

Representación social de Universidad ajustada a los resultados de una diferencial semántico

Social representation of University according to a semantic differential's results

HILDA F. SALEME* - ESTELA IRENE ROSIG

RESUMEN

En este trabajo se entiende a la *representación social* como un constructo definido operacionalmente por los significados asociados al concepto *universidad* en un diferencial semántico. Se determinó la estabilidad temporal y la validez del diferencial semántico por medio de un análisis de factor, procedimiento que permitió estimar la actitud y la representación social de *universidad* de los estudiantes ingresantes a la carrera de Psicología (Facultad de Psicología, U.N.T.) en marzo de 1996. La actitud es positiva y la representación social está asociada a los significados *interesante, agradable, abierta, formadora, buena, necesaria, progresista, potente, creativa, conocida, humilde, linda, y comprometida*.

Palabras Claves

Representación social - actitud.

SUMMARY

Throughout this paper *social representation* is understood as a construct operationally defined by signifiers which are associated with the concept of *university* in a semantic differential. The temporal stability and validity of this semantic differential was determined by means of a factor analysis. This procedure allowed an evaluation of the attitude and the social representation of university at freshmen in the career of Psychology (School of Psychology, Universidad Nacional de Tucumán, Argentine) in March, 1996. Their attitude is positive and the social representation is associated with the following signifiers *interesting, pleasant, open, formative, good, necessary, progressive, powerful, creative, well-known, humble, pretty, and committed*.

* Departamento de Investigación. Facultad de Psicología. Universidad Nacional de Tucumán, ARGENTINA. Fax: 54 381 30 4298.

Key Words

Social representation - attitude.

RESUMO

Neste trabalho, se entende a *representação social* como um *constructo* definido operacionalmente pelos significados asociados ao conceito *universidad* num diferencial semântico. Se determinou a estabilidade temporal e a validez do diferencial semântico, por medio de uma análise de factor, procedimento que permitiu prever a atitude e a representação social de *universidade* dos estudantes ingressantes a Carreira de Psicología (Facultade de Psicología, Universidad Nacional de Tucumán, Argentina) em março de 1996. A atitude é positiva e a representação social está associada aos significados *interesante, agradable, abierta, formadora, boa, necesaria, progressista, potente, creativa, conocida, humilde, linda, e comprometida*.

Palavras chave:

Representação social - atitude.

I. INTRODUCCIÓN

Esta comunicación se realiza a partir de las indagaciones que se llevan a cabo desde el Proyecto *Representaciones Sociales Y Actitudes En Jóvenes De 16 A 21 Años De S. M. De Tucumán*, que se inició en 1995 y cuenta con aprobación y financiamiento del Consejo de Investigaciones de la Universidad Nacional de Tucumán, Argentina.

En el presente trabajo se comunican los resultados obtenidos en una investigación exploratoria sobre la representación social de *universidad* que tienen los estudiantes que ingresaron a la Carrera de Psicología, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Tucumán, en marzo de 1996.

¿Es posible establecer la representación social de universidad a partir de los significados asociados al concepto universidad en un diferencial semántico? Las indagaciones pretenden contribuir a resolver dicho interrogante. La muestra sobre la que se obtuvieron los resultados es probabilística y seleccionada a partir del listado de todos los ingresantes de 17 a 21 años que realizaban el Ciclo de Iniciación, de carácter introductorio y de orientación, en marzo de 1996.

Se define a la **representación social** como un constructo determinado operacionalmente por los significados asociados por los sujetos en las escalas bipolares de un diferencial semántico sobre el concepto *Universidad*. Para una unidad académica, encargada de la formación de Psicólogos para el nivel de grado, disponer de información sobre las representaciones sociales de los alumnos resulta de utilidad para realizar planificaciones según la realidad

de quienes reciben la enseñanza universitaria puesto que conoce el código de interpretación y de acción que los estudiantes acuerdan entre sí con respecto a la institución.

Las autoras de este trabajo agradecen la valiosa colaboración de las Licenciadas Julia A. Carreras y Eugenia J. Auvieux, como así también del Sr. Esteban A. Angeli José, quienes participaron en la recolección y en el procesamiento de los datos.

