

# Un acercamiento cualitativo al estudio de la formación valoral de los egresados de una universidad privada de la ciudad de México\*

Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México), Vol. XXIV, Nos. 1 y 2, pp. 39-82

Carlos Muñoz Izquierdo  
y Joaquina Palomar Lever\*\*

## RESUMEN

En este estudio se reconstruyen las historias de vida de 52 egresados de una universidad privada, que formaron parte de la muestra aleatoria de 706 sujetos, en que se basó un estudio anterior. Esta investigación se propuso dos objetivos fundamentales: a) conocer las características de las personas, de las familias, del trabajo y de la sociedad, que estos egresados consideran valiosos; y b) conocer diversos aspectos del proceso de socialización de aquellos sujetos cuyos valores se orientan más hacia algún polo del *continuum* solidarismo-individualismo. Se encontró, entre otras cosas, que es más probable que los egresados cuyos valores se orientan más hacia el solidarismo no sean muy jóvenes, hayan cursado carreras relacionadas con las humanidades y las ciencias del hombre, no ocupen puestos directivos y trabajen en el sector público. En cambio, es más probable que los sujetos cuyos valores se orientan más hacia el individualismo sean más jóvenes, hayan cursado carreras relacionadas con la administración y las ingenierías, ocupen puestos directivos y trabajen en el sector privado.

## ABSTRACT

This article is based upon 52 life-histories of subjects who had studied in a private university. They were chosen from a random sample of 706 alumni which had been previously selected. The objectives of this research were: a) To identify the characteristics of persons, families, occupations and society, which these alumni consider valious; b) To identify several aspects of the socialization process of those alumni whose personal values are more oriented either towards individualism, or towards solidarism. It was found, among other things, that —from a probabilistic point of view— subjects that are more oriented towards solidarism are not youngsters, come from the Humanities and the Social Sciences, do not have higher economic positions and work for the public sector. On the contrary, subjects that are more oriented towards individualism are younger, come from the Engineering and Administration fields, have higher socio-economic positions and work for the private sector.

\* Los autores agradecen a Alejandro Márquez, Miriam Sánchez y Sara Unda, su participación en la codificación de la información recabada. Además, agradecen a Alejandra Álvarez, Patricia Muñoz, Alejandra Santoyo y Rosaura Vázquez, el apoyo proporcionado durante la realización del trabajo de campo.

\*\* Miembros del Programa Institucional de Investigación en Problemas Educativos. Universidad Iberoamericana (México, D.F.).

## I. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS

Este estudio se deriva de la investigación titulada "Formación universitaria, ejercicio profesional y compromiso social", cuyos resultados fueron publicados en 1993 (Muñoz Izquierdo y Rubio, 1993). El objetivo general de la misma consistió en conocer el perfil valoral de los egresados de una universidad privada, de inspiración cristiana.<sup>1</sup> Se estudiaron, concretamente, algunos valores personales de esos egresados, sus actitudes ante la educación, el trabajo, el dinero, el tiempo libre y el cambio social, así como las formas en que ellos perciben los problemas que afectan a los sectores mayoritarios de la sociedad, y las herramientas que les proporcionó la universidad para contribuir a resolverlos.

Entre otros objetivos particulares, esa investigación se propuso contribuir a conocer la forma en que los valores arriba mencionados se relacionan con un conjunto de variables independientes, representativas de los agentes y de los procesos de socialización que pudieron haber intervenido en la formación de dichos valores. Por esta razón, a través del mismo estudio, se recogió información acerca de las características sociales y educativas de la familia de origen de los sujetos; de algunas características de la formación preuniversitaria de los mismos; de las experiencias que tuvieron en la universidad en relación con la participación social; de las características sociales y educativas de su familia actual; de su trayectoria ocupacional; de algunos aspectos de su religiosidad y de su cultura política; de los medios de comunicación social que ellos utilizan con mayor frecuencia; y de las experiencias que tuvieron, en la universidad, en relación con los problemas que más afectan a los sectores mayoritarios de la sociedad.

En términos generales, de esa investigación se desprendió la conclusión de que, aun cuando los currículos de la universidad estudiada, proporcionan algunas experiencias encaminadas a fomentar en los alumnos el compromiso social, esas experiencias

---

<sup>1</sup> La muestra en que se basó esa investigación estuvo integrada por 706 exalumnos de la Universidad Iberoamericana (de la ciudad de México, D.F.), que concluyeron sus estudios profesionales entre 1981 y 1991. Véase la reseña de esa investigación que hace P. Latapí, en el No. 3 del Vol. XXIII de esta Revista.

fueron, por un lado, insuficientes; y, por otro, no pudieron contrarrestar los efectos que generaron, en la formación valoral de esos sujetos, las demás variables que fueron consideradas en el diseño del estudio.

Así pues, al terminar esa investigación quedó pendiente el conocer, con mayor profundidad, las circunstancias y los mecanismos a través de los cuales el conjunto de variables independientes arriba mencionadas, intervinieron en la determinación de los valores de esos egresados universitarios. También quedó pendiente el obtener información más amplia acerca de los procesos de socialización de aquellos sujetos que, a pesar de haber estado expuestos a las influencias de las variables mencionadas, se apartaron de la tendencia dominante entre sus discípulos —al internalizar valores más congruentes con el compromiso social que la universidad se propuso fomentar en ellos. Al mismo tiempo, era necesario obtener un conocimiento más amplio de los valores de los integrantes de esta muestra, ya que el estudio descrito se orientó a investigar aquellos valores y actitudes que, de acuerdo con el diseño de la investigación, eran especialmente relevantes. Estas inquietudes son, por tanto, las que justificaron emprender el estudio que aquí se presenta. Este fue diseñado con el propósito de aportar información orientada a responder las siguientes preguntas:

a) ¿Cuáles son los atributos de las personas que son valorados o rechazados por estos egresados universitarios y, más concretamente, los de los agentes que desempeñaron papeles significativos en la socialización de los mismos? ¿Cuáles fueron las circunstancias en las que se ha desarrollado dicho proceso —a través de las diferentes etapas del desarrollo personal de los sujetos— y los eventos que tuvieron mayor importancia a través del mismo?

b) ¿Cuáles son los objetivos<sup>2</sup> de las personas, de las familias, del trabajo y de la sociedad, que esos egresados consideran valiosos?

---

<sup>2</sup> Expresados en términos de preferencias, expectativas y visiones prospectivas.

c) ¿Cuáles son las circunstancias, experiencias y otros factores del proceso de desarrollo personal, que permiten distinguir a los egresados —cuyos valores son más congruentes con el compromiso social que la universidad se propuso promover en ellos— de aquellos condiscípulos suyos que, de acuerdo con su orientación valoral, tienden a ubicarse en la situación contraria?

## II. MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

Esta investigación está ubicada en las mismas vertientes teóricas de las que procede la anteriormente mencionada. Concretamente, dicho estudio se apoyó en hipótesis ensayadas por P. Lindsay y W. E. Knox (1984); J. T. Mortimer y R. G. Simmons (1978); E. T. Pascarella (1985); E. T. Pascarella, C. A. Ethington y J. C. Smart (1988); Pascarella y T. Terenzini (1991); y J. C. Weidman (1975, 1979, 1987).

Desde el punto de vista metodológico, el presente utiliza procedimientos correspondientes a la investigación cualitativa y a la tradicional, de corte empírico. Por un lado, adopta los métodos que se conocen como “estudios de casos” e “historias de vida”, siguiendo lineamientos propuestos por R. W. White (1966) y por K. Keniston (1968). La codificación de los datos se basa en el “método de comparaciones constantes”, desarrollado por A. Strauss y J. Corbin (1990). Por otro lado, en el estudio se utiliza un diseño cuasi-experimental, para analizar las relaciones existentes entre las variables detectadas.

La muestra estuvo integrada por 52 sujetos, que forman parte del conjunto de 706 egresados universitarios en los que se basó la investigación anteriormente mencionada (los cuales, a su vez, habían sido seleccionados a través de un muestreo aleatorio estratificado). Para integrar esta submuestra, se revisó la base de datos que contenía la información procedente de dicho estudio, y se ordenó a todos los sujetos registrados en ella, de acuerdo con el perfil valoral reflejado en las respuestas proporcionadas en las entrevistas. Ello permitió incluir en la submuestra, en proporciones iguales, a quienes se encontraban en los dos extremos de la distribución obtenida. Esta decisión fue tomada con el propósito de maximizar la varianza de las variables

dependientes, ya que esto permitiría observar, con mayor facilidad, los fenómenos que intervinieron en la gestación de esos valores y actitudes.

Los sujetos de la muestra cursaron diversas carreras, que fueron clasificadas como técnicas (el 55.8% de los casos) y como sociales (44.2%). En las primeras se encuentran las que corresponden a las divisiones académicas de ingeniería y ciencias, económico-administrativa y arte.<sup>3</sup> En la segunda, se encuentran las carreras correspondientes a las divisiones de humanidades y ciencias del hombre.

El 53.8% de los integrantes de la muestra son de sexo femenino, por lo que el 46.2% de la misma son varones. En el 73.1% de los casos, su edad oscilaba entre 23 a 30 años y el 26.9%, entre 31 y 64 años. El 48.1% de la muestra eran solteros y el resto (51.9%) tenían otro estado civil.

Por otra parte, el 53.8% ocupaba puestos directivos, o eran dueños de su propio negocio, mientras que el 46.2% desempeñaba otros puestos.

Un 15.4% de los entrevistados trabajaba en el sector público, mientras que el 73.1% desempeñaba cargos en el sector privado.

El 48.1% de los egresados terminó sus estudios universitarios entre 1980 y 1986, mientras que el resto (51.9%) lo hizo entre 1987 y 1990.

