

UNIVERSIDAD ANÁHUAC

FACULTAD DE EDUCACIÓN



REPORTE DE INVESTIGACIÓN

La Misión de la Universidad: Un estudio del discurso
en universidades latinoamericanas

PRESENTAN

DRA. MARÍA DEL PILAR BAPTISTA LUCIO
LIC. LUIS MEDINA GUAL

HUIXQUILUCAN, EDO. DE MÉXICO

Enero 2011

Registro CAI: EDNQTBIPIJ090310910

La Misión de la Universidad: Un estudio del discurso en universidades latinoamericanas *

Resumen:

Esta investigación aborda la misión de las universidades latinoamericanas, a debate entre los estudiosos de la educación superior que aportan tesis y posiciones diversas sobre hacia dónde deben ir las universidades en el siglo XXI. Específicamente se realizó un análisis de contenido del párrafo donde bajo el título de *Misión*, se expresan 196 instituciones latinoamericanas de educación superior en su sitio Web oficial. Los resultados describen las temáticas abordadas en el discurso y se contrastan con las funciones sustantivas que se esperan de los diversos tipos de instituciones. Finalmente a través del análisis del mensaje de misión, se identifican y comparan en cada país tendencias en boga como la competitividad, o temas sustanciales como la generación del conocimiento o la contribución a la sociedad. Se concluye que hoy como ayer, la universidad refleja en la proclamación de misión, la circunstancia de los tiempos y los retos de la actualidad.

Palabras clave: Análisis de contenidos, comunicación institucional, universidades e IES, universidades públicas, universidades privadas, Internet.

Introducción

El estudio de las instituciones de educación superior, es interesantísimo por su estrecha relación con la sociedad donde están inmersas, pues se ven constantemente influenciadas por la sociedad a la vez que contribuyen a su transformación. Organizaciones complejas y antiquísimas, surgidas hace más de 900 años¹, tienen un desarrollo paralelo a los tiempos políticos y sociales de una nación. Los retos y problemáticas que enfrenta la universidad han sido abordadas recientemente desde el Derecho y la Ciencias Políticas (Cabrera, 1978; Ordorika, 1996), desde la perspectiva de los alumnos (de Garay, 2004) y de los académicos (Gil Antón, Martell, 2008). Desde los

* Este estudio es el tercero de una serie de investigaciones sobre la IES a través de sus páginas WEB. El primero fue sobre mensajes de la oferta educativa. Un segundo estudio sobre el discurso de misión fue presentado en el X congreso nacional de investigación educativa en 2009 en Veracruz, México, describiendo la misión de las IES latinoamericanas en cuanto a sus temáticas. Este artículo retoma temáticas y funciones sustanciales para hacer análisis subsecuentes que comparan la retórica de las universidades latinoamericanas, identificando tendencias en su actividad y razón de ser.

¹ Considerando a la Universidad de Bolonia fundada en 1088. como la primera.

retos pedagógicos y curriculares (Loredo y Rigo, 2002; Barrón, 2003) y con modelos para la evaluación de la calidad institucional (De la Orden, 1997; Fresán, 2003). Hay también entre los especialistas un debate muy interesante sobre el papel de la universidad en el siglo XXI, identificando similitudes a nivel mundial (Brunner, 2007) y regional (Rama, 2005) con transformaciones que representan grandes desafíos. Por ejemplo, ante la masificación surgen otros proveedores, con instituciones llamadas emergentes o de la absorción de la demanda (Levy, 1986; Albacht, 2002, 2007; Silas, 2005) con grandes cuestionamientos sobre la calidad de éstas. Asimismo empresas transnacionales, como Sylvan (Rodríguez, 2004) compran instituciones educativas latinoamericanas como quien se dedica al mercado de bienes y raíces. Roberto Rodríguez (2007) llama a este fenómeno, transnacionalización. Se advierte el peligro de un escenario donde la universidad se diluya como bien social, y en donde esta institución milenaria se maneje –no con un fin de contribuir a la educación de y generación de conocimiento- sino a meramente existir influidas por las fuerzas del mercado. Como tendencias globalizadoras, también se señala a los “rankings” y las certificaciones. Algunos ven en ello una moda (Díaz Barriga, 2008) se cuestionándose su impacto real en la calidad académica. Hay sin embargo quienes promueven la racionalidad que evalúa al sistema (Rubio, 2006) y ven en la globalización un retorno a la universidad medieval con movilidad del estudiantado y del catedrático. Vislumbran en la homologación de procesos y de internacionalización de los estudios, sinergias y mejoras que permean a todos los aspectos de la educación superior. Otros cuestionan lo anterior y la deseabilidad - sobre todo en Latinoamérica- de las *World Class Universities* (Harvard, Oxford, Sorbonne) imponiendo los estándares del deber ser de una universidad. Dice Francisco López Segrera 2010:243): “... los países en desarrollo, en vez de emular para obtener indicadores, muchas veces difíciles de alcanzar en sus condiciones específicas, deberían prestar atención a un ideal de universidad que propulse el desarrollo sostenido de carácter autóctono”.

Y ¿cuál es el “ideal de universidad” en las universidades? La presente investigación aborda el estudio de las instituciones de educación superior desde el ángulo de la identidad institucional, específicamente la expresada en la misión de la universidad, entendida aquí como la declaración oficial donde sus líderes y directivos expresan quiénes son, el por qué y para qué de su quehacer. ¿Refleja esta narrativa las preocupaciones y tensiones de los

tiempos? ¿Hay una preocupación por el mercado? ¿Por ser competitivos? Puede deducirse del análisis del discurso, ¿Cuál es su orientación hacia las funciones sustantivas de la universidad? Tales como formar en una profesión, difundir la cultura, generar conocimiento y contribuir a la sociedad. Siendo supuestamente la construcción de la misión un paso previo y esencial a la planeación y la consecución de metas, ¿Contiene los elementos debidos? ¿Constituye base probable para el actuar? o ¿Es más bien un mensaje de comunicación para atraer a diferentes públicos? Y, ¿hay diferencias entre países, de lo que debe ser una universidad? ¿Hay diferencias entre las universidades públicas y las privadas? ¿Entre las consolidadas y las de reciente creación?

El presente estudio contesta estas preguntas de investigación a través de un análisis de contenido de los párrafos de Misión publicados en las páginas Web de una muestra aleatoria de 196 universidades de América Latina, específicamente de Argentina, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, El Salvador, México, Perú y Venezuela.

1. La misión: guía y coordenadas del quehacer universitario

Se dice que las organizaciones eficaces cuentan con una “misión” claramente definida (Drucker, 2002). Esta declaración de objetivos e intenciones llamada “la misión” enfoca los esfuerzos de una organización para conseguir sus propósitos fundamentales (Meacham, 2008). Construida de manera colectiva por fundadores y líderes, expresa su razón de ser, comunicando a la vez significados que dan cohesión interna y legitimidad ante la sociedad. Para los estudios de auto-evaluación comunes ahora en todas las instituciones de educación superior de América Latina,² se exige empezar con una revisión de la misión sí ya se tiene, o una formulación reflexionada y consciente de esta razón de ser que tiene a su vez que permear en otros documentos y acciones de la universidad. Julio Rubio (2009) quien fuera subsecretario de educación superior en México (2000-2006) indica que la fase más importante de la planeación, es el construir la misión, que da apoyo al quehacer sustantivo de las universidades. Redactar un texto explícito y claro marca direccionalidad, rumbo, y ordena a la planeación estableciendo

² Por ejemplo, los criterios para la realización de la autoevaluación del Consejo Superior Centroamericano son los siguientes: 1) **La misión institucional**. 2) El gobierno y administración institucional. 3) Estudiantes. 4) Académicos. 5) Carreras y otros programas. 6) Investigación. 7) Proyección social. 8) Recursos educacionales. 9) Administración financiera. 10) Infraestructura. 11) Integridad institucional.

prioridades. Tan importante es este pequeño párrafo que hay estudios (Stallworth 2008) que relacionan su redacción con el desempeño de las organizaciones.³

La misión constituye una base para la planeación, y también es utilizada como vehículo de comunicación para legitimizarse ante otros públicos. Morphew y Hartley (2006) encuentran en su análisis de instituciones de educación superior norteamericanas que la variable que diferencia más la misión de las instituciones norteamericanas no es la tipología Carnegie⁴ sino el hecho de que fueran de gestión pública o privada. Y añaden con base en su estudio, que la construcción de la misión institucional parece servir a las universidades como una declaración de intenciones hacia públicos externos. Ya sea al sector gubernamental, a las agencias acreditadoras o hacia otros actores importantes. Por ejemplo aquí en México los comités interinstitucionales para la evaluación de la educación superior CIEES, indican como parte importante en su manual de evaluación la correspondencia que debe existir entre los objetivos y metas del programa educativo a evaluar, con la misión y visión de la institución. Señalan además que es importante el alcance de la difusión de la misión a toda la comunidad de la institución. Una de las evidencias que toman en cuenta es la publicación de la misión institucional en la página web, donde hay una responsabilidad de intenciones. La construcción de las misiones institucionales son un ejercicio de negociación interna y sirven para aclarar dentro de la institución misma cuál es su identidad y orientación hacia el futuro, además de ser –especialmente a través del ciberespacio- un mensaje promocional para atraer estudiantes (Estanek, James y Norton, 2006; Campagna, 2007; Morphew y Hartley, 2006).

Se ha sugerido que el concepto de Misión, -al igual que el de calidad y clima- es herencia del mundo empresarial y un reflejo más de tendencias comercializadoras. Pero son las universidades -surgidas en el Medievo- las que dan ejemplo a otras corporaciones de declarar y trabajar con una misión. Baste mencionar algunos ejemplos resumiendo lo citado por Carlos Cabrera Beck (1978: 27-36) en su trabajo sobre la autonomía universitaria y fuerza laboral: Ya en el siglo VII se funda en Europa la Escuela de Palacio, con la misión rectora de preparar a los

³ Linda Stallworth hizo una investigación sobre los discursos de misión de las 1000 compañías estadounidenses con mejor desempeño (ventas, utilidades). El grupo de alto rendimiento resulta significativamente diferente en cuanto a los valores y lo explícito de “la misión”.

