 (299) MUJERES = 6,26 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,01 (100) 2. ITESM = 6,50 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,49 (94) 4. UAM = 5,91 (100)
 5. UNAM = 5,92 (100) 6. C. Clavería = 6,41 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,799	0,180
Grupo	5	7,713	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,194	0,310

Variable dependiente: NIVEL UAM

Media total = 4,911 (537)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,91 (282) MUJERES = 4,91 (255)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,44 (93) 2. ITESM = 4,78 (73)

3. U. Anáhuac = 5,04 (72) 4. UAM = 5,08 (100)

5. UNAM = 4,99 (99) 6. C. Clavería = 5,10 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,007	0,042
Grupo	5	3,652	0,003
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,719	0,609

Variable dependiente: NIVEL UNAM

Media total = 4,708 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,73 (298) MUJERES = 4,68 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,43 (100) 2. ITESM = 4,38 (95)

3. U. Anáhuac = 4,79 (95) 4. UAM = 4,45 (100)

5. UNAM = 5,21 (100) 6. C. Clavería = 4,98 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,179	0,672
Grupo	5	4,932	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,455	0,810

Variable dependiente: PODER Universidad Anáhuac

Media total = 5,454 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,37 (297) MUJERES = 5,54 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,25 (99) 2. ITESM = 5,08 (98)
 3. U. Anáhuac = 6,07 (100) 4. UAM = 5,62 (97)
 5. UNAM = 5,04 (99) 6. C. Clavería = 5,66 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,494	0,115
Grupo	5	8,668	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,511	0,768

Variable dependiente: PODER Universidad Iberoamericana

Media total = 6,008 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,95 (297) MUJERES = 6,07 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,17 (99) 2. ITESM = 6,05 (93)
 3. U. Anáhuac = 6,15 (98) 4. UAM = 6,05 (100)
 5. UNAM = 5,77 (100) 6. C. Clavería = 5,86 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,950	0,163
Grupo	5	2,437	0,034
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,708	0,131

Variable dependiente: PODER Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,240 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,14 (298) MUJERES = 6,34 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,05 (99) 2. ITESM = 6,27 (100)

3. U. Anáhuac = 6,28 (94) 4. UAM = 6,33 (99)

5. UNAM = 6,19 (100) 6. C. Clavería = 6,32 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	6,097	0,014
Grupo	5	1,223	0,297
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	0,360	0,876

Variable dependiente: PODER UAM

Media total = 3,957 (530)

Medias por sexo:

HOMBRES = 3,99 (281) MUJERES = 3,92 (249)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,38 (91) 2. ITESM = 3,96 (73)

3. U. Anáhuac = 4,14 (70) 4. UAM = 3,91 (99)

5. UNAM = 3,98 (98) 6. C. Clavería = 4,37 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,430	0,512
Grupo	5	5,442	0,000
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	2,012	0,075

Variable dependiente: PODER UNAM

Media total = 5,081 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,09 (297) MUJERES = 5,07 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,00 (99) 2. ITESM = 4,72 (95)
3. U. Anáhuac = 5,25 (96) 4. UAM = 4,86 (99)
5. UNAM = 5,37 (100) 6. C. Clavería = 5,28 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,038	0,846
Grupo	5	2,559	0,026
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,436	0,823

Variable dependiente: PREPARACIÓN Universidad Anáhuac

Media total = 4,762 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,67 (299) MUJERES = 4,86 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,27 (99) 2. ITESM = 4,04 (97)
3. U. Anáhuac = 5,46 (100) 4. UAM = 4,49 (98)
5. UNAM = 4,92 (98) 6. C. Clavería = 5,36 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,364	0,067
Grupo	5	21,638	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,622	0,683

Variable dependiente: PREPARACIÓN Universidad Iberoamericana

Media total = 5,576 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,47 (297) MUJERES = 5,68 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,74 (99) 2. ITESM = 5,66 (93)

3. U. Anáhuac = 5,89 (98) 4. UAM = 5,09 (100)

5. UNAM = 5,46 (99) 6. C. Clavería = 5,63 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,548	0,019
Grupo	5	6,485	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,898	0,482

Variable dependiente: PREPARACIÓN Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,039 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,95 (299) MUJERES = 6,13 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,83 (99) 2. ITESM = 6,39 (100)