La distribución de los egresados, con respecto a los tipos de instituciones educativas en las cuales realizaron sus estudios preuniversitarios, se presenta en el siguiente cuadro:

**CUADRO 1**

	<i>Primaria</i>		<i>Secundaria</i>		<i>Preparatoria</i>	
	<i>Número de casos</i>	<i>%</i>	<i>Número de casos</i>	<i>%</i>	<i>Número de casos</i>	<i>%</i>
Privada						
confesional	26	50.0	28	53.8	29	55.8
Privada no						
confesional	20	38.5	19	36.5	20	38.5
Pública	6	11.5	5	9.6	3	5.8

<sup>3</sup> Esta decisión se basa en que la carrera de arquitectura (cuyo ejercicio profesional es semejante a las ingenierías) corresponde, en la universidad, a la división de arte.

### **III. INSTRUMENTO**

Para recabar la información, se practicaron entrevistas semidirigidas a los 52 sujetos de la muestra. Se utilizó una guía que permitió conocer las diferentes etapas de la vida del entrevistado, las características de las mismas; los atributos de la familia de origen, de la familia actual y de las experiencias preuniversitarias y universitarias que los entrevistados consideraron relevantes; las organizaciones o grupos religiosos con los que se tuvo contacto; la trayectoria laboral de las personas que son admiradas por el sujeto y los contenidos de los trabajos desempeñados. Al mismo tiempo, se recabó información relativa a la valoración de la problemática social, a lo que los egresados considerarían deseable para la sociedad, y a la religiosidad de los sujetos.

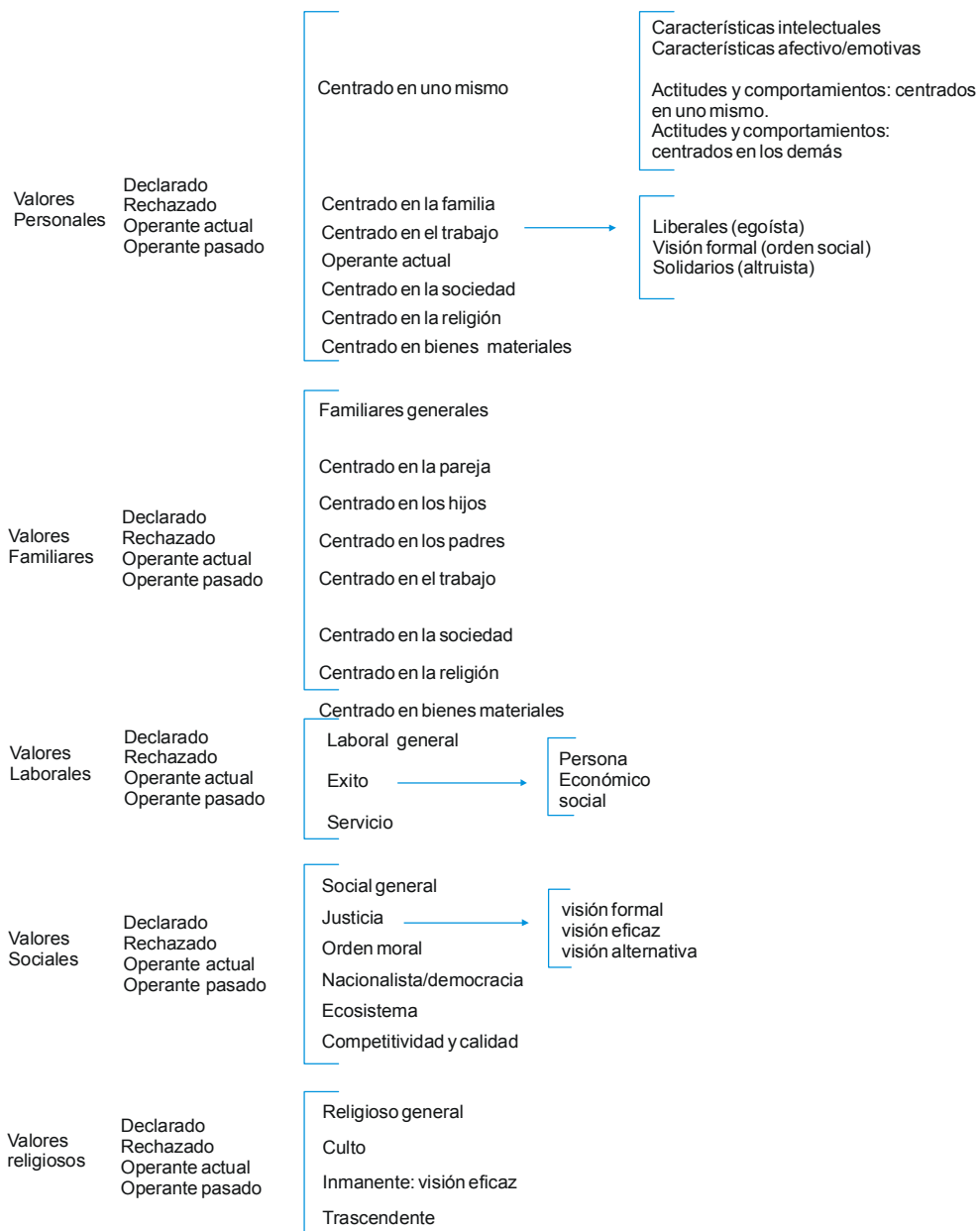
El trabajo de campo fue realizado entre el 1o. de octubre de 1992 y el 30 de agosto de 1993. Para llevar a cabo las entrevistas, se explicó a los sujetos el objetivo de la investigación, se estableció con ellos el clima de confianza necesario y se procedió a recabar los datos.

Las entrevistas, grabadas en audio-cassettes, tuvieron una duración promedio de una hora y treinta minutos. Las grabaciones fueron transcritas sin modificación alguna, para facilitar el análisis del contenido de las mismas.

### **IV. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

En primer término, se construyeron las categorías analíticas, las cuales se refieren a los aspectos de la vida de los sujetos, en los que están ubicados los diferentes valores. Posteriormente, fueron inferidas las propiedades de esas categorías, las cuales reflejan las posiciones en que se ubican los entrevistados, ante cada categoría. Los conceptos resultantes de estos análisis aparecen en el diagrama 1.

## DIAGRAMA No. 1 Clasificación de valores



En segundo término, se llevó a cabo el análisis estadístico de los datos. Por un lado, se obtuvieron las proporciones de los valores que los sujetos relacionan con diferentes agentes de socialización. Por el otro, se investigó —a través de un diseño cuasi-experimental— si existían relaciones estadísticamente significativas, entre los valores expresados por los sujetos, y determinadas variables representativas de los antecedentes demográficos, educativos y sociales de los mismos.

En tercer término, se obtuvo una síntesis de las respuestas proporcionadas por los entrevistados, basada en una apreciación global de las actitudes de los sujetos ante la problemática social. Para obtenerla, se utilizó una taxonomía desarrollada por el Dr. Juan Bazdresch, la cual permite clasificar a los individuos, de acuerdo con las siguientes categorías:

- a) Solidarismo
- b) Individualismo humanitario
- c) Positivismo
- d) Individualismo liberal
- e) Comunitarismo

Los sujetos entrevistados fueron clasificados en tres grupos, que corresponden a otras tantas posiciones que ellos adoptan ante la sociedad. En la primera posición fueron colocados los entrevistados cuyos valores estaban más “orientados hacia sí mismos”. En la segunda, fueron ubicados los sujetos que se podían considerar “orientados hacia aspectos humanitarios”; y, en la tercera, aquellos cuyos valores se orientaban, en mayor medida, “hacia los demás”.

La posición denominada “orientados hacia sí mismos” se creó sumando las respuestas correspondientes a los siguientes valores: personales de éxito laboral, laborales de éxito económico, laborales de éxito social, sociales orientados hacia el desarrollo económico, actitudes y comportamientos centrados en el sujeto, valores personales centrados en la sociedad —de orientación liberal.

La posición “orientados hacia aspectos humanitarios” se creó sumando las frecuencias de los siguientes valores: sociales orientados hacia el orden jurídico; sociales orientados hacia el orden



moral; y personales centrados en la sociedad —orientados hacia el orden jurídico.

A su vez, la posición “orientados hacia los demás” se creó sumando las frecuencias de los valores siguientes: laborales de servicio; sociales orientados hacia la justicia; sociales de orientación caritativa o asistencial; sociales orientados hacia el servicio y promoción de los sectores mayoritarios; religiosos de orientación caritativa o asistencial; religiosos orientados hacia el servicio; familiares centrados en la sociedad; actitudes y comportamientos personales centrados en los demás; y valores personales centrados en la sociedad —orientados hacia el servicio.

Por último, se identificaron los sujetos que presentaban características más acordes con las posiciones descritas, se revisaron sus “historias de vida” y se elaboró un perfil que resumía las características compartidas por los individuos cuyos perfiles laborales eran semejantes.

## **V. RESULTADOS OBTENIDOS**

A continuación se describen los resultados obtenidos a través del estudio. En el primer apartado aparecen los resultados del análisis cualitativo de las entrevistas. Ahí se describe la distribución de los valores de los entrevistados, de acuerdo con las categorías que fueron construidas a través del análisis. (Como ya se dijo, esas categorías se refieren a diferentes aspectos de la vida de los sujetos, en los que se manifiestan los valores de los mismos). Posteriormente, se presenta la distribución de las propiedades de esas categorías. Con el fin de reflejar los contenidos de esas propiedades, se resumen las respuestas más frecuentemente proporcionadas por los entrevistados, al describir las cualidades, actitudes y conductas que representan a cada una de las mismas.

