



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

**LA MERCADOTECNIA COMO HERRAMIENTA PARA
POTENCIAR EL INTERÉS Y PARTICIPACIÓN DE LOS
ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS POR LAS
ACTIVIDADES CULTURALES Y ARTÍSTICAS
DE LA UNAM**

**DISEÑO DE UN PROYECTO
PARA UNA ORGANIZACIÓN
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTAN:

**GARCIA RIVADENEYRA AIDEÉ
GILES SERNA CARLOS
ORIA AYALA ERIKA**

**ASESOR:
L.A.E.C. J. CARLOS VARELA COTA**



MÉXICO, D. F.

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central

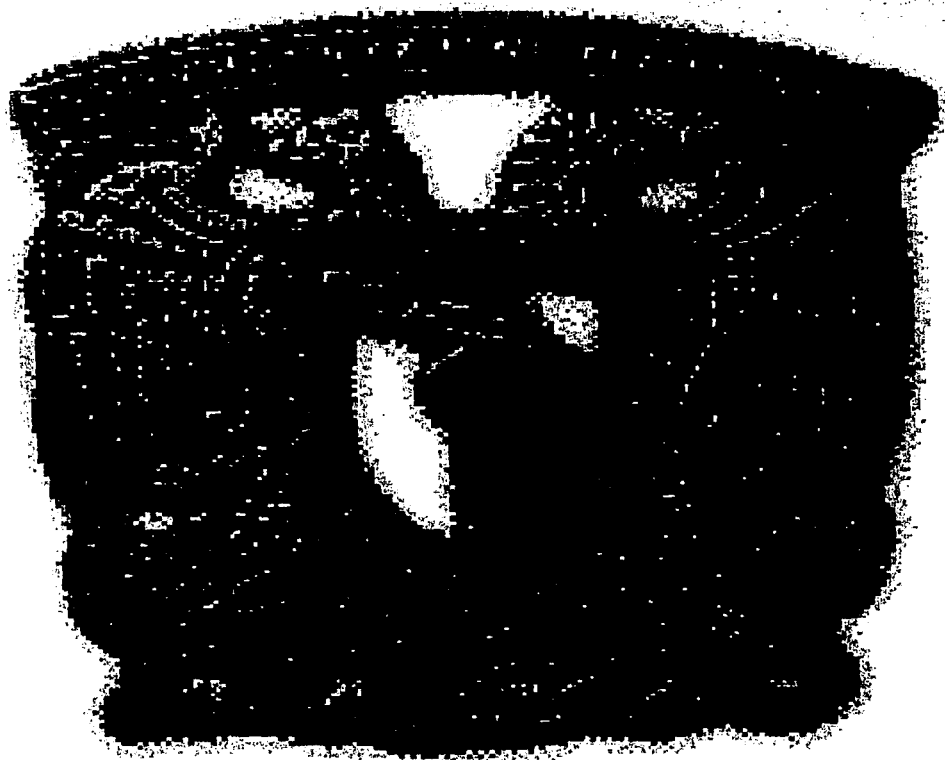


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



*Por mi raza hablará
el espíritu*

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México por otorgarnos el privilegio de ser universitarios. Gracias por brindarnos las herramientas necesarias para enfrentar retos futuros, ser mejores personas y servir con responsabilidad a la sociedad.

A la Facultad de Contaduría y Administración, que nos acogió durante el transcurso de nuestra formación profesional, a los profesores por compartir sus conocimientos y experiencias con nosotros.

Al Rector Dr. Juan Ramón de la Fuente, por el interés que demostró con la información que este proyecto proporciona, para mejorar los resultados de la difusión de la cultura y las artes en la Universidad.

A nuestro asesor, el L.A.E.C. J. Carlos Varela Cota por guiarnos en el desarrollo de este proyecto. Gracias por su entusiasmo, tiempo y dedicación, que nos sirvieron para la culminación de una etapa importante en nuestra vida universitaria.

A Carlos Varela Sansores por su valiosa colaboración, su dedicación y entusiasmo por este proyecto. Gracias por compartir tú experiencia con nosotros.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Aidee García Ruvalcaba

FECHA: 02-09-02

FIRMA: [Firma]

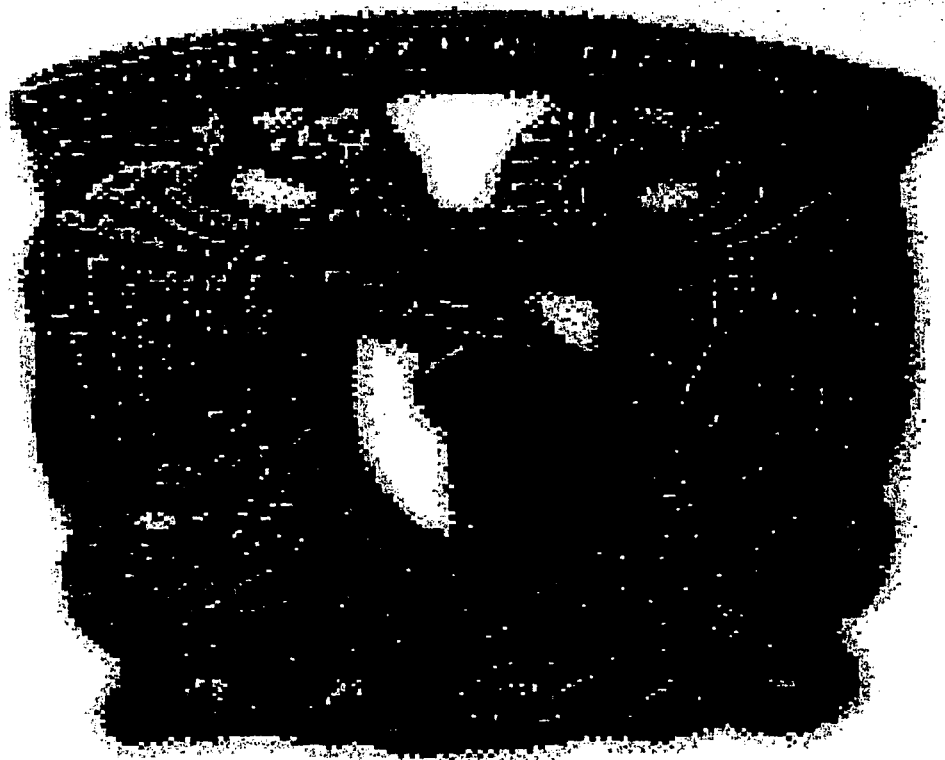
ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: _____

FECHA: _____

FIRMA: _____



*Por mi raza hablará
el espíritu*

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México por otorgarnos el privilegio de ser universitarios. Gracias por brindarnos las herramientas necesarias para enfrentar retos futuros, ser mejores personas y servir con responsabilidad a la sociedad.

A la Facultad de Contaduría y Administración, que nos acogió durante el transcurso de nuestra formación profesional, a los profesores por compartir sus conocimientos y experiencias con nosotros.

Al Rector Dr. Juan Ramón de la Fuente, por el interés que demostró con la información que este proyecto proporciona, para mejorar los resultados de la difusión de la cultura y las artes en la Universidad.

A nuestro asesor, el L.A.E.C. J. Carlos Varela Cota por guiarnos en el desarrollo de este proyecto. Gracias por su entusiasmo, tiempo y dedicación, que nos sirvieron para la culminación de una etapa importante en nuestra vida universitaria.

A Carlos Varela Sansores por su valiosa colaboración, su dedicación y entusiasmo por este proyecto. Gracias por compartir tu experiencia con nosotros.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Ardec García Ruaderyta

FECHA: 02-09-02

FIRMA: [Firma]

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a todas las personas que nos apoyaron brindándonos sus conocimientos y experiencias, para la realización de este proyecto:

*A Susana Bautista
Encargada de Visitas Guiadas en el Centro Cultural Universitario*

*A la Lic. María Teresa Quintana
Directora de Diseño Curricular de la Escuela Bancaria Comercial.*

*Al Lic. Roberto Sánchez Valencia
Director del Colegio de Arte de la Universidad del Claustro de Sor Juana*

*Al Ingeniero Luis Albarrán
Director General de SPSS.*

*Al Licenciado Francisco Figueroa
Secretario Técnico de la Coordinación de Difusión Cultural.*

Al Consejero de Difusión Cultural.

*Al Profesor Raúl Flores
Corrector de Estilo.*

DEDICATORIAS

A mis Padres:

Quienes me dieron la vida y creyeron en mí, me guiaron por el sendero de la vida, por estar junto a mí en mis triunfos y fracasos, por sembrar en mi corazón una esperanza más de vida.

A mis Hermanos:

Por estar siempre a mi lado, escucharme y alentarme, compartir mis penas y celebrar mis éxitos.

Salvador:

Por acompañarme en los momentos más difíciles, por darme la fortaleza de seguir adelante, por ayudarme cuando más necesite, por su amor y comprensión.

A mis amigos:

Erika y Carlos quienes con su entrega y dedicación permitieron que culmináramos juntos una etapa más en nuestra vida, por compartir conmigo momentos difíciles y de alegría, por enseñarme a compartir los frutos de la vida.

Pero sobre todo a DIOS por darme la luz y la esperanza cada día

Aideé

A DIOS

Por iluminar mi camino y darme la dicha de disfrutar de este momento.

A mis Padres Eva y Alfredo:

Me siento muy afortunada de ser su hija y quiero decirles que no existen palabras para expresar lo que su apoyo incondicional, su comprensión y sobre todo su amor, ha significado en cada una de mis metas. Gracias por alentarme, creer en mí y ayudarme a alcanzar uno de mis más grandes anhelos.

Los amo.

A mi Hermano J. Alfredo:

Por ser mi amigo, escucharme y por despertar en mí la inquietud de estudiar esta profesión.

A Daniel:

Por tu amor que complementa mi vida y motiva mis acciones. Gracias por compartir conmigo alegrías y tristezas.

A la Familia Oria y Familia Ayala:

Por su constante apoyo e interés por este proyecto y por mí.

A mis Compañeros y Amigos Carlos y Aideé:

Por ser cómplices en la realización de este proyecto, por su amistad y por todos los momentos agradables y difíciles que hemos compartido.

Erika

DEDICATORIAS

A DIOS:

Por guiarme hacia el bien y hacer que mis padres y mis seres queridos se sientan orgullosos de lo que he logrado.

A mis Padres:

Mi padre Jesús Giles Román,

Mi madre Ma. Concepción Serna Gómez,

Quiénes son las personas más importantes para mí y por los cuales siento un infinito amor y agradecimiento, por haberme dirigido hacia el camino de la educación y la superación personal, lo cual me ha significado el poder convertirme en un hombre exitoso, tanto en el plano personal como profesional.

Los agradezco, por no haber puesto atención a las críticas de personas negativas que no creían en mí, al contrario ustedes siempre estuvieron a mi lado dándome todo su cariño.

A Miriam:

Especialmente quiero agradecerte a ti Miriam, que en todo el tiempo que llevamos juntos, siempre me has dado tu amor incondicional, apoyo y paciencia cuando más lo he necesitado, en la elaboración de este proyecto, gracias mi amor. También quiero agradecerle a tu mamá y tu hermana por soportar todas las molestias que les ocasioné a lo largo del trabajo y decirles que las estimo mucho.

A mis familiares y Amigos:

Que siempre estuvieron ahí, dándome ánimos y esperanzas.

Señores Oria Ayala:

Gracias por todo el apoyo que nos brindaron, ya que fueron una parte importante en el desarrollo de este trabajo y disculpen todas las molestias que les causamos.

Son unas personas a las cuales aprecio mucho.

A mis Amigas y compañeras del Proyecto:

Aideé y Erika quiero agradecerles todo lo que significo estar tanto tiempo trabajando y conviviendo juntos, yo sólo puedo decirles que fueron una parte importante en mi vida, ya que en ustedes pude encontrar a unas excelentes personas, compañeras, pero sobre todo unas verdaderas amigas con las que puedo contar cuando lo requiera.

Gracias amigas.

Carlos



INDICE

INTRODUCCIÓN.....	13
I. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.1 Planteamiento del Problema	19
1.2 Hipótesis	20
1.2.1 Generales.....	20
1.2.2 Específicas.....	20
1.3 Objetivos.....	21
1.3.1 Objetivo Generales.....	21
1.3.2 Objetivos Específicos.....	21
1.4 Herramientas de Recopilación de Datos.....	22
1.4.1 Investigación Documental.....	23
1.4.2 Encuestas.....	23
1.4.3 Cuestionarios.....	23
2. LA UNAM: SU EVOLUCIÓN Y DESARROLLO	23
2.1 Fundamentos	25
2.2 Cronología Histórica	29
2.3 La UNAM en Cifras.....	52
3. LA CULTURA COMO VALOR INDISPENSABLE DE LA EDUCACIÓN ACTUAL	63
3.1 Concepto de Cultura.....	65
3.1.1 ¿Qué es Cultura?.....	65
3.1.2 ¿Qué importancia tienen la cultura y las artes?.....	67
3.2 Instituciones y Políticas Culturales	71
3.2.1 Instituciones Gubernamentales	71
3.2.2 Instituciones Académicas	75
3.3 Universalidad vs. Especialización, El Dilema de la Educación	77
3.4 Las Instituciones de Educación Media Superior y su papel en la Promoción, Fomento y Difusión de la Cultura y las Artes.....	80