⁴ Tipología propuesta por la Fundación Carnegie que permite la clasificación de las IES usando criterios como el nivel y área de conocimiento que ofertan los programas.

futuros obispos del imperio carolingio. La escuela Catedralicia de París que dio origen a las universidades francesas, pone de relieve en su misión el desarrollo intelectual de sus estudiantes y el rescate de los documentos clásicos. El estudiante del siglo XII vagaba de una escuela a otra, como un moderno Erasmus,⁵ cambiando de maestro a su gusto. Estudiaba las siete materias del cuadrivio y presenta un examen que defendía públicamente con una tesis. De ser aprobado alcanzaba el título maestro o doctor. Está ya presente la misión de formación de recursos y acreditación y también desde entonces -dice Cabrera Beck (1978:39-42)- las universidades atienden al cultivo de la caridad fraternal y la ayuda mutua. Los Siglos XV, XVI y XVIII traen consigo una intensificación de la investigación científica en las universidades. Dice el autor, que había más libertad y autonomía que la que se tuvo posteriormente al inicio del Siglo XIX con la universidad napoleónica y estatal, -que heredamos en España y América Latina- donde el estado agrupa un subsistema de educación superior en liceos, escuelas, facultades, muy desvinculadas y bajo la tutela de un rector asignado por el mismo estado. Su misión: el desarrollo y educación de profesionales y de ciudadanos, enfatizando el libre albedrío. En el siglo XIX es también importante señalar el modelo que promovió Von Humboldt en las universidades alemanas, cuya misión más allá de la enseñanza y preparación profesional, enfatizó la investigación y generación de nuevo conocimiento (Scott, 2006).

En la segunda mitad del siglo XIX John Henry Newman en un ensayo escrito en 1858 acerca de “la idea de universidad” defiende la misión humanista de la universidad, oponiéndose a excesos en la investigación que disminuía a su parecer, la importancia de la docencia y la formación de jóvenes en un conocimiento universal. ¿Cuál es la misión de la universidad? preguntó José Ortega y Gasset en 1930 en un famoso ensayo publicado en la Revista de Occidente, donde afirmaba que se ocupa de profesiones intelectuales y de la formación de investigadores científicos, incluyendo las ideas de universidad y los quehaceres de siglos anteriores. Añade insistentemente, que la misión de la universidad es también la formación de hombres cultos y al mismo tiempo, previene contra de la excesiva especialización y el utilitarismo. Alerta contra la separación de cultura y ciencia y habla sobre cómo el saber universitario debe retribuir a la sociedad y ayudar al joven -con la cultura y no únicamente con la investigación científica- a interpretar su mundo y resolver de la mejor manera los problemas

⁵ Programa de intercambio estudiantil que promueve movilidad del estudiante europeo.

que enfrentará. La educación de personas como especialistas, *bárbaros* en el sentido que ignoran todo lo que es externo a su profesión y referente a la cultura en general, no es la misión de la universidad dijo José Ortega y Gasset (1968:48-56) De las universidades surgen innegables avances en el conocimiento científico, desde la Ilustración que dio paso al siglo XIX hasta nuestros días hay una admiración por el modelo alemán de la *Research University* como “el ideal de universidad” pero existe a la vez una añoranza por el humanismo, entendido éste como el aprender y enseñar aquello que se refiere al hombre y su cultura, en contraste con solamente preparar a farmacéuticos, ingenieros o investigadores en neurociencias, olvidando las Historia, las letras y todo lo que nos ayuda a interpretar el mundo. El escritor Carlos Fuentes (2000) lo expresa magistralmente en un discurso:

La universidad une, no separa. Conoce y reconoce, no ignora ni olvida. En ella se dan cita no sólo lo que ha sobrevivido, sino lo que está vivo o por nacer en la cultura. Pero para que la cultura viva, se requiere un espacio crítico donde se trata de entender al otro, no de derrotarlo; para que la cultura viva, son indispensables espacios universitarios en los que prime la reflexión, la investigación y la crítica.

Justamente porque *universitas magistrorum et scholarium* -que significa comunidad de profesores y alumnos- es que existe entre sus actores un debate crítico sobre lo que debe ser la universidad. La historia muestra que no hay una sola idea de universidad y que la misión de la universidad cambia pues es influida por el entorno, y puede decirse que, como la máxima de la filosofía orteguiana – *es ésta y sus circunstancias*.

En su estudio sobre las transformaciones de la universidad, John C. Scott (2006: 4-30) establece la emergencia de cuatro etapas universitarias. En la etapa medieval y escolástica, docencia e investigación estaban fusionadas con una misión muy clara, la de educar. Posteriormente con las universidades alemanas hacia finales del siglo XVIII, donde surge el cometido de la investigación aplicada y la de generación de conocimiento, como prioridad. Posteriormente en el siglo XIX donde se consolida la nación-estado, emergen para el autor, tres misiones más de universidad: el crear identidades nacionales, el democratizar y el preparar ciudadanos para el servicio público. No desaparece la misión de formar profesionales y la de investigación, pero emergen otros ideales que apoyan a la nación-estado. Finalmente Scott identifica una cuarta etapa en la globalización e internacionalización que actualmente estamos viviendo con los tratados de comercio y de cooperación económica.

Los países de América Latina, tienen en común la fundación de las universidades pontificias y por ende la tradición la escolástica con su misión de formación de élite y líderes eclesiásticos. Sin embargo, como señala la autora Marcela Mollis (2002b:206) las revoluciones por la independencia introdujeron pronto el ethos liberal, el libre albedrío y la preparación de las profesiones. Aunque elitistas, Mollis establece que la misión universitaria de esta época era la educación de ciudadanos y la formación política del joven integral puesto que se esperaba la paz y armonía de las naciones. Con las revueltas estudiantiles de la segunda mitad del siglo XX –dice la autora- se inicia una democratización entendida como más apertura y acceso para todos, que se refleja en inversión en infraestructuras universitarias y consolidación de la profesión académica, entre otras cosas. Se vive también en Latinoamérica la etapa postmoderna que señala Scott (2006); una globalización donde se advierte una creciente comercialización y una misión cultural comprometida por las reglas del mercado. Interpreta (2002a: 50) esta etapa de las universidades latinoamericanas: “Hay una resemantización del liberalismo (el que concebía la educación como lo que iluminaba el desarrollo) y esto se ha cambiado por darwinismo e individualismo posesivo. Sí bien los liberales concebían al estado como el defensor de los derechos públicos en educación y la salud, hay ahora un lenguaje de pago de servicios y clientes y hemos dado el paso de un estado benefactor a un estado evaluador”.

¿Son inevitables estas tensiones? ¿Avanzan las tendencias globalizadoras hacia un ocaso de la universidad como tal? Indica Claudio Rama en una presentación (2007), que se está gestando en América Latina un nuevo eje de acreditación y regulación de la calidad que apunta hacia una educación superior internacional, con énfasis en la libre movilidad, la estandarización y el reconocimiento común en el marco de un proceso de convergencia global. En los estudios de este autor sobre el tema de las transformaciones y reformas en América Latina, establece que si el siglo XX fue el siglo de la autonomía universitaria, el siglo XXI será el de la evaluación para la calidad competitiva. El debate académico latinoamericano sobre el tema de la calidad, no se centra tanto en la resistencia a la calidad, sino sobre quien la define. Calidad ¿para qué o para quién? No es situación en exclusiva de nuestra región, sino en el continente, donde se resienten visiones empresariales sobre la misión universitaria, por considerarlas fragmentadas y distrayentes de lo sustantivo que es formar, generar conocimiento y contribuir a la

sociedad en su conjunto. Por ejemplo, Derek Curtis Bok quien fuera rector de la Universidad de Harvard (1971-1991) publica un libro en 2004 advirtiendo la comercialización excesiva en el campus norteamericano. Sitúa la tendencia desde finales del siglo XIX cuando las universidades se dan cuenta que pueden ser más que un retiro mundano. No se opone a que exista un motor económico para la mejorar la calidad de la educación, la investigación y las instalaciones, pero cuestiona hasta qué grado llega a permear en una institución el que todo sea vendible (computación, asesorías, investigaciones bioquímicas, deportes y *merchandising*). La universidad se aleja de su misión de generar conocimiento para todos –dice Bok (2003: 4-17) - cuando el mercado dicta en el profesorado qué enseñar y en los centros de investigación qué investigar. Crea también inequidades dentro del campus entre facultades rentables (i.e. Administración de Empresas) y no rentables (Humanidades)⁶.

¿Cuál es el reto?, que Martín (2008: 51) expresa muy bien con la pregunta: “¿Cómo bajar de la torre de marfil sin caer en las huestes del rey Midas?” Y señala que ante la complejidad e el entorno, ayuda tener una visión conjunta sobre qué y cuál es **la misión** de la universidad. Al analizar el panorama de Educación Superior en el Reino Unido, Chris Martin observa la misma transformación hacia la comercialización que americanos y latinoamericanos describen y opina que si bien muchos colegas tienen que flexibilizarse y comprender que no puede mantenerse la noción de universidad como un refugio en donde nadie pide cuentas, se tiene al mismo tiempo que educar en sintonía con el mercado de trabajo, preservando la autonomía para enseñar y generar conocimiento. El debate sigue abierto y en el centro de la transformación de la sociedad del futuro.

Si la misión de las universidades, es marco y coordinada para enfrentar el futuro, ¿Qué expresan éstas? ¿Cuál es su posición ante el debate brevemente descrito en los párrafos anteriores? Doucette, Richardson y Feske (1985)

⁶ En su libro “Universities in the Marketplace “ (2003:4-8) Bok relata que en 1905, la Universidad de Chicago ya hacía anuncios para atraer alumnos y la Universidad de Pennsylvania tenía oficinas de publicidad mientras que Harvard contrató a un jugador que ganaba 2 veces más que el rector. Comenta que el gran sociólogo Thorstein Veblen escribió en 1918 un ensayo sobre su preocupación de que las personas de industria se inmiscuyeran tanto en la universidad. *The Higher Learning in America: A Memorandum on the Conduct of Universities by Business Men*. Contributors: Thorstein Veblen - author. Publisher: B. W. Huebsch. Place of Publication: New York. Publication Year: 1918 ver artículo original en www.questia.org

indicaban que la misión de una institución educativa a fin de constituir una propuesta operante que dé direccionalidad e identidad a la institución, por lo que debe contestar a las siguientes preguntas: ¿Quiénes somos? ¿Por qué existimos? ¿A dónde vamos? Y ¿Con qué valores?