En el segundo apartado aparecen los resultados del análisis cuantitativo. En primer término se señalan las proporciones de los valores detectados, que los entrevistados relacionan con diferentes agentes de socialización. En segundo término, se presenta el análisis que se llevó a cabo para investigar si existían relaciones —estadísticamente significativas— entre los

valores expresados por los sujetos, y determinadas variables representativas de los antecedentes demográficos, educativos y sociales de los mismos.

En el tercer apartado se presenta una síntesis de las respuestas proporcionadas por los entrevistados, basada en una apreciación global de las actitudes de los sujetos ante la problemática social. Para obtener esa síntesis, se utiliza un *continuum* axiológico que fue desarrollado por el Dr. Juan Bazdresch. En esa parte también se presentan los resultados del análisis que se llevó a cabo, con el fin de identificar las variables independientes que podrían estar significativamente relacionadas con diferentes orientaciones axiológicas, contempladas en el esquema del Dr. Bazdresch. Por último, se describen en forma detallada los perfiles valorales —y el proceso de socialización— de los sujetos que quedaron ubicados en ambos extremos de la taxonomía mencionada.

## A. Resultados del análisis cualitativo

### 1. Distribución de los valores por categorías

El cuadro 2 muestra las distribuciones de los valores detectados en las entrevistas, a través de las categorías que emergieron del análisis. Ahí se señalan las frecuencias absolutas, los porcentajes, las frecuencias más altas y las medianas, que corresponden a cada categoría.

**CUADRO 2**  
**Distribución de los valores según las categorías**  
**a las que corresponden**

	<i>Total de frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>Máxima frecuencia</i>	<i>Mediana</i>
Valores personales	717	39.22	37	13.0
Valores familiares	365	19.96	16	7.5
Valores laborales	302	16.52	17	5.0
Valores sociales	331	18.10	17	6.0
Valores religiosos	113	6.18	17	6.0
Total	1 828	100.00		

Como se observa en este cuadro, casi el 40% de 1 828 valores detectados en las entrevistas se refieren a las personas, y tienen una mediana de 13 frecuencias por entrevista. En segundo lugar, aparecieron los valores familiares, laborales y sociales. Los valores mencionados menos frecuentemente son los religiosos (a los que correspondió una proporción de 6.2%). Sin embargo, la mediana de estos valores (6 menciones por entrevista) no es muy distinta de la que fue estimada para los otros tres tipos de valores.

## 2. *Propiedades de las categorías*

Al analizar la distribución anterior, se decidió clasificar los valores detectados de acuerdo con los sujetos y las actividades a los que esos conceptos están referidos (ya que esos sujetos y actividades representan las propiedades de las categorías anteriormente obtenidas). Los resultados de esta clasificación aparecen en el cuadro 3.

**CUADRO 3**  
**Clasificación de los valores de acuerdo con los sujetos y actividades a los que están referidos**

<i>Valores referidos a las personas</i>	<i>Total de frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>Máxima frecuencia</i>	<i>Mediana</i>
Referidos al mismo entrevistado	334	18.27	27	5
Características intelectuales	42	2.29	4	2
Características afectivas	21	1.14	2	1
Actitudes y comportamientos centrados en uno mismo	265	14.49	23	4
Actitudes y comportamientos centrados en los demás	6	0.32	1	1
Centrados en la familia	36	1.96	5	1

## (Continuación Cuadro 3)

<i>Valores referidos a las personas</i>	<i>Total de frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>Máxima frecuencia</i>	<i>Mediana</i>
Centrados en el trabajo	94	5.14	5	2
Centrados en la sociedad	224	12.25	22	5
De orientación liberal	46	2.51	9	1
Orientados hacia el orden jurídico	155	8.47	11	4
De orientación solidaria	23	1.25	5	1
Centrados en la religión	5	0.27	2	2
Centrados en el bienestar material	24	1.31	2	1
<i>Valores referidos a las relaciones del sujeto con la familia</i>				
De carácter general	137	7.49	7	3
Centrados en la pareja	59	3.22	6	2
Centrados en los hijos	81	4.43	6	2
Centrados en los padres y en el papel desempeñado por los sujetos como tales	20	1.09	5	1
Centrados en el trabajo	22	1.20	4	1
Centrados en la sociedad	28	1.53	3	2
Centrados en la religión	9	0.49	2	1
Centrados en el bienestar material	9	0.49	2	1
<i>Valores referidos a las relaciones del sujeto con el trabajo</i>				
De carácter general	144	7.87	10	2
Éxito personal	42	2.29	3	1
Éxito económico	36	1.96	3	1
Éxito social	43	2.35	5	2
Servicio	37	2.02	7	2

**(Continuación Cuadro 3)**

<i>Valores referidos a la sociedad</i>	<i>Total de frecuencia</i>	<i>%</i>	<i>Máxima frecuencia</i>	<i>Mediana</i>
De carácter general	71	3.88	7	2
Justicia	25	1.36	3	1
Orientados hacia el orden jurídico	25	1.36	6	1
De orientación caritativa o asistencial	66	3.61	5	2
Orientados hacia el servicio y la promoción de sectores marginados	24	1.31	6	1
Orientados hacia el orden moral	51	2.78	6	2
Nacionalismo/democracia	38	2.07	5	1
Referidos al ecosistema	19	1.03	3	1
Referidos al desarrollo económico	12	0.65	2	2
<i>Valores referidos a la religión</i>				
De carácter general	20	1.09	6	1
Relacionados con el culto	55	3.00	7	1
De orientación caritativa o asistencial	16	0.87	4	1
Orientados hacia el servicio y la promoción de sectores marginados	6	0.32	3	1
Relacionados con la trascendencia	16	0.87	3	1
<b>Total</b>	<b>1 828</b>	<b>100.00</b>		

## a. Valores referidos a las personas

### Referidos al mismo entrevistado

Al interior de este subconjunto de valores, los más frecuentemente mencionados se refieren a determinadas cualidades o características de la personalidad de los mismos entrevistados, o a sus modos de ser o de actuar. (Como se puede apreciar en el cuadro, el 18.3% de los valores detectados corresponden a esta categoría, denominada "valores personales centrados en el sujeto"). Es interesante advertir que, dentro de este conjunto de conceptos, tienen mayor importancia las actitudes y comportamientos que reflejan la personalidad de los sujetos, que los rasgos que simplemente describen las características de los mismos. (Es importante hacer notar que a las actitudes y comportamientos centrados en el mismo sujeto corresponde el 14.5% de las frecuencias registradas, en tanto que a las actitudes y comportamientos orientados hacia otras personas sólo corresponde el 0.32% de esas frecuencias).

Al analizar la naturaleza de estos valores, se encontró que la superación personal, la inteligencia, la creatividad, la independencia, la fortaleza y el amor a la vida, son los valores más frecuentemente mencionados por los entrevistados. Los antivalores más comúnmente rechazados por ellos son la falta de carácter, la inseguridad e incapacidad de tomar decisiones, así como la mediocridad, la inflexibilidad, la superficialidad, la aprehensividad y la terquedad.

Los principales valores que de acuerdo con los entrevistados, se reflejan en las conductas de los mismos, están relacionados con el deseo de superación (por ejemplo "ser mejor que los demás"). Las acciones que mencionan los sujetos para alcanzar este objetivo son: "continuar la preparación", "estudiar para destacar profesionalmente", "seguir generando proyectos".

Entre los valores que en el pasado los entrevistados reflejaron en sus conductas, destacan las acciones referidas a su propia educación (por ejemplo "sacar magníficas calificaciones", "ser estudioso y sobresaliente", "ser el/la mejor estudiante).

### Valores personales centrados en la familia

En términos generales, en esta categoría quedaron clasificados los valores que se relacionan con la formación y conservación de la familia. Algunos de los más mencionados fueron: “cuidar a la familia”, “preocuparse por ella y buscar amigos que sean una buena influencia para la familia”.

Los antivalores más rechazados, al interior de esta categoría, se refieren a situaciones concretas o a actitudes negativas hacia la familia (por ejemplo “dar cuenta de los actos a los padres”, “ser egoísta con los hijos y la familia”, “ser aprehensivo con los hijos”, “tener una madre conflictiva”).

### Valores personales centrados en el trabajo

Esta categoría aparece en el cuadro con una mediana igual a 2. Los principales valores correspondientes a la misma se refieren a amar al trabajo, a dedicarse al mismo, a la honestidad, a la disciplina, a la responsabilidad, al éxito y al desarrollo en el ámbito laboral, así como a la capacidad para tomar decisiones sin la intervención de factores afectivos. A su vez, los antivalores ubicados en el mismo ámbito se relacionan con la falta de ética profesional en el trabajo, la irresponsabilidad, la competencia desleal, la falta de capacidad para los negocios y la superficialidad en el desarrollo de las actividades laborales. Entre las conductas que reflejan estos valores destacan la de “trabajar sin cansancio para alcanzar los objetivos buscados”, “buscar el éxito profesional como mujer”, y “ser disciplinado en todas las actividades realizadas”.

### Valores personales centrados en la sociedad

Estos valores aparecieron, como término medio, en cinco ocasiones en cada entrevista. Los más frecuentemente mencionados son: la amistad, el amor al prójimo, el ayudar y preocuparse por la gente, la honestidad, la comprensión, la bondad, la comunicación, el respeto, la paciencia y la sencillez. Los antivalores más comúnmente citados son la corrupción, las adicciones, la delincuencia y la discriminación de la mujer. Algunas de la con-

ductas que expresan estos valores son: “tener amigos de distintas clases sociales”, “alfabetizar sirvientas”, “expresar los sentimientos con amigos y familiares”, “trabajar en organizaciones que brindan ayuda”.