II. MARCO TEÓRICO

1. Consideraciones sobre el Diferencial Semántico según Charles E. Osgood

En el libro "La medida del significado" (1976), Charles E. Osgood dice que la conducta de una persona en una situación dada depende de lo que a ella le signifique o le represente. La significación puede llamarse actitud, valor, o de cualquier otra manera. Este autor se interroga por la posibilidad de la medición del significado. Para ello dice que el significado se determina gracias a un *proceso de mediación representacional*. Expresa: "las palabras representan cosas porque producen alguna réplica de la conducta real hacia estas cosas en los organismos humanos, como en un proceso de mediación"¹. El significado es connotativo, metafórico, emocional, y propone medirlo mediante un diferencial semántico. Sostiene que en este instrumento (D.S.) "existe una interacción entre los conceptos - palabras estímulos, objetos significados - y las escalas en el proceso del juicio semántico...creo que en la técnica del diferencial semántico, en el cual un solo estí-

1 Osgood, Ch. E., Succi, G. J., y Tannenbaum, P. H. (1976). "La medida del significado". Gredos, Madrid. Pág. 18.

mulo sucesivamente se juzga en oposición a una serie de escalas diferentes, es uno quien tiende a poner de manifiesto el significado connotativo de los signos”².

En el artículo “Una exploración en el espacio semántico” del libro de W. Schramm ‘*La ciencia de la comunicación humana*’ (1991), Osgood describe una técnica para construir diferenciales semánticos: solicitar a grupos humanos que proporcionen adjetivos calificativos que se les ocurren cuando se les presentan como estímulo un concepto. Se ordenan en función de la frecuencia total de uso y se extraen sus opuestos, es decir se construye un banco semántico. Los diferenciales semánticos contruidos de esta manera permitirían medir la ‘*cultura subjetiva*’³ (significados, actitudes, valores) del grupo examinado.

A los sujetos se les propone el concepto y una serie de escalas de adjetivos opositivos para que juzguen hasta qué grado es (bueno, grande, frío, etc.) cada uno de ellos. Con los datos resultantes de los juicios se realiza un análisis de factor. Los factores dominantes reflejan las formas en que los sujetos pueden reaccionar ante situaciones significativas más que el modo en que las perciben. Osgood establece tres factores fundamentales designados evaluación, potencia y actividad que configuran la llamada estructura EPA. Los factores se distribuyen en un espacio tridimensional - ‘espacio semántico’ - formado por un origen denominado ‘ausencia de significación’, la longitud de los vectores indica la ‘significación’, y la dirección la ‘calidad semántica’ de la palabra.

2. La noción representación social y los significados asociados en un diferencial semántico

El *constructo representación social, definido operacionalmente en este trabajo como los significados asociados en un diferencial semántico*, ¿puede relacionarse con el *concepto de representación y significación* que expresan Magariños de Morentín y Charles E. Osgood?.

Magariños de Morentín en su texto inédito “Esbozo semiótico para una metodología de base en ciencias sociales” (1995) expresa: “representación es la específica identificación perceptual (sensorial o imaginaria) de determinadas formas pertenecientes a un determinado fenómeno, en función de su *interpretación* posible, en determinado momento en determinada sociedad”. Este concepto puede relacionarse con el de significación de Osgood quien sostiene que cuando los sujetos significan una situación es porque la representan y la interpretan. Se propone una equivalencia simbólica ‘*representación - significación*’. Por otra parte Osgood considera que uno de los resultados de la investigación semántica es una nueva manera de “enfocar y de razonar la medición de las actitudes...el análisis factorial del significado puede entonces proporcionar una base para extraer este componente actitudinal del significado... definimos luego la *actitud* hacia un concepto como la proyección de este punto sobre la dimensión evaluativa del espacio”⁴. A partir de estas consideraciones se instaura una articulación ‘*representación - significación*’ con actitud.

2 Osgood, Ch. (1991). “Una exploración en el espacio semántico”. En ‘*La Ciencias de la Comunicación Humana*’, W. Schramm. Grijalbo. México - Barcelona - Buenos Aires. Pág. 44/45.

3 Subrayado es nuestro.

La actitud en un diferencial semántico va a estar determinada por los valores del factor evaluación, ¿*existe una relación entre los resultados del factor evaluación como medida de la actitud hacia el objeto con el concepto de representación social?*.

En el concepto representación social, a partir de las contribuciones de Serge Moscovici, se articula lo figurativo con lo simbólico. D. Jodelet (1986) en su artículo "La representación social: fenómenos, conceptos y teorías", incluido en el libro *Psicología Social* (1986) cuyo compilador es S. Moscovici, citando a éste autor manifiesta: "... la representación hace que a toda figura corresponda un sentido y a todo sentido corresponda una figura" ⁵.