4. LA UNAM Y SU VOCACIÓN CULTURAL	85
4.1 Idearios, Fundamentos y Políticas.....	87
4.2 Cronología Cultural.....	89
4.3 Infraestructura, Medios y Patrimonio Cultural.....	96
4.4 La Coordinación de Difusión Cultural UNAM.....	152
4.4.1 Antecedentes de la Coordinación	152
de Difusión Cultural UNAM	
4.4.2 Filosofía, Misión y Objetivos de Difusión Cultural	154
4.4.3 Estructura Actual.....	156
4.5 El Consejo de Difusión Cultural UNAM	160
5. LA MERCADOTECNÍA COMO VEHÍCULO DE PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y FOMENTO DE LA CULTURA Y LAS ARTES EN LA UNAM.....	161
5.1 Conceptos Generales.....	163
5.2 Estrategias de Difusión y Promoción	166
5.2.1 Medios de Difusión.....	167
5.3 Acciones y Estrategias de la Coordinación de Difusión Cultural UNAM	168
5.3.1 Antecedentes de Publicidad en las Labores Culturales y Artísticas en la UNAM.....	168
5.3.2 Estrategias Generales de Difusión y Promoción de la Coordinación de Difusión Cultural UNAM	169
5.3.3 Utilización de Medios y Canales de Difusión.....	171
5.3.4 Información Estadística.....	179
5.4 La Mercadotecnia Aplicada a la Cultura.....	184
5.4.1 Mercadotecnia cultural.....	184
5.4.2 Casos actuales de Mercadotecnia Cultural	185
6. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	
6.1 Metodología de la Investigación de Mercados.....	193
6.1.1 Objetivos.....	193
6.1.2 Determinación de la Muestra.....	194
6.1.3 Tamaño de la Muestra.....	195
6.1.4 Método de Muestreo.....	197
6.1.5 Localización de la Muestra.....	199
6.1.6 Elaboración de Cuestionarios.....	202
6.2 Análisis de Resultados.....	205
6.2.1 Tabulación.....	206
6.2.2 Gráficas.....	251
6.2.3 Matriz de Percepciones y Realidades.....	256
6.2.4 Comprobación de Hipótesis.....	259



7. PROPUESTAS	
7.1 Campaña Publicitaria.....	265
7.1.1 Fundamentos para la realización de una Campaña Publicitaria.....	265
7.1.2 Campaña Publicitaria.....	
7.1.2 Ejecución de Carteles.....	270
7.1.3 Ejecución de Radio.....	278
7.1.4 Ejecución de Televisión	279
7.2 La mercadotecnia como multiplicador estratégico y potenciador de la promoción, fomento y difusión de la cultura en la UNAM	281
7.3 Otras Propuestas.....	284
8. CONCLUSIONES	287
9. ANEXOS	290
Anexo 1: Entrevistas.....	295
Anexo 2: Cuestionarios.....	314
Anexo 3: SPSS	327
Anexo 4: Presupuestos Radio y T.V.....	330
Anexo 5: Otros Anexos	335
FUENTES DE CONSULTA	339



Introducción



INTRODUCCIÓN

La cultura y las artes son herramientas fundamentales para la formación de los Universitarios, que les brindan la oportunidad de desarrollarse e integrarse -de mejor manera- a la sociedad. La base de la educación, en cualquier Universidad, es la conjunción de ciencia, tecnología, humanidades y artes. De esta manera se busca formar profesionistas integrales y, sobre todo, más humanos.

Sin embargo, el interés de los Universitarios por estos elementos es mínimo y la cultura, como valor en los programas académicos de las Universidades, se ha olvidado y sólo se considera como pasatiempo para los estudiantes.

Por tal motivo, consideramos indispensable desarrollar un proyecto que sirva para fortalecer la importancia de la cultura y las artes en de la educación de los universitarios, buscando la aportación de nuevas propuestas, dirigidas sobre todo a la Coordinación de Difusión Cultural.

En primera instancia, presentaremos un panorama general de los antecedentes más relevantes de la historia de la Universidad, desde su origen hasta nuestros días, poniendo énfasis en las razones por las que la UNAM es considerada como la Máxima Casa de Estudios en nuestro país y en América Latina.

Posteriormente, destacaremos la importancia que tienen la cultura y el arte, como parte indispensable de la formación profesional que promueva una educación integral. Analizaremos los beneficios que se obtienen al involucrarse en la cultura y las artes, así como la labor de las instituciones encargadas de la promoción, fomento y difusión de las mismas.

A lo largo de su historia, la UNAM ha sido una institución promotora de la cultura y las artes, muestra de ello es la enorme infraestructura y el número de espacios con los que cuenta; sitios en los que se han presentado diversos eventos de talla nacional e internacional. La Coordinación de Difusión Cultural es la dependencia encargada de cumplir con el objetivo sustancial de difundir -entre la comunidad universitaria- los beneficios de la cultura, de la manera más amplia que sea posible. Por ello describiremos su estructura, organización y funcionamiento.

Más adelante se dará una conceptualización general de la mercadotecnia como herramienta fundamental para la promoción y difusión de los eventos culturales y artísticos, mencionando los medios más utilizados por la Coordinación de Difusión Cultural. Daremos ejemplo de cómo la mercadotecnia esta siendo utilizada actualmente por organizaciones culturales a nivel internacional.

Se llevará a cabo una investigación de mercado, con el fin de conocer los motivos y razones que originan la falta de interés de los universitarios por asistir a los eventos culturales y artísticos que organiza la UNAM. En el análisis se hará un comparativo, por áreas de estudio, para saber si los estudiantes de áreas no relacionadas a las humanidades y artes participan en dichas actividades.



Con base en los resultados obtenidos en la investigación de mercados, se propondrá una campaña publicitaria que permita despertar el interés y participación de la comunidad estudiantil universitaria en las actividades culturales y artísticas.

Sabemos que una campaña publicitaria no garantiza resultados concretos, si no es acompañada por un plan estratégico especialmente diseñada para la comunidad universitaria; por ello es necesario considerar otras propuestas que aporten mejoras continuas a las actividades desempeñadas por la Coordinación de Difusión Cultural.

Cabe señalar que la intención de este proyecto no es realizar una crítica al trabajo desempeñado por la Coordinación de Difusión Cultural, más bien se trata de brindar propuestas que sirvan para fortalecer el objetivo cultural de la UNAM.

La información recopilada y presentada en este trabajo pretende, así mismo, dar a conocer a la comunidad universitaria y a todo el lector del mismo, la grandeza cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Esperamos que esta investigación sirva como una propuesta alternativa, que ayude a la Coordinación de Difusión Cultural a establecer un vínculo entre los estudiantes universitarios y las actividades culturales, para que éstos se interesen en participar y encuentren en ello una forma de engrandecer su formación universitaria.



Capítulo I

*Metodología de la
Investigación*



I. I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para dar al lector una perspectiva más amplia de cómo nació la inquietud de realizar un proyecto, cuyo objetivo es incrementar el interés y la participación de la comunidad universitaria en las actividades culturales, es necesario plantear las razones que nos llevaron a escoger la problemática que proponemos resolver.

Habiendo sido estudiantes de la Universidad Autónoma de México, desde el nivel medio superior hasta licenciatura, nos sentimos -como muchísimos otros- poco atraídos por las acciones tendientes a propiciar el desarrollo intelectual y artístico que nos ha brindado nuestra casa de estudios.

Cabe señalar que, las pocas ocasiones en que acudimos a eventos culturales dentro de la UNAM, asistimos por la obligación de cumplir con tareas -derivadas de alguna actividad académica- encomendadas por profesores que las consideraban como parte fundamental de nuestra formación y desarrollo.

Aun cuando en la Facultad de Contaduría y Administración existen los medios para difundir las actividades culturales y artísticas que realiza la Universidad, por parte de la comunidad estudiantil no existe un interés real para considerar a la cultura como herramienta esencial de su formación profesional.

Debido a todo esto, y sabiendo que uno de los tres principales objetivos de la Universidad es extender los beneficios de la cultura, es que -desde la perspectiva de nuestra profesión- consideramos importante dar prioridad a las estrategias dirigidas a los Universitarios, para incrementar su interés, propiciar su participación, estimular la creación y ampliar el desarrollo cultural dentro de la UNAM.



I.2. HIPÓTESIS

El tipo de hipótesis que formularemos en nuestra investigación es "descriptiva o estadística que relaciona dos o más variables en forma de asociación, ya que la relación que se establece no es causal, debido a que las variables pueden ser causa y efecto a la vez"¹

I.2.1 Hipótesis General

Es necesaria una estrategia mercadológica efectiva, dirigida a la comunidad universitaria, para difundir y promover las actividades culturales y artísticas con objeto potenciar su interés y participación en las actividades culturales que ofrece la UNAM.

I.2.2 Hipótesis Específicas.

Para profundizar más nuestra hipótesis anterior, formularemos algunas hipótesis específicas o descriptivas que "involucran una sola variable, con el objeto de probar afirmaciones que señalen una característica o cualidad."²

- La comunidad universitaria considera importante la cultura y las artes independientemente del área de estudio en la que se encuentren.
- La comunidad universitaria conocen cuál es la oferta de la Coordinación de Difusión Cultural
- Un alto porcentaje de la comunidad universitaria no asiste a las actividades culturales y artísticas que ofrece la Universidad
- Los universitarios no consideran como parte fundamental de su formación el aspecto cultural y artístico.
- La comunidad estudiantil desconoce los beneficios que trae consigo el asistir a los eventos culturales y artísticos.
- La UNAM ha descuidado el aspecto cultural en la formación de sus profesionistas, aun cuando la cultura es uno de sus objetivos principales
- El mercado meta para la Coordinación de Difusión Cultural son sus estudiantes.
- Los medios empleados por la UNAM para difundir sus eventos no han logrado despertar el interés de la comunidad universitaria para asistir a tales eventos.
- Los estudiantes sólo acuden a los eventos que les proporciona en los diferentes foros con los que cuenta.
- Los estudiantes desconocen los medios y las publicaciones de la Coordinación de Difusión Cultural.

¹ Rojas Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales.

² *Ibidem*.



I.3 OBJETIVOS

El desarrollo de este proyecto tiene como finalidad los siguientes objetivos:

I.3.1 Objetivo General

Demostrar la necesidad de conformar una estrategia mercadológica efectiva, dirigida a la comunidad universitaria, para potenciar su interés y participación en las actividades culturales y artísticas que se ofrecen.

I.3.2 Objetivos Específicos.

1. Determinar las razones por las cuales los universitarios no asisten a los eventos culturales proporcionados por la UNAM.
2. Analizar el tipo de publicidad utilizado para la difusión de la cultura, dentro y fuera de las instalaciones universitarias.
3. Analizar los gustos y necesidades de los jóvenes universitarios en actividades culturales.
4. Conocer el papel que juega nuestra Máxima Casa de Estudios en la difusión Cultural.
5. Conocer los programas y objetivos de la Coordinación de Difusión Cultural, a fin de saber si las carencias detectadas en la materia, al interior de las diversas Facultades, se debe a limitantes de su operación o a sus propios objetivos y metas.
6. Dar a conocer a los universitarios alguno de los beneficios que obtendrán al asistir a las actividades culturales que ofrece la UNAM.



I.4 HERRAMIENTAS DE RECOPIACIÓN DE DATOS

I.4.1 Investigación Documental

Es recopilar información específica en registros realizados sobre papel, cintas magnetofónicas, películas, etc.

Las fuentes que utilizaremos en nuestra investigación son:

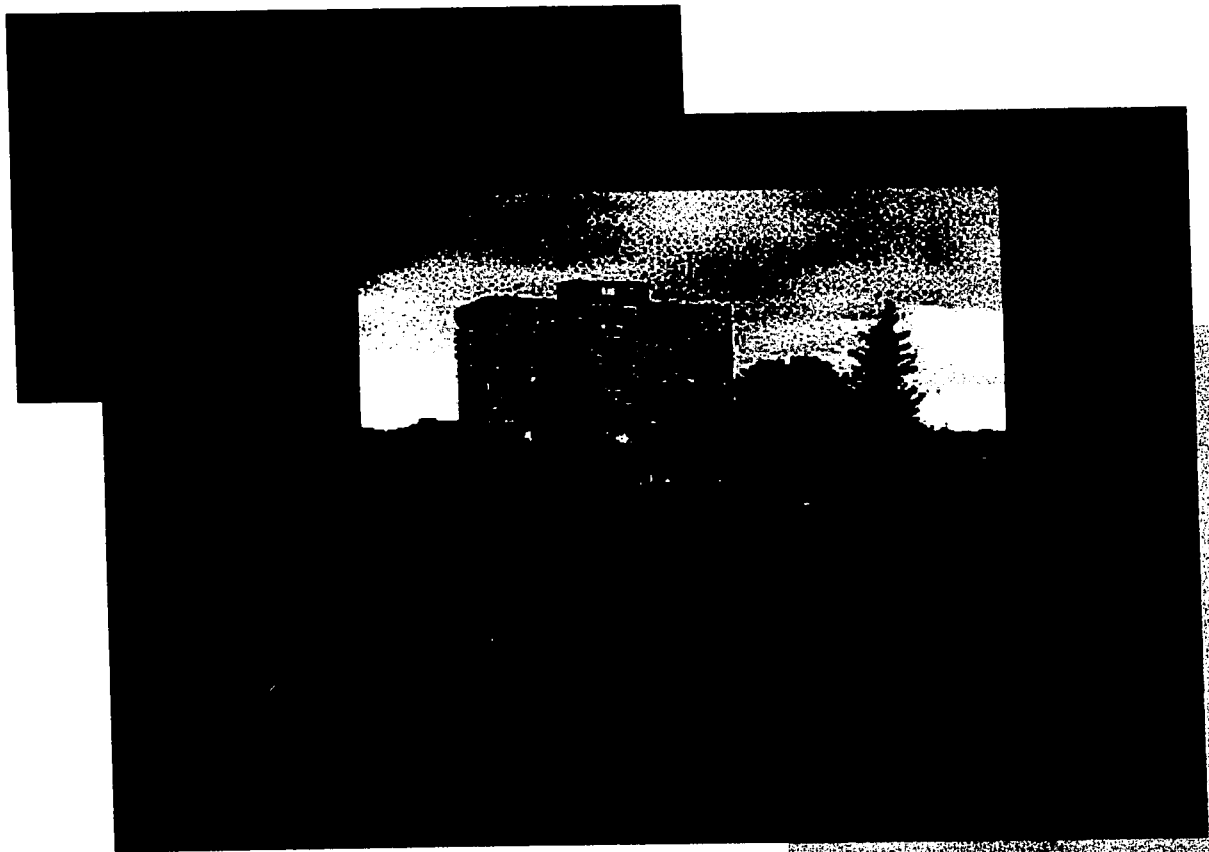
- Bibliotecas
- Hemerotecas
- Archivos

I.4.2 Encuesta

Es una técnica o instrumento para recopilar información. Puede ser interna o externa, se realiza basándose en cuestionarios con preguntas abiertas y/o cerradas.