Esta categoría fue dividida en tres subcategorías según la orientación predominante: liberal, hacia el orden jurídico y solidaria.

El 12.3% de los valores identificados en las entrevistas corresponde, en general, a esta categoría.

Los que, al interior de la misma tienen un mayor peso son los “valores orientados hacia el orden jurídico”, es decir, aquellos que reflejan el respeto de los derechos y el cumplimiento de las obligaciones que cada persona tiene hacia las demás. (Estos valores fueron mencionados, como término medio, en cuatro ocasiones por cada sujeto). Con una frecuencia mucho menor aparecen los valores de “orientación liberal” y de “orientación solidaria”; (mediana = 1, en ambos casos). Los primeros se refieren a aquellos atributos —como la competitividad y la eficiencia— que son necesarios para satisfacer las exigencias del modelo de desarrollo actualmente vigente en el país. Los segundos, en cambio, se refieren a algunos valores, como la colaboración y la promoción de una equitativa distribución de los frutos del progreso y del desarrollo, que caracterizarían a un orden social acorde a los valores cristianos fundamentales.

### Valores personales centrados en la religión

En esta categoría fueron registrados cuatro valores, a saber: “tener fe cristiana”, “hacer vivo el reino de Dios”, “predicar el amor a Cristo”, “tener principios morales y religiosos en la cuestión sexual”. Un entrevistado mencionó que expresa su religiosidad a través del servicio que presta, como diácono, a su comunidad.

### Valores personales centrados en los bienes materiales

Los sujetos que mencionaron valores correspondientes a este rubro se proponen objetivos personales como el de ser económicamente solventes y el de disfrutar de las comodidades derivadas



del dinero —como la casa propia, los viajes y los automóviles. (Cabe hacer notar que las menciones correspondientes no son numerosas, pues representan el 1.3% de los valores personales registrados durante el análisis y su mediana es igual a 1). Además, entre los antivalores rechazados se encuentra el rechazo al dinero como fuente de opulencia y superficialidad. Un entrevistado también se opone a sacrificar sus objetivos personales a cambio de recibir beneficios materiales. Por otro lado, las conductas encaminadas a alcanzar objetivos relacionados con el bienestar material se refieren, en términos genéricos, a “trabajar lo mejor posible para lograr la seguridad económica”, a “buscar el dinero porque es un indicador del éxito en la vida” o, en términos más específicos, “a consolidarse económicamente mediante la creación de una empresa”.

#### b. Valores familiares

Esta categoría recibió el 20% de los valores mencionados por los entrevistados. Los más frecuentemente citados se refieren a la institución familiar en forma general. Ellos son seguidos por diversas cualidades de la pareja, de los hijos y de los padres. (A las cualidades de los dos primeros corresponde una mediana de 2 menciones por entrevista y, a las de los padres, una mediana de 1). Es importante mencionar, sin embargo, que entre las cualidades de la familia también fueron mencionadas diversas actitudes relacionadas con el trabajo (mediana = 1), con la sociedad (mediana = 2), con la religión y con el bienestar material (las medianas correspondientes a estas dos áreas son iguales a 1).

Los valores de carácter general expresan los objetivos que persiguen los individuos a través de su vida familiar. Entre estos valores resaltan los deseos de tener o mantener una familia unida con amor, salud, comprensión, comunicación, felicidad y respeto. A su vez, los entrevistados rechazan el autoritarismo en la familia, las “peleas, gritos, y sombrerozcos”, la falta de apertura al diálogo y la desunión familiar.

Los valores centrados en la pareja se refieren a las características de la relación que los egresados desean mantener con

sus cónyuges. Para ellos es importante que su relación sea estable, de responsabilidades compartidas, unida y con comunicación, paciencia, apoyo, respeto, etc. Otros desean que su pareja (la esposa especialmente) sea abnegada, que dedique bastante tiempo al cuidado de la familia, que mantenga limpio el hogar y que sea buena ama de casa. Por último, otros entrevistados atribuyen importancia a la fidelidad, a la felicidad, al compartir gustos y aficiones, y a lograr el desarrollo de ambos integrantes de la pareja. Asimismo, los antivalores rechazados se refieren al divorcio, a la falta de una relación estable dentro del matrimonio, y a que la esposa no cumpla el papel que le corresponde en el funcionamiento de la familia. Entre las conductas a través de las cuales los entrevistados procuran realizar estos valores, se encuentran la de "compartir responsabilidades" y la de "tener relaciones pacíficas con la pareja".

Entre los valores relacionados con los hijos, se encontró que el más frecuentemente mencionado es el de proporcionar a éstos una buena educación (a través de enviarlos a "buenas escuelas"), que les permita superarse. Otros objetivos se refieren a ayudar a los hijos a desarrollar la confianza en sí mismos, a procurarles lo necesario para su desarrollo emocional e intelectual, y a inculcarles valores como la dedicación y la responsabilidad en el trabajo, el espíritu de servicio, el de ser conscientes y participativos en el cambio del país, el de comprometerse con la sociedad y con ellos mismos, el de que los hijos sean caritativos, y que adquieran valores éticos, como el respeto a los demás. Los antivalores rechazados tienen que ver, a su vez, con la falta de comunicación con los hijos, con limitar su autonomía y su capacidad de decisión y, en general, con la falta de buenas relaciones con ellos.

Con este subconjunto de valores se relacionan también los valores familiares centrados en la religión, ya que éstos se refieren a guiar a la familia bajo los principios de "no ver a Dios como castigo", y el de lograr "que la familia crea en Dios".

Al mencionar los papeles que los entrevistados desempeñan como padres de familia, éstos manifiestan deseos de que "la madre procure la justicia en la familia", de que "los padres sean maduros" y de "que la madre vea por el bienestar de la familia". Los antivalores mencionados son de dos tipos: el primero tiene

que ver con la falta de capacidad para desempeñar adecuadamente las funciones de los padres (“poca comunicación y desinterés hacia los hijos”, “padres rígidos que no respetan la individualidad de sus hijos”, “padres egoístas que no dejan a sus hijos desarrollarse”, “padres inmaduros que no saben orientar a sus hijos”) El segundo tipo se refiere a la ausencia de buenas relaciones entre la pareja, ya que esto también afecta a los demás miembros de la familia (“divorcio”, “peleas entre los padres”).

Entre los valores familiares centrados en el bienestar material aparece con mayor frecuencia el objetivo de asegurar la estabilidad económica de la familia. Algunos entrevistados también mencionan el propósito de disponer de los bienes que les permitan alcanzar o mantener un alto estatus socioeconómico.

A su vez, al referirse a los valores familiares relacionados con el trabajo, los entrevistados expresan su convicción de que sus actividades económicamente productivas no deben recibir mayor atención que la familia; ya que esto impide la unión y el buen funcionamiento del grupo familiar. Cabe señalar, al respecto, que algunos sujetos ven el dinero como signo de frivolidad.

### c. Valores laborales

A esta categoría correspondió el 16.5% de los valores detectados en las entrevistas. Aparecieron con mayor frecuencia los que se refieren en forma genérica al trabajo, los referidos al éxito social y al servicio a los demás. En segundo lugar, los relacionados con el éxito personal y con el económico. Es importante advertir que a las categorías relacionadas con algún logro personal corresponde una mediana de 4 menciones por entrevista, en tanto que a las referidas al servicio a los demás fueron mencionadas, como término medio, en 2 ocasiones por cada sujeto.

Los valores de carácter general que fueron más mencionados son: “aprender en el trabajo”, “desarrollarse profesionalmente a través del trabajo”, “tener calidad en el trabajo: hacer bien el trabajo, con dedicación, con organización, con responsabilidad”, “ser honesto en el trabajo”, “ser constante”, “actualizarse”. Otros valores mencionados con menor frecuencia son: “ser hu-

manista en las relaciones laborales” y trabajar para conocer el valor del dinero”.

Los relacionados con el éxito personal, social y económico incluyen “establecer un negocio propio”, “desarrollarse profesionalmente”, “lograr las metas perseguidas”, “tener un capital que permita sobrevivir en la vejez”, “ascender en el trabajo”, “tener reconocimiento y prestigio”, “ocupar puestos directivos”, “trabajar en empresas importantes”, “como mujer, demostrar que se puede hacer algo profesionalmente”. También se mencionan diversas actitudes y formas de enfrentar el trabajo como las de “luchar y no derrotarse”, “ser optimista”, “dedicarse en cuerpo y alma al trabajo para progresar”.

A su vez, las conductas referidas al servicio incluyen: “atender eficazmente a los clientes”, “que el trabajo sea útil a los demás”, “desarrollarse profesionalmente para servir a los demás”, “ver la profesión como una labor de apostolado, justicia y servicio a los demás”, “vincular el arte con programas de asistencia social”, “ser servicial en el trabajo”, “otorgar becas para pacientes de bajos recursos”, “ejercer la docencia para compartir la propia experiencia”, y “procurar impartir justicia”. Un egresado ha procurado desempeñar trabajos que le permitan ayudar, directamente, a los sectores más necesitados de la sociedad.

Los valores laborales rechazados son de muy diversa índole. Abarcan el “ser un profesionista mal capacitado”, la “deshonestidad en el trabajo” y la “falta de ética profesional”. Con menor frecuencia, los sujetos también rechazan que “la mujer no ejerza su profesión”, el “tener poca estabilidad”, y el “no formar equipo y delegar responsabilidades”, la “competencia desleal”, el “estancarse en un puesto”, el “perder la integridad moral por subir de puesto”.