La revisión de la literatura sobre el impacto del discurso de la misión en la organización arroja resultados interesantes. Por ejemplo, es parece reflejar los valores de la universidad en cuestión como encuentra Ayers (2005) en su estudio sobre “community colleges” que son instituciones que se orientan a la movilidad social y a atender a minorías hispanas o afroamericanas, o a personas que de jóvenes no pudieron estudiar una carrera y que quieren encontrar un mejor empleo. Por ende ofrecen clases de noche y en horarios después del trabajo. Encuentra el autor al analizar las misiones de 1200 de estas instituciones una clara relación entre orientación social (a quien sirve) e ideología, es este caso muy pragmática y orientada a la inserción en el mercado laboral.

Estudios de misiones universitarias que utilizaron como método el análisis de la intertextualidad (Swales, 1995), señalan que aunque el uso de las mismas frases es muy común, el análisis a profundidad revela patrones diversos entre las palabras, lo que nos habla de una diversidad de instituciones y de misiones. Otro interesante estudio lo constituye el Reisz (2005:12-13) de Rumania, que examina el cambio de las misiones universitarias al pasar de un sistema comunista a una sociedad con apertura de mercados. Al analizar las páginas Web de las IES, el autor encuentra que en su párrafo de misión, las universidades privadas se describen como instituciones élite, “dedicadas a la excelencia educativa.” Y comunican que cuentan con “los mismos estándares de calidad que las universidades públicas”.

Las IES de gestión pública también reflejan con presencia en páginas Web, reflejan los cambios de su papel ante la sociedad. Documentan Connell y Galasinki (1998) en su estudio en Inglaterra, que la década de los noventa trajo consigo una redefinición de las realidades educativas en donde la universidad requiere ser un actor más responsable como usuario público de fondos, por lo que en los sitios web publican anualmente el ejercicio presupuestal, acordes con una nueva dimensión de transparencia. Ya sea como actuación colectiva o como declaratoria de identidad, la misión ayuda a redefinir orientaciones para determinar la ruta que seguirá una institución. Siendo entonces la misión un mensaje que redacta la institución, y que surge de la reflexión de lo que

se comunicará a públicos internos y externos es plausible suponer que el análisis de las páginas Web de Instituciones de Educación Superior en Latinoamérica, contribuirá a nuestro conocimiento sobre cómo las instituciones de educación superior se perciben a sí mismas y en la contribución que hacen a su entorno.

2. Método

2.1. Población, muestra y unidad de análisis.

El método de análisis de contenido se aplicó a una muestra final de 196 sitios Web de instituciones de educación superior, elegidas aleatoriamente del Catálogo de Universidades del Mundo, publicado por el Laboratorio de Cibermetría del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España.⁷ La unidad de análisis utilizada tanto por este estudio como por el laboratorio de cibermetría, es el dominio web institucional, así que sólo universidades y centros de investigación con un dominio independiente fueron consideradas en el listado inicial. Dentro del marco de este catálogo, para Latinoamérica hay una población de N=1037 sitios Web de Instituciones de Educación Superior (IES). De esta manera la definición del marco muestral considerado, es la población de todas aquellas universidades en Latinoamérica con un dominio URL independiente.⁸ Con base en la población de N=1037, se calculó con el programa STATSTM,⁹ el tamaño de muestra $n=187.5$ para tener representatividad del universo y un nivel estimado de confianza 95%. La selección de la muestra se hizo en forma aleatoria, de 1/k, estratificando por país.

La investigación en ciencias sociales ha encontrado en la Internet una fuente invaluable para la recolección de datos, ya que el medio permite acceso a sitios con documentos y comunicaciones oficiales, donde existe incluso responsabilidad legal en la publicación de la información. En el caso de las páginas de las IES, hay planes y

⁷ En la página Web: [http://www."Web o metrics".info/](http://www.) al día 22 de julio de 2009. "Web o metrics" "(...) es una iniciativa del Laboratorio de Cibermetría, que pertenece al CSIC, el mayor Centro Nacional de Investigación de España. El Laboratorio de Cibermetría se dedica al análisis cuantitativo de Internet y los contenidos de la Red, especialmente de aquellos relacionados con el proceso de generación y comunicación académica del conocimiento científico".

⁸ Como el tema es presencia web y generación de conocimiento la unidad de análisis que considera Web o metrics son universidades o instituciones de educación superior con su propio servidor, i.e. www.unam.mx o www.uia.mx y no instituciones con un servidor rentado como host, i.e. www.uxy.edu.mx . Ver metodología en <http://www.webometrics.info/methodology.html> consultad el 10 de agosto 2010.

⁹ STATSTM v.2 es un paquete estadístico con funciones básicas como el cálculo de la muestra o la selección de números aleatorios.

programas, ofertas educativas y otros documentos institucionales que suponen lo que directivos deben y/o eligen comunicar al público externo (Baptista, 2007; Baptista y Medina Gual, 2008, 2009) ya que la red de redes representa un excelente medio de comunicación con más de 162 millones de cibernautas en Hispanoamérica y más de 30 millones en México ¹⁰ (Webstats, 2008; AMPICI, 2010) donde se encuentra el segmento juvenil, para difundir qué se ofrece a los estudiantes presentes y futuros.¹¹

2.2 Procedimientos específicos.

Se desarrolló hoja de codificación y registro de variables de la misión. La medición fue nominal en su mayoría, clasificándose elementos y temáticas del mensaje, con la ausencia (0) o presencia (1) de las características definidas, dando la dicotomía posibilidades para análisis estadístico de los datos y creación de nuevas dimensiones. Análisis de cada sitio Web llevó en promedio 35 minutos, localizándose la información correspondiente. Los datos registrados se capturaron con el paquete estadístico SPSS¹² para describir los resultados y hacer pruebas de significancia estadística. Cada sitio web fue analizado definiendo país de origen y tipo de universidad (pública, privada) y en el mensaje de misión se registró la ausencia o presencia de temáticas y funciones abordadas en la misión institucional. Los resultados descriptivos ya se han presentados anteriormente,¹³ en este artículo se realizaron nuevos análisis que permiten ver con más detalle diferencias entre países, a partir de un análisis factorial de temáticas y funciones sustantivas expresadas en la misión, se identificó por país y por gestión -pública o privada- la direccionalidad o tesitura que toman los mensajes de misión en Latinoamérica.

3. Discusión de resultados

En la siguiente figura se observa la distribución de las instituciones cuyas páginas fueron analizadas, según el país de procedencia:

¹⁰ Fuente <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. En 2008 España y Latinoamérica combinados representan el 17% de cibernautas en el mundo.

¹¹ Ver por ejemplo el portal de universidades del mundo Hispano- Americano www.universia.net.

¹² SPSS v. 16.0 o Statistical Package for the Social Sciences es un software para el análisis estadístico usado frecuentemente en las ciencias sociales.

¹³ La parte descriptiva de esta investigación fue presentada en el X congreso nacional de investigación educativa 21-25 de septiembre Veracruz, México. 2009. Para este artículo se publican análisis más detallados sobre los países.

Cuadro 1: Distribución de los casos de la muestra por país

A fin de asegurar la representatividad de varios tipos de universidades, se indica en siguiente cuadro la distribución de éstas según su orientación social o público atendido.

Cuadro 2: Distribución por tipo de institución de educación superior (n=196)

3.2. Análisis de los mensajes.

Elementos de la misión.

Según Doucette, et.al. (1985), una misión bien redactada debe de tener cuatro elementos: 1) *¿Quiénes somos?* que se refiere a la identidad institucional y origen de la institución, encontrado en el 73.2 % de las misiones analizadas. 2) *¿Por qué existimos?* Declaratoria de la razón de ser, donde se da legitimidad ante la sociedad donde está inmersa, elemento encontrado en el 64.1% de los mensajes. 3) *¿Qué queremos?* Lo que se quiere lograr al existir y el uso de ciertos medios para lograr el fin. Este elemento está en los discursos de el en el 95.9% de los casos. *¿Cuáles son nuestros valores?*¹⁴ Declaratoria de los valores de la institución que sustentan su misión y donde se apoyan procedimientos y acciones para alcanzar fin último. Este elemento fue encontrado en el 61% de las misiones analizadas.

Temáticas identificadas en los discursos de “misión”

Las temáticas se muestran en la siguiente cuadro ordenadas de mayor a menor incidencia en los párrafos de misión analizados

Cuadro 3: Temáticas identificadas en la misión institucional de las IES (n=196)

El discurso de la calidad educativa -presente en casi todas las instituciones- denota la preocupación de los tiempos. Aquí se encontraron frases como “ institución comprometida con la formación y desarrollo personal y profesional, mediante la excelencia académica y la calidad en el servicio”; Son temas recurrentes también ideas substantivas o que siguen la tradición de las universidades centrados en la persona, la ética, el conocimiento, con

¹⁴ Que será abordado en un estudio posterior.

frases como “Contribuir a la búsqueda de la verdad y al desarrollo humano mediante la investigación”; pero con igual insistencia también está presente la tecnología y alusiones a sociedad del conocimiento. Temas político-sociales indicados por palabras que denotan compromiso con formación de ciudadanos fueron encontrados en la mitad de los casos. Las temáticas clasificadas como económicas (42%) son referencias explícitas a la preparación de personas útiles capaces de insertarse en el mercado laboral que requiere el desarrollo económico de la región. Nociones modernas como “ofrecer educación superior y de postgrado de calidad, para formar profesionales completos y altamente competitivos”, se encontraron en el 72% de los casos del conjunto. Y puede decirse que en 6 o 7 de cada diez universidades latinoamericanas, se encuentran en su discursos de misión, nociones que muestran una preocupación con los estándares, la excelencia, la vinculación al mercado laboral y la competencia a nivel mundial, en donde frases como “formar profesionales que respondan a las necesidades de la sociedad globalizadora “ son frecuentes. El tema de la globalización, de la calidad competitiva, de “estar calificados” y acreditados, ¿Compromete las funciones sustantivas de la universidad?

Funciones sustantivas de la universidad.

Las funciones identificadas como sustantivas, fueron codificadas según su frecuencia y se muestran en la siguiente cuadro donde puede observarse lo que las universidades latinoamericanas privilegian en su discurso.