3. U. Anáhuac = 6,39 (94) 4. UAM = 5,56 (100)

5. UNAM = 5,86 (100) 6. C. Clavería = 6,22 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,022	0,025
Grupo	5	11,377	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,478	0,792

Variable dependiente: PREPARACIÓN UAM

Media total = 4,899 (533)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,90 (282) MUJERES = 4,90 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,53 (90) 2. ITESM = 4,93 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,97 (70) 4. UAM = 5,00 (100)
 5. UNAM = 4,97 (100) 6. C. Clavería = 4,98 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,001	0,976
Grupo	5	1,910	0,091
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,267	0,931

Variable dependiente: PREPARACIÓN UNAM

Media total = 4,805 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,80 (298) MUJERES = 4,81 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,64 (98) 2. ITESM = 4,44 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,00 (96) 4. UAM = 4,46 (100)
 5. UNAM = 5,23 (100) 6. C. Clavería = 5,04 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,002	0,962
Grupo	5	5,575	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,024	0,403

Variable dependiente: PROFESIONALISMO Universidad Anáhuac

Media total = 4,774 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,73 (297) MUJERES = 4,82 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,30 (98) 2. ITESM = 3,98 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,38 (100) 4. UAM = 4,59 (99)
 5. UNAM = 4,94 (97) 6. C. Clavería = 5,44 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,643	0,423
Grupo	5	20,001	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,876	0,497

Variable dependiente: PROFESIONALISMO Universidad Iberoamericana

Media total = 5,654 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,57 (296) MUJERES = 5,74 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,78 (100) 2. ITESM = 5,85 (92)
 3. U. Anáhuac = 5,90 (97) 4. UAM = 5,19 (100)
 5. UNAM = 5,43 (100) 6. C. Clavería = 5,80 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,496	0,062
Grupo	5	6,796	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	3,446	0,004

Variable dependiente: PROFESIONALISMO Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,078 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,96 (299) MUJERES = 6,20 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,93 (99) 2. ITESM = 6,30 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,45 (94) 4. UAM = 5,67 (100)
 5. UNAM = 5,81 (100) 6. C. Clavería = 6,33 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	7,615	0,006
Grupo	5	9,187	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	3,307	0,006

Variable dependiente: PROFESIONALISMO UAM

Media total = 5,069 (533)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,06 (281) MUJERES = 5,08 (252)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,66 (91) 2. ITESM = 4,96 (73)
 3. U. Anáhuac = 5,17 (71) 4. UAM = 4,98 (98)
 5. UNAM = 5,27 (100) 6. C. Clavería = 5,34 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,031	0,861
Grupo	5	3,748	0,002
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,691	0,630

Variable dependiente: PROFESIONALISMO UNAM

Media total = 4,803 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,76 (298) MUJERES = 4,84 (290)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,51 (98) 2. ITESM = 4,40 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,78 (96) 4. UAM = 4,57 (99)
 5. UNAM = 5,34 (100) 6. C. Clavería = 5,19 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,428	0,513
Grupo	5	6,173	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,909	0,475

Variable dependiente: RECONOCIMIENTO Universidad Anáhuac

Media total = 5,291 (595)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,27 (297) MUJERES = 5,31 (298)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,91 (99) 2. ITESM = 5,04 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,92 (100) 4. UAM = 5,20 (98)
 5. UNAM = 5,11 (100) 6. C. Clavería = 5,55 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,170	0,680
Grupo	5	8,877	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,851	0,514

Variable dependiente: RECONOCIMIENTO Universidad Iberoamericana

Media total = 6,225 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,15 (297) MUJERES = 6,30 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,51 (100) 2. ITESM = 6,28 (93)

3. U. Anáhuac = 6,43 (98) 4. UAM = 6,16 (100)

5. UNAM = 6,02 (100) 6. C. Clavería = 5,96 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,485	0,062
Grupo	5	5,733	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,879	0,495

Variable dependiente: RECONOCIMIENTO Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,488 (594)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,39 (299) MUJERES = 6,58 (295)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,25 (100) 2. ITESM = 6,70 (100)

3. U. Anáhuac = 6,69 (94) 4. UAM = 6,43 (100)

5. UNAM = 6,30 (100) 6. C. Clavería = 6,57 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	8,003	0,005
Grupo	5	5,694	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,934	0,459