#### d. Valores sociales

El 18.1% de los valores detectados a través del estudio corresponden a este rubro. Al examinar el cuadro, se observa que las respuestas correspondientes al mismo pueden agruparse en dos subconjuntos. Por un lado, se encuentran aquellas que aparecieron con una mediana de 2 menciones y, por el otro, las

respuestas que aparecen con medianas iguales a 1. En el primer subgrupo están los valores de orientación caritativa o asistencial, los relacionados con el orden moral (por ejemplo honestidad) y los que se vinculan con el desarrollo económico. En el segundo subgrupo (es decir, los que aparecen una vez, como término medio) se encuentran los valores orientados hacia la justicia social, hacia la observancia de las leyes, hacia el servicio y promoción de los sectores marginados, hacia el nacionalismo y hacia la conservación del ecosistema.

Los valores sociales de carácter general que fueron más mencionados, son el de “producir con calidad para que México pueda ser un país primermundista”; el que la “sociedad sea más sana, con menos drogas” y el “mejorar las ofertas de empleo”. Para promover estos valores, algunos egresados “orientan y capacitan a la sociedad”, o “procuran comprar productos hechos en México”. En cambio, los entrevistados consideran nocivo para la sociedad el que “los mexicanos son borrachos, flojos y comodinos” y que el “gobierno sea proteccionista”.

Los valores referidos específicamente a la justicia se expresan a través de objetivos como el que “la sociedad sea más justa y equitativa”; el “concientizar para alcanzar este propósito”; y el “tener una sociedad más equilibrada mediante una mejor distribución de los ingresos y de la educación”. Entre las conductas conducentes hacia estos propósitos fue mencionado el trabajo social en comunidades y, entre las rechazadas, fueron citadas la de “explotar y abusar de los marginados” y “el racismo”.

Al referirse a los valores orientados hacia el orden jurídico, los entrevistados mencionan, específicamente, la preocupación de “satisfacer las exigencias del propio trabajo”, la de “mantener buenas relaciones en el trabajo con los empleados”, y la de “ayudar a los marginados y al país pagando salarios justos”, “buscar la justicia a través de la profesión” y “trabajar mucho para generar más empleos”.

A su vez, los valores de orientación caritativa o asistencial implican actitudes favorables a solucionar los problemas que afectan a los sectores más necesitados de la sociedad, sin buscar la finalidad de promover el desarrollo económico y cultural de esos sectores. Estos valores fueron expresados a través de conductas como la de “ser caritativo con los margina-

dos”, “dar donativos a instituciones asistenciales”, “hacer trabajo voluntario en comunidades”, “ayudar a la gente realizando labor social, en orfanatorios, hospitales” y “dar pláticas a grupos de jóvenes”. En cambio, los valores orientados al servicio y promoción de los sectores marginados son expresados a través de conductas como la de alfabetizar, participar en misiones y dar clases a personas marginadas.

Al describir los valores orientados hacia el orden moral, los entrevistados aluden a algunas medidas que consideran deseables para lograr una sociedad mejor, como la de “preservar la inocencia de los niños”, “dar educación sexual a las mayorías”, “eliminar la corrupción”, “cambiar valores con respecto al aborto y los anticonceptivos” y “predicar los valores morales con el ejemplo”. Al mismo tiempo, ellos rechazan la corrupción, la delincuencia, el libertinaje (falta de valores y principios), el engaño y la mentira, la promiscuidad y las desviaciones sexuales.

Entre los valores relacionados con la organización política del país, se encuentra el “que la sociedad sea más nacionalista”, el “que haya más participación política”, el “conservar las tradiciones del pueblo”, y el que “México alcance su libertad y asuma su destino”.

Por último, los valores referidos al ecosistema se expresan a través de conductas como la de “cuidar los bosques”, “luchar contra la contaminación”, “amar a la naturaleza” y asumir el “compromiso de preservar el medio ambiente”.

#### e. Valores religiosos

En este grupo sólo está clasificado el 6.2% de los valores mencionados en las entrevistas. Cada una de las cinco subcategorías que fueron construidas tienen medianas iguales a 1. Sin embargo, cabe advertir que son tres las subcategorías que reflejan una religiosidad manifiesta primordialmente en la vida interior de los entrevistados, y dos las que reflejan una religiosidad que también se manifiesta en la preocupación por mejorar las condiciones materiales de la sociedad.

Entre los valores religiosos de carácter general se encuentran: “el respeto hacia otras religiones”, el “tener principios y valores

morales y religiosos”, el “tener libertad para elegir una religión”. También fue mencionada la aversión a la Iglesia, sin rechazar la religión en cuanto tal. Los valores relacionados con la trascendencia fueron expresados a través de la comunicación con Dios, y de ejercer la profesión para lograr la salvación. En cambio, entre las conductas rechazadas se mencionó el “apegarse a la institución eclesiástica, porque ésta limita la vocación de servicio”.

## B. Resultados del análisis cuantitativo

### 1. Agentes de socialización con los cuales relacionan los sujetos sus valores

Se consideraron como agentes de socialización los siguientes:

- 1 = Familia de origen
- 2 = Familia actual
- 3 = Amigos
- 4 = Escuela primaria
- 5 = Escuela secundaria
- 6 = Preparatoria
- 7 = Universidad
- 8 = Experiencia laboral
- 9 = Experiencia religiosa
- 10 = Otro modelo de identificación
- 11 = Otro

**CUADRO 4**  
**Proporciones de los valores que los sujetos relacionan con diferentes agentes de socialización (porcentajes)**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Personales centrados en uno mismo	24.5	33.0	30.3	7.1	8.3	7.1	15.4	6.4	14.3	25.0	31.8
Personales centrados en la familia	3.1	1.8	5.3								6.8
Personales centrados en el trabajo	8.1	0.9		3.6	8.3	7.1	12.8	4.3		7.7	2.3
Personales centrados en la sociedad	18.7	10.1	33.9	7.1			5.1	6.4	19.0	7.7	11.4
Personales centrados en la religión	0.4									3.8	
Personales centrados en bienes materiales	1.1			3.6			2.6	2.1			
Familiares de carácter general	11.0	19.3					7.7				2.3





La matriz que aparece en el cuadro 4 muestra las proporciones de los valores de determinada naturaleza, que los entrevistados asocian con los diferentes agentes de socialización que ellos mencionaron en las entrevistas. Desde luego, esa matriz sólo muestra una cuantificación de las apreciaciones de los entrevistados acerca de la formación de sus propios valores, ya que la información no procede de observaciones directas del proceso de socialización.

Con todo, el análisis refleja algunos hechos interesantes. En primer lugar se observa, como se esperaría, que la familia de origen es la principal fuente con la que los sujetos relacionan sus valores (pues es el factor con el que está asociado el 43.7% de los valores mencionados en las entrevistas. Son principalmente los valores personales centrados en el mismo sujeto, los centrados en la sociedad y los familiares de carácter general, aquellos que los entrevistados ubican con mayor frecuencia en su familia de origen).

La familia de origen es seguida en importancia por las experiencias laborales. (El 10.2% de los valores mencionados se encuentran en esta fuente. Los valores laborales de carácter general, los laborales orientados hacia el éxito personal y los laborales orientados hacia el servicio son los más frecuentemente mencionados al respecto).

En tercer lugar se encuentra la familia actual de los sujetos. (En esta fuente se encuentra el 6% de los valores identificados en las entrevistas. Los valores personales centrados en el mismo sujeto, los familiares de carácter general y los familiares centrados en la pareja son los más relevantes, al interior de este grupo).

Al mismo tiempo, se puede inferir que los entrevistados atribuyen una influencia muy secundaria, en su propia formación valoral, a las instituciones educativas que frecuentaron. (Así por ejemplo, la universidad sólo está relacionada con la formación del 2.1% de todos los valores mencionados por estos sujetos. Todavía es menor, sin embargo, la proporción de valores que los sujetos relacionan con las instituciones educativas de carácter preuniversitario). Empero, al analizar el cuadro es posible detectar que los entrevistados relacionan con la universidad el 17.8% de sus valores sociales de orientación caritativa

o asistencial, el 12.8% de sus valores personales centrados en el trabajo y el 10.2% de sus valores laborales de carácter general. Esta observación es consistente, pues, con la percepción de que la educación superior también contribuye en alguna medida a la formación valoral, en determinados ámbitos de la vida de los adultos.

## *2. Variables asociadas con diferentes valores de los sujetos*

A continuación se describen los resultados obtenidos a través de las pruebas que se llevaron a cabo, con el fin de identificar las características de los egresados que se encuentran estadísticamente relacionadas con los valores anteriormente descritos. Como ya se mencionó al describir la metodología de este estudio, el análisis se basa en la prueba no paramétrica de Mann Whitney para muestras independientes, y en la de Kruskal Wallis para comparaciones entre más de dos grupos. En los casos en los que esta prueba detectó diferencias significativas, se efectuaron pruebas de Mann Whitney, con el fin de detectar los grupos en donde estaban localizadas esas diferencias.

Las variables independientes consideradas en el análisis fueron: el sexo, la edad, la carrera cursada, el estado civil, el periodo académico en el cual terminó el entrevistado sus estudios, los tipos de escuelas en las que el sujeto hizo sus estudios preuniversitarios, el nivel del puesto que desempeña y el sector al que pertenece la empresa donde trabaja el sujeto. Las variables dependientes fueron las sumas de los valores detectados en cada entrevista, que se refieren a cada uno de los aspectos ya mencionados.

No se encontraron diferencias significativas entre los tipos de valores manifestados por los sujetos, por un lado, y la carrera cursada y el estado civil de los mismos, por el otro. En cambio, los análisis referidos a las demás variables independientes sí detectaron diferencias estadísticamente relacionadas con diferentes tipos de valores. En los cuadros 5 a 12 se señalan los resultados obtenidos, indicando las posiciones de las variables independientes que se asocian con mayores o menores cantidades de valores de diversa naturaleza.