I.4.3 Cuestionarios

Consisten en formas impresas utilizadas para recopilar datos. Esta técnica la utilizaremos en la Investigación de Mercados (ver Anexos, Cuestionario 3 y en el transcurso de la investigación para tener un panorama más completo acerca de la opinión de los partícipes en las actividades culturales y artísticas. (Anexos, Cuestionario 3)



Capítulo II

*La UNAM: Su
Evolución y Desarrollo*



"Por mi raza hablará el espíritu"

José Vasconcelos.

La UNAM es hoy una corporación institucional, nacional, pública y autónoma. Esta sección pretende mostrar cómo es que la Universidad ha conformado esta personalidad propia así como las bases en las cuáles se sustenta su labor facultativa y funcional.

2.1 FUNDAMENTOS

A lo largo de su historia la Universidad ha sufrido grandes transformaciones y también ha sabido preservar sus valores y principios fundamentales. De sus transformaciones más trascendentes destaca la que le permitió convertirse en una institución autónoma.

La idea de autonomía universitaria surge a partir de la autonomía científica planteada por José Sierra en 1881. Proponía el maestro Sierra la emancipación de la enseñanza secundaria y Superior del control directo del Estado, pero conservando éste la facultad de inspección. Su proyecto no prosperó entonces; sin embargo, estableció un precedente que permitió, años después, la refundación de la Universidad y la posibilidad de darle cierta independencia.

La Universidad Nacional de México fue concebida como un cuerpo docente cuyo objetivo sería realizar en sus elementos superiores la obra de la educación nacional, el 26 de mayo de 1910. Concurrieron en su formación, las Escuelas Nacionales Preparatorias, de Jurisprudencia, de Medicina, de Ingenieros, de Bellas Artes y de Altos Estudios.

Dos años después, al discutirse el presupuesto de ingresos en la Cámara de Diputados (1912), la Universidad, como en tantas otras ocasiones, fue objeto de duros ataques que cuestionaron su utilidad e incluso su existencia. Sin embargo, la Universidad se cristalizó como proyecto social al triunfo de la Revolución Mexicana.

Algunos años después, la Ley Orgánica de 1929 definió a la Universidad como una corporación pública con capacidad jurídica. Por primera vez, se reconoció la autonomía universitaria, aunque no en forma plena, ya que la Secretaría de Educación Pública contaba con un delegado en el consejo universitario, y el propio presidente de la República podía vetar las decisiones del Consejo. Así, se concebía a la Universidad como una institución del estado que debía defender a los ideales del mismo. No obstante, destacaba ya su carácter de institución pública.

En 1933, en medio del debate entre la libertad de cátedra –sustentada por Antonio Caso– y la educación socialista –planteada por Vicente Lombardo Toledano–, se expidió una nueva Ley Orgánica que extendió los alcances de la autonomía.



Fue realmente el Consejo Universitario, en Agosto de 1944, el que elaboró el proyecto de ley en el que quedarían plasmados el concepto de autonomía y la nueva conformación de la Universidad, consagrándose en el artículo 3º. De la Constitución Política en 1980; la autonomía universitaria no fue una concesión, sino el resultado de una larga lucha de numerosas generaciones de universitarios.

La propia Ley Orgánica de 1945 permitió, asimismo, definir expresamente el carácter nacional y público de la Universidad y establecer la obligación para el Estado de subsidiarla. A partir de dicha ley, aún vigente, se concibe la autonomía como la forma más alta de libertad de investigación y cátedra, puntos indispensables para la función misma de la Universidad.

La Ley Orgánica establece las bases de nuestro funcionamiento y enuncia los principios que deben regirnos:

1. Reconoce a la Universidad su carácter de corporación pública descentralizada del Gobierno dotada de plena capacidad jurídica;
2. Consagra la libertad de cátedra dentro del patrimonio de autonomía;
3. Distingue a las autoridades técnicas y legislativas de las ejecutivas, en una clara distribución de competencias, y
4. Reconoce a la Universidad como una comunidad cultural dedicada a la enseñanza y a la investigación.

Así mismo, define los tipos de autoridades que rigen a nuestra institución: La Junta de Gobierno, el Consejo Universitario, el Rector, el Patronato, los Directores de Facultades, Escuelas e Institutos y los Consejos Técnicos.

Este es el marco jurídico que tenemos hoy y dentro del cual hemos vivido por más de medio siglo. Si bien es cierto que la capacidad jurídica de la Universidad dimana de la Constitución y de nuestra Ley Orgánica, su autoridad en cambio es moral, y preservarla es asunto de todos los miembros de la comunidad universitaria.

Nuestra Ley Orgánica tiene características peculiares y su contenido fue concebido en el seno del propio Consejo Universitario con la participación de maestros y estudiantes. Al elaborarse se tomó en cuenta que la Universidad tiene por función crear hombres de ciencia, hombres de saber en toda la extensión de la palabra, y que para ello debe impartir sus enseñanzas y desarrollar sus investigaciones de acuerdo con el principio de libertad de cátedra e investigación.



**La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM**



Limitar la libertad de cátedra o de investigación sería incompatible con la esencia misma del pensar. Los fines académicos de la Universidad consisten en impartir enseñanza superior, organizar y promover la investigación y extender los beneficios de la cultura.

En el fondo, esa libertad no es más que el reconocimiento al derecho que tiene de permanecer abierta a todas las ideologías y a un proceso de crítica fundada, veraz y responsable que le permita fortalecer sus actividades docentes, científicas artísticas y culturales, así como su organización interna.

A la libertad académica de la Universidad se suman, el ejercicio de su autonomía, la libertad para definir sus formas de gobierno y las que se refieren a la administración de su patrimonio.

Nuestra máxima casa de estudios es nacional por su origen, por su historia y por su tradición, y por que a lo largo de su vida ha tenido una voluntad permanente y constante de servicio, sin distinción de credos, etnias, partidos o facciones.

IMAGEN UNIVERSITARIA

Parte fundamental de la Universidad Nacional Autónoma de México son los elementos que conforman su imagen y permiten que, tanto estudiantes universitarios como la sociedad en general, se sientan identificados hacia la Máxima Casa de Estudios.

ESCUDO

Durante su rectorado, José Vasconcelos dotó a la Universidad de su actual escudo en el cual el águila mexicana y el cóndor andino, cual ave bicéfala, protegen el despliegue del mapa de América Latina, desde la frontera norte de México hasta el Cabo de Hornos, plasmando la unificación de los iberoamericanos: "Nuestro continente nuevo y antiguo, predestinado a contener una raza cósmica, en la cual fundirán las diásporas y se consumará la unidad".

LEMA

El lema que anima la Universidad Nacional, *Por mi raza hablará el espíritu*, revela la vocación humanística con la que fue concebida.



El autor de esta célebre frase, José Vasconcelos, asumió la rectoría en 1920, en una época en que las esperanzas de la Revolución aún estaban vivas, había una gran fe en la Patria y el ánimo redentor se extendía en el ambiente. Se "significa en este lema la convicción de que la raza nuestra elaborará una cultura de tendencias nuevas, de esencia espiritual y libérrima", explicó el "Maestro de América" al presentar la propuesta. Más tarde, precisaría: "imaginé así el escudo universitario que presenté al Consejo, toscamente y con una leyenda: Por mi raza hablará el espíritu, pretendiendo significar que despertábamos de una larga noche de opresión".

PUMA

Es el logotipo del deporte universitario y constituye un ejemplo de solución sencilla y funcional a un problema complejo de representación gráfica. EL PUMA reúne en una sola expresión de los elementos contradictorios, como son la U, que es una forma geométrica abstracta, un signo, con la cara del puma, que es una forma figurativa, aunque estilizada.

Manuel Andrade Rodríguez, apodado "El pajarito Andrade" fue el creador del PUMA. Así, el símbolo del deporte de la UNAM constituyó una forma constante, que pudiera ser retenida por la gente, que fuera moderna y que se pudiera reproducir con facilidad. EL PUMA tiene los elementos aleatorios que son los colores azul y oro, que representan al deporte universitario y el puma mismo, que convenía estilizar e integrar en una síntesis donde estuviera representada también la UNAM.



2.2 CRONOLOGÍA HISTÓRICA

Por su historia secular, por su señalada presencia a lo largo y ancho del territorio nacional más allá de las fronteras, por la insospechada riqueza de sus múltiples acervos, por la formación de sus profesionales que han constituido este país y sobre todo en el conocimiento y difusión de la ciencia, es importante para este proyecto dar un amplio panorama de lo que ha significado la UNAM para México en las últimas décadas. Esta Cronología comienza a partir de que la Universidad es reconocida como Universidad Nacional de México. Cabe mencionar, que los aspectos culturales más relevantes de la Universidad serán tratados más adelante.

Hace 450 años que, por disposición de la Corona Española, la universidad quedó establecida en México.

"La Universidad entonces fue una suerte de injerto de la cultura occidental en el tronco indígena de espíritu mexicano"¹

Gran parte de nuestro siglo XIX transcurrió entre luchas intestinas y asaltos extranjeros. En tales circunstancias la universidad tuvo que vacilar y aun desaparecer, así fuera nominalmente. Consolidada la República cerrada la universidad, la educación y la cultura quedaron encomendadas a las Escuelas Nacionales; en ellas ampliamente, siguió efectuándose la vida universitaria.

En 1910 se agita de nuevo nuestro país entre necesidades y esperanzas seculares: democracia, justicia social, igualdad en la libertad. Dos causas se inspiran en esos mismos ideales y se alzan para convertirlos en realidad; una con las armas de la guerra; otra con las armas cureolares de la educación. Así se gestan la revolución mexicana y la Universidad Nacional de México.

Allí se inicia el México que ahora vivimos; comienza entonces la última historia de la universidad, con sus permanentes luchas por consumarse como fuente del pensamiento libertario y conciencia crítica de la Nación.

1910

Los antecedentes inmediatos de la universidad mexicana moderna datan del proyecto presentado por Justo Sierra en la Cámara de Diputados el 11 de febrero de 1881.

Maestro Justo Sierra presentó de nuevo su proyecto en la apertura del Consejo Superior de Educación Pública, el 13 de abril de 1902, y lo reiteró tres años más tarde ante el mismo organismo. En el año de 1905 la idea adquirió mayor fuerza, a partir del momento en que la Secretaría de Instrucción Pública fue una realidad al quedar escindida de la antigua Secretaría de Justicia. Sierra pasó de subsecretario a titular de la recién creada dependencia del Poder Ejecutivo. El 30 de marzo de 1907, dentro del marco de las fiestas en que se celebraría el primer centenario de la Independencia, anunció que el presidente de la

¹ Juan Ramón de la Fuente. Discurso pronunciado en el 450 Aniversario de la UNAM.



República estaba de acuerdo con la apertura de la Universidad Nacional. Para que el proyecto fuera realidad, la Secretaría envió al pedagogo Ezequiel A. Chávez a Europa y a los Estados Unidos, en tres ocasiones, "para que analizara el funcionamiento de varias universidades". De los estudios llevados a cabo por Chávez surgió el proyecto definitivo de la Universidad Nacional de México.

La nueva institución estaría constituida por las Escuelas Nacional Preparatoria, de Jurisprudencia, de Medicina, de Ingenieros, de Bellas Artes --en lo concerniente a la enseñanza de la arquitectura-- y de Altos Estudios. Por fin, después de aprobado el proyecto, el 22 de septiembre tuvo lugar la inauguración solemne de la Universidad Nacional de México. Por su colaboración con la Universidad Nacional la polémica entre Caso y Aragón permitió el análisis de los argumentos de una y otra posiciones en torno a la educación superior.

1911

La joven Universidad vivió sus primeros días en medio del estallido de la Revolución. Poco a poco, la crisis política provocada por el levantamiento de Francisco I. Madero incidió en la Universidad, ya que en el mes de marzo Porfirio Díaz pidió la renuncia a casi todo su gabinete --con la excepción del secretario de Hacienda, Limantour y ello incluyó a don Justo y a su fiel colaborador, Ezequiel A. Chávez, quien fungía como subsecretario. Sierra fue sustituido por el licenciado Jorge Vera Estañol. Con el arribo del nuevo presidente, Francisco León de la Barra, el doctor Francisco Vázquez Gómez ocupó la cartera de Instrucción Pública.

1912

El vicepresidente José María Pino Suárez se hizo cargo de la Secretaría de Instrucción Pública. El licenciado Luis Cabrera, era a la sazón director de la Escuela de Jurisprudencia, cuando su estudiantado declaró una huelga como protesta por los métodos de evaluación introducidos por él. Para el 3 de julio, los estudiantes o al menos una gran parte de ellos, decidieron abandonar la Universidad para formar un nuevo plantel, la Escuela Libre de Derecho. El 15 de julio fue reabierta la Escuela de Jurisprudencia, mismo día en el que moría Don Justo Sierra, impulsor de la Universidad.

1913

El 30 de agosto se expidió el Reglamento Provisional para la Organización Disciplinaria Militar de la Escuela Nacional Preparatoria.

El director sería entonces coronel y comandante general; el secretario, teniente coronel, y así en orden descendiente. Los profesores estarían considerados como capitanes primeros y los empleados de la biblioteca, subtenientes. Los alumnos serían clases y soldados. En otros ámbitos, a fines de ese año, el Consultorio Nacional de Enseñanza Dental se convirtió en Escuela Odontológica Nacional. Don Ezequiel A. Chávez fue nombrado rector de la Universidad, el 1 de diciembre.

1914

Bajo el régimen constitucionalista, el 30 de septiembre se publicó el decreto que reformó la Ley de la Universidad Nacional. Félix F. Palavicini, titular de Instrucción Pública, redactó un proyecto de ley para dar autonomía a la Universidad. Un grupo de profesores,



entre los que destacaron Ezequiel A. Chávez, Antonio Caso, Alberto Vázquez del Mercado, Genaro Fernández Mac Grégor, Manuel Gamio y Manuel Toussaint, aprobaron dicho proyecto. El ingeniero Valentín Gama era rector de la Universidad. En diciembre, tanto la Biblioteca Nacional como la Escuela Nacional Odontológica se incorporaron a la Universidad.

1915

Con respecto a la Universidad, conviene señalar la publicación del proyecto de ley que declaró la autonomía universitaria, firmado por Venustiano Carranza. Fungía como rector el licenciado José Natividad Macías.

1916

Por lo que toca a la Universidad Nacional, una disposición oficial estableció que la enseñanza que se impartiera en ella dejara de ser gratuita.