Variable dependiente: RECONOCIMIENTO UAM

Media total = 4,819 (536)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,82 (283) MUJERES = 4,82 (253)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,12 (91) 2. ITESM = 4,92 (72)
 3. U. Anáhuac = 5,03 (73) 4. UAM = 4,83 (100)
 5. UNAM = 5,15 (100) 6. C. Clavería = 4,89 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,003	0,959
Grupo	5	6,717	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,656	0,144

Variable dependiente: RECONOCIMIENTO UNAM

Media total = 5,544 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,50 (298) MUJERES = 5,59 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,27 (100) 2. ITESM = 5,02 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,65 (96) 4. UAM = 5,65 (99)
 5. UNAM = 5,87 (100) 6. C. Clavería = 5,79 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,483	0,487
Grupo	5	4,305	0,001
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,506	0,771

Variable dependiente: RESPETO Universidad Anáhuac

Media total = 5,071 (595)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,98 (299) MUJERES = 5,17 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,52 (100) 2. ITESM = 4,48 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,78 (100) 4. UAM = 5,02 (98)
 5. UNAM = 5,07 (99) 6. C. Clavería = 5,54 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,375	0,067
Grupo	5	17,405	0,000
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	0,951	0,447

Variable dependiente: RESPETO Universidad Iberoamericana

Media total = 5,719 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,64 (297) MUJERES = 5,80 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,02 (100) 2. ITESM = 5,80 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,92 (98) 4. UAM = 5,47 (100)
 5. UNAM = 5,43 (100) 6. C. Clavería = 5,69 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,092	0,079
Grupo	5	4,268	0,001
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	0,516	0,764

Variable dependiente: RESPETO Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,012 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,89 (298) MUJERES = 6,14 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,54 (99) 2. ITESM = 6,12 (100)

3. U. Anáhuac = 6,29 (94) 4. UAM = 5,98 (99)

5. UNAM = 5,91 (100) 6. C. Clavería = 6,25 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	7,479	0,006
Grupo	5	6,265	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,511	0,184

Variable dependiente: RESPETO UAM

Media total = 4,601 (531)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,59 (281) MUJERES = 4,62 (250)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,38 (99) 2. ITESM = 4,40 (73)

3. U. Anáhuac = 4,61 (70) 4. UAM = 4,66 (99)

5. UNAM = 4,65 (100) 6. C. Clavería = 4,84 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,062	0,803
Grupo	5	1,538	0,176
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,299	0,913

Variable dependiente: RESPETO UNAM

Media total = 4,579 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,60 (296) MUJERES = 4,56 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,47 (99) 2. ITESM = 3,87 (95)

3. U. Anáhuac = 4,53 (96) 4. UAM = 4,40 (99)

5. UNAM = 5,30 (100) 6. C. Clavería = 4,85 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,076	0,783
Grupo	5	7,840	0,000
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	1,039	0,394

Variable dependiente: RESPONSABILIDAD Universidad Anáhuac

Media total = 4,718 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,63 (299) MUJERES = 4,81 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,21 (99) 2. ITESM = 4,00 (98)

3. U. Anáhuac = 5,33 (100) 4. UAM = 4,56 (99)

5. UNAM = 4,86 (97) 6. C. Clavería = 5,34 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,681	0,102
Grupo	5	17,293	0,000
INTERACCIÓN Sexo x grupo	5	0,588	0,709

Variable dependiente: RESPONSABILIDAD U. Iberoamericana

Media total = 5,525 (587)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,36 (296) MUJERES = 5,69 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,68 (99) 2. ITESM = 5,59 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,86 (98) 4. UAM = 5,07 (99)
 5. UNAM = 5,32 (98) 6. C. Clavería = 5,64 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	9,997	0,002
Grupo	5	5,220	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,776	0,567

Variable dependiente: RESPONSABILIDAD Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,951 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,78 (299) MUJERES = 6,13 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,67 (99) 2. ITESM = 6,27 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,28 (94) 4. UAM = 5,50 (100)
 5. UNAM = 5,78 (100) 6. C. Clavería = 6,23 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	14,781	0,000
Grupo	5	9,886	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,709	0,617

Variable dependiente: RESPONSABILIDAD UAM

Media total=4,759 (532)

Medias por sexo:

HOMBRES=4,71 (281) MUJERES=4,81 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana=4,57 (91) 2. ITESM=4,53 (73)
 3. U. Anáhuac=4,60 (70) 4. UAM=4,90 (99)
 5. UNAM=4,81 (99) 6. C. Clavería=5,02 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,754	0,386
Grupo	5	1,909	0,091
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,686	0,634

Variable dependiente: RESPONSABILIDAD UNAM

Media total=4,351 (587)

Medias por sexo:

HOMBRES=4,34 (296) MUJERES=4,36 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana=3,98 (98) 2. ITESM=3,66 (95)
 3. U. Anáhuac=4,29 (94) 4. UAM=4,16 (100)
 5. UNAM=5,05 (100) 6. C. Clavería=4,92 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,040	0,842
Grupo	5	11,125	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,305	0,260

Variable dependiente: SERIEDAD Universidad Anáhuac

Media total = 4,776 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,76 (296) MUJERES = 4,80 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,17 (98) 2. ITESM = 3,81 (96)

3. U. Anáhuac = 5,29 (98) 4. UAM = 4,78 (99)

5. UNAM = 4,97 (98) 6. C. Clavería = 5,60 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,103	0,748
Grupo	5	21,052	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,357	0,878

Variable dependiente: SERIEDAD Universidad Iberoamericana

Media total = 5,565 (589)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,44 (297) MUJERES = 5,69 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,60 (98) 2. ITESM = 5,74 (93)

3. U. Anáhuac = 5,81 (98) 4. UAM = 5,08 (100)

5. UNAM = 5,33 (100) 6. C. Clavería = 5,85 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	6,346	0,012
Grupo	5	6,678	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,070	0,376

Variable dependiente: SERIEDAD Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,044 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,89 (299) MUJERES = 6,20 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,93 (99) 2. ITESM = 6,11 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,45 (94) 4. UAM = 5,62 (99)
 5. UNAM = 5,82 (100) 6. C. Clavería = 6,36 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	13,212	0,000
Grupo	5	8,883	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,130	0,343

Variable dependiente: SERIEDAD UAM

Media total = 5,024 (534)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,98 (282) MUJERES = 5,07 (252)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,80 (91) 2. ITESM = 4,82 (73)
 3. U. Anáhuac = 5,10 (70) 4. UAM = 4,95 (100)
 5. UNAM = 5,17 (100) 6. C. Clavería = 5,25 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,652	0,420
Grupo	5	1,895	0,094
Interacción			
Sexo x grupo	5	0,203	0,961

Variable dependiente: SERIEDAD UNAM

Media total = 4,534 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,52 (298) MUJERES = 4,55 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,14 (99) 2. ITESM = 3,87 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,57 (96) 4. UAM = 4,51 (100)
 5. UNAM = 5,10 (100) 6. C. Clavería = 4,97 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,045	0,831
Grupo	5	8,580	0,000
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	0,911	0,473

Variable dependiente: SOBRESALIENTE Universidad Anáhuac

Media total = 4,834 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,74 (297) MUJERES = 4,93 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,12 (98) 2. ITESM = 4,27 (96)
 3. U. Anáhuac = 5,69 (99) 4. UAM = 4,82 (98)
 5. UNAM = 4,99 (100) 6. C. Clavería = 5,09 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,959	0,086
Grupo	5	18,195	0,000
<i>INTERACCIÓN</i>			
Sexo x grupo	5	0,242	0,944

Variable dependiente: SOBRESALIENTE Universidad Iberoamericana

Media total = 5,674 (586)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,53 (296) MUJERES = 5,82 (290)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,04 (99) 2. ITESM = 5,73 (93)
 3. U. Anáhuac = 6,02 (98) 4. UAM = 5,29 (99)
 5. UNAM = 5,49 (99) 6. C. Clavería = 5,47 (98)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	8,978	0,003
Grupo	5	7,211	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,407	0,220

Variable dependiente: SOBRESALIENTE *Tecnológica de Monterrey*

Media total = 6,085 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,99 (298) MUJERES = 6,18 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,82 (99) 2. ITESM = 6,48 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,39 (94) 4. UAM = 5,75 (99)
 5. UNAM = 5,87 (99) 6. C. Clavería = 6,21 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,338	0,021
Grupo	5	9,111	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,401	0,848