## a. Sexo de los entrevistados

**CUADRO 5**  
**Sexo**

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Laborales de éxito social	femenino	masculino	17.5	.0030
Personales centrados en la sociedad de orientación liberal	femenino	masculino	37.5	.0377
De orientación altruista	femenino	masculino	223	.0493

Como se puede apreciar en el cuadro 5, las personas de sexo femenino obtuvieron mayores puntajes en los valores personales centrados en la sociedad, y en los laborales orientados hacia el éxito social. Es interesante advertir, sin embargo, que los valores sociales de las entrevistadas están orientados hacia los dos extremos del *continuum* individualismo-solidarismo, lo que claramente indica que la ubicación de las personas en determinada posición de este eje no depende exclusivamente del sexo de las personas.

## b. Edad de los entrevistados

**CUADRO 6**  
**Edad**

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Personales aceptados	23 a 30 años	31 a 64 años	159.0	.0343
Sociales operantes en el pasado	31 a 64 años	23 a 30 años	22.0	.0359
Religiosos aceptados	31 a 64 años	23 a 30 años	7.0	.0288
Religiosos actualmente operantes	31 a 64 años	23 a 30 años	9.0	.0578
Laborales de servicio	31 a 64 años	23 a 30 años	4.5	.0122

### Continuación Cuadro 6

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Religiosos orientados hacia servicio y promoción de los sectores mayoritarios	31 a 64 años	23 a 30 años	.0	.0455
Personales centrados en uno mismo	23 a 30 años	31 a 64 años	131.0	.0191
Personales centrados en bienes materiales	31 a 64 años	23 a 30 años	13.5	.0417
Personales de actitudes y comportamiento centrados en uno mismo	23 a 30 años	31 a 64 años	140.5	.0327
En valores personales: individualismo liberal (Taxonomía Bazdresch)	31 a 64 años	23 a 30 años	49.0	.0475
En valores laborales: comunitarismo	31 a 64 años	23 a 30 años	170.0	.0161
Orientación centrada en uno mismo	23 a 30 años	31 a 64 años	152.0	.0186

En el cuadro 6 aparece el resultado de las pruebas realizadas para examinar la relación existente entre la edad de los sujetos y el perfil valoral de los mismos. Ahí se puede observar que los entrevistados más jóvenes mencionan un mayor número de valores personales orientados hacia sí mismos, pero también refieren un menor número de valores centrados en el bienestar material. Ello puede significar que, aun cuando la orientación valoral de estos sujetos esté centrada en ellos mismos, ellos no están todavía muy preocupados por obtener los bienes materiales necesarios para asegurar la estabilidad económica. A su vez, los egresados de mayor edad tienen una mayor orientación hacia los valores religiosos y sociales, orientados hacia el servicio y la promoción de los sectores mayoritarios de la sociedad.

Esta observación puede interpretarse de dos maneras distintas. Cabría pensar, en primer término, que ella es compatible con la hipótesis de que los egresados menos jóvenes son más sensibles ante los problemas sociales, porque han podido avanzar

más en el proceso de crecimiento personal. Sin embargo, ella también puede significar que los valores de estos entrevistados sean un reflejo de la cultura política que caracterizó a la juventud de los años sesenta y setenta. Esa cultura, como es sabido, se expresó en posiciones críticas y comprometidas ante la problemática social. A su vez, tales posiciones se manifestaron muy intensamente en el propio ambiente universitario; por lo que no es difícil que hayan sido compartidas por los entrevistados a que se refiere la observación que está siendo comentada. Sin embargo, como este estudio no es longitudinal, los datos recabados no permiten comprobar, en forma definitiva, ninguna de estas hipótesis.

### c. Puesto desempeñado por los entrevistados

**CUADRO 7**  
**Nivel del puesto desempeñado**

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Religiosos actualmente operantes	directivo	otro	9.0	.0578
Religiosos operantes en el pasado	otro	directivo	20.0	.0578
Laborales de éxito social	otro	directivo	25.5	.0127
Familiares centrados en la paternidad	otro	directivo	6.0	.0219
Personales centrados en la sociedad	otro	directivo	39.0	.0269
Orientación humanista	otro	directivo	227.0	.0438
En valores laborales: solidarismo (taxonomía de Bazdresch	otro	directivo	189.0	.0221

El cuadro 7 muestra los resultados del análisis efectuado para detectar las diferencias existentes entre los valores de los sujetos que ocupan puestos de distinta jerarquía. Ahí se puede apreciar que quienes ocupan puestos directivos se orientan más

hacia los valores religiosos. En cambio, quienes desempeñan otros puestos se inclinan más hacia los valores sociales y, en particular, hacia los de orientación humanista y solidaria. Ello podría significar que la religiosidad de quienes ocupan puestos directivos se refleja primordialmente en actos de culto (y en la vida interior de los sujetos), ya que los valores de esas personas están menos orientados hacia el servicio y la promoción de los sectores menos favorecidos de la sociedad.

d. Periodo en el que los entrevistados concluyeron sus estudios universitarios

**CUADRO 8**  
**Periodo de egreso**

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Religiosos aceptados	periodo 1980-86	periodo 1987-90	68.0	.0291
Sociales de orientación hacia el servicio y promoción de los sectores marginados	periodo 1987-90	periodo 1980-86	10.0	.0341

En el cuadro 8 aparecen las diferencias existentes entre los valores de los sujetos que egresaron de la universidad durante el periodo 1980-1986, y los de aquellos que terminaron sus estudios entre 1987 y 1990. Quienes egresaron durante la primera mitad de la década pasada mencionan un mayor número de valores religiosos. En cambio, en las entrevistas de los egresados que terminaron sus estudios más recientemente, se detecta una mayor orientación hacia los valores sociales, la cual se refleja en conductas dirigidas a mejorar las condiciones de vida de los sectores más necesitados de la sociedad. Si se compara esta observación con la realizada a propósito de las diferencias encontradas entre los valores de las personas de distintas edades, se puede concluir que quienes han egresado más recientemente de la universidad no son necesariamente más jóvenes que los demás, ya que, como se hizo notar ante-

riormente, los valores de los egresados más jóvenes no están primordialmente orientados hacia el servicio.

#### e. Tipo de empresa en la que trabajan los entrevistados

**CUADRO 9**  
**Tipo de empresa**

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Personales aceptados	sector público	sector privado	56.0	.0062
Sociales rechazados	sector público	sector privado	6.0	.0180
Sociales de orientación hacia el orden jurídico	sector público	sector privado	1.0	.0076
Personales centrados en uno mismo	sector público	sector privado	49.5	.0045
Personales centrados en la sociedad	sector público	secto privado	23.0	.0005
Personales centrados en bienes materiales	sector público	sector privado	6.0	.0269
Personales de actitudes y comportamiento centrados en no mismo	sector público	sector privado	48.5	.0039
Orientación centrada en uno mismo	sector público	sector privado	59.5	.0071
Orientación humanista	sector público	sector privado	80.5	.0365

En el cuadro 9 aparecen los resultados del análisis que se llevó a cabo con el fin de descubrir si había diferencias entre los valores de los sujetos que trabajan en el sector público, y los de quienes lo hacen en el sector privado. Esos resultados indican que quienes trabajan en el sector público obtienen mayores puntajes, tanto en los valores orientados hacia los mismos sujetos, como en los valores sociales (orientados hacia el humanismo y el orden jurídico). Ello confirma, nuevamente, que una sola variable (en este caso, el sector en el que trabajan los egresados) no puede explicar, en forma aislada, la orientación de los valores de los sujetos.

f. Escuelas en las que los entrevistados realizaron sus estudios preuniversitarios

**CUADRO 10**  
**Tipo de escuela primaria**

<i>Valores</i>	<i>Mayor media de rangos</i>	<i>Menor media de rangos</i>	<i>U</i>	<i>Significancia</i>
Personales operantes en el pasado	privada confesional	privada no confesional	210.0	.0399
Personales operantes en el pasado	pública	privada no confesional	40.0	.0085
Sociales rechazados	privada confesional	privada no confesional	34.5	.0491
Sociales orientados hacia el orden moral	privada confesional	privada no confesional	25.0	.0147
Religiosos de culto	privada confesional	pública	10.0	.0324
Familiares centrados en bienes materiales	pública	privada no confesional	.0	.0253

**CUADRO 11**  
**Tipo de escuela secundaria**

<i>Valores</i>	<i>Mayor media de rangos</i>	<i>Menor media de rangos</i>	<i>U</i>	<i>Significancia</i>
Personales operantes en el pasado	privada no confesional	privada confesional	.0	.0253
Personales operantes en el pasado	pública	privada confesional	.0	.0253
Sociales rechazados	privada confesional	privada no confesional	37.0	.0278



**Cuadro 11** (Continuación)

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Religiosos de culto	privada confesional	privada no confesional	32.5	.0113
Religiosos de culto	privada confesional	pública	7.5	.0454
Familiares centrados en bienes materiales	pública	privada confesional	.0	.0143
Orientación humanista	privada confesional	privada no confesional	128.0	.0144

**CUADRO 12**  
Tipo de escuela preparatoria

Valores	Mayor media de rangos	Menor media de rangos	U	Significancia
Personales operantes en el pasado	pública	privada confesional	.0	.0157
Religiosos de culto	privada confesional	privada no confesional	28.0	.0034
En valores laborales: solidarismo (taxonomía de Bazdresch)	privada confesional	privada no confesional	164.0	.0264
Orientación humanista	privada confesional	privada no confesional	137.5	.0186
Orientación solidaria	privada confesional	pública	2.0	.0321
Orientación solidaria	privada no confesional	pública	1.0	.0307

Como puede observarse en los cuadros 10, 11 y 12, el tipo de sostenimiento (público o privado) —y, sobre todo, la orientación (confesional o laica)— del currículo de las escuelas en las cuales los entrevistados realizaron sus estudios preuniversitarios, son variables que se relacionan estadísticamente con el perfil valoral de los sujetos. Así, quienes estudiaron en escuelas primarias y secundarias públicas se distinguen por su orientación hacia el bienestar material. En cambio, quienes lo hicieron en escuelas primarias confesionales, tienen mayores puntajes en los valores sociales (tanto en los de carácter general, como en los orientados hacia el orden moral); así como en el indicador que refleja la frecuencia de las prácticas religiosas relacionadas con el culto.