El 23 de septiembre se desprendió la Escuela de Veterinaria quien dependía de la Secretaría del ramo.

1917

El 22 de septiembre tomó posesión Miguel E. Schultz como rector interino de la Universidad. El rector de la Universidad Nacional de México sería, a la vez, titular del Departamento Universitario y de Bellas Artes, dependiente en forma directa del presidente de la República.

El licenciado José Natividad Macías, quien fuera diputado constituyente, fue designado nuevamente como rector de la Universidad por el presidente Carranza.

1918

Se da en la Universidad, la aceptación de la Preparatoria Libre, en la Escuela de Altos Estudios, que llegó a recibir cerca de 500 estudiantes.

1920

Vasconcelos es elegido rector y en su discurso inaugural expresó "En estos momentos yo no vengo a trabajar por la Universidad, sino a pedir a la Universidad que trabaje por el pueblo "Si bien su esfuerzo mayor, des de la Universidad, fue plantear la federalización de la enseñanza como paso previo a la creación de una Secretaría de Educación Pública, su presencia como rector de la Universidad dejó huellas imborrables, tales como la reintegración de la Escuela Nacional Preparatoria a la Universidad, el arranque de la campaña nacional contra el analfabetismo y la incorporación de las mujeres a ella, las instrucciones sobre aseo personal e higiene y la exención de pagos a los alumnos pobres.

1921

De este año data una de las iniciativas vasconcelistas que más ha perdurado: la ley que establece el escudo y el lema de la institución, "Por mi raza hablará el espíritu", junto con la imagen del águila y el cóndor que rodean el mapa que representa a la América Latina, desde la frontera norte de México hasta el Cabo de Hornos. También de este año data el proyecto de ediciones que continuaría la Secretaría de Educación.



Se inició la decoración mural del edificio de la Escuela Nacional Preparatoria con trabajos de Diego Rivera, José Clemente Orozco, Fernando Leal y Jean Charlot.

El 10 de Octubre Vasconcelos tomó posesión del cargo de Secretario de Educación. Como Rector de la Universidad fue nombrado Antonio Caso, tras un breve interinato del Secretario Mariano Silva y Aceves.

1922

Al no aceptar el ingeniero Sotero Prieto, destacado profesor de matemáticas, la dirección de la Escuela Nacional Preparatoria, surgió una crisis en virtud de que el propio Vasconcelos se auto nombró director de la Escuela. El rector Caso consideró esta acción como una anomalía y presentó su renuncia, que no le fue aceptada.

1923

El estudiante de Jurisprudencia, Luis Rubio Siliceo, presentó a la Federación de Estudiantes de México, un proyecto de ley para establecer la autonomía de la Universidad. Este proyecto contaría en septiembre con el apoyo de 96 diputados, encabezados por el doctor Pedro de Alba. Se creó el plantel 2 de la Escuela Nacional Preparatoria.

1924

Vasconcelos presentó su renuncia a principios d el año, pero le fue aceptada hasta el 2 de julio. Sucedió a Vasconcelos el doctor Bernardo J. Gastélum, quien solicitó al rector Ezequiel A. Chávez un proyecto de ley para decretar la autonomía, pero no prosperó. El 1 de octubre, la antigua Escuela de Altos Estudios se dividió en Facultad de Filosofía y Letras, Normal Superior y Facultad de Graduados; la sección de Ciencias Exactas formó parte de Filosofía y Letras. El 1 de diciembre asumió la presidencia de la República el general Plutarco Elías Calles, quien nombró secretario de Educación Pública a José Manuel Puig Cassauranc. La rectoría de la Universidad fue ocupada por el doctor Alfonso Pruneda.

1925

El 30 de enero fue leído en el Consejo Universitario el decreto del ex presidente Obregón que establecía la Facultad de Filosofía y Letras y la Escuela Normal Superior, así como el que cambiaba el nombre de la Facultad de Ciencias Químicas por el de Facultad de Química y Farmacia.

1926

Fue aprobado el Reglamento de las Bibliotecas Universitarias, en la Universidad.

1927

Se circularon opiniones en torno a la posible autonomía de la Institución.

1928

La Cámara de Senadores conoció el proyecto de Ley elaborado por la Liga Nacional de Estudiantes, pero no fue discutido. Los arquitectos Mauricio Campos y Marcial Gutiérrez Camarena presentaron como tesis profesional un proyecto de construcción de una ciudad universitaria, la cual estaría ubicada en Huipulco. Posteriormente fueron adquiridos unos terrenos en Lomas de Sótelo para construir en ellos un conjunto habitacional para los



profesores universitarios, pero el proyecto no prosperó. El 1 de diciembre. Fueron nombrados secretario de Educación el licenciado Ezequiel Padilla y rector de la Universidad el licenciado Antonio Castro Leal.

1929

En el ámbito universitario, el 27 de febrero se expidió un reglamento de reconocimientos trimestrales. Dos meses después, el rector Antonio Castro Leal declaró que era necesario fijar un sistema adecuado para la estimación del aprovechamiento de los alumnos de las diferentes escuelas, especialmente dirigido a los de Derecho y Ciencias Sociales. El director de Jurisprudencia, Narciso Bassols, anunció un nuevo sistema de reconocimientos para evaluar a los alumnos. Esto propició fuertes protestas estudiantiles. El 4 de mayo los estudiantes de Leyes celebraron una asamblea general y nombraron un comité provisional de huelga para que tratara de resolver el conflicto con el secretario de Educación, Ezequiel Padilla. De no llegar a acuerdos, estallarían la huelga el día 12. La rectoría anunció que, de tener lugar esa acción, clausuraría la Escuela de Jurisprudencia. Los estudiantes no pudieron dialogar con el rector, sólo lo hicieron con el secretario general, Daniel Cosío Villegas. El 5 de mayo declararon la huelga. El director Bassols amenazó con expulsar a los dirigentes. En virtud de la huelga y del apoyo que comenzaron a recibir los de Leyes, el propio presidente Portes Gil y el rector Castro Leal anunciaron la clausura de la Escuela y plantearon clausurar también las escuelas que secundaran el movimiento.

Existieron desórdenes en las escuelas y manifestaciones con brotes de violencia. Para garantizar un lugar de reunión, el rector puso a disposición de los estudiantes el anfiteatro de la Preparatoria. Esto sucedió el 8 de mayo. Los estudiantes acordaron enviar al presidente un documento que explicaba las causas de la huelga y que proponía un arbitraje del conflicto. Al día siguiente, la Confederación Nacional de Estudiantes, presidida por Alejandro Gómez Arias, pidió a sus federaciones apoyar el movimiento estudiantil. Se designó un comité de huelga integrado, entre otros, por Gómez Arias, Salvador Azuela, Carlos Zapata Vela y Ricardo García Villalobos. Castro Leal dio por terminado el conflicto.

1930

Se realizaron gestiones tendientes a construir la Ciudad Universitaria. El presidente acordó la adquisición de unos terrenos en las Lomas de Chapultepec. En noviembre se aprobó el Reglamento sobre Provisión del Profesorado Universitario, en el cual se establecieron las categorías del cuerpo docente. En diciembre se aprobó el Reglamento de Extensión Universitaria, cuyo objetivo fue ofrecer conocimientos a quienes no podían asistir a la Universidad. Concluyó el año con la inauguración del Primer Congreso Iberoamericano de Estudiantes.

1931

Dentro de la Facultad de Filosofía y Letras se crearon las divisiones de Ciencias Biológicas, de Filosofía y Letras, de Físico Matemáticas y de Ciencias. Se aprobaron, dentro de la Escuela Nacional Preparatoria, los bachilleratos especializados en arquitectura, jurisprudencia, medicina y odontología, ingeniería y ciencias químicas. A partir de este año se consideró obligatorio presentar un examen médico para ingresar a la Universidad. El rector, al exponer la situación financiera de la Universidad propuso un aumento de las cuotas para descompensar la disminución del subsidio federal. La propuesta fue rechazada



y la Universidad recibió donativos de empresas. Se estableció el reglamento de incorporación de escuelas.

1932

Roberto Medellín fue investido como rector de la Universidad. Vicente Lombardo Toledano fue nombrado, ante las protestas del estudiantado, director de la Escuela Nacional Preparatoria.

1933

En la Universidad entraron en vigor nuevos reglamentos. Por una parte, se aprobó la ley de agremiación automática de los estudiantes, por otra, se acordó reglamentar la concesión de becas de acuerdo con el aprovechamiento y la situación económica de los estudiantes. También fueron aprobados los reglamentos de Auditoría y de Bibliotecas de la Universidad. Hubo una nueva crisis, que trajo consigo la renuncia del rector y del secretario general. En octubre, se publicó la nueva Ley Orgánica de la Universidad. La nueva Ley, también conocida como Ley Bassols, establecía que el Estado se abstenía del compromiso de subsidiar a la Universidad. Le fue suprimido a la Institución el calificativo de "Nacional", para quedar en Universidad Autónoma de México. El licenciado Manuel Gómez Morín fue encargado interino de la rectoría, para ser nombrado definitivo en noviembre. Antonio Caso expresó su convicción de que la enseñanza que impartiera la Universidad debía ser enteramente libre en sus orientaciones. Gómez Morín elaboró un dictamen sobre la organización jurídica de la Universidad, el cual fue aprobado por el Consejo Universitario. En él definió el significado y alcance de la autonomía y las relaciones entre la Universidad y el Estado.

1934

Se aprobó un sistema de exámenes de admisión para la selección de alumnos, así como las bases para la incorporación de escuelas particulares. Un legado de 50 mil dólares, del ex embajador Dwight Morrow, fue aceptado por la UNAM. En agosto, el rector Gómez Morín hizo declaraciones en defensa de la autonomía universitaria, las cuales fueron apoyadas por la comunidad. En octubre estalló una huelga en la institución. El rector presentó su renuncia, que le fue rechazada, aunque finalmente se le concedió una licencia de un mes. En su lugar fue nombrado rector interino el doctor Enrique O. Aragón. El 26 de noviembre fue designado rector el médico e historiador Fernando Ocaranza.

1935

El Consejo Universitario decidió suspender las actividades de la Universidad en virtud de la precariedad presupuestal que sufría la institución. La sociedad de alumnos de Derecho interpretó esta acción como un abandono de las autoridades federales a la Casa de Estudios. Hubo facultades que cambiaron su denominación por la de escuelas nacionales, como la de Derecho, la de Filosofía y Letras, la de Medicina, la de Comercio y Administración y la Escuela Superior. La Escuela de Bellas Artes dio lugar a las escuelas nacionales de Arquitectura y de Artes Plásticas. Se creó el Laboratorio de Arte, que después sería el Instituto de Investigaciones Estéticas. Se fundó el servicio médico universitario. La Escuela Nacional de Economía adquirió fisonomía propia. Se creó el plantel número 3 de la Escuela Nacional Preparatoria.



1936

Fue aprobado un nuevo Estatuto de la Universidad, que entró en vigor el 15 de julio. En la nueva legislación, se estableció el cambio de Laboratorio de Arte por Instituto de Investigaciones Estéticas. Filosofía y Letras volvió a ser Facultad y se agregó a su nombre "y de Estudios Superiores". La Escuela Nacional de Ingenieros, cambió a Escuela Nacional de Ingeniería y la de Derecho regresó a la denominación de Jurisprudencia. El Departamento de Ciencias Físicas y Matemáticas se transformó en Escuela Nacional de Ciencias Físicas y Matemáticas. Se creó la Orquesta Sinfónica de la Universidad.

1938

Se aprobó la creación de la Facultad de Ciencias. Se fusionaría con ella la Escuela de Ciencias Físicas y Matemáticas. La Facultad de Filosofía y Letras y de Estudios Superiores elimina de su nombre lo último. Se establecieron los institutos de Física, Matemáticas y Geografía. Todo ello, consecuencia del nuevo Estatuto General de la Universidad.

1939

Comenzó sus trabajos la Facultad de Ciencias. La Escuela Nacional de Medicina Veterinaria agregó a su nombre "y Zootecnia". Inició sus trabajos la Imprenta Universitaria.

Aparecieron los primeros volúmenes de la Biblioteca del Estudiante Universitario.

1940

Los maestros del exilio español se integraron de manera definitiva a las distintas instituciones de educación superior e investigación existentes en el país, habiéndose beneficiado de ello la UNAM, en gran medida. Comenzaron los trabajos del Instituto de Derecho Comparado, dentro de la Escuela Nacional de Jurisprudencia. Al mismo tiempo, fue creado el Centro de Estudios Filosóficos, dependiente de la Facultad de Filosofía y Letras.

Fue aprobado el Reglamento para la Elección de Ternas para Directores de Facultades y Escuelas. La sección de incorporación se convirtió en Departamento de Universidades y Escuelas Incorporadas.

1941

A la repatriación de José Vasconcelos, se le designó director de la Biblioteca Nacional en sustitución de Aurelio Manrique. Se creó el Instituto de Investigaciones Económicas, dentro de la Escuela Nacional de Economía, y comenzó a aparecer la revista Investigación Económica. También comenzó a publicarse la revista Filosofía y Letras, con secciones permanentes de filosofía, letras e historia. Aparecieron en ella artículos de maestros mexicanos y españoles, así como traducciones de textos internacionales importantes. Dieron principio también las actividades del Laboratorio de Estudios Médicos y Biológicos. Quedó establecido el Reglamento de Incorporación de Enseñanzas y el de Revalidación de Estudios y de Reconocimiento de Grados y Títulos.



1942

El 19 de junio tomó posesión como rector de la Universidad el licenciado Rodolfo Brito Foucher. Se volvió a insistir en la conveniencia de construir una ciudad universitaria. Se establecieron las reglas para la elección de consejeros universitarios.

1943

Se decidió que la ciudad universitaria fuera edificada en San Ángel. Se echó a andar el Departamento de Información y Prensa. El rector planteó la creación de cuatro departamentos de investigación científica. De la mayor importancia fue el Reglamento que creó la posición de Profesor Universitario de Carrera.

1944

Se hicieron reformas al Estatuto General de la Universidad. Después de cierta tranquilidad, hacia mediados del año hubo enfrentamiento de estudiantes con autoridades. El rector Brito Foucher presentó su renuncia. El 29 de julio se nombró un Directorio integrado por los licenciados Manuel Gual Vidal, Octavio Medellín Ostos y Raúl Cervantes Ahumada.