¿*En un diferencial semántico, qué es lo figurativo?*. Para construir un banco semántico se solicita a los sujetos adjetivos que asocian con un determinado concepto sus respuestas son los modos en que imaginan (sienten y representan) al objeto, es a partir de esta figuración que seleccionan los grados de intensidad y los polos de los pares opositivos, la elección del adjetivo es la manifestación de cómo interpretan el objeto. Según D. Jodelet las representaciones sociales expresan la manera en que los sujetos piensan e interpretan la realidad cotidiana, en consecuencia los resultados de un diferencial semántico serán la medida de la representación social. Así, se propone como tesis que la

'representación - significación' está articulada con actitud y representación social.

¿*Cómo puede entenderse la relación actitud - representación social?*.

En el trabajo realizado por Elena M. Zubieta (1997), "La psicología social y el estudio de las representaciones sociales" publicado en la *Revista del Instituto de Investigaciones de la Facultad de Psicología de la UBA*, se señala la relación entre actitud y representación social. La autora expresa lo siguiente: "La **Actitud** nos permite descubrir una orientación global en relación con el objeto de la representación social. La experiencia muestra que esta es la dimensión más aprehensible y primera desde el punto de vista de la génesis. Nos informamos y nos representamos una cosa sólo después de haber tomado posición en función de esta posición tomada" ⁶.

'*Universidad*' es el objeto de la representación social investigada en los ingresantes a la Carrera de Psicología en marzo de 1996, los resultados del diferencial semántico administrado expresaran tanto su representación social como su actitud hacia la institución universitaria.

III. MÉTODO

La construcción de la representación social '*universidad*' de los ingresantes a la Carrera de Psicología en marzo de 1996, exigió la medición de las variables actitud y representación social a partir de los significados asociados por los sujetos en un diferencial semántico. En

4 Osgood, Ch. E., Succi, G. J., y Tannenbaum, P. H. (1976). "La medida del significado". Gredos, Madrid. Pág. 190,191 y 192.

5 Moscovici, S. - Comp. - (1986). "Psicología Social". Tomo II. Paidós, Barcelona - Bs. As. - México. Pág. 476.

6 Zubieta, Elena M. (1997). "La psicología social y el estudio de las representaciones sociales". Rev. del Instituto de Investigaciones de la Facultad de Psicología. Bs. As. Pág. 133/134.

la fecha citada precedentemente realizaron el Ciclo de Iniciación para ingresar a la Carrera un total de 700 sujetos, varones y mujeres, cuyas edades oscilaban entre los 17 y 50 años de edad, procedentes de distintos colegios medios de las provincias de Tucumán, de Salta, de Jujuy y de Santiago del Estero. Del listado total, (a quienes se les administró el diferencial semántico en dos oportunidades, en la primera semana del Ciclo y en la última), se descartaron los mayores de 21 años, los que procedían de fuera de S. M. de Tucumán, resultando de este modo una muestra probabilística de 106 sujetos, varones y mujeres, de 17 a 21 años, egresados de distintos colegios medios de S. M. de Tucumán. Para el análisis estadístico no se establecieron diferencias entre los sexos, ni por colegio medio de procedencia, ni por edad.

El instrumento utilizado es un diferencial semántico integrado por 20 pares opositivos - Apéndice A - construido en marzo de 1995. A los alumnos ingresantes a la Carrera de Psicología en dicha fecha se les solicitó cinco adjetivos que asociaran con la palabra *Universidad*. Siguiendo la técnica propuesta por Osgood, en su artículo "Una exploración del espacio semántico" antes citado, se determinaron los adjetivos de mayor frecuencia con sus opuestos. A la muestra, objeto de la presente investigación, se le administró el test en la primera semana de marzo de 1996 y en la última el retest. A partir de los valores obtenidos en ambas circunstancias se determinaron: a - perfil semántico, b - estabilidad temporal estimada mediante un coeficiente de confiabilidad y por el análisis de las diferencias entre las saturaciones factoriales de test y retest, c - análisis de factor y relación comparativa del análisis factorial prescrito

para las dos situaciones. Los dos últimos puntos buscan situar la confiabilidad y la validez del diferencial semántico.