Cuadro 4: Funciones sustantivas de las IES Latinoamericanas identificadas en la misión institucional publicada en la página web (n=196)¹⁵

¹⁵ Estas cifras contestan a la pregunta ¿Cuál es la idea de misión de la universidad? y sorprende que privilegian el servicio y casi igual manera la de **investigación y generación del conocimiento**, antecediendo a la de **docencia** que denota quizás el *querer ser o lo socialmente deseable*, en la comunicación con el público, ya que en los países latinoamericanos el quehacer de muchas universidades, sobretodo privada: emergentes, no es la investigación.

3.3 Análisis de factores: Orientación presente y futura de las universidades latinoamericanas identificadas en el discurso de misión

Pero, ¿En dónde se pone el énfasis? ¿Hay similitudes? ¿Existen diferencias entre las universidades? A simple vista temas como la calidad o el desarrollar el potencial de los alumnos está presente en todos los discursos de misión , pero un análisis más detallado permite concluir que en los mensajes de misión hay diversas orientaciones. A fin de identificar estas tendencias es que se optó por realizar un análisis factorial a través de una rotación Varimax (suprimiendo valores menores a 0.40). Dicho análisis se logró realizar en 6 iteraciones. Asimismo se observaron comunalidades mayores a 0.50 que indica la existencia de un gran constructo en común. En este caso el constructo que se esperaba medir eran las concepciones de calidad. Se encontraron 5 factores (valores Eigen > 1) que en su conjunto explican el 60% de la varianza o variabilidad de concepciones sobre calidad. La multiplicidad de temáticas ha sido reagrupada en 5 dimensiones diferenciadas que permitirán apreciar con más claridad las respuestas a las preguntas de investigación del presente estudio. La siguiente cuadro muestra la agrupación de las temáticas y de las funciones sustantivas según la agrupación en factores:

Cuadro 5: Análisis factorial de las temáticas y funciones sustantivas (n=196)

Al agrupar los ítems que componen a los factores (en escala 0 como ausencia y 100 como presencia de todos los ítems) se identificaron las distintas orientaciones que una institución puede tener sobre su concepción particular *de universidad* contenida en el discurso de la misión. Así se sintetiza la direccionalidad u orientación en el mensaje de misión.

Cuadro 6: Cinco direccionalidades de la misión identificadas por el análisis factorial

La siguiente cuadro muestra la orientación del conjunto de universidades latinoamericanas –públicas o privadas. Posteriormente, se presentan los datos por país.

Cuadro 7: Distribución de las orientaciones según el tipo de gestión (n=196)

Definitivamente y como señala Claudio Rama (2007), las reformas universitarias se han orientado hacia la mercantilización a través de la gestión de la calidad en nuevos saberes y en currículos que preparen a un ser

humano más competitivo y acorde a los retos actuales. La orientación general del discurso analizado es hacia lo competitivo. Sin olvidar la orientación a la persona que quizás se traduce en formación ética y un aprender autónomo con las nuevas tecnologías. La actividad pedagógica (el rol del docente) sigue siendo importante aunque no se encuentra evidencia en los mensajes sobre su papel como facilitador de saberes. Hay pues tendencias que comparten los países como respuesta a demandas de la sociedad actual. Sin embargo, al realizar un análisis a detalle por gestión (pública o privada) se observa una clara diferencia estadísticamente significativa entre la importancia que concede en el discurso a la orientación de las IES hacia el desarrollo social en las públicas y la competitividad en el caso de las privadas. Importante también el énfasis en la calidad del conocimiento, su difusión y aplicación que hacen las públicas más que las privadas.

En la siguiente sección al comparar por país y al menos en el discurso de las IES, se confirma una diversidad entre las universidades. Se segmenta la orientación por país y por gestión pública y privada a fin de disertar una diversidad que confirma empíricamente la relación entre universidad y nación, al menos en el discurso de las IES.

Cuadro 8: Distribución de las orientaciones de Argentina por gestión

Como sugiere Marcela Mollis (2002), lo que se refleja aquí puede ser producto de la transición de un estado benefactor a un estado evaluador. El énfasis en la productividad y medición del conocimiento a través del número de publicaciones y artículos y la reducción en una orientación hacia la formación integral del joven que señala la autora, parece coincidir con lo codificado en el discurso de las universidades públicas argentinas. La cultura, dice Mollis (2002a), está subordinada a las reglas del mercado, lo que afecta la identidad universitaria cuando ésta (la identidad) se aleja del ideal del hombre sabio por el científico o por el profesional y especialista. Otra interesante observación sobre el contexto argentino es el que hace Mollis (2002b) sobre un mayor control de la actividad magisterial por parte del estado a través de mecanismos de evaluación y un énfasis excesivo en la calidad como “rendición de cuentas”. En el discurso de las IES privadas el énfasis está en la competitividad, en el sentido de tener estudiantes preparados para competir en un escenario global

Cuadro 9: Distribución de las orientaciones de Colombia por gestión

En el discurso de los académicos (Wilson y Ossa, 2002) que estudian las IES colombianas se encuentra presente un cambio del esquema corporativo y el esquema filosófico que reflejaba una concepción unitaria y de totalidad en el conocimiento (medieval) a una universidad moderna influenciada por los aires utilitaristas con dejes de Ilustración y del Positivismo. En la lectura del discurso se privilegia el profesionalismo y la (se pasó de la concepción napoleónica de escuelas y facultades y se pasó al modelo americano de departamentos). Exceptuando en la competitividad y el desarrollo social, la orientación de la mejora no es tan diferente entre las universidades de gestión pública y privada. Quizá porque la separación entre estado y religión en este país no hubo necesidad de ser tan tajante como en otras naciones. De hecho, algunas universidades colombianas conservan nombres religiosos en universidades públicas. Las instituciones públicas, como en los otros países analizados, son diferentes en tanto que privilegian su aspiración de impactar en el desarrollo social y comunitario del país.

Cuadro 10: Distribución de las orientaciones de Costa Rica por gestión

En el caso de Costa Rica, se evidencia una vez más la tendencia de las universidades latinoamericanas a crecer en cuanto al número de IES privadas. Tendencia no exenta de caos, con disparidades en la calidad académica, aunque den escape legítimo a la tensión de jóvenes que de otra manera no hubieran podido llegar a la educación superior. Al menos en cuanto al discurso de misión se refiere en esta pequeña muestra de 9 instituciones, puede deducirse que en Costa Rica hay una política de educación superior más cohesiva y orientada en ambos sectores al desarrollo social. Aunque se reporta la existencia de 4 públicas y 50 privadas y con una matrícula estudiantil del 52.5% en el sector privado (CSUCA, 2004), las carreras más numerosas y fuertes en ambos sectores son la Educación y la Historia.

Cuadro 11: Distribución de las orientaciones de Cuba por gestión

La historia de Cuba es distinta a la mayoría de los países latinoamericanos. El triunfo de la revolución marco un parte aguas en la historia de todos los ámbitos del país. La educación no fue la excepción. Como señala García (2002), la universidad sufrió cambios cualitativos al servir a los fines de renovación y desarrollo económico, político y moral revolucionarios y cuantitativos al dejar de ser centralizada en la capital y permitiendo la

expansión de la educación superior a todos los sectores sociales. Todo esto se evidencia en la orientación de la universidad. Por una parte el discurso orientado a la competitividad alude no sólo al individuo sino al colectivo y al mismo desarrollo científico promovido por las IES. Por otra parte resalta en el discurso una orientación hacia el desarrollo social, característico de la sociedad comunista. Asimismo resulta interesante el énfasis en la actividad pedagógica. En síntesis, el discurso oficial de las universidades cubanas es equilibrado entre todas las orientaciones aquí consideradas.

Cuadro 12: Distribución de las orientaciones de Chile por gestión

En las últimas décadas, la historia de la educación superior chilena se encontraba fuertemente influida por el contexto político-histórico del país. Siendo como Austin (1998) y Fernández y Fernández (2008) señalan, para la década de los 70 se dejó de financiar a la educación superior. Las universidades públicas tuvieron que crear medios de financiamiento y se permitió el “voucher” o transferencia de fondos directamente a los estudiantes para que ellos elijan la universidad. Asimismo se dieron facilidades para el surgimiento de universidades privadas. Reflejos de lo anterior, se observan en la gráfica: un énfasis en la orientación a la competitividad de las IES privadas (producto quizá de una necesidad de enfatizar la calidad educativa) y el desarrollo social de las IES públicas (en línea con la labor que cumple la universidad para con la nación-estado). Ambos sectores privilegian la actividad pedagógica -labor docente- en sus discursos de misión.

Cuadro 13: Distribución de las orientaciones de El Salvador por gestión

Pese a que el 72% de la matrícula del Salvador está en las universidades privadas, ambos sectores le dan un gran énfasis al desarrollo social en su discurso, quizá producto del conflicto armado que se vivió en los años 80. El marco legal obliga a las funciones sustantivas de docencia, investigación y proyección social y sorprende que en el discurso se descuide la actividad pedagógica en las IES públicas, que parece se están diluyendo.

Cuadro 14: Distribución de las orientaciones de México por gestión

Las IES en México han tenido grandes desafíos. Incertidumbre ante la explosión de IES privadas e irritación ante un nuevo marco de regularización y acreditación. La autonomía tan conquistada en la primera mitad del siglo XX

se percibe ahora intimidada por la internacionalización y la estandarización de indicadores de calidad. Lo anterior se aprecia claramente en las orientaciones graficadas. Las universidades privadas enfatizan la competitividad de sus programas, hablan de la calidad educativa, de la tecnología en las aulas, de la globalización y de la excelencia de la actividad pedagógica equiparables a las universidades públicas. Mientras tanto, las universidades públicas enfatizan tanto la labor para con el desarrollo social como en la tradición de la difusión y generación del conocimiento resistiéndose en el discurso de competitividad y de actividades y estrategias pedagógicas.

Cuadro 15: Distribución de las orientaciones de Perú por gestión

El caso de la educación superior peruana se encuentra permeada, en un primer momento, por la centralización de la educación en la Universidad “Mayor” de San Marcos y en las universidades “Menores” de Trujillo, Cusco y Arequipa hasta la fundación de la primera universidad privada (la Universidad Católica de Perú en 1917) (Elguera, 2009). Es decir, el gran debate se ciñe en la autonomía universitaria y en la posibilidad de la creación de nuevas instituciones. Así es como es posible explicar las orientaciones que se pueden observar. Reflejan en el discurso de misión, por una parte, el ánimo de la preservación, difusión y generación del conocimiento en las IES públicas –conservando las tradición escolástica universitaria- y por otra parte, el énfasis en la orientación pedagógica y la competitividad en las IES privadas peruanas al intentar posicionarse como instituciones de excelencia.