Se convocó a un Consejo Universitario con carácter constituyente cuya función sería elaborar un proyecto de Ley Orgánica que sería presentado al Congreso de la Unión por el presidente Ávila Camacho. Una junta de ex-rectores aprobó las Bases para el Gobierno Provisional de la Universidad. El conflicto que provocó la renuncia del rector, y cuyo centro se ubicó en la Preparatoria, llegó a su fin al ser electo rector el licenciado Alfonso Caso, el 14 de agosto. El 30 de septiembre el Congreso de la Unión aprobó la nueva Ley Orgánica de la Universidad, que fue firmada por el presidente el 30 de diciembre. Mientras entraba en vigor, el Consejo Universitario le otorgó su visto bueno y, para que la institución siguiera su marcha, se aprobó que siguieran vigentes los reglamentos de estudios aprobados en 1942.

En sesión del Consejo Universitario del 23 de octubre, fueron presentados los miembros del primer Patronato Universitario.

1945

El 6 de enero se publicó el texto de la Ley Orgánica de la Universidad en el Diario Oficial. El nuevo instrumento legal establecía una Junta de Gobierno integrada por 15 notables, un Patronato y, desde luego, señalaba como autoridades máximas al rector y al Consejo Universitario, además de establecer la autoridad de los directores de escuelas, facultades e institutos, con los respectivos consejos técnicos para las primeras. De la Ley Orgánica se desprendía la redacción del nuevo Estatuto General. Los miembros de la primera Junta de Gobierno fueron: Antonio Caso, Manuel Gómez Morín y Fernando Ocaranza, ex-rectores, Manuel Sandoval Vallarta, Ignacio Chávez, Mariano Hernández, Jesús Silva Herzog, Manuel Martínez Báez, Abraham Ayala González, Federico Mariscal, Alfonso Reyes, Ricardo Caturegli, José Torres Torija, Gabino Fraga y Alejandro Quijano. Fue creado el Instituto de Historia. La Escuela Nacional de Enfermería se separó de la de Medicina. El 24 de ese mes se designó rector al licenciado Genaro Fernández Mac Grégor, internacionalista y escritor. Se crearon las coordinaciones de Humanidades y de la Investigación Científica, con sus consejos técnicos respectivos, integrados por los directores de los institutos.



1946

Reapareció la Revista de la Universidad de México, recobrando el nombre que originalmente tuvo, cuando se fundó, bajo la dirección de Julio Jiménez Rueda, en 1930. Fue organizado un movimiento en contra del rector Genaro Fernández Mac Gregor, quien terminó por presentar su renuncia. En su lugar fue nombrado el doctor Salvador Zubirán Anchondo, el 4 de marzo. El 6 de abril siguiente apareció en el Diario Oficial la Ley sobre la Fundación y Construcción de la Ciudad Universitaria. En septiembre, en la misma fuente, se publicó el decreto de expropiación de los terrenos del Pedregal de San Ángel destinados a la Ciudad Universitaria. De la reglamentación interna destaca la aprobación, el 30 de agosto, de las modificaciones al Reglamento de Profesores de Carrera, al de Investigadores de Carrera, al de jubilaciones para profesores y empleados, así como al de la Escuela de Graduados, con la que se establecería una especie de postgrado para todas las carreras, que jamás llegó a funcionar aunque su nombre figurara en el Estatuto General. La Universidad distinguió a Manuel M. Ponce como director vitalicio de la Escuela Nacional de Música, y a Isaac Ochotorena, Ezequiel Ordóñez y Joaquín Gallo como investigadores eméritos y directores honorarios del Instituto de Biología, del Instituto de Geología, y del Observatorio Astronómico.

1947

El Departamento Escolar se convirtió en Dirección General de Servicios Escolares. La sección de Personal fue elevada a la categoría de Oficina, dependiente de la Secretaría General. El ingeniero Ricardo Monges López fue director honorario de la Facultad de Ciencias. El reglamento de pagos para 1948, aprobado este año, estableció la inscripción de 25 pesos y colegiaturas que oscilaron entre 80 y 200 pesos.

1948

Un movimiento estudiantil, en contra del rector Zubirán, lo obligó a renunciar a su cargo. Lo sustituyó desde el 1 de junio el licenciado Luis Garrido, tras el interinato de Alfonso Ochoa Ravizé. En la revisión del reglamento de pagos, se aprobó un descenso en las cuotas de inscripción, de 25 a 20 pesos, y de colegiatura: de 80 y 200 a 65 y 180 pesos. Los extraordinarios bajaron a 6 pesos.

1949

Fue aprobado el Reglamento del Consejo Universitario y fue creada la Unión de Universidades Latinoamericanas.

1950

La Universidad acordó otorgarle al presidente Miguel Alemán el doctorado honoris causa. Se aprobó el Reglamento para la Elección de Representantes, profesores y alumnos, a los consejos técnicos y universitario. El 25 de marzo fue creada la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior de la República Mexicana. Fue colocada la primera piedra de la Facultad de Ciencias, primer edificio de la Ciudad Universitaria. Se acordó crear una Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales. La Escuela de Verano se separó de la Dirección de Difusión Cultural y se denominó Dirección de Cursos Temporales.



1951

Fue un año de especial significación, ya que en él se celebró el IV Centenario de la fundación de la Real y Pontificia Universidad de México. Se fundó la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales.

La Escuela Nacional Preparatoria se expandió al ser acordada la creación del plantel número 4.

1952

El presidente Miguel Alemán participó en la ceremonia de dedicación de la Ciudad Universitaria el 20 de noviembre, diez días antes de que concluyera su mandato. Ese mismo día se inauguró el Estadio Olímpico Universitario.

1953

En noviembre, el rector Nabor Carrillo Flores, en representación del presidente de la República, inauguró el edificio de la Casa de México en la Ciudad Universitaria de París. Se acordó la creación del plantel 5 de la Escuela Nacional Preparatoria, que iniciaría sus trabajos el año siguiente en una casa de la calle de Miguel Schultz, en la colonia San Rafael.

1954

Se hizo la entrega formal de la Ciudad Universitaria a la Universidad. Fue establecida la Dirección General de Enseñanza Preparatoria. Se acordó la creación del plantel 6 de la Escuela Nacional Preparatoria.

Comenzó a aparecer la Gaceta de la UNAM, órgano oficial de la Institución, gracias a la iniciativa del maestro Enrique González Casanova.

1955

La población estudiantil ascendió a 36 mil 165 alumnos, de los cuales 10 mil 865 fueron de primer ingreso, lo que implicó un incremento de más del doble con respecto a los que ingresaron en 1954. Por una parte, los nuevos planteles de la preparatoria y, por la otra, la instalación en la Ciudad Universitaria de algunas facultades, permitieron el aumento de la matrícula. La preparatoria 5 se mudó del plantel de la calle de Miguel Schultz a los terrenos de la ex-hacienda de Coapa, en Calzada del Hueso.

1957

Se reeligió rector de la Universidad el doctor Nabor Carrillo Flores por un período de cuatro años.

Se creó el Consejo del Doctorado, con el fin de regular y organizar los estudios de Posgrado. El Instituto de Ingeniería, A.C. se incorporó a la Escuela Nacional de Ingeniería de la UNAM.

1958

La Ciudad de México fue escenario de otro movimiento de protesta social, protagonizado por los universitarios que, en protesta contra los camioneros que pretendían



umentar los pasajes, se dedicaron a secuestrar unidades y guardarlas en los estacionamientos de la Ciudad Universitaria. Al final los universitarios fueron reprimidos y las unidades fueron devueltas.

1959

La Escuela Nacional de Medicina se convirtió en Facultad, al igual que la Escuela Nacional de Ingeniería. Se inauguró el plantel número 6 de la Escuela Nacional Preparatoria en el edificio de Mascarones, que dejó vacante desde 1954 la Facultad de Filosofía y Letras.

1960

Se fundó la Preparatoria número 7, ubicada en la calle de Guatemala, en el centro de la Ciudad de México. Concluyó el rectorado del doctor Carrillo Flores.

1961

El 13 de febrero asumió la rectoría el doctor Ignacio Chávez.

Se estableció el examen de admisión para los aspirantes a ingresar a escuelas y facultades, aún tratándose de egresados de la Escuela Nacional Preparatoria. Para este año, la población estudiantil había tenido un aumento considerable: 66 mil 879 alumnos, de los cuales 55 mil 426 eran hombres y 11 mil 444, mujeres. El primer ingreso registró 22 mil 455 estudiantes. Se establecieron las bases para el funcionamiento de las comisiones del Consejo Universitario.

1962

Fue aprobado el Reglamento de los Investigadores al Servicio de la Universidad. Asimismo, fue aprobado el proyecto de reformas al Estatuto General de la UNAM.

1963

Fue establecida la Dirección General de Administración, que pudo reunir, entre otros, al Departamento de Personal. La Dirección General Jurídica se denominó Dirección General de Estudios Jurídicos. En su viaje a México, el presidente de Francia, Charles de Gaulle, visitó la Universidad y asistió a una ceremonia en el auditorio Justo Sierra.

1964

El Departamento de Prensa se convirtió en Dirección General de Información y Prensa. El presidente de la República López Mateos inauguró las instalaciones de los planteles 4, 6 y 7 de la Escuela Nacional Preparatoria, en Tacubaya, Coyoacán y La Viga, respectivamente.

1965

El doctor Ignacio Chávez fue electo para un cuatrienio más como rector de la UNAM. Inauguró los edificios de dos nuevos planteles de la Escuela Nacional Preparatoria, el 8 en Mixcoac y el 9 en Insurgentes Norte.

1966

Un grupo de estudiantes de la Facultad de Derecho protestó contra el director, César Sepúlveda, por modificar reglamentos internos de exámenes. El movimiento creció y



comenzó a recibir apoyo de estudiantes de otras escuelas y facultades, hasta llegar a promover una huelga en la Universidad, la cual, si bien no se generalizó, sí alcanzó sus objetivos. El 26 de abril, los estudiantes invadieron el edificio de la Rectoría y hostigaron al rector, a quien obligaron a renunciar de manera violenta. La Junta de Gobierno no aceptó dicha renuncia. En apoyo al doctor Ignacio Chávez, un gran número de profesores presentó su renuncia. Con la Universidad paralizada, a principios de mayo, el rector Chávez volvió a presentar su renuncia, desde su casa. La Junta de Gobierno nombró rector al ingeniero Javier Barros Sierra.

El rector Barros Sierra pronunció una declaración en torno a la autonomía de la Universidad. Fue aprobado un nuevo Reglamento General de Exámenes en el que se otorgó el pase automático a las escuelas y facultades de la Universidad a los alumnos de la Escuela Nacional Preparatoria.

Se crearon el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE) y el de Traductores de Lenguas Clásicas. Asimismo, se fundó la Oficina de Nuevos Métodos de Enseñanza.

1967

En el año hubo 86 mil 805 estudiantes registrados en la UNAM. De ellos, 23 mil 230 eran de primer ingreso.

Se aprobaron nuevos planes de estudio de las maestrías en Sociología, Ciencia Política, Administración Pública y Relaciones Internacionales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; de la de Química, se aprobaron las maestrías en Ingeniería Química, Química Nuclear, Ingeniería Química Nuclear, Administración Industrial de Farmacia (Control de Medicamentos y Preparación de Fármacos), y la licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad de Comercio y Administración. En Arquitectura se aprobó la licenciatura en Diseño Industrial. Nuevas entidades fueron establecidas: el Centro de Lingüística Hispánica; el Laboratorio Nuclear; el Instituto de Investigaciones Bibliográficas, que coordinaría a la Biblioteca y la Hemeroteca nacionales; el Instituto de Astronomía, que comprendería el Observatorio Astronómico Nacional; el Departamento de Ciencias del Mar y Limnología, dentro del Instituto de Biología; la Dirección General de Revalidación de Estudios y la Dirección General de Adquisiciones e Inventarios. El Instituto de Investigaciones Económicas se separó de la Escuela Nacional de Economía. El Centro de Estudios Filosóficos se convirtió en Instituto de Investigaciones Filosóficas. El Instituto de Estudios Médico-Biológicos se convirtió en Instituto de Investigaciones Biomédicas. El Instituto de Derecho Comparado se transformó en Instituto de Investigaciones Jurídicas. La Dirección General de Educación Física se convirtió en la de Actividades Deportivas.

1968

Los planteles de las preparatorias, además de los números que las identificaban, desde el 3 de febrero, tendrían los nombres de universitarios ilustres; 1, Gabino Barreda; 2, Erasmo Castellanos Quinto; 3, Justo Sierra; 4, Vidal Castañeda y Cajera; 5, José Vasconcelos; 6, Antonio Caso; 7, Ezequiel A. Chávez; 8, Miguel E. Schultz, y 9, Pedro de Alba.

El 22 de julio se registró una pelea entre estudiantes de la Vocacional 2 del IPN y de la preparatoria particular Isaac Ochoterena, en la Ciudadela. Al día siguiente, en represalia,



preparatorianos universitarios apedrearon la Vocacional. El 26, una manifestación de estudiantes que conmemoraba la Revolución Cubana chocó con otra organizada por la Federación Nacional de Estudiantes Técnicos (FNET), que protestaban por la intervención policiaca durante la pelea entre alumnos de la Vocacional 2 y los preparatorianos. La manifestación fue reprimida duramente por la policía. Los días siguientes tuvieron lugar enfrentamientos entre policías y estudiantes. El 29, policía y ejército rodearon planteles escolares de la Preparatoria Nacional y del IPN, sobre todo en el centro de la ciudad. Con un disparo de bazooka fue destruida una puerta colonial de la Preparatoria 1. Los planteles 1, 2, 3, 4 y 5 de la ENP fueron tomados por las fuerzas públicas; más tarde, el 1, el 2 y el 3 fueron devueltos a la UNAM. El 30 de julio, en la Ciudad Universitaria, el rector Barros Sierra izó la bandera nacional a media asta y las transmisiones de Radio UNAM concluyeron temprano, en señal de luto. La policía abandonó las instalaciones de la Preparatoria 5. El 1 de agosto el rector encabezó una manifestación que, desde CU, recorrió la avenida Insurgentes hasta Félix Cuevas, dobló por ésta hacia avenida Coyoacán y regresó por la avenida de la Universidad al punto de partida, concluyendo con un mensaje del Ingeniero Barros Sierra. El presidente Díaz Ordaz, en un discurso pronunciado en Guadalajara, ofreció su "mano tendida" a quien quisiera estrecharla.