IV. RESULTADOS

Con el propósito de realizar una primera prueba del diferencial construido en marzo de 1995, en octubre del mismo año se administraron las escalas a una muestra de 51 alumnos de 19 a 21 años que cursaban el segundo año de la Carrera de Psicología. De acuerdo a los resultados del perfil semántico, el concepto "**Universidad**" se asoció con los significados *interesante, formadora y necesaria* en una intensidad **bastante positiva**, y con los significados *abierta, buena, cálida, potente, conocida, linda y comprometida* en una intensidad **ligeramente positiva**. El resto de los significados presentaron intensidad **neutra**. En término promedio el 77% de la muestra tiene una actitud positiva hacia Universidad, los valores fueron computados a partir del puntaje total alcanzado ya que aún no se había determinado el análisis de factores.

En la muestra de 106 ingresantes de 1996 se determinaron los siguientes datos:

1. Perfil semántico

En la situación de test, (Apéndice A), los 20 pares se distribuyen así: uno tiene dirección negativa "*ligeramente difícil*"; tres tienen sentido neutro "*grande - chica*", "*idealista - realista*", "*competitiva - cooperativa*"; los restantes son positivos: "**ligeramente agradable, abierta, organizada, cálida, progresista, potente, independiente, creativa, conocida, humilde, linda, comprometida**"; "**bastante interesante, formadora, buena, necesaria**".

En la situación de retest admiten intensidades similares a las obtenidas en el test los siguientes casos: ligeramente difícil, neutro idealista - realista, ligeramente agradable, abierta, cálida, progresista, potente, independiente, creativa, conocida, humilde, linda, comprometida, y bastante interesante, formadora, buena, necesaria. Las diferencias encontradas fueron: “*ligeramente grande, cooperativa*”, “*neutro desorganizada - organizada*”.

2. Estabilidad temporal

La fiabilidad de acuerdo al método del test-retest es igual a 0,682 conforme a los resultados del coeficiente producto de los momentos de Pearson. Por otra parte se realizó el análisis de factor con el programa SYSTAT. Se establecieron las diferencias entre las saturaciones factoriales de los 20 pares positivos según los resultados del mencionado análisis para el test y para el retest. Las diferencias significativas se encuentran en los pares: 9 (conservadora - progresista), 10 (grande - chica), 13 (idealista - realista), 15 (conocida - desconocida), 18 (competitiva - cooperativa), y 20 (comprometida - indiferente). En síntesis, 14 pares permanecen estables y 10 de ellos incrementan sus saturaciones factoriales.

Para el test se definieron cinco factores: *evaluación, clima, inserción social, evaluación social, e imagen social*. Se denominó a los factores de acuerdo al objeto medido por el diferencial semántico. Los cinco factores explican el 52,57% de la variancia total. En el retest se conservan tres factores *evaluación, clima e inserción social*, los que explican el

45,28% de la variancia total. Las saturaciones factoriales y las diferencias significativas motivaron reducir el número de factores y los cambios de algunos pares de un factor a otro. Así es el caso del par cinco desorganizada - organizada, en el cual la diferencia no es significativa pero la saturación factorial lo ubica en otro factor, en cambio en los pares 9 (conservadora - progresista), 10 (grande - chica), 13 (idealista - realista), 15 (conocida - desconocida), y 18 (competitiva - cooperativa) las diferencias son significativas y las saturaciones factoriales están en un factor distinto al que tenían en el test, y en el caso del par 20 (comprometida - indiferente) se observa una diferencia significativa pero en el mismo factor. Ante estas situaciones se tomó la siguiente decisión: a - pares 13 y 18, aunque la diferencia entre las saturaciones es significativa, se los mantiene en los mismos factores *inserción social* y *clima* respectivamente por su significado connotativo, b - el par 10 integra el factor *inserción social* en razón de su saturación factorial, c - los pares 9 y 15 integran el factor *evaluación* de acuerdo al peso factorial.

A continuación se presentan dos cuadros con los resultados del análisis de factor en las dos administraciones del diferencial semántico (test y retest) y el perfil semántico. En el primero se enumeran las dos administraciones del diferencial semántico - test y retest -, los factores determinados, el número de los pares correspondientes a cada uno de ellos, y su contribución a la variancia total explicada. En el segundo cuadro se individualizan las intensidades -neutro, ligeramente, y bastante- para cada uno de los 20 pares en las dos situaciones de prueba: test y retest.