Cuadro 16: Distribución de las orientaciones de Venezuela por gestión

La revolución chavista se desliga de modelos neoliberales. A nivel del análisis de las misiones, puede decirse que tanto la educación pública como la privada tienen una misma orientación, en donde hay equilibrio y una direccionalidad hacia el desarrollo social. Ambos sectores enfatizan en su discurso la competitividad. Nos recuerda García, (2002) que cuando se vive la etapa de opulencia por el alza del petróleo, no se invirtió en las universidades del país sino en programas de becas para estudiar fuera del país. Difícil decir qué ha ocurrido en la realidad, con un mero estudio del discurso que simplemente señala intenciones.

4. Conclusión.

El análisis del discurso de la misión permite identificar la orientación o la idea de universidad que tienen las instituciones latinoamericanas, ya que éste es un mensaje planeado, institucional y oficial. Sin embargo, se advierte como veta de investigación el indagar si estas premisas afectan la planeación institucional. ¿Dónde se evidencia su influencia? ¿En el currículum real, en el currículum oculto, en la planeación didáctica, en lo administrativo, en la infraestructura, en la consecución de sus resultados? Estas son preguntas para futuros estudios. Esta investigación centrada en el análisis del discurso, si identifica la estrecha relación de las universidades con la sociedad a la que pertenecen. El postmodernismo y la globalización parecen inevitables. El discurso de la competitividad – exceptuando a México- ha permeado tanto a IES públicas como privadas. Temas de vinculación con el trabajo y la globalización –preocupaciones de nuestro tiempo, están presentes. Se confirma en este análisis lo expresado por Clark Kerr en 1963 que es la Historia la que sobretodo determina a las instituciones. Ahora más que nunca –leemos en el libro de este autor (2001) la institución universitaria responde - por convicción, conveniencia, o reticencia- a los deseos y exigencias de los grupos externos. Pero, en qué medida puede autodeterminarse. Es pues necesario preguntarse: ¿cómo orientarse y no ser simplemente una organización reactiva ante el entorno, sino una universidad crítica y autodeterminada?

Encontramos a partir del análisis de la misión en la WEB, que la mayoría de las IES hablan de funciones sustantivas : el formar al alumno, el construir una comunidad de conocimiento, el difundir la verdad y el retribuir a la sociedad, éstos son valores primordiales al menos en el discurso del grupo latinoamericano de universidades. Pero el análisis a detalle por país arrojó diferencias importantes: Las diferencias están sobre todo en el mayor o menor grado en que se incorporan preocupaciones de la sociedad. ¿Cómo articular la diversidad en la región, especialmente cuando existen nociones diferentes sobre la misión de la universidad? Si hay diferencias en el discurso ¿Cómo podríamos integrarnos como región, fortalecernos y unir fuerzas entorno a una educación inclusiva y de vanguardia en búsqueda permanente de la calidad y la equidad? ¿Nos conviene seguir el camino de Bolonia y regionalizarnos? Internamente, la misión es un vehículo eficaz comunicar direcciones, para focalizar y unir esfuerzos de todos los actores de una institución. Es quizás para algunos un ideal que por su complejidad no siempre se logra en su totalidad, pero que unifica y coordina los esfuerzos de una Institución de Educación

Superior. Su fuerza reside en la coherencia: ¿permea la misión las diferentes actividades universitarias? O ¿una cosa es el mensaje (casi publicitario) y otra la realidad? Aquí reside un predictor robusto de la consolidación y madurez de cualquier tipo de institución de educación superior que continuaremos estudiando.

Referencias:

- Albacht, P. (2002) *Educación Superior Privada*. Cesu-UNAM, México
- Altbach, P. (2007). “Centres and Peripheries Research Universities in Developing Countries” en *Higher Education Management and Policy*, Vol.19, No. 2.
- AMIPCI. (2010). Estadísticas de usuarios. < <http://www.amipci.org.mx/>> [Consulta: agosto de 2010].
- Austin, Robert (1998). *Élites, pobladores y educación superior en Chile, 1842-1952*. Chicago, Illinois: Latin America Studies Association.
- Ayers, D. (2005). “Neoliberal ideology in community college mission statements: A critical discourse analysis” en *The Review of Higher Education*, Vol. 28, No. 4, 527-549.
- Baptista, P. (2007). “La presentación de las IES en la vida cotidiana” en *Reencuentro*, Vol. 50, 106-116.
- Baptista P. y L. Medina Gual (2008). *Instituciones de Educación Superior Privada: Un estudio de las tipologías que clasifican al sector*. Premio FIMPES de investigación 2010.
- Baptista P. y L. Medina Gual (2009). *¿Quiénes somos y a dónde vamos? La misión institucional de IES hispanoamericanas*. X Congreso del Consejo Mexicano de Investigación Educativa. Septiembre. Veracruz, Ver.
- Barrón, C. y Marisa I. (2003). “Currículo y formación profesional” en Díaz Barriga, A. *La investigación curricular en México. La década de los noventa*. COMIE. 125-164.
- Bok, D. (2004). “Selling Out: Are Universities Turning into Corporate Enclaves?” en *Harvard University press*.

- Brunner, J.J. (2007) *Mercados universitarios: Los nuevos escenarios de la Educación Superior*. Informe final del proyecto FONDECYT no. 1050138. Santiago de Chile, marzo 2007
- Cabrera Beck, C (1978). *La Universidad, su régimen autonómico y laboral*. Tesis de licenciatura. Universidad Anáhuac-Escuela de Derecho. México D.F.
- Campagna, C. y Fernandez, T. (2007). “A comparative analysis of the vision and mission statements of international environmental organizations” en *White Horse Press*, Vol. 6, No. 3, 369-398.
- CIEES. (2010). *Manual de metodología general para la evaluación de programas educativos de posgrado*. México.
- Connel, I. y Galasinki, D. (1998). “Academic mission statements: An exercise in negotiation” en *Discourse & Society*, Vol. 9, No. 4, 457-479.
- CSUCA. (2004). *La educación superior en América central y proyecto Tuning*. 2009.
- De Garay, A. (2004). *Los actores desconocidos: una aproximación al conocimiento de los estudiantes*. Biblioteca de la Educación superior. ANUIES.
- De la Orden, A., Asencio, I., Carballo, R., Fernández, M. J., Fuentes, A., García, J. M., et al. (1997). “Desarrollo y Validación de un Modelo de Calidad Universitaria como Base para su Evaluación” en *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, Vol. 3.
- Díaz Barriga, A., Barrón, C., & Díaz Barriga, F. (2008). *Impacto de la evaluación en la educación superior mexicana: Un estudio en las universidades públicas estatales* (1ra ed.). D.F., México: Plaza y Valdés.
- Doucette, D. S., Richardson, R. C., Jr., y Fenske, R. H. (1985). “Defining institutional mission: Application of a research model” en *The Journal of Higher Education*, Vol. 56, No. 2, 189-205.
- Drucker, P. (2002). *Managing in the Next Society*. New York: St. Martin Press.
- Elguera, E. (2009). *Historia de la educación universitaria en el Perú*. Perú: Universia. <http://www.universia.edu.pe/_descargas/9/16/historiaEduUniv.pdf> [Consulta: julio de 2009].

- Estanek, S., James, M., y Norton, D. (2006). “Assessing catholic identity: A study of mission statements of catholic colleges and universities” en *Catholic Education*.
- Fernández, S. y Fernández, S. (2008). *La transformación del sistema de educación superior chileno*. Presentado en las XIV Jornadas de la Asociación de Economía de la Educación. <<http://www.pagina-aede.org/Oviedo/F3.pdf>> [Consulta: julio de 2009].
- Fresán Orozco M. (2003). *Rasgos invariantes de los doctorados de calidad*. México: Asociación Nacional de Instituciones de Educación Superior.
- Fuentes C. (2000). *Hacia la educación vitalicia*. Transcripción del discurso pronunciado por el escritor luego de recibir el doctorado honoris causa por la Universidad Veracruzana el viernes 20 de octubre del 2000 en la Unidad de Servicios Bibliotecarios y de información.
- García, C. (2002). *Educación superior en Venezuela en el contexto de una compleja transición política*. En Serie Universidad Contemporánea, Reformas en los Sistemas Nacionales de Educación Superior. Coruña, España: Netbiblo.
- García, J. (2002). *Reforma universitaria, sociedad y estado en Cuba*. En Serie Universidad Contemporánea, Reformas en los Sistemas Nacionales de Educación Superior. Coruña, España: Netbiblo.
- Gil Antón, M y F. Martell (2008). *La reconfiguración de la profesión académica: Un estudio en México de capital intelectual en las universidades*. Memorias in extenso. V Simposio Anáhuac de Investigación. Universidad Anahuac, México.
- Henry, N. (2002). *Acerca de la idea de universidad*. Tlalpan, México: Ediciones del Umbral.
- Kerr, C. (2001). *The Uses of the University*, Quinta edición. Cambridge: Harvard University Press.
- Lang, D. y Lopers, R. (1991). “The role of statements of institutional purpose” en “*Research in Higher Education*”, Vol. 32, 599-624.

- Leopardi, H. (2006). "Andrés Bello: razón, educación y política. Reflexiones acerca del ciudadano y la civilización" en *Letralia*, Venezuela, Vol. 139. <<http://www.letralia.com/139/ensayo01.htm>> [Consulta: julio de 2009].
- Levy, D. (1986). *Private Education, studies in choice and public policy*. Oxford University Press.
- López Seguera, F.
- Loredo, J. y Rigo, M. (2001). *La evaluación docente en un contexto universitario: una propuesta formativa y humanista*. En M. Rueda, F. Díaz Barriga (Coord.). *Evaluar para comprender y mejorar la docencia en la educación superior*. México, UAM-UNAM-UABJO.
- Martin, C. (2008). "La misión de la universidad en el siglo XXI: ¿torre de marfil, parque de diversión, oficina comercial o pensar lo impensable?" en *Revista Española de Documentación Científica*, Vol. 31, No. 2.
- McKelvie, B. D. (1986). "The university's statement of goals: An idea whose time has arrived" en *Higher Education*, Vol. 15, No. 1/2, 151-163.
- Meacham, J. (2008). "What's the Use of a Mission Statement?" en *Academe*, Jan/Feb2008, Vol. 94, No. 1.
- Miller, H. (1995). "Review: Misision and change, institutional mission and its application to the management of further and higher education" en *Higher Education*, Vol. 30, No. 3, 337-339.
- Mollis, M. (2002a). "La geopolítica de las reformas de la educación superior: el norte da créditos, el sur se "acredita"" en *Serie Universidad Contemporánea, Reformas en los Sistemas Nacionales de Educación Superior*. Coruña, España: Netbiblo.
- Mollis, M. (2002b). "Un breve diagnóstico de las universidades argentinas: identidades alteradas" en Mollis M. coord. *Las universidades en América Latina: ¿reformadas o alteradas?*. Buenos Aires: CLAcSO publicaciones, 203-217,
- Morphey, C. y Hartley, M. (2006). "Mission statements: A thematic analysis of rethoric across institutional type" en *The Journal of Higher Education*, Vol. 77, No. 3, 456-471.