Al día siguiente fue formado el Consejo Nacional de Huelga (CNH). El 5 de agosto, una copiosa manifestación estudiantil salió de Zacatenco hasta el casco de Santo Tomás. La UNAM informó que todas las escuelas y facultades habían reanudado labores, excepto Ciencias Políticas. Para el 13 de agosto se realizó la primera manifestación estudiantil al Zócalo, que partió del Museo Nacional de Antropología. El movimiento estudiantil planteó 6 puntos como demanda popular, entre ellos, el cese del jefe y subjefe de la policía, general Cueto Ramírez y coronel Mendiola Cerecero, respectivamente, además de la derogación del artículo 145 y 145 bis del Código Penal en el que se sancionaba el delito de disolución social. El Consejo Universitario estableció 8 demandas, coincidentes en general con las estudiantiles. Se sumaron al movimiento estudiantes del Conservatorio Nacional y de la Normal Superior. El CNH declaró que la FNET no representaba al estudiantado. El 22 de agosto el gobierno declaró que tenía la mejor voluntad de dialogar con representantes estudiantiles. Profesores y estudiantes respondieron afirmativamente, siempre y cuando el diálogo se realizara en presencia de la prensa, la radio y la televisión.

El 27 salió una manifestación desde el Museo de Antropología hasta el Zócalo, donde los estudiantes permanecieron en la plaza e izaron una bandera rojinegra a media asta, que luego fue arriada. El 1 de septiembre, el presidente amenazó con sofocar el movimiento estudiantil. El día 7 de septiembre se celebró un mitin en Tlatelolco. Dos días después, el rector de la UNAM hizo un llamado a la comunidad para volver a la normalidad, sin renunciar a sus fines. El 13 de septiembre se celebró la manifestación del silencio, a lo largo del Paseo de la Reforma. Se unieron a ella grupos populares. El 18 de septiembre el ejército ocupó la Ciudad Universitaria, habiendo detenidos.

Cabe aclarar que las actividades de investigación y administrativas no se habían interrumpido, así como algunas de difusión cultural. Sólo la actividad docente permanecía interrumpida. El 19 del mismo mes, el rector protestó por la ocupación militar, que duró 12 días. La Cámara de Diputados, en voz de su líder Luis Farías, atacó al rector Barros Sierra, quien presentó su renuncia, que no le fue aceptada. La Junta de Gobierno le pidió expresamente que permaneciera al frente de la Universidad.



El 1 de octubre se reanudó las labores de investigación, administración y, parcialmente, las de difusión cultural. El CNH decidió mantener la huelga escolar. Al día siguiente, 2 de octubre, se celebró un nuevo mitin en la Plaza de las Tres Culturas de Tlatelolco. Tras una señal luminosa se abrió fuego contra el Edificio Chihuahua, donde supuestamente se encontraba el CNH. Asimismo, se disparó contra la multitud, con un saldo de muchos muertos, heridos y detenidos. Días después, el CNH anunció que, pese a la represión, el movimiento continuaría. Para entonces habían sido detenidos muchos de sus dirigentes. El 12 de octubre fueron inaugurados los XIX Juegos Olímpicos, en la Ciudad Universitaria. Para ello, se declaró un periodo vacacional. Después de la clausura de los juegos, la actividad universitaria tendió a normalizarse. El número de detenidos, entre estudiantes y profesores, era considerable.

La huelga estudiantil concluyó oficialmente el 4 de diciembre. El rector se negó a aceptar un voto de confianza que le otorgó el Consejo Universitario en su sesión del 20 de diciembre. Por último, fue aprobado un informe de demandas que presentó la Universidad con motivo del movimiento estudiantil.

1969

El rector logró pronto que la comunidad universitaria volviera a la normalidad académica y cultural.

En el informe presidencial de septiembre, Gustavo Díaz Ordaz asumió toda la responsabilidad de su política en torno al movimiento estudiantil-popular del año anterior.

La Dirección de Servicios Médicos ascendió a Dirección General y la Escuela de Medicina Veterinaria y Zootecnia a la categoría de Facultad.

1970

La población estudiantil, que desde 1969 había sobrepasado los cien mil alumnos, alcanzó en este año la cifra de 107 mil 056, con un primer ingreso de 30 mil 465. La población estudiantil femenil se elevó a 23 mil 879 alumnas. En noviembre fue creado, por decreto presidencial, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

1971

El Consejo Universitario aprobó la creación del Colegio de Ciencias y Humanidades el 25 de enero y el Reglamento de la Unidad Académica del Ciclo del Bachillerato del mismo. Se abrieron los planteles de Azcapotzalco. Fue activado el buque oceanográfico "El Puma".

Los Colegios de Ciencias y Humanidades, Naucalpan y Vallejo, empezaron a trabajar en abril. De esta manera, aumentó la población estudiantil. Fueron creados los centros de Instrumentos y de Información Científica y Humanística.

1972

Dentro de la Escuela de Arquitectura, dio principio un movimiento tendiente al ejercicio del autogobierno de profesores y estudiantes, que la mantuvo paralizada durante largo tiempo. En una primera instancia, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social negó el registro al STEUNAM, con el argumento de que la Universidad no era una empresa



administrativa y, por ello, no existían relaciones de trabajo entre ella y sus servidores. Esto sucedió en febrero y mayo. Más tarde, un juzgado de distrito en materia administrativa concedió amparo al Sindicato, ante la negación de su registro sindical por parte de la STPS. Esto le dio vida a la organización, que siguió en pie de lucha. Entretanto, un grupo capitaneado por Mario Falcón y Miguel Castro Bustos, bajo el pretexto del ingreso a la UNAM de alumnos normalistas, tomó la rectoría en la Ciudad Universitaria, interrumpiendo labores docentes y amenazando la estabilidad interna. Ambos líderes ostentaban armamento peligroso. Durante 60 días resultó imposible desalojarlos. El rector despachó en el edificio de la Escuela Nacional Preparatoria, en Justo Sierra 16. El trabajo de investigación siguió adelante, pero el docente se paralizó. Finalmente salieron los delincuentes de CU, uno de ellos para el exilio en Panamá, mientras que el otro permaneció oculto. Posteriormente fueron encarcelados.

Al mes siguiente, el STEUNAM solicitó la firma de un contrato colectivo, emplazando a huelga para el día 25. Ante la negativa de la rectoría, el Sindicato estalló la primera huelga no declarada por estudiantes. Había antecedentes sindicales en la UNAM a mediados de los años treinta. El rector presentó una propuesta de diez puntos para resolver el conflicto, la cual no fue aceptada por el STEUNAM. También en este año comenzaron a funcionar dos planteles más del CCH, el Sur y el Oriente.

1973

El 3 de enero, la Junta de Gobierno designó como rector al doctor Guillermo Soberón Acevedo, quien venía fungiendo como Coordinador de la Investigación Científica. El día 8 tomó posesión en el estacionamiento de la Facultad de Medicina, dentro de una Universidad que había sufrido una huelga, desde la perspectiva sindical, o un paro ilegal de labores, desde la perspectiva universitaria. En febrero se firmó un convenio colectivo de trabajo, no contrato, que regiría las relaciones laborales entre trabajadores y administración universitaria. Se creó la Escuela Nacional de Trabajo Social. La Escuela Nacional de Comercio y Administración cambió su nombre por el de Facultad de Contaduría y Administración. Surgieron también dos nuevos institutos de humanidades, el de Investigaciones Antropológicas, que era una sección del de Investigaciones Históricas, y el de Investigaciones Filológicas, que reunió cuatro centros dependientes de la Coordinación de Humanidades: el de Lingüística Hispánica, el de Estudios Clásicos, el de Estudios Mayas y el de Estudios Literarios.

1974

Con el funcionamiento de los 5 planteles del CCH, la matrícula de este año alcanzó los 217 mil 535, con un primer ingreso de 65 mil 370. La población femenina fue de 62 mil 054.

El 19 de febrero fue aprobada la creación de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) Cuautitlán. Se trataba de un nuevo modelo de escuela, con administración propia y con carreras independientes de las escuelas y facultades tradicionales. Meses más tarde fue aprobada por el Consejo Universitario la creación de las ENEP Acatlán e Iztacala.



1975

Las ENEP Acatlán e Iztacala fueron inauguradas y comenzaron sus actividades. Odontología se convirtió en Facultad y fue acordada la creación de otras ENEP, en este caso, las de Aragón y Zaragoza.

Se realizó un paro de 24 horas el 11 de junio. Cinco días después estalló la huelga anunciada, que duró del 16 al 25 y que fue considerada como suspensión ilegal de labores.

1976

Se registró, la nueva matrícula estudiantil, la población escolar tuvo un primer ingreso de 79 mil 608 alumnos, que darían un total de 271 mil 266. Las mujeres sumaron 93 mil 686. Dos nuevos institutos enriquecieron la investigación científica: el de Ingeniería se desprendió de la División de Posgrado de la Facultad y el Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y Sistemas (IIMAS) superó su situación de Centro.

En la UNAM se firmó un nuevo convenio colectivo con el STEUNAM, para entrar en vigor desde el 1 de noviembre. El día 16 se anunció un incremento salarial para el personal administrativo. Con respecto al personal académico, en los últimos meses del año se llevó a cabo el proceso de acreditación para la revisión del título XIII del EPA. El SPAUNAM acreditó 3 mil 549 miembros y las AAPAUNAM, 5 mil 139, lo que las hizo titulares. El SPAUNAM solicitó su registro ante la Secretaría del Trabajo y presentó un proyecto de contrato colectivo que incluía aspectos académicos.

1977

El doctor Guillermo Soberón Acevedo fue electo rector de la Universidad por un segundo periodo de cuatro años.

El presidente López Portillo encabezó la elaboración de un Plan Nacional de Educación. En febrero fue publicado el reglamento de las Comisiones Dictaminadoras del Personal Académico de la UNAM que, si bien ya existían, no había una reglamentación que normara sus actividades. El Centro de Ciencias de la Atmósfera comenzó sus trabajos de investigación.

Al dar principio las pláticas para establecer las condiciones gremiales del personal académico, el SPAUNAM se retiró, dada su condición de asociación minoritaria. Sin embargo, emplazó a huelga para el 7 de febrero si la UNAM no firmaba un contrato colectivo. Entretanto, la UNAM y las AAPAUNAM firmaron lo acordado para el título XIII del EPA. El rector rechazó el emplazamiento sindical, por considerarlo ilegal. Se fusionaron STEUNAM y SPAUNAM bajo el nombre de STUNAM. Presentó un proyecto de contrato colectivo único --sin diferenciar entre trabajo académico y administrativo-- con emplazamiento a huelga para el 20 de junio. La ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior) concluyó en Guadalajara que existía la "necesidad de legislar sobre las relaciones laborales entre las universidades y su personal". En Monterrey se reunió la Federación de Sindicatos de Trabajadores Universitarios y anunció su apoyo a la huelga planteada por el STUNAM. Al llegar el mes de junio, la tensión aumentó: el rector mantuvo firme su posición de declarar ilegal la pretensión del sindicato de querer controlar la Universidad; el sindicato, a su vez, mantuvo su posición de ir a la huelga. El STUNAM declaró insuficientes las propuestas institucionales. El 20 estalló la huelga. Ambas partes mantuvieron sus posiciones con



firmeza. La UNAM comenzó a abrir espacios en escuelas incorporadas y a través de la televisión el día 27. La Junta Federal de Conciliación y Arbitraje declaró la huelga como una "suspensión ilegal de labores" y que la Universidad estaba en libertad de tomar las medidas que considerara pertinentes. El 10 de julio, las autoridades universitarias y la representación sindical suscribieron un acuerdo. La primera reconoció al segundo como representante de los trabajadores administrativos y estableció que, con respecto a los académicos, estos continuarían siendo regidos por el título XIII del EPA. Con ello terminó el conflicto.

1979

En septiembre entró en operaciones el Observatorio Astronómico de San Pedro Mártir, en Baja California. El Centro de Investigación en Materiales adquirió la categoría de instituto. Las nuevas instalaciones de la Biblioteca y Hemeroteca nacionales fueron inauguradas por el presidente López Portillo el 3 de diciembre; albergarían al Instituto de Investigaciones Bibliográficas y al CESU. Fue creado el Centro Coordinador y Difusor de Estudios Latinoamericanos. Entraron en actividad el Centro Universitario de Profesores Visitantes y el Centro Universitario de Producción y Recursos Audiovisuales. La Comisión Técnica de Estudios y Proyectos Legislativos se convirtió en dirección general.

1980

El 9 de junio apareció en el Diario Oficial, la modificación del artículo 3o. constitucional, consistente en la adición de una fracción VIII que garantiza la autonomía de las universidades y demás instituciones de educación superior a las que la ley otorgara autonomía. También estableció que las relaciones laborales se regirían por el apartado A del artículo 123 y con las modalidades que estableciera la Ley Federal del Trabajo. Con esta modificación constitucional, la situación laboral de las universidades tendría un referente en la más alta jerarquía legal de la República.

Fue fundado el Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia. La ENEP Cuautitlán se convirtió en la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán. El Centro de Ciencias del Mar y Limnología adquirió la categoría de Instituto. También empezó sus trabajos el Centro de Investigación sobre Fijación del Nitrógeno, en Cuernavaca, y el Centro de Investigación y Servicios Museológicos. Fue botado el buque oceanográfico "El Puma". La población de la UNAM era de 294 mil 542 estudiantes. Su personal docente ascendía a 27 mil 515 y el administrativo a 23 mil 716. Concluyó el período rectoral del doctor Guillermo Soberón Acevedo.

1981

Fue electo rector el doctor Octavio Rivero Serrano. Se reestructuraron las funciones de la Dirección General de Extensión Académica y se separó de ella la Escuela para Extranjeros, reorganizada como Centro de Enseñanza para Extranjeros, el cual seguiría administrando la EPESA. La Escuela Nacional de Arquitectura adquirió la categoría de Facultad. Fueron creados la Dirección General de Proyectos Académicos y los programas universitarios de *Cómputo*, de *Alimentos* y de *Investigación Clínica*.

1982

Fue creado el Centro de Investigación en Ingeniería Genética y Biotecnología, así como el Programa Universitario de Energía. Las preparatorias 1, 2 y 3 abandonaron sus instalaciones de San Ildefonso y de Primo de Verdad, para alojarse en La Noria, Iztacalco y



Aragón, mientras que la Dirección General de la Escuela Nacional Preparatoria se ubicó en la colonia del Valle.

1983

Fue creada la Dirección General de Desarrollo Tecnológico. El STUNAM hizo un paro de labores en demanda de aumento salarial, el 29 de abril. El último día de mayo dio principio una huelga, que se prolongaría hasta el 27 de junio. En septiembre fue creado el Centro de Investigaciones Multidisciplinarias, cuya sede estaría en Cuernavaca. El rector presentó ante el Consejo Universitario un documento titulado "Evaluación y marco de referencia para los cambios académico administrativos".

1984

El doctor Rivero Serrano puso en marcha algunos proyectos que derivaron en un Plan Rector de Desarrollo Institucional. Asimismo, en este año se puso especial atención en la celebración de convenios bilaterales con universidades del extranjero, como: la de Chicago y la UCLA, de Estados Unidos; la de Brock, de Canadá y la Von Humboldt de Berlín. La Dirección General de Desarrollo Tecnológico se convirtió en Centro de Innovación Tecnológica. Se ampliaron las instalaciones de la Estación de Biología de Los Tuxtlas y se inauguró la Estación de Puerto Morelos, del Instituto de Ciencias del Mar y Limnología. También fue botado el buque oceanográfico "Justo Sierra". Fue creado el Centro de Estudios sobre los Estados Unidos de Norteamérica.

1985

El doctor Jorge Carpizo MacGrégor, ex-director del Instituto de Investigaciones Jurídicas, tomó posesión como rector de la Universidad. Quedó establecido el Reglamento sobre la Participación y Colaboración de los Egresados con la Universidad, que daría lugar a la Coordinación de Egresados. También fue creado el Colegio de Directores del Bachillerato y su correspondiente Reglamento fue aprobado. La administración universitaria sufrió modificaciones. En mayo fueron aprobadas las adiciones al Reglamento del Mérito Universitario.

1986

Desaparecieron el Programa Universitario Justo Sierra y el Centro de Estudios sobre los Estados Unidos de Norteamérica y con sus recursos fue creado el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Humanidades. Fue inaugurado el edificio que alberga al Instituto de Investigaciones Jurídicas, primero de los que integrarían la Ciudad de la Investigación en Humanidades, en el circuito Mario de la Cueva. Los días 11 y 12 de septiembre, el rector presentó 26 medidas tendientes a elevar el nivel académico e institucional de la UNAM, que fueron aprobadas. Esto implicó cambios a los reglamentos generales de exámenes, inscripciones, Posgrado y al Estatuto General de la UNAM. Un mitin en la explanada de la rectoría manifestó su repudio a las reformas aprobadas. El 31 de octubre quedó integrado el Consejo Estudiantil Universitario (CEU), Emplazó a la rectoría a un diálogo público sobre las reformas. En noviembre, el CEU demandó la realización de un Congreso Universitario para discutir las reformas a la UNAM. El rector rechazó la petición, pero aceptó integrar una comisión de cinco funcionarios para analizar la situación. Las pláticas tuvieron lugar el 12 de noviembre. Las comisiones de Legislación Universitaria y de Trabajo Académico del Consejo Universitario se reunieron con los representantes del CEU. El 15 de diciembre se llegó al acuerdo de discutir públicamente del 6 al 12 de enero.



1987

El 6 de enero comenzó el diálogo público entre universitarios y representantes de la rectoría. Las sesiones tuvieron lugar en el Auditorio Justo Sierra y fueron transmitidas por Radio UNAM. Los representantes de la Institución plantearon hacer ajustes, por ejemplo, en el reglamento de pagos, pero no ceder con respecto a exámenes y al pase automático. El rector anunció que el Consejo Universitario se reuniría el 10 de febrero. El 29 de enero el CEU estalló la huelga, con apoyo del STUNAM. El 18 de febrero fue levantada la huelga. En octubre una comisión especial del Consejo Universitario dio a conocer las reglas para la elección de los 16 representantes del personal académico que integrarían la Comisión Organizadora del Congreso Universitario (COCU). La elección de estos representantes se llevó a cabo el 3 de diciembre.

El rector inauguró el edificio de los institutos de Investigaciones Históricas y Estéticas en mayo. Posteriormente tocó su turno a los edificios de los institutos de Investigaciones Filosóficas y Filológicas, así como al de la Coordinación de Humanidades.

1988

Fue aprobada la transformación del Centro de Estudios Nucleares en Instituto, así como la creación del Centro de Ecología. La UNAM cerró el año con una huelga del STUNAM por reivindicación salarial, de la que no obtuvo los resultados esperados, pero paralizó a la institución hasta el 3 de diciembre. Entretanto, el rector estableció el Programa Universitario de Investigación sobre los Estados Unidos de América y la Junta de Gobierno celebró las auscultaciones para la designación del nuevo rector, en una oficina de la calle de Félix Cuevas.

1989

Tomo posesión como rector el doctor José Sarukhán. Se puso en marcha un proceso de academización de la Universidad, con el Programa de Liderazgo Académico y Apoyo a la Carrera de Profesor e Investigador Universitario, que incluye el Programa de Estímulos de Iniciación a la Investigación para Profesores e Investigadores de Carrera, la Distinción Universidad Nacional para Jóvenes Académicos y el Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Docente. Se estableció el Programa de Fortalecimiento del Bachillerato.

1990

Se publicó la convocatoria para la celebración de los foros locales previos al Congreso Universitario. El 16 de marzo se llevaron a cabo las elecciones para los delegados al Congreso, el cual inició sus trabajos el 14 de mayo, para concluirlos el 5 de junio. Fueron tomados acuerdos resolutivos que el Consejo Universitario asumió en su sesión del 18 de octubre. Se creó el Programa Universitario de Investigación y Desarrollo Espacial. El Consejo Universitario aprobó modificaciones a los Reglamentos Generales de Estudios de Posgrado y del Sistema Bibliotecario y se instaló el Consejo Asesor correspondiente.

1991

Se crearon la Secretaría de Servicios Académicos y la Unidad de Apoyo a Cuerpos Colegiados. En el mes de mayo fueron electos los consejeros universitarios investigadores, que se integraron al Consejo Universitario. Se creó el Consejo Técnico del Ciclo de



Bachillerato del Colegio de Ciencias y Humanidades. El Centro de Investigación sobre Ingeniería Genética y Biotecnología fue convertido en Instituto de Biotecnología. En octubre se puso a la disposición de la comunidad la supercomputadora CRAY Y-MP-432. Fueron creados el Programa de Integración Docencia-Investigación y el Programa de Alta Exigencia Académica. El 15 de noviembre comenzó a funcionar el Programa Universitario del Medio Ambiente.

1992

El Consejo Universitario aprobó el establecimiento y operación de los Consejos Académicos de Área y del Consejo Académico del Bachillerato. Se fundó el Programa Universitario de Estudios de Género. Fue reestructurado el Consejo Asesor de Cómputo. Se estableció el Consejo de Administración del Sistema de Tiendas de Autoservicio de la UNAM. Se constituyó la Fundación UNAM, Asociación Civil, para apoyar a la Institución.

1993

Tomó posesión como rector por segunda ocasión el doctor José Sarukhán. Fueron instalados los Consejos Académicos de Área y nombrados sus respectivos coordinadores. Los consejos integran las siguientes áreas: Físico-Matemáticas, Químico-Biológicas y de la Salud, Económico-Sociales, Humanidades y Artes. Además, se instaló el Consejo Académico del Bachillerato. La Escuela Nacional de Estudios Profesionales Zaragoza se convirtió en Facultad de Estudios Superiores Zaragoza y el Centro de Investigaciones sobre Estados Unidos cambió su nombre por el de Centro de Investigaciones sobre América del Norte y extendió su campo de trabajo. Se puso en marcha el Programa de Fomento a la Docencia para Profesores e Investigadores y el Programa General para Promover la Estabilidad del Personal Académico. Se creó la Comisión de Control Ecológico del Campus Universitario.

1994

Fueron establecidos el Comité y la Coordinación de Normatividad y Sistemas Administrativos. Se instituyó el cargo de Cronista de la UNAM y se designó a la doctora Clementina Díaz y de Ovando. Fue creado el Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad. El calendario escolar, después de muchos años, se igualó con el del sistema educativo nacional a partir de este ciclo escolar.

1995

La mañana del 28 de marzo la Universidad Nacional Autónoma de México lanzó al espacio el satélite UNAM-SAT I. La operación del proyecto fracasó debido a fallas del cohete ruso, pero días después se anunció que se lanzaría el satélite gemelo UNAM-SAT B, junto con el consorcio A&T. En mayo de 1995, desde la DGSCA se inició el programa UNAM-EU de educación a distancia y servicios en línea, con la transmisión de la primera videoconferencia: "Alternativas y Perspectivas para la crisis económica en México", en la cual los alumnos del plantel 6 Antonio Caso, de la Escuela Nacional Preparatoria, dialogaron con estudiantes de la Escuela Permanente de Extensión en San Antonio, Texas. En junio, el príncipe de Asturias, Felipe de Borbón, entregó la Biblioteca Luis Recasens Siches al Instituto de Investigaciones Jurídicas (III).

El segundo semestre del año fue conflictivo para la UNAM debido al conflicto de los reprobados, quienes se agruparon en el Movimiento de Excluidos de la Educación Media y



Superior (MEEMS) y demandaban el acceso a la educación a los 180 mil rechazados así como otras peticiones. El 22 de septiembre fue tomada la torre de Rectoría, la Coordinación General del CCH así como el Plantel Sur. Tras nueve días de ocupación, la rectoría fue devuelta por el MEEMS y poco después devolvió la coordinación de los Colegios de Ciencias y Humanidades. Como resultado de las negociaciones entre autoridades y estudiantes, en enero de 1996 se aprobó la convocatoria para la selección de alumnos del CCH que integrarían la Comisión especial del Consejo Técnico, cuyo propósito sería promover el proceso de información y de consulta entre la comunidad acerca de la actualización del plan de estudios.

1996

En febrero se dio el reconocimiento a la Facultad de Medicina (FM) como centro colaborador para la formación de recursos humanos de la Organización Mundial de la Salud (OMS). En marzo se informó de la aplicación del Examen General de Calidad Profesional. También en este mes la UNAM, junto con otras diez instituciones educativas, da a conocer su apoyo a la propuesta del CENEVAL de establecer un examen único de ingreso a nivel bachillerato en la zona metropolitana.

El 5 de septiembre, la UNAM se convirtió en la tercera institución del mundo que lanza al espacio su propio satélite, con la misión exitosa del UNAMSAT-B. El 7 de septiembre, el jefe del gobierno español, José María Aznar, visitó la UNAM y participó en el Seminario de Rectores. Para apoyar la federalización y academización de la UNAM, la Dirección General de Administración Escolar (DGAE), operación en octubre el programa tramitel, que permite un control exacto y ahorrar tiempo en cada uno de los tramites escolares, de egreso y titulación.

Con la inauguración en noviembre del edificio que en breve albergaría a la Unidad del Centro de Ecología, se puso en funcionamiento la primera fase del campus de la UNAM en Morelia, Michoacán. Esta primera fase la constituyen también la Unidad del Centro de Ecología y los Institutos de Astronomía y de Matemáticas.

1997

El doctor Francisco Barnés de Castro tomó posesión el 6 de enero como rector para el periodo 1997-2001. En febrero por acuerdo del rector se reorganiza la Estructura Administrativa de la Universidad Nacional Autónoma de México. El 8 de abril el rector puso en funcionamiento la supercomputadora más completa de América Latina y una de las de mayor capacidad en el mundo, la Origin 2000 Silicon-Graphics.

Se abrió el campus universitario en Juriquilla, Querétaro. El acuerdo entró en vigor el 7 de agosto de 1997.

El rector Francisco Barnés de Castro inauguró en agosto el Hospital Central de la Cruz Roja un laboratorio de cómputo financiado por la Fundación UNAM, con el cual suman 35 espacios de este tipo establecidos en centros hospitalarios. El 13 de agosto, la UNAM y el Fondo de Cultura Económica (FCE), signaron un convenio que prevé la celebración de convenios o contratos específicos en el área editorial, promocional, comercial y de servicio, tanto en México como en el extranjero; tiene una duración de cinco años.



Al poner en marcha en septiembre la segunda fase del Centro de Neurobiología de la UNAM, el rector Francisco Barnés de Castro anunció la próxima incorporación a ese campus de la Unidad de Física Aplicada y la de Tecnología Avanzada, el Centro de Ciencias de la Tierra y las Unidades de Estudios de Posgrado de las facultades de Contaduría y Administración y Arquitectura.

En octubre, se crea el Colegio de Administración de la Universidad Nacional, el cual funcionará como asesor de la Secretaría Administrativa. El rector Barnés de Castro presenta el Plan de Desarrollo. La Escuela Nacional Preparatoria festeja su 130 aniversario. Aprueba el Consejo Universitario elevar el Colegio de Ciencias y Humanidades al rango de Escuela Nacional.

1998

El distinguido filósofo universitario Leopoldo Zea recibe el más alto grado honorífico como reconocimiento de su trayectoria por parte de La Universidad de La Habana. El 26 de enero el rector Francisco Barnés de Castro da su mensaje de bienvenida a la comunidad universitaria en el reinicio de clases.

En la Rotonda de los Hombres Ilustres y en la SEP se le rindió homenaje al insigne pensador Justo Sierra, quien dedicó 30 años para crear la Universidad Nacional por el 150 aniversario de su nacimiento.

La Escuela Nacional Preparatoria "Vidal Castañeda y Nájera" conmemora su XLV aniversario. Ciudad Universitaria es testigo del último eclipse total de Sol del milenio en América.