Cuadro 1.—“Análisis De Factor y Porcentaje De Variancia Explicada En Test y Retest”

1ª Administración - TEST	EVALUACIÓN	CLIMA INSTITUCIONAL	INSERCIÓN SOCIAL	EVALUACIÓN SOCIAL	IMAGEN SOCIAL
PARES	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 11, 14, 16, 19, 20	8, 17, 18	12, 13	10	9, 15
% VARIANCIA EXPLICADA	21,71	10,71	7,02	6,75	6,32
2ª Administración - RETEST	EVALUACIÓN	CLIMA INSTITUCIONAL	INSERCIÓN SOCIAL	EVALUACIÓN SOCIAL	IMAGEN SOCIAL
PARES	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 14, 15, 16, 19, 20	8, 17, 18	10, 12, 13	-----	-----
% VARIANCIA EXPLICADA	31,12	7,80	6,35	-----	-----

Cuadro 2.— Perfil Semántico En Test y Retest

TEST	Intensidad <i>Neutra</i>	Intensidad <i>Ligeramente</i>	Intensidad <i>Bastante</i>
PARES	Grande/chica Idealista/realista Competitiva/cooperativa	agradable, abierta, organizada, cálida, progresista, potente, independiente, creativa, conocida, humilde, difícil, linda, comprometida	interesante, formadora, buena, necesaria,
RETEST	Intensidad <i>Neutra</i>	Intensidad <i>Ligeramente</i>	Intensidad <i>Bastante</i>
PARES	Desorganizada/organizada Idealista/realista	agradable, abierta, cálida, progresista, grande, potente, independiente, creativa, conocida, humilde, difícil, cooperativa, linda, comprometida	interesante formadora buena necesaria

3. Validez Factorial

Con respecto a la validez factorial puede decirse que el análisis de factores realizado en este trabajo con una designación diferente a la propuesta por Charles E. Osgood, responde sin embargo a la estructura EPA. Evaluación (calificación), potencia (fuerza), y actividad (movimiento) son designados como *evalua-*

ción, clima institucional e inserción social. Con respecto al factor *evaluación*, se mantienen en el retest los 12 pares con las intensidades registradas en la primera administración y se agregan dos pares, (los pares 9 y 15), aunque las intensidades registradas en el test permanecen iguales en la segunda administración. En el caso del factor potencia, la fuerza de una

institución está significada por su *inserción social*, la que es interpretada por los alumnos como *ligeramente grande, independiente y realista*. La actividad de una institución puede estimársela a partir de las relaciones sociales que la caracterizan, en este trabajo es el factor *clima institucional*, los estudiantes concuerdan en test y retest que es *ligeramente difícil y cálida*, en cambio se muestran ambivalentes en cuanto a la modalidad del vínculo, si es competitivo o cooperativo por cuanto en el test tiene una intensidad *neutra* y en el retest es *ligeramente cooperativa*. Los pares correspondientes a los otros dos factores del test, evaluación social e imagen, fueron reubicados en el factor evaluación e inserción social en razón de su saturación factorial y al significado connotativo. En cuanto a la proporción de variancia explicada, el factor más importante en ambas administraciones del diferencial semántico es *evaluación*, en el retest incrementa su contribución porque 10 pares aumentan su peso factorial y se agregan dos pares nuevos.

Charles E. Osgood considera medida de la actitud al factor evaluación. En el diferencial semántico sobre *universidad*, el factor evaluación es el más estable y es el que explica la mayor proporción de variancia.

V. CONCLUSIONES

1. Actitud hacia 'universidad'

La actitud de los estudiantes ingresantes a la carrera de Psicología con respecto a la institución universitaria, medida por el factor evaluación, es de aceptación del objeto. La dirección preponderante de los pares opositivos es *positiva* y las intensidades preeminentes son *ligeramente y bastante*, tanto en la situación de test como del retest. Esta conclu-

sión coincide con la tendencia analizada en la muestra de alumnos de 2° año de la carrera en octubre de 1995, razón por la cual puede plantearse como hipótesis que los estudiantes de la Carrera de Psicología, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Tucumán, tienen una actitud positiva hacia la institución. Esta predisposición favorable beneficia su sentimiento de pertenencia institucional.

2. Representación social de universidad

La *representación social de universidad* se formula a partir de los significados asociados en los pares que constituyen el factor evaluación y que tienen una dirección positiva en las intensidades *ligeramente y bastante*. Esta propuesta es a partir de la articulación existente entre actitud y representación social. De este modo los estudiantes representan e interpretan a la universidad como *interesante, agradable, abierta, formadora, buena, necesaria, progresista, potente, creativa, conocida, humilde, linda, y comprometida*.