- Muñoz Izquierdo, C., Núñez, M. A. y Silva Leyva, M.. (2004). *Desarrollo y heterogeneidad de las instituciones de educación superior particulares*. México: Colección biblioteca educación superior. ANUIES.
- Nostrand, H. (1945). “Review: Mission of the university by José Ortega y Gasset” en *Journal of Educational Sociology*, Vol. 19, No. 4, A Free Press for a Free World, 272.
- Ordorika, I. (1999). *Power, politics, and change in higher education: the case of the national autonomus university of Mexico*. Department of Education Stanford University.
- Ortega y Gasset, J. (1987). *La misión de la Universidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- Rama, C. (2007). *Las tendencias de la educación superior en América Latina*. <<http://www.slideshare.net/clauidiorama/las-tendencias-de-la-educacin-superior-en-amrica-latina>> [Consulta: julio de 2009].
- Reisz, R. (2005). “Romanian Private Higher Education Institutions: Mission Statements” en *International Higher Education*, Vol. 45, Winter, 12-13.
- Rodríguez Gómez, R. (2004). “La educación superior transnacional en México: El Caso Sylvan-Universidad Valle de México” en *Educ. Soc.*, Campinas, Vol. 25, No. 88, 1044-1068, <<http://www.cedes.unicamp.br>> [Consulta: julio 2010].
- Rodríguez Gómez, R. (2007). *Presente y futuro de la Universidad Trasnacional en México*. En Campus Milenio, agosto 9, 2007.
- Rubio, J. (200 libro planeación 2000-2006...ed SAUNIES.
- Rubio, J. (Julio de 2009). *Evaluación y planeación*. Seminario Doctoral, Temas Selectos De La Educación Superior, Universidad Anáhuac,
- Scott, J. (2006). “The mission of the university: Medieval to postmodern transformations” en *The Journal of Higher Education*, Vol. 77, No. 1.
- Sierra, J. (2004). *Discurso inaugural de la universidad nacional* (1ra ed.). D.F., México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Stallworth, L. (2008). “The mission statement: A corporate reporting tool with a past, present, and future” en *Journal of Business Communication*, Vol. 45, No. 2, 94-119.
- Swales, J. y Rogers, P. (1995). “How corporations project their corporate philosophy through mission statements” en *Discourse & Society*, Vol. 6, No. 2, 223-242.
- Veblen, T. (1918). *The higher learning in America: A memorandum on the conduct of Universities by business men*. < <http://www.unilib.org/ebooks/Veblen,%20Thorstein%20-%20The%20Higher%20Learning%20in%20America.%20A%20Memorandum%20on%20the%20Conduct%20of%20Universities%20by%20Business%20Men.pdf>> [Consulta: junio de 2009].
- UNESCO (1998). *Declaración mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: Visión y acción*. <http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm> [Consulta: julio de 2009].
- Webometrics (2009). *Ranking mundial de universidades*. Laboratorio de Cibermetría. CSIC
- Webstats (2008). *Estadísticas sobre el uso del internet*. <<http://webstats.motigo.com/>> [Consulta: agosto de 2008].
- Weiss, J. A. y Piderit, S. K. (1999). “The value of mission statements in public agencies” en *Journal of Public Administration Research and Theory: J-PART*, Vol. 9, No. 2, 193-223.
- Wilson, J. y Ossa, J. (2002). *Principales aspectos de la Universidad Colombiana en la década de los 80 y los 90*. En Serie Universidad Contemporánea, Reformas en los Sistemas Nacionales de Educación Superior. Coruña, España: Netbiblo.
- Zumeta, C. (1920). “Misiones laicas en América” en *Hispania*, Vol. 3, No. 3, 123-132.

Cuadros:

Cuadro 1: Distribución de los casos de la muestra por país

País	N= población de IES en “Web o metrics”	n= muestra por país	Porcentaje con respecto al total de universidades enlistadas
Argentina	105	17	16.19

Colombia	271	43	15.87
Costa Rica	42	8	19.05
Cuba	14	3	21.43
Chile	78	16	20.51
El Salvador	29	7	24.13
México	354	74	20.90
Perú	89	19	21.35
Venezuela	55	10	18.18
Total	1037	197	19.00

Cuadro 2: Distribución por tipo de institución de educación superior (n=196)

Tipología	Frecuencia	Porcentaje
Gestión Pública	80	
Pública federal/nacional	24	12.24
Pública estatal/regional	30	15.31
Pública tecnológica/politécnica	21	10.71
Pública centro de investigación	9	4.59
Gestión Privada	116	
Privada élite	47	23.98
Privada religiosa católica ¹⁶	33	16.84
Privada de absorción de la demanda	32	16.33

Cuadro 3: Temáticas identificadas en la misión institucional de las IES (n=196)

Temática identificadas	Porcentaje de IES que la mencionan (196= 100%)
Calidad educativa	84.2
Desarrollo del potencial humano	84.2
Pensamiento crítico y habilidades del pensamiento	78.6
Valores y ética	73.5
Competitividad	72.4
Globalización	67.3
Conocimiento: ciencia y tecnología	66.8
Discurso del emprendedor	53.1
Discurso político-social	51
Discurso económico	42.9

Cuadro 4: Funciones sustantivas de las IES Latinoamericanas identificadas en la misión institucional publicada en la página web (n=196)¹⁷

¹⁶ En la tipología de Levy (2002) este tipo de institución privada, aparece únicamente como “religiosa” o confesional (Albach, 2007). Sin embargo en la muestra, todas las instituciones religiosas se afirmaban católicas.

Funciones sustantivas	Porcentaje de IES que la mencionan (n=196)
Servicio a la comunidad , función expresada como la labor social de la universidad ante la comunidad y/o sociedad	84.2
Investigación-ciencia función expresada como generación del conocimiento	83.7
Docencia alusión a la docencia con el fin de formar científicos, profesionales, por medio de transmisión del conocimiento	75.5
Difusión del conocimiento comunicar el conocimiento en productos tales como libros, artículos, revistas, que se difundan en la sociedad o comunidad científica.	63.3
Patria, nación-estado Mención del progreso o formación de estudiantes para el desarrollo de una nación.	62.8

Cuadro 5: Análisis factorial de las temáticas y funciones sustantivas (n=196)

Temáticas	Factor				
Globalización	.813				
Competitividad	.711				
Discurso del <i>entrepreneur</i> , del emprendedor	.704				
Calidad educativa	.599				
Valores y ética		.692			
Desarrollo del potencial humano		.685			
Pensamiento crítico y habilidades del pensamiento		.544			
Discurso político-social			.744		
Discurso económico			.652		
Patria, nación-estado			.649		.447
Discurso del conocimiento: ciencia y tecnología				.676	
Investigación-ciencia				.654	
Difusión				.637	
Servicios a la comunidad				-.454	.462
Docencia					.809

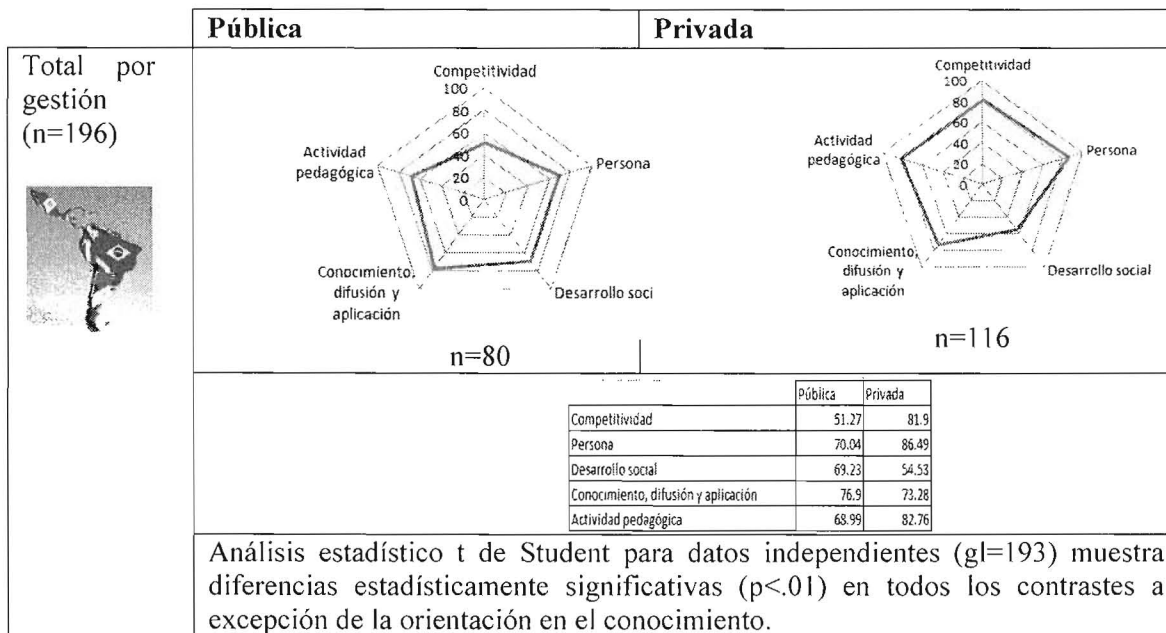
Cuadro 6: Cinco direccionalidades de la misión identificadas por el análisis factorial

Factor	Orientaciones del mensaje
1	Mensaje centrado en la competitividad
2	Mensaje centrado en la persona