Quienes estudiaron en secundarias confesionales muestran un perfil semejante a los anteriormente mencionados, pero además obtienen mayores puntajes en los valores laborales de orientación humanista. A su vez, los entrevistados que cursaron su preparatoria en escuelas confesionales se distinguen por los puntajes obtenidos, tanto en los valores sociales (de orientación caritativa y solidaria), como en el indicador de las prácticas religiosas relacionadas con el culto.

Para interpretar correctamente estos resultados es necesario hacer algunas advertencias. En primer término, es importante tomar en cuenta que los sujetos que cursaron su educación primaria o secundaria en alguna escuela pública o privada, o en una institución confesional o laica, también pueden haber asistido a una preparatoria semejante. Esta observación exige asociar los resultados obtenidos, en todo caso, con el tipo de sostenimiento y con la orientación curricular de las instituciones en las que los sujetos cursaron sus estudios preuniversitarios; ya que no es posible asociarlos, en forma independiente, con la naturaleza de las escuelas que imparten un nivel educativo determinado.

En segundo lugar, es necesario recordar que las familias de las que proceden los entrevistados eligieron las instituciones educativas, en las cuales éstos cursaron su educación preuniversitaria. Sin duda alguna, esas familias desempeñaron un papel importante en la formación de los valores detectados a través de este análisis. Así pues, los alumnos de las escuelas

privadas confesionales no se inscribieron en ellas a través de procedimientos aleatorios, sino como resultado de un proceso de selección en el que sus familias desempeñaron un papel fundamental. Con todo, es posible inferir que los currículos (ocultos y manifiestos) de esas instituciones pueden haber reforzado o alentado, en alguna medida, la formación de esos valores.

#### g. Visión de conjunto

Como los resultados que han sido presentados —a través de este apartado— proceden de diversos análisis de relaciones bivariadas, es necesario hacer una apreciación más general de los fenómenos que fueron estudiados a través de dichos análisis. Al observar los valores que están estadísticamente relacionados con más de una variable atributiva, se advierte lo siguiente:

- Los entrevistados jóvenes que trabajan en el sector público, tienen mayores puntajes en las actitudes y comportamientos centrados en sí mismos;
- Quienes tienen más de 30 años de edad y trabajan en el sector público, tienen mayores puntajes en los valores centrados en el bienestar material. Esta misma orientación corresponde a quienes estudiaron en escuelas primarias y secundarias públicas (y, por tanto, laicas).
- Quienes tienen más de 30 años de edad, trabajan en el sector público y estudiaron en escuelas secundarias confesionales, tienen mayores puntajes en los valores laborales de orientación humanista.
- Quienes tienen más de 30 años de edad, trabajan en el sector público y estudiaron en escuelas primarias y secundarias confesionales, tienen mayores puntajes en los valores sociales de carácter general.
- Quienes tienen más de 30 años y egresaron de la universidad entre 1980 y 1986 tienen mayores puntajes en los valores religiosos de carácter general.
- Quienes no ocupan puestos directivos y estudiaron en escuelas preparatorias confesionales, tienen mayores puntajes en

los valores sociales de orientación caritativa o asistencial, así como en los valores de orientación solidaria.

- Quienes no ocupan puestos directivos y trabajan en el sector público tienen mayores puntajes en los valores personales centrados en la sociedad.
- Quienes no ocupan puestos directivos y estudiaron en escuelas primarias, secundarias y preparatorias confesionales, tienen mayores puntajes en las prácticas religiosas relacionadas con el culto.

Desde luego, el reducido tamaño de la muestra analizada no permite extrapolar estas inferencias hacia toda la población de la que proceden los datos. Sin embargo, de estos análisis emergen algunas relaciones que son, sin duda, de utilidad para quienes tienen interés en conocer el proceso de socialización de los egresados universitarios. En especial, el análisis contribuye a iluminar, en cierta medida, las características de los egresados que se preocupan —en mayor grado que otros compañeros suyos— por los problemas sociales del país, y tienden a valorar esos problemas desde una perspectiva humanista y solidaria.

### **C. Apreciación global de las actitudes de los sujetos ante la problemática social**

#### *1. Análisis cuantitativo*

Como se indicó en el capítulo anterior, los puntajes obtenidos por los sujetos en cada una de las orientaciones valorales que fueron descritas en el apartado anterior fueron finalmente recodificadas, a la luz del *continuum* axiológico desarrollado por el Dr. Juan Bazdresch. Ese esquema permite identificar, como ya se dijo, las actitudes generales de los sujetos ante la problemática social. Como se recordará, en un extremo de ese *continuum* se encuentra una orientación valoral de carácter individualista-liberal; y, en el otro, una orientación solidaria, inspirada en el cristianismo.

Una vez obtenida esa codificación, se investigó si los puntajes derivados de las respuestas de los entrevistados estaban estadís-

ticamente relacionados con las mismas variables independientes, que fueron consideradas en el apartado anterior. (Como se recordará, esas variables son: el sexo del entrevistado, la edad, los tipos de instituciones en las que el egresado hizo sus estudios universitarios, el tipo de carrera que cursó, su estado civil, el periodo durante el cual el entrevistado terminó sus estudios universitarios, el nivel jerárquico del puesto que desempeña y el sector al que corresponde la empresa en que trabaja).

Al analizar (mediante las mismas pruebas estadísticas arriba descritas) las relaciones existentes entre los puntajes correspondientes al *continuum* mencionado, y cada una de estas variables independientes, se encontró que sólo dos de ellas están relacionadas significativamente con dichos puntajes. Éstas fueron: el sector en el que trabaja el entrevistado, por una parte, y el nivel jerárquico que ocupa. Se pudo apreciar, en efecto, que los valores de los entrevistados que trabajan en el sector público y no ocupan puestos directivos, se orientan más hacia el solidarismo cristiano.

Para conocer con mayor profundidad las características de los sujetos cuyos valores están más orientados hacia cada uno de los extremos del *continuum* arriba mencionado, fue seleccionado, por último, un subconjunto de 10 entrevistas. La orientación axiológica de la mitad de esas entrevistas se acercaba más al polo individualista de dicho *continuum*, y la otra mitad estaba más cerca del polo solidario del mismo esquema. Esas entrevistas fueron sometidas a un análisis de contenido (siguiendo el método de comparaciones constantes), con el objeto de saber si los sujetos que compartían la misma orientación valoral ante la problemática social, tenían otras características en común. De este modo, fueron construidos los perfiles que aparecen a continuación.

## *2. Perfil de los sujetos más orientados hacia el individualismo*

Al analizar, a través del método de comparaciones constantes, las entrevistas de los sujetos cuya orientación valoral se acerca más al extremo individualista del *continuum*, emergieron las siguientes observaciones:

- a) Por lo general estos sujetos proceden de familias integradas y de buena posición económica. En sus familias “fueron educados para el trabajo”.
- b) En general, ellos estudiaron en escuelas privadas no confesionales (excepto dos), en las cuales se les inculcó el espíritu de competencia y el deseo de ser mejores que los demás.
- c) La mayor parte de ellos estudiaron carreras correspondientes a las divisiones académicas de ciencias económico-administrativas y de ingeniería y ciencias (excepto un sujeto).
- d) Estos sujetos son católicos, pero no muy apegados a la institución eclesiástica. Sólo uno asistió —cuando era niño— al catecismo, y actualmente va a misa, de vez en cuando. Dos de ellos tuvieron, cuando eran pequeños, alguna práctica religiosa (dirigida por la escuela). En la actualidad ninguno la sigue teniendo.
- e) Algunos ocuparon una posición privilegiada dentro de sus familias de origen. (Fueron los hijos mayores o los más consentidos, por haber sido los más pequeños.)
- f) Estas personas ocupan puestos de mayor responsabilidad. (Todos son gerentes, subgerentes, dueños de sus negocios).
- g) Se aprecia que les gustan el orden y la disciplina.
- h) Ellos piensan que son mejores que la mayoría, pero que esto se debe a su propio esfuerzo. (“Su trabajo les ha costado”).
- i) Ellos opinan que mucha gente es mediocre, porque no se esfuerza por dejar de serlo.
- j) Desde su punto de vista, contribuyen a mejorar la sociedad, siendo competentes en su trabajo; ya que, de ese modo, hacen su aportación a la productividad del país.
- k) Quieren seguir ascendiendo (económica, profesional y socialmente), pero “sin jugar sucio”, es decir, mediante su propia capacidad.
- l) Piensan educar a sus hijos con valores cristianos, pero “no muy cerrados”.
- m) Según ellos, sus padres son conservadores y caritativos.
- n) Sus valores sociales se distinguen de los de sus padres (“lo que más me disgusta de mi papá es que deja que abusen de él; a veces no cobra las consultas médicas”).