1999

El jueves 11 de febrero, el rector Barnés publica un desplegado con la propuesta de modificar el reglamento general de pagos. En él, anuncia de nueva cuenta la pretensión de elevar las cuotas en la Universidad Nacional Autónoma de México. Los montos propuestos son:

- ✦ 20 días de salario mínimo anuales para el bachillerato (1,360 pesos actuales)
- ✦ 30 días de salario mínimo anuales para licenciatura (2,040 pesos actuales)

Para extranjeros, 10 veces más:

- ✦ 13,600 pesos en bachillerato
- ✦ 20,400 pesos en licenciatura

Para el Posgrado las cuotas serán superiores a las de licenciatura y quedarán fijadas por los directores.

Al conocer la iniciativa del rector, se presentaron múltiples problemas extra académicos. Se paralizaron las actividades de la Universidad por más de 10 meses.

Presento su renuncia el rector Barnés, ante el movimiento estudiantil. La junta de gobierno nombra a Juan Ramón de la Fuente como nuevo rector.



Con respecto a las instalaciones era obvio el deterioro que sufrieron al no dárseles el mantenimiento necesario para su buen estado. En la rectoría sé daño el mural del maestro Siqueiros.

Se realizaron clases extramuros con el fin de que la comunidad universitaria no perdiera los semestres en curso.

2000

El rector Juan Ramón de la Fuente se encargó de poner fin a la huelga con la entrada de la PFP a las instalaciones universitarias por medio de un plebiscito hecho por las autoridades.

2001

León-Portilla obtuvo el XV Premio Menéndez Pelayo, que concede anualmente la Universidad Internacional del mismo nombre. El cual se concede al académico que se especializa en las huellas españolas en América. Miembro del Instituto de Investigaciones Históricas, imparte clases, desde 1957, en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM.

En este año se conmemoró los 450 años de vida de la Universidad Nacional Autónoma de México siendo la institución en la que se imparte el mayor número de carreras profesionales con una matrícula de 270 mil alumnos. Genera el 50% de la investigación total del país y se llevan a cabo 6 mil 500 actividades artísticas anuales. En sus instalaciones se practican diariamente 41 deportes, produce dos libros al día, cuenta con intercambio académico en México y en el extranjero, y se vincula con la sociedad a través de la difusión y promoción de la cultura.



2.3 LA UNAM EN CIFRAS

La grandeza de la UNAM no sólo se aprecia en su infraestructura, sino también en la conformación de su comunidad (estudiantes, académicos y personal administrativo), es por ello que a continuación incluimos el análisis de su conformación en la actualidad.

Estructura Académica Actual

La Universidad Nacional de México es la casa de estudios que más opciones educativas ofrece. En la Educación Media superior la UNAM cuenta con dos opciones:

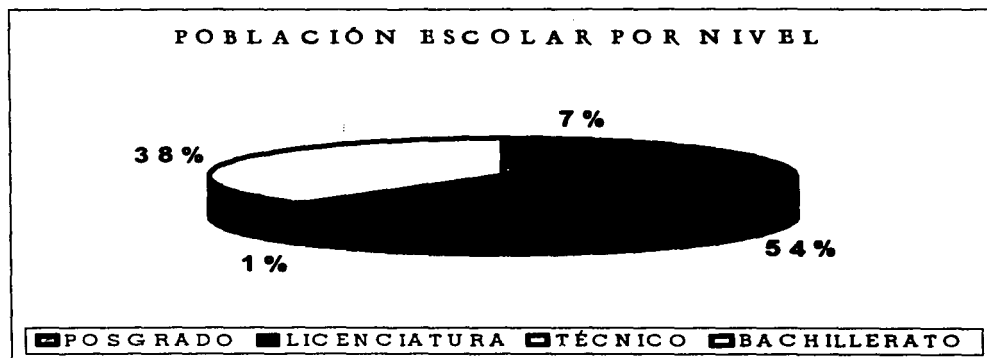
- 9 -Planteles de la Escuela Nacional Preparatoria (ENP)
- 5 -Planteles del Colegio de Ciencia y Humanidades (CCH)

Ofrece, también, nueve carreras de nivel técnico, que se imparten en las Escuelas Nacionales de Música, Enfermería, ENEP Iztacala y ENEP Zaragoza.

En el nivel de licenciatura, la Universidad ofrece 68 carreras profesionales que se cursan en 15 Facultades y 7 Escuelas Nacionales, planteles que generan un promedio de 15 mil títulos anuales.

También ofrece nueve carreras de nivel técnico. Además cuenta, desde 1972, con el Sistema de Universidad Abierta, que imparte 17 carreras del nivel de Licenciatura, una carrera en el nivel Técnico, cinco Especialidades y nueve Diplomados de Educación Continua.

La opción educativa de la UNAM es la más completa, ya que en ella, se pueden estudiar carreras que no existen en ninguna otra Universidad, así como también las más requeridas en el mercado laboral.





TOTAL DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Personal	Población Total
Personal Administrativo de Base	
TOTAL	21,362
Rama Auxiliar en Administración	8,361
Rama Administrativa	7,328
Rama Técnica Especializada	5,673
Personal Administrativo de Confianza	
TOTAL	2,413
Rama Obrera Especializada	1,055
Rama Obrera	822
Rama Profesional	536
Nombramientos por Honorarios	
TOTAL	609
Servicios Profesionales para Apoyo Académico	505
Servicios Profesionales para Apoyo Administrativo	95
Entrenadores y Personal Académico	9

Comentario: Esta información pertenece al personal administrativo con el que cuenta la universidad en todo el campus universitario.

TOTAL DE PERSONAL ACADÉMICO DE INVESTIGACIÓN POR DEPENDENCIA Y CATEGORÍA

DEPENDENCIA	POBLACIÓN TOTAL
Escuela Nacional de Trabajo Social	250
FACULTADES	
Facultad de Medicina	3,054
Facultad de Ingeniería	1,704
Facultad de Contaduría y Administración	1,689
Facultad de Ciencias	1,449
Facultad de Química	1,361
Facultad de Filosofía y Letras	1,275
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	1,228
Facultad de Arquitectura	1,093
Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia	811
Facultad de Odontología	754
Facultad de Economía	719
Facultad de Derecho	713
Facultad de Psicología	627



COORDINACIÓN DEL SISTEMA DE UNIVERSIDAD ABIERTA	23
SUBSISTEMA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	
Instituto de Ingeniería	178
Instituto de Física	167
Instituto de Biotecnología	152
Instituto de Investigaciones Biomédicas	148
Instituto de Biología	131
Instituto de Geología	120
Instituto de Fisiología Celular	107
Instituto de Geofísica	106
Instituto de Química	94
Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y Sistemas	89
Instituto de Matemáticas	86
Instituto de Ecología	76
Instituto de Geografía	70
Instituto de Investigaciones en Materiales	61
Instituto de Ciencias Nucleares	56
SISTEMAS DE INVESTIGACIÓN HUMANÍSTICA	
Instituto de Investigaciones Filológicas	139
Instituto de Investigaciones Económicas	111
Instituto de Investigaciones Jurídicas	100
Instituto de Investigaciones Bibliográficas	99
Instituto de Investigaciones Sociales	94
Centros de Estudios sobre la Universidad	93
Instituto de Investigaciones Estéticas	81
Instituto de Investigaciones Antropológicas	70
Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias	57
Instituto de Investigaciones Históricas	56
Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades	47
Instituto de Investigaciones Filosóficas	47
Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas	46
Centro de Investigaciones sobre América del Norte	39
Centro Coordinador y Difusor de Estudios Latinoamericanos	27
Coordinación y Consejo Técnico de Humanidades	13
TOTAL	19,510

Comentario: Estadística poblacional que incluye facultades, escuelas, institutos, centros de la universidad, lo cual sirvió de base para fijar nuestro universo.



POBLACIÓN ESCOLAR DEL BACHILLERATO UNIVERSITARIO-2000

Plantel	No. de Alumnos
Escuela Nacional Preparatoria	46,133
Plantel 1 Gabino Barreda	3,421
Plantel 2 Erasmo Castellanos Quinto	5,632
Plantel 3 Justo Sierra	3,559
Plantel 4 Vidal Castañeda y Nájera	4,446
Plantel 5 José Vasconcelos	9,204
Plantel 6 Antonio Caso	4,234
Plantel 7 Ezequiel A. Chávez	4,756
Plantel 8 Miguel E. Schulz	5,705
Plantel 9 Pedro de Alba	5,176
Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades	54,793
Plantel Azcapotzalco	11,097
Plantel Naucalpan	10,597
Plantel Vallejo	10,707
Plantel Oriente	11,481
Plantel Sur	10,911
TOTAL	100,926

Observaciones:

1 Incluye iniciación universitaria.

Fuente: Dirección General de Administración Escolar, UNAM.

Comentario: En la Tabla se muestra el número total de universitarios que cursan el bachillerato.



POBLACIÓN ESCOLAR CAMPUS CIUDAD UNIVERSITARIA -2000

Plantel	Licenciatura	Posgrado	Población Total
TOTAL	75,700	16,412	92,112
F. de Contaduría y Administración	12,805	1,890	14,695
F. de Medicina	4,609	7,291	11,900
F. de Derecho	9,572	575	10,147
F. de Ingeniería	8,030	1,619	9,649
F. de Filosofía y Letras	7,152	1,094	8,246
F. de Ciencias políticas y Sociales	6,485	354	6,839
F. de Arquitectura	5,401	269	5,670
F. de Química	4,509	746	5,255
F. de Ciencias	4,453	656	5,109
F. de Economía	2,917	119	3,036
F. de Odontología	2,711	271	2,982
F. de Medic. Veterin. y Zootecnia	2,420	307	2,727
F. de Psicología	2,418	185	2,603
Esc. Nac. de Trabajo Social	2,218	48	2,266
Instit. y Centros de Investigación	0	885	885
Unid. Academ. de los Ciclos, Profesional y de Posgrado	0	103	103

Observaciones:

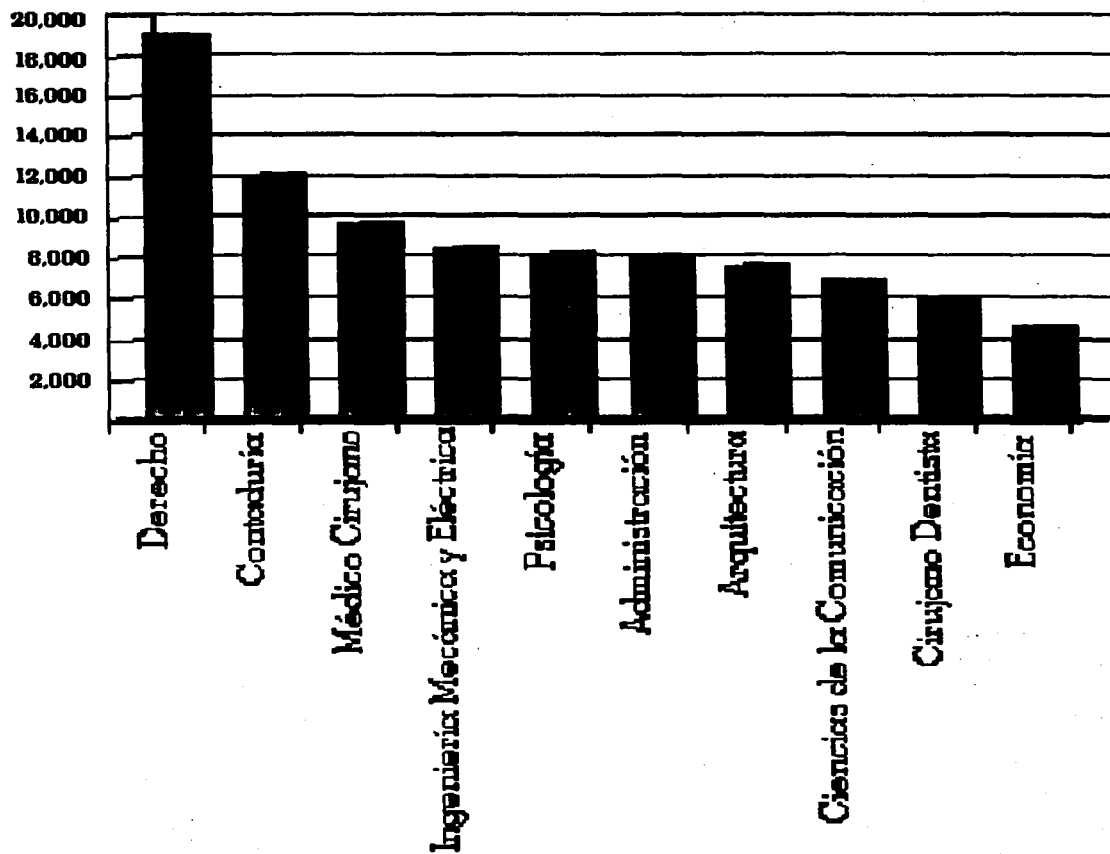
1 Incluye el Sistema de Universidad Abierta.

Fuente: Dirección General de Administración Escolar, UNAM.

Comentario: Tabla ordenada en forma descendente basándose en la población total de cada facultad del Campus Universitario, que incluye Licenciatura y Posgrado.



LAS DIEZ CARRERAS CON MAYOR POBLACIÓN





Plantel	NOMBRAMIENTOS				Total	Personas Físicas ¹
	Profesores de Asignatura	Profesores de Carrera	Técnicos Académicos	Otros ²		
F. de Medicina	2,452	278	184	63	2,977	2,756
F. de Ingeniería	990	237	77	406	1,710	1,479
F. de Contaduría y Administración	1,443	127	66	17	1,653	1,175
F. de Ciencias	754	235	101	353	1,443	1,179
F. de Química	749	261	145	187	1,342	1,115
F. de Filosofía y Letras	884	209	42	64	1,199	998
F. de Arquitectura	837	113	44	50	1,044	872
F. de Ciencias Políticas y Sociales	702	165	63	107	1,037	938
F. de Odontología	520	136	2	120	778	660
F. de Medic. Veterin. y Zootecnia	215	223	124	199	761	648
F. de Derecho	568	78	7	64	717	623
F. de Economía	289	120	33	177	619	597
F. de Psicología	223	219	97	68	607	516
Esc. Nac. de Trabajo Social	202	21	0	0	223	199
Sistema de Universidad Abierta	4	0	12	4	20	20
TOTAL					16,130	

Observaciones:

1 No hay duplicidad de académicos en la misma dependencia, pero si puede ocurrir duplicidad entre dependencias.

2 Incluye investigadores, ayudantes de profesor, profesores visitantes