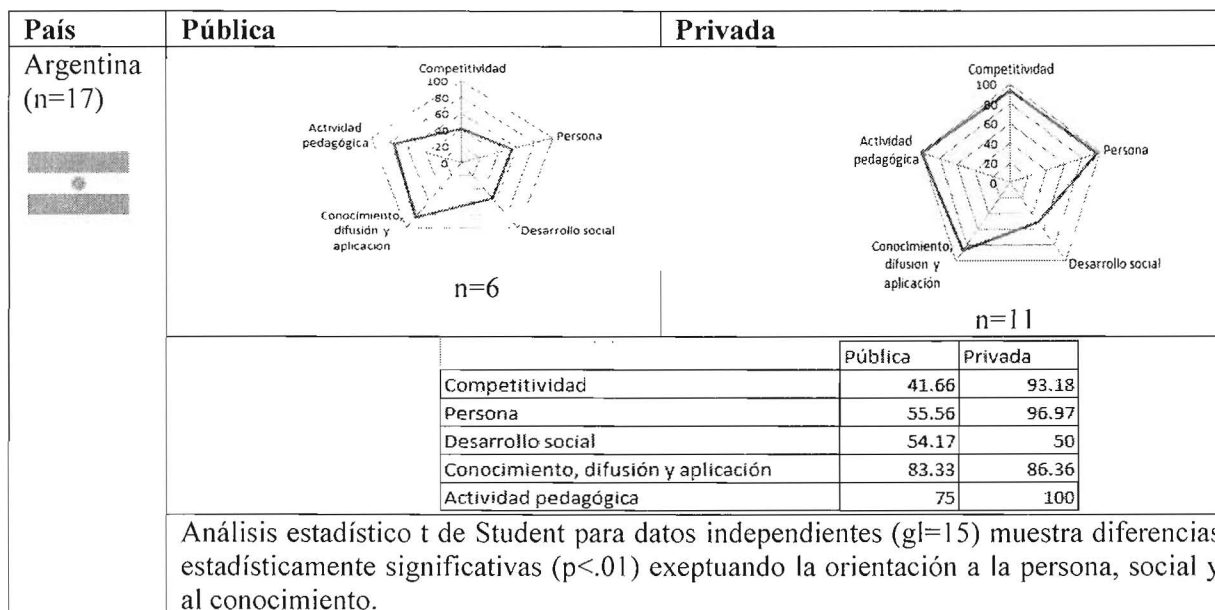
¹⁷ Estas cifras contestan a la pregunta ¿Cuál es la idea de misión de la universidad en las universidades? y sorprende que privilegian el servicio y casi igual manera la de **investigación y generación del conocimiento**, antecediendo a la de **docencia** que denota quizás el *querer ser o lo socialmente deseable*, en la comunicación con el público, ya que en los países latinoamericanos el quehacer de muchas universidades, sobretudo privada emergentes, no es la investigación.

3	Mensaje centrado en el desarrollo social
4	Mensaje centrado en el conocimiento, su difusión y aplicación
5	Mensaje centrado en la actividad pedagógica (todo el proceso del docente)

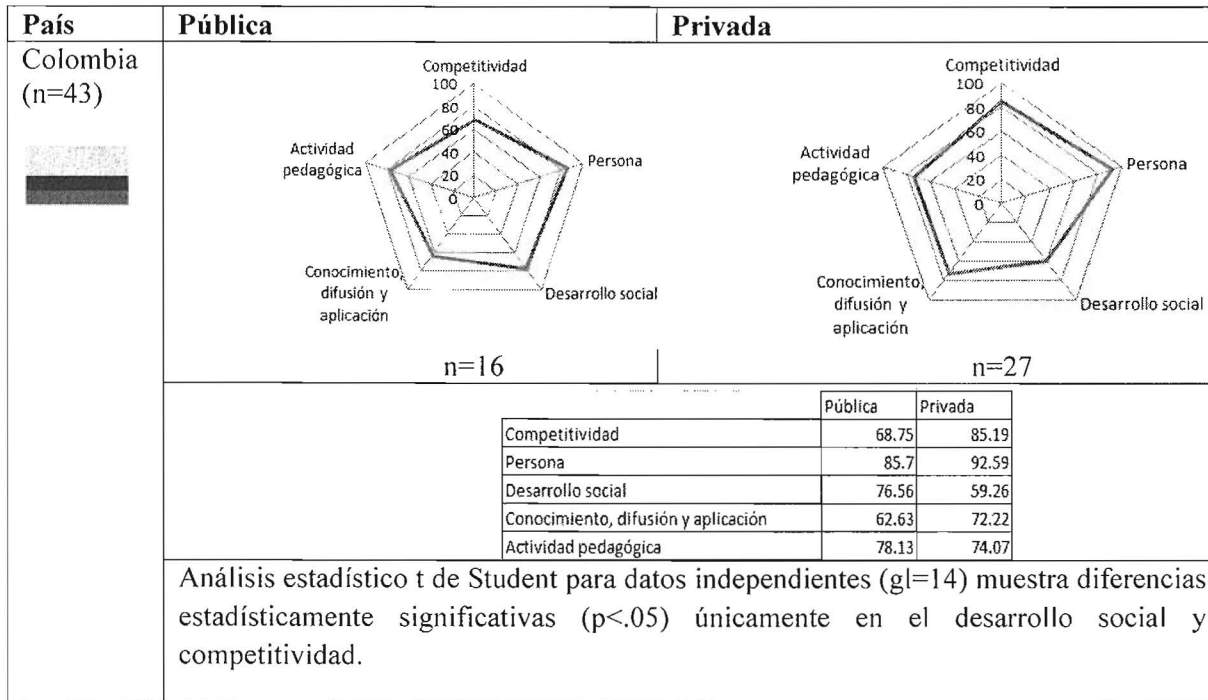
Cuadro 7: Distribución de las orientaciones según el tipo de gestión (n=196)



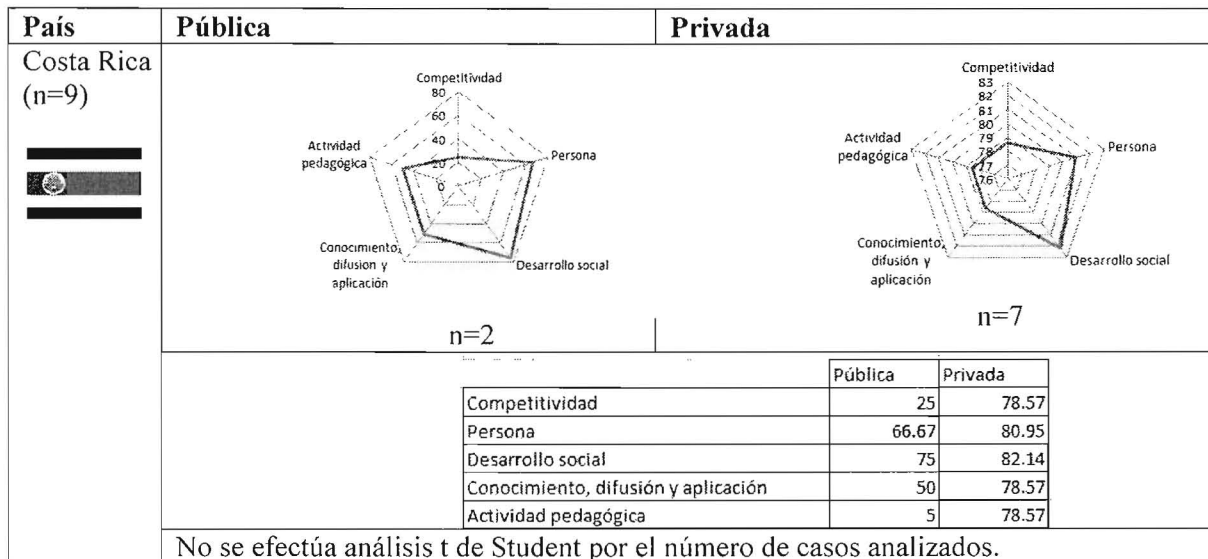
Cuadro 8: Distribución de las orientaciones de Argentina por gestión