La representación social propuesta precedentemente es estable y válida de acuerdo a los resultados de fiabilidad y análisis de factor. Tiene su semejanza con la representación social de los estudiantes de 2° año (1995), quienes significaban a *universidad* como *interesante, formadora, necesaria abierta, buena, potente, conocida, linda y comprometida*

Como en el caso de la actitud, puede formalizarse la *representación social de universidad* de los alumnos de la Carrera de Psicología, según un diferencial semántico, es similar a la de los alumnos de 2° año. Se decide por estos significados considerando su estabilidad temporal y de diferencias de año de cursado de la Carrera.

BIBLIOGRAFÍA

- Díaz Guerrero, R y Salas, M (1975). *El diferencial semántico en español*. Trillas. México.
- Martínez Sánchez, Amparo (1994). *Control de eficacia y evaluación de Centros*. Universidad de Valencia. Inédito.
- Moscovici, Serge (1986). *Psicología Social*. Tomo II. Paidós. Barcelona.
- Osgood Ch, Succi E., y Tannenbaum P. (1976). *La medida del significado*. Gredos. Madrid.
- Rosig, Estela Irene (1996). *Reflexiones sobre el sujeto de la evaluación ¿Aporte para una evaluación de la calidad?.* Trabajo enviado a publicar a la Secretaría de Postgrado de la Universidad Nacional de Tucumán.
- Saleme Hilda, Rosig Estela, y otros (1998). *Universidad y Carrera de Psicología en el imaginario social*. Psico – logos N° 8. Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Tucumán.
- Schramm W (1991). *La ciencia de la comunicación humana*. Grijalbo. Barcelona.
- Zubieta Elena (1997). *La psicología social y el estudio de las representaciones sociales*. Revista del Instituto del Instituto de Investigaciones. Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Buenos Aires.

APENDICE A.— Pares opositivos, perfil semántico, intensidades, factores evaluados. Resultados alcanzados en la situación de test

PARES	MEDIAS	INTENSIDAD	FACTOR
1. Aburrida-Interesante	5,96 • Error std. 0,11	Bastante Interesante	1. Evaluación de la Institución
2. Agradable-Desagradable	5,38 • Error std.0,14	Ligeramente Agradable	1. Evaluación de la Institución
3. Abierta-Cerrada	5,08 • Error std. 0,14	Ligeramente Abierta	1. Evaluación de la Institución
4. Formadora-Deformadora	5,67 • Error std. 0,16	Bastante Formadora	1. Evaluación de la Institución
5. Desorganizada-Organizada	4,84 • Error std. 0,15	Ligeramente Organizada	1. Evaluación de la Institución
6. Buena-Mala	5,55 • Error std. 0,14	Bastante Buena	1. Evaluación de la Institución
7. Necesaria-Innecesaria	6,18 • Error std. 0,16	Bastante Necesaria	1. Evaluación de la Institución
8. Fría-Cálida	4,66 • Error std. 0,15	Ligeramente Cálida	2. Clima Institucional
9. Conservadora-Progresista	5,11 • Error std. 0,15	Ligeramente Progresista	5. Imagen social de la Institución
10. Grande-Chica	4,29 • Error std. 0,17	Neutro	4. Evaluación social de la Institución
11. Potente-Impotente	4,69 • Error std. 0,13	Ligeramente Potente	1. Evaluación de la Institución
12. Dependiente-Independiente	4,59 • Error std. 0,17	Ligeramente Independiente	3. Inserción social de la Institución
13. Idealista-Realista	4,38 • Error std. 0,18	Neutro	3. Inserción social de la Institución
14. Creativa-Repetitiva	5,14 • Error std. 0,15	Ligeramente Creativa	1. Evaluación de la Institución
15. Conocida-Desconocida	4,87 • Error std. 0, 19	Ligeramente Conocida	5. Imagen social de la Institución
16. Humilde-Soberbia	4,95 • Error std. 0,13	Ligeramente Humilde	1. Evaluación de la Institución
17. Dificil-Fácil	3,30 • Error std. 0,12	Ligeramente Dificil	2. Clima Institucional
18. Competitiva-Cooperativa	4,40 • Error std. 0,15	Neutro	2. Clima Institucional
19. Linda-Fea	4,57 • Error std. 0,16	Ligeramente Linda	1. Evaluación de la Institución
20. Comprometida-Indiferente	4,96 • Error std. 0,16	Ligeramente Comprometida	1. Evaluación de la Institución