Variable dependiente: SOBRESALIENTE UAM

Media total = 4,662 (532)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,63 (281) MUJERES = 4,70 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,26 (91) 2. ITESM = 4,74 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,51 (70) 4. UAM = 4,82 (99)
 5. UNAM = 4,90 (100) 6. C. Clavería = 4,68 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,448	0,503
Grupo	5	2,929	0,013
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,977	0,431

Variable dependiente: SOBRESALIENTE UNAM

Media total = 4,838 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,83 (297) MUJERES = 4,85 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,58 (98) 2. ITESM = 4,39 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,92 (96) 4. UAM = 4,64 (99)
 5. UNAM = 5,49 (100) 6. C. Clavería = 4,99 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,029	0,865
Grupo	5	6,988	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,625	0,681

Variable dependiente: SOBRESALIR Universidad Anáhuac

Media total = 4,938 (593)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,84 (297) MUJERES = 5,04 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,37 (99) 2. ITESM = 4,51 (97)

3. U. Anáhuac = 5,67 (100) 4. UAM = 4,88 (98)

5. UNAM = 4,99 (100) 6. C. Clavería = 5,19 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	3,637	0,057
Grupo	5	12,164	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,248	0,941

Variable dependiente: SOBRESALIR Universidad Iberoamericana

Media total = 5,716 (587)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,62 (296) MUJERES = 5,81 (291)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,08 (99) 2. ITESM = 5,78 (93)

3. U. Anáhuac = 5,95 (98) 4. UAM = 5,29 (99)

5. UNAM = 5,60 (98) 6. C. Clavería = 5,59 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,536	0,034
Grupo	5	6,849	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,289	0,267

Variable dependiente: SOBRESALIR Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,076 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,01 (297) MUJERES = 6,14 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,95 (99)
 2. ITESM = 6,49 (100)
 3. U. Anáhuac = 6,33 (93)
 4. UAM = 5,69 (99)
 5. UNAM = 5,84 (99)
 6. C. Clavería = 6,17 (100)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	2,666	0,103
Grupo	5	9,640	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,575	0,720

Variable dependiente: SOBRESALIR UAM

Media total = 4,574 (526)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,84 (297) MUJERES = 5,04 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,31 (91)
 2. ITESM = 4,51 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,49 (70)
 4. UAM = 4,81 (97)
 5. UNAM = 4,67 (98)
 6. C. Clavería = 4,60 (97)
- (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,891	0,346
Grupo	5	1,619	0,153
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,414	0,839

190 APÉNDICES

Variable dependiente: SOBRESALIR UNAM

Media total = 4,739 (586)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,74 (295) MUJERES = 4,74 (291)

Medias por grupo de procedencia:

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 1. U. Iberoamericana = 4,60 (99) | 2. ITESM = 4,25 (95) |
| 3. U. Anáhuac = 4,78 (95) | 4. UAM = 4,65 (98) |
| 5. UNAM = 5,18 (99) | 6. C. Clavería = 4,95 (100) |

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,003	0,954
Grupo	5	4,672	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	2,059	0,069

Variable dependiente: SUPERACIÓN Universidad Anáhuac

Media total = 4,756 (595)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,69 (299) MUJERES = 4,83 (296)

Medias por grupo de procedencia:

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------|
| 1. U. Iberoamericana = 4,26 (99) | 2. ITESM = 4,07 (98) |
| 3. U. Anáhuac = 5,70 (100) | 4. UAM = 4,42 (99) |
| 5. UNAM = 4,83 (99) | 6. C. Clavería = 5,23 (100) |

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,737	0,188
Grupo	5	22,305	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,147	0,334

Variable dependiente: SUPERACIÓN Universidad Iberoamericana.

Media total = 5,670 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,56 (296) MUJERES = 5,78 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,90 (99) 2. ITESM = 5,75 (93)

3. U. Anáhuac = 6,02 (98) 4. UAM = 5,22 (99)

5. UNAM = 5,55 (99) 6. C. Clavería = 5,59 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	5,884	0,016
Grupo	5	6,254	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,543	0,174

Variable dependiente: SUPERACIÓN Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,073 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,95 (299) MUJERES = 6,20 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,84 (99) 2. ITESM = 6,53 (100)

3. U. Anáhuac = 6,33 (94) 4. UAM = 5,61 (100)

5. UNAM = 5,81 (99) 6. C. Clavería = 6,33 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	9,265	0,002
Grupo	5	13,761	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,571	0,722

192 APÉNDICES

Variable dependiente: SUPERACIÓN UAM

Media total = 4,782 (532)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,67 (282) MUJERES = 4,90 (250)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,45 (91) 2. ITESM = 4,47 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,60 (70) 4. UAM = 5,13 (99)
 5. UNAM = 4,99 (99) 6. C. Clavería = 4,89 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,080	0,044
Grupo	5	4,124	0,001
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,551	0,738

Variable dependiente: SUPERACIÓN UNAM

Media total = 4,633 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,55 (296) MUJERES = 4,71 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,28 (99) 2. ITESM = 3,98 (95)
 3. U. Anáhuac = 4,57 (95) 4. UAM = 4,45 (100)
 5. UNAM = 5,30 (100) 6. C. Clavería = 5,18 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,676	0,196
Grupo	5	11,870	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,926	0,088

Variable dependiente: TRABAJO Universidad Anáhuac

Media total = 4,902 (594)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,83 (298) MUJERES = 4,97 (296)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,36 (99) 2. ITESM = 4,18 (98)
 3. U. Anáhuac = 5,31 (100) 4. UAM = 5,01 (99)
 5. UNAM = 5,14 (98) 6. C. Clavería = 5,39 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,689	0,194
Grupo	5	14,501	0,000
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	0,402	0,848

Variable dependiente: SOBRESALIR Universidad Iberoamericana

Media total = 5,627 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,54 (296) MUJERES = 5,72 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,74 (100) 2. ITESM = 5,60 (93)
 3. U. Anáhuac = 5,87 (97) 4. UAM = 5,26 (100)
 5. UNAM = 5,61 (100) 6. C. Clavería = 5,69 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,162	0,042
Grupo	5	3,603	0,003
<i>INTERACCIÓN</i>			
Sexo x grupo	5	1,511	0,184

Variable dependiente: TRABAJO Tecnológico de Monterrey

Media total = 6,084 (592)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,04 (298) MUJERES = 6,13 (294)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,92 (99) 2. ITESM = 6,35 (100)

3. U. Anáhuac = 6,20 (94) 4. UAM = 5,79 (99)

5. UNAM = 6,04 (100) 6. C. Clavería = 6,21 (99)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	1,272	0,260
Grupo	5	4,050	0,001
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	1,175	0,320

Variable dependiente: TRABAJO UAM

Media total = 4,650 (534)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,67 (282) MUJERES = 4,62 (252)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,33 (91) 2. ITESM = 4,59 (73)

3. U. Anáhuac = 4,73 (70) 4. UAM = 4,96 (100)

5. UNAM = 4,53 (100) 6. C. Clavería = 4,74 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,186	0,667
Grupo	5	2,389	0,037
<i>Interacción</i>			
Sexo x grupo	5	0,297	0,915

Variable dependiente: TRABAJO UNAM

Media total = 4,432 (588)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,42 (296) MUJERES = 4,45 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,21 (99) 2. ITESM = 3,91 (95)

3. U. Anáhuac = 4,68 (94)

4. UAM = 4,26 (100)

5. UNAM = 4,50 (100)

6. C. Clavería = 5,02 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,043	0,836
Grupo	5	6,330	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,333	0,248

Variable dependiente: TRADICIÓN Universidad Anáhuac

Media total = 4,826 (597)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,64 (299) MUJERES = 5,01 (298)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 4,59 (100) 2. ITESM = 4,96 (98)

3. U. Anáhuac = 5,90 (100)

4. UAM = 4,62 (99)

5. UNAM = 4,15 (100)

6. C. Clavería = 4,74 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	9,196	0,003
Grupo	5	15,246	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,596	0,703

Variable dependiente: TRADICIÓN Universidad Iberoamericana

Media total = 5,654 (590)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,54 (297) MUJERES = 5,77 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,27 (100) 2. ITESM = 6,00 (93)

3. U. Anáhuac = 5,97 (98) 4. UAM = 5,27 (100)

5. UNAM = 4,86 (99) 6. C. Clavería = 5,58 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	4,757	0,030
Grupo	5	17,302	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,157	0,329

Variable dependiente: TRADICIÓN Tecnológico de Monterrey

Media total = 5,536 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 5,31 (299) MUJERES = 5,76 (292)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 5,21 (99) 2. ITESM = 5,87 (100)

3. U. Anáhuac = 5,94 (94) 4. UAM = 5,51 (100)

5. UNAM = 4,70 (98) 6. C. Clavería = 5,99 (100)

(los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza

FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	17,917	0,000
Grupo	5	15,010	0,000
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,292	0,917

Variable dependiente: TRADICIÓN UAM

Media total = 4,152 (533)

Medias por sexo:

HOMBRES = 4,12 (282) MUJERES = 4,19 (251)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 3,91 (92) 2. ITESM = 4,51 (73)
 3. U. Anáhuac = 4,39 (70) 4. UAM = 3,95 (99)
 5. UNAM = 4,16 (99) 6. C. Clavería = 4,14 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,306	0,580
Grupo	5	1,908	0,091
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	1,317	0,255

Variable dependiente: TRADICIÓN UNAM

Media total = 6,100 (591)

Medias por sexo:

HOMBRES = 6,13 (298) MUJERES = 6,07 (293)

Medias por grupo de procedencia:

1. U. Iberoamericana = 6,21 (100) 2. ITESM = 5,91 (95)
 3. U. Anáhuac = 5,73 (96) 4. UAM = 6,10 (100)
 5. UNAM = 6,33 (100) 6. C. Clavería = 6,30 (100)
 (los paréntesis indican el número de sujetos estudiados)

Análisis de varianza			
FUENTE	gl	F	SIGNIFICANCIA DE F
Sexo	1	0,338	0,561
Grupo	5	3,202	0,007
INTERACCIÓN			
Sexo x grupo	5	0,751	0,586

INSTRUCCIONES

La forma de contestar es muy sencilla. Le presentamos cinco páginas y cada una de ellas muestra, en su parte superior, el nombre de una universidad. Abajo de cada nombre hallará 30 palabras; cada palabra está acompañada por una hilera de siete paréntesis.

Cada palabra representa un atributo. Indique con una cruz en alguno de los paréntesis la cantidad que usted cree que esa universidad tiene de dicho atributo.

Entre **más cercana** esté su marca a la palabra, es que usted considera que tiene **mucho** de ese atributo, y entre **más se aleje**, es que tiene **menos**. Por ejemplo:

CIUDAD DE MÉXICO
Grande (X) () () () () () ()

Al escribir «X» en el espacio más cercano a la palabra **grande**, se indica que para nosotros la ciudad de México es **muy grande**.

En contraste, si a la misma ciudad de México la percibimos como **limpia**, la respuesta pudiera ser:

Limpia () () () () (X) () ()

Esto significa que no la consideramos **muy limpia**.

Por favor, lea cuidadosamente cada una de las listas que se muestran a continuación y marque sus respuestas.

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD ANÁHUAC

Reconocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Éxito	()	()	()	()	()	()	()
Dedicación	()	()	()	()	()	()	()
Honorabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Cultura	()	()	()	()	()	()	()
Nivel	()	()	()	()	()	()	()
Profesionalismo	()	()	()	()	()	()	()
Seriedad	()	()	()	()	()	()	()
Dinero	()	()	()	()	()	()	()
Fama	()	()	()	()	()	()	()
Preparación	()	()	()	()	()	()	()
Poder	()	()	()	()	()	()	()
Excelencia	()	()	()	()	()	()	()
Distinción	()	()	()	()	()	()	()
Trabajo	()	()	()	()	()	()	()
Imagen	()	()	()	()	()	()	()
Respeto	()	()	()	()	()	()	()
Capacidad	()	()	()	()	()	()	()
Conocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Sobresaliente	()	()	()	()	()	()	()
Abolengo	()	()	()	()	()	()	()
Tradicición	()	()	()	()	()	()	()
Estudio	()	()	()	()	()	()	()
Sobresalir	()	()	()	()	()	()	()
Desarrollo	()	()	()	()	()	()	()
Calidad	()	()	()	()	()	()	()
Responsabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Liderazgo	()	()	()	()	()	()	()
Superación	()	()	()	()	()	()	()
Estatus	()	()	()	()	()	()	()

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

Reconocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Éxito	()	()	()	()	()	()	()
Dedicación	()	()	()	()	()	()	()
Honorabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Cultura	()	()	()	()	()	()	()
Nivel	()	()	()	()	()	()	()
Profesionalismo	()	()	()	()	()	()	()
Seriedad	()	()	()	()	()	()	()
Dinero	()	()	()	()	()	()	()
Fama	()	()	()	()	()	()	()
Preparación	()	()	()	()	()	()	()
Poder	()	()	()	()	()	()	()
Excelencia	()	()	()	()	()	()	()
Distinción	()	()	()	()	()	()	()
Trabajo	()	()	()	()	()	()	()
Imagen	()	()	()	()	()	()	()
Respeto	()	()	()	()	()	()	()
Capacidad	()	()	()	()	()	()	()
Conocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Sobresaliente	()	()	()	()	()	()	()
Abolengo	()	()	()	()	()	()	()
Tradicición	()	()	()	()	()	()	()
Estudio	()	()	()	()	()	()	()
Sobresalir	()	()	()	()	()	()	()
Desarrollo	()	()	()	()	()	()	()
Calidad	()	()	()	()	()	()	()
Responsabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Liderazgo	()	()	()	()	()	()	()
Superación	()	()	()	()	()	()	()
Estatus	()	()	()	()	()	()	()

UNAM

Reconocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Éxito	()	()	()	()	()	()	()
Dedicación	()	()	()	()	()	()	()
Honorabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Cultura	()	()	()	()	()	()	()
Nivel	()	()	()	()	()	()	()
Profesionalismo	()	()	()	()	()	()	()
Seriedad	()	()	()	()	()	()	()
Dinero	()	()	()	()	()	()	()
Fama	()	()	()	()	()	()	()
Preparación	()	()	()	()	()	()	()
Poder	()	()	()	()	()	()	()
Excelencia	()	()	()	()	()	()	()
Distinción	()	()	()	()	()	()	()
Trabajo	()	()	()	()	()	()	()
Imagen	()	()	()	()	()	()	()
Respeto	()	()	()	()	()	()	()
Capacidad	()	()	()	()	()	()	()
Conocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Sobresaliente	()	()	()	()	()	()	()
Abolengo	()	()	()	()	()	()	()
Tradición	()	()	()	()	()	()	()
Estudio	()	()	()	()	()	()	()
Sobresalir	()	()	()	()	()	()	()
Desarrollo	()	()	()	()	()	()	()
Calidad	()	()	()	()	()	()	()
Responsabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Liderazgo	()	()	()	()	()	()	()
Superación	()	()	()	()	()	()	()
Estatus	()	()	()	()	()	()	()

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Reconocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Éxito	()	()	()	()	()	()	()
Dedicación	()	()	()	()	()	()	()
Honorabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Cultura	()	()	()	()	()	()	()
Nivel	()	()	()	()	()	()	()
Profesionalismo	()	()	()	()	()	()	()
Seriedad	()	()	()	()	()	()	()
Dinero	()	()	()	()	()	()	()
Fama	()	()	()	()	()	()	()
Preparación	()	()	()	()	()	()	()
Poder	()	()	()	()	()	()	()
Excelencia	()	()	()	()	()	()	()
Distinción	()	()	()	()	()	()	()
Trabajo	()	()	()	()	()	()	()
Imagen	()	()	()	()	()	()	()
Respeto	()	()	()	()	()	()	()
Capacidad	()	()	()	()	()	()	()
Conocimiento	()	()	()	()	()	()	()
Sobresaliente	()	()	()	()	()	()	()
Abolengo	()	()	()	()	()	()	()
Tradicón	()	()	()	()	()	()	()
Estudio	()	()	()	()	()	()	()
Sobresalir	()	()	()	()	()	()	()
Desarrollo	()	()	()	()	()	()	()
Calidad	()	()	()	()	()	()	()
Responsabilidad	()	()	()	()	()	()	()
Liderazgo	()	()	()	()	()	()	()
Superación	()	()	()	()	()	()	()
Estatus	()	()	()	()	()	()	()

DATOS ADICIONALES

1. Periódico que habitualmente recibe en casa _____
2. Noticiero de televisión que ve con más frecuencia _____
3. Noticiero de radio que suele escuchar _____
4. Medio que emplea para informarse acerca de los asuntos de la Universidad Nacional Autónoma de México _____

DATOS GENERALES

Edad _____

Sexo _____

Universidad de procedencia (en caso de ser estudiante) _____

Ocupación _____