Cuadro 9: Distribución de las orientaciones de Colombia por gestión

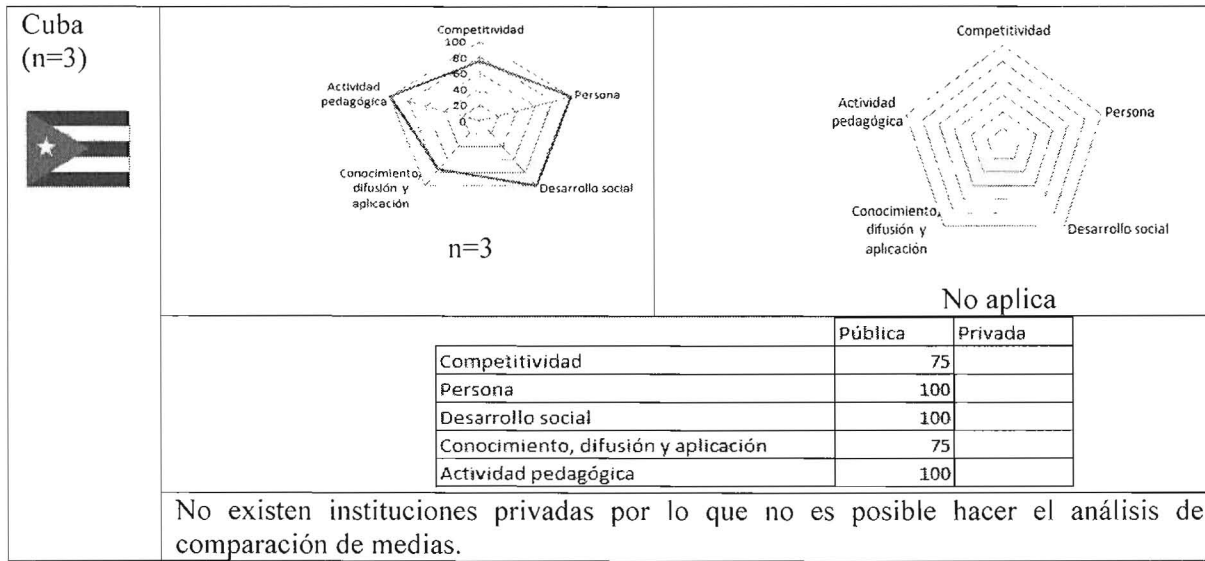


Cuadro 10: Distribución de las orientaciones de Costa Rica por gestión

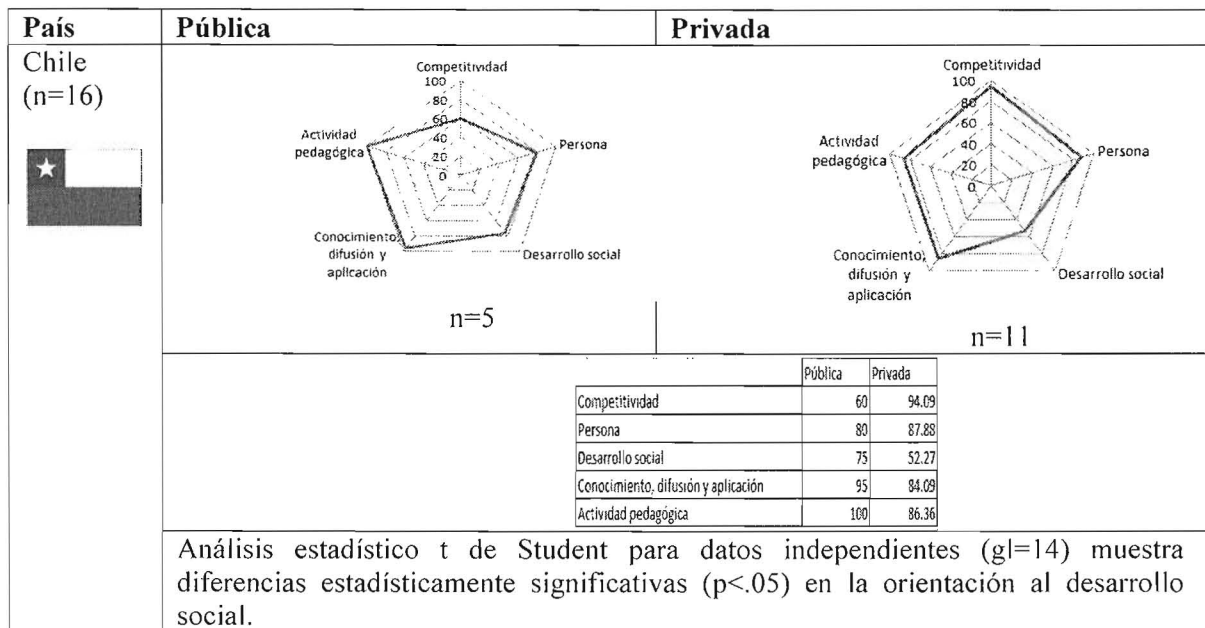


Cuadro 11: Distribución de las orientaciones de Cuba por gestión

País	Pública	Privada
------	---------	---------

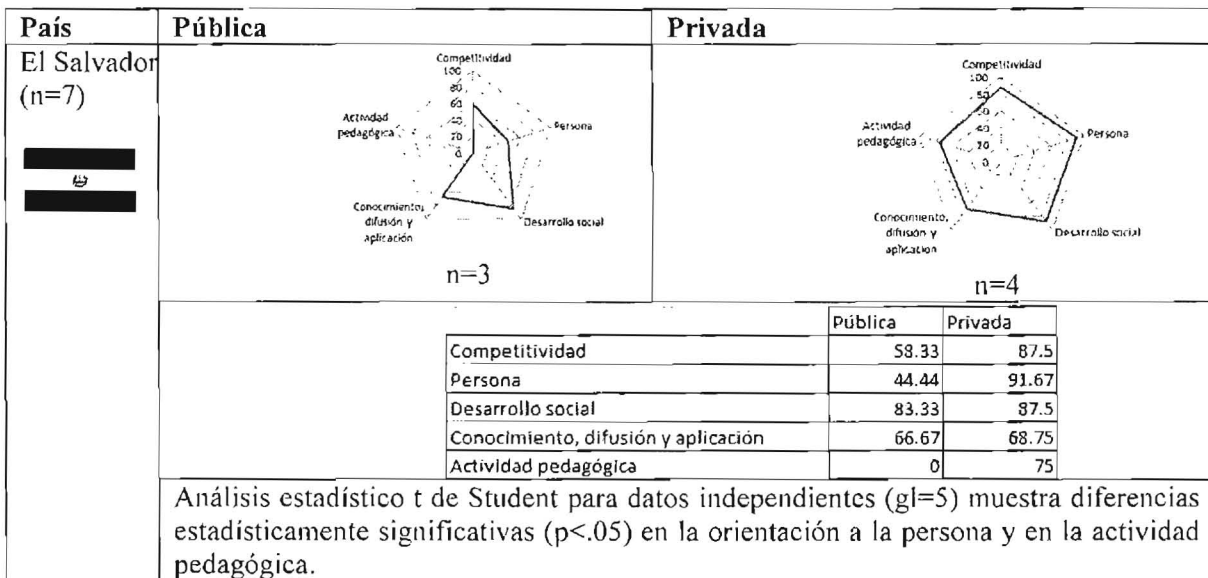


Cuadro 12: Distribución de las orientaciones de Chile por gestión

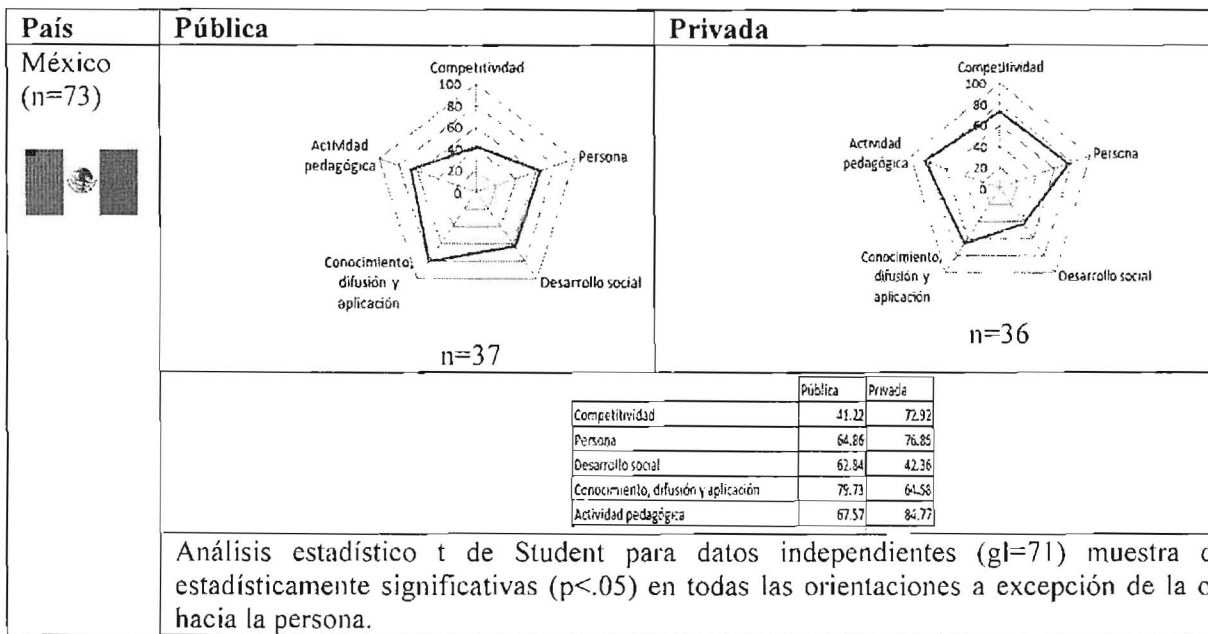


Cuadro 13: Distribución de las orientaciones de El Salvador por gestión

País	Pública	Privada
------	---------	---------

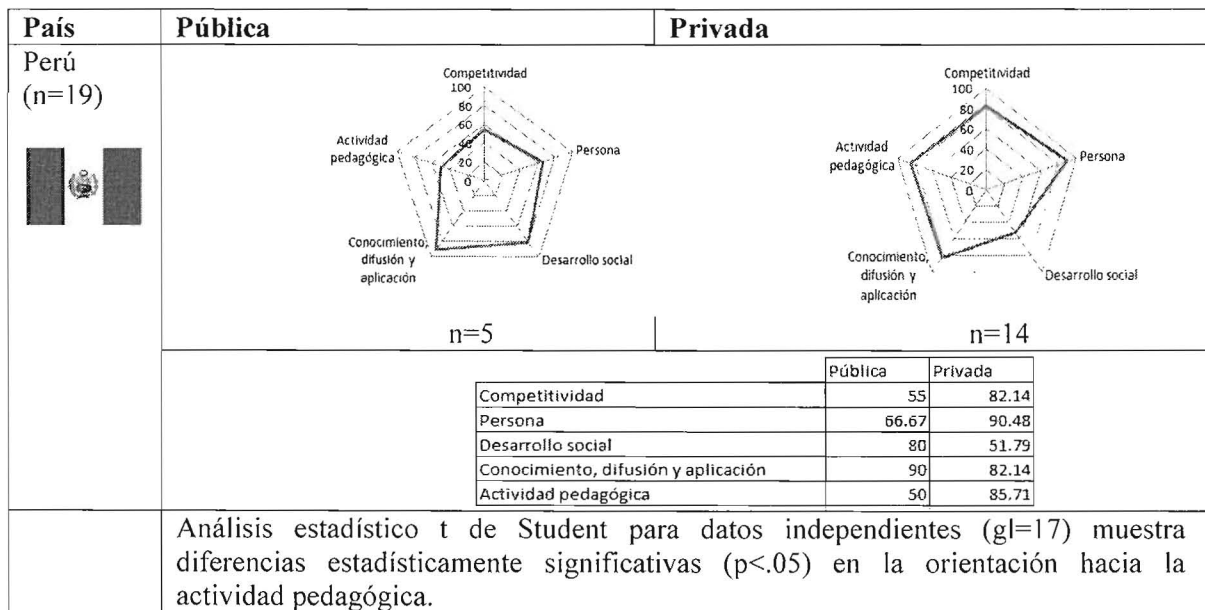


Cuadro 14: Distribución de las orientaciones de México por gestión



Cuadro 15: Distribución de las orientaciones de Perú por gestión

País	Pública	Privada
------	---------	---------



Cuadro 16: Distribución de las orientaciones de Venezuela por gestión