- o) Son de carácter fuerte, independientes, competitivos, sobresalientes en las áreas académica y laboral.
- p) Para todos ellos es muy importante tener logros económicos o, por lo menos, estabilidad económica.
- q) En algunos casos, sus madres son abnegadas, pacientes, cariñosas; han luchado mucho por la familia (“mi madre da todo, a veces aun yendo contra sí misma”).
- r) Todos están realmente interesados en la educación. Piensan que sus hijos deben ser profesionistas para poder adquirir una buena posición económica (“a mis hijos: nada de que no se les da el estudio”).
- s) Son individualistas. (“Hay que rascarse con sus propias uñas”; “sólo hay una madre Teresa de Calcuta, y vive en la India”).
- t) Sus valores sociales están principalmente orientados hacia el orden moral. Están en contra de la corrupción, de la drogadicción, etcétera.
- u) Dos de ellos han ganado premios por calidad. (Uno en su tesis, otro en su trabajo).
- v) Esperan que México sea cada día un país más productivo y competitivo, por lo que debe producir con “calidad”.

### *3. Perfil de los sujetos más orientados hacia el solidarismo*

Por último, al analizar a través del mismo método, las biografías de los sujetos que se acercan más hacia el solidarismo, se detectó lo siguiente:

- a) Estos sujetos desean practicar la justicia y el amor cristiano, y que esto ayude a transformar la sociedad.
- b) Algunos están inspirados por la figura de Cristo y su evangelio.
- c) Al parecer, sus padres son personas que demuestran su religiosidad a través del culto; sin embargo, no lo hacen de manera muy estricta.
- d) Estas personas no atribuyen su interés por ayudar a la gente y su preocupación por los marginados, a las figuras paternas. Dicen que esto no les fue inculcado en sus familias, sino que nació “desde dentro de ellos mismos”. Sin embargo, algunos reconocen que sus abuelas los acercaron a Dios.

- e) Casi todos pertenecieron en su juventud (secundaria, bachillerato) a grupos de jóvenes inspirados en la religión que, en forma organizada, se dedicaban a ayudar a los demás (por ejemplo a través de las misiones).
- f) Han tenido guías espirituales en algún momento de su vida (principalmente en la juventud).
- g) Han sentido la influencia de sacerdotes o religiosos de diferentes órdenes o congregaciones (maristas, jesuitas, misioneros del Espíritu Santo). Esto ocurrió, sobre todo, a partir de la secundaria.
- h) En la mayoría de los casos, describen a sus padres como leales, rectos, honestos, dádivosos. Algunos piensan que sus progenitores fueron "pasivos y faltos de carácter".
- i) Sus madres son percibidas como "luchonas", sociables, independientes, a veces egoístas, y más centradas en la relación de pareja que en sus hijos.
- j) La mayoría de estos sujetos dicen estar interesados en una educación tendiente a la transmisión de valores y a fomentar la conciencia de la realidad social.
- k) Estos sujetos están preocupados por la calidad del medio ambiente y por fomentar el amor a la patria.
- l) Son personas que participan en actividades de beneficio social.
- m) Estas personas no ocupan puestos directivos. Sin embargo, buscan desarrollarse profesionalmente y seguir aprendiendo durante toda su vida.
- n) En su desempeño laboral, ellos buscan el contacto con la gente, servir a los demás y no están demasiado interesados en incrementar los ingresos económicos que perciben.

## VI. RESUMEN Y CONCLUSIONES

1. En primer término, es necesario recordar que este estudio es de naturaleza exploratoria, lo que significa que no fue diseñado con la finalidad de obtener conclusiones generalizables. Tuvo, en cambio, el propósito de iluminar —para empezar a conocer de una manera más objetiva— los agentes y los procesos que intervienen en la formación axiológica de los egresados de una universidad (privada), que se distingue por procurar fomentar en sus alumnos —a través de diversas actividades



curriculares y extracurriculares— un conjunto de actitudes y valores conducentes al compromiso social.

2. No es de sorprender que casi el 40% de los valores detectados en las entrevistas describan cualidades de las personas, ni que ocupen un segundo lugar, en importancia, los objetivos familiares de los sujetos. Estos resultados son atribuibles, sencillamente, al contenido de las entrevistas practicadas. Sin embargo, conviene resaltar que la mayor parte de estos valores están centrados en los mismos sujetos; por lo que es relativamente baja la proporción de las cualidades —valoradas por ellos— que reflejen algún interés en contribuir a solucionar los problemas que afectan a los sectores mayoritarios de la sociedad.
3. Observaciones semejantes a la anterior ya se habían desprendido de la investigación de la que partió este estudio. Por eso es importante hacer notar que en esta ocasión también fue posible observar que, en el horizonte axiológico de los entrevistados, ocupan lugares destacados los valores relacionados con el logro y el éxito personal y familiar, a la luz de una ética basada en el esfuerzo, la honestidad y la superación personal.
4. Como podría esperarse, la familia de origen es el principal agente de socialización con el cual relacionan los sujetos sus valores. Concomitantemente, los entrevistados atribuyen una influencia muy secundaria —en su formación valoral— a las instituciones educativas que frecuentaron. Empero, ellos relacionan con la universidad el 17.8% de sus valores sociales de orientación caritativa o asistencial, el 12.8% de sus valores personales centrados en el trabajo y el 10.2% de sus valores laborales de carácter general; lo que permite afirmar que la contribución de la universidad a la formación valoral (en determinados ámbitos de la vida de los adultos), no es imperceptible.
5. El análisis también permite inferir que las instituciones educativas de naturaleza confesional intervienen, junto con la familia de origen de los sujetos, en la formación de los valores relacionados con la religiosidad de los mismos.
6. Las variables independientes que contribuyen a explicar, en términos estadísticos, los valores sociales de los entrevistados

son, principalmente, la edad, la carrera cursada, el puesto ocupado y el sector al que corresponde la empresa en la que trabajan los sujetos. En síntesis, se pudo observar que es más probable que los egresados —cuyos valores se orientan más claramente hacia el servicio y la promoción de los sectores mayoritarios de la sociedad— no sean muy jóvenes, hayan cursado carreras relacionadas con las humanidades y las ciencias del hombre, no ocupen puestos directivos y trabajen en el sector público. Lo contrario puede afirmarse, en consecuencia, de los sujetos más jóvenes, que cursaron carreras relacionadas con la administración, las ciencias y las ingenierías; que, además, ocupen puestos directivos y trabajen en el sector privado.

7. Desde luego es muy probable que la influencia que, según lo aquí observado, puede ser atribuida a la edad —en la formación valoral—, esté relacionada con el crecimiento personal de los sujetos. Sin embargo, esa influencia también puede reflejar el que los egresados menos jóvenes hayan estado expuestos, durante su juventud, a una cultura política más sensible ante la problemática social. Por otra parte, es probable que los efectos que —según estos resultados— son atribuibles a las demás variables independientes (carrera, puesto y sector productivo), hayan sido generados por la interacción de esas variables; ya que es difícil que puedan ser imputados a alguna de ellas, en forma aislada.
8. Por otra parte es interesante mencionar que, una apreciación cualitativa de los datos, permitió observar que aquellos sujetos cuyos valores están más orientados hacia el servicio, tuvieron, cuando fueron adolescentes, alguna experiencia que los puso en contacto con el servicio a los sectores mayoritarios de la sociedad. En varias ocasiones, esa experiencia fue auspiciada por personas u organizaciones de naturaleza religiosa. Ello permite inferir la conveniencia de que aquellas instituciones de enseñanza superior que deseen promover en sus alumnos valores congruentes con el compromiso social, seleccionen a sus estudiantes entre quienes hayan tenido algunas experiencias de este tipo, mientras hicieron sus estudios correspondientes a la enseñanza media.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**BAZDRESCH, P. J.** “¿Qué tal la justicia social en los alumnos de la UIA?”, México, Universidad Iberoamericana, Boletín del Centro de Integración Universitaria, No. 16, 1987.

**KENISTON, K.** *Young Radicals: Notes on Committed Youth*, New York, Harcourt, Brace and World, Inc., 1968.

**LINDSAY, P. y W. E. Knox.** “Continuity and Change in Work Values Among Young Adults, a Longitudinal Study”, en *American Journal of Sociology*, Vol 89, No. 4, 1984.

**MORTIMER, J. T. y R. G. Simmons.** “Adult Socialization”, en *Annual Review of Sociology*, Vol 4, 1978.

**MUÑOZ Izquierdo, C. y M. Rubio.** *Formación universitaria, ejercicio profesional y compromiso social: resultados de un seguimiento de egresados de la Universidad Iberoamericana*, México, Universidad Iberoamericana, Dirección de Investigación y Posgrado, 1993.

**PASCARELLA, E. T.** “Students Affective Development within the College Environment”, en *Journal of Higher Education*, Vol. 59, No. 4, 1985.

**PASCARELLA, E. T.; C. A. Ethington y J. C. Smart.** “The Influence of College on Humanitarian/Civic Involvement Values”, en *Journal of Higher Education*, Vol. 59, No. 4, 1988.

**PASCARELLA, E. T. y P. T. Terenzini,** *How College Affects Students*, San Francisco, Jossey-Bass Publishers, 1991.

**STRAUSS A. y J. Corbin.** *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Newbury Park, SAGE Publications, 1991.

**WEIDMAN, J. C.** "Nonintellective Undergraduate Socialization in Academic Departments", en *Journal of Higher Education*, Vol. 49, No. 2, 1975.

\_\_\_\_\_. "Impacts of Campus Experiences and Parental Socialization on Undergraduates Career Choices", en *Research in Higher Education*, Vol. 20, No. 4, 1984.

\_\_\_\_\_. *Undergraduate Socialization*, ASHE Annual Meeting Paper, 1987.

**WHITE, R. W.** *Lives in Progress*, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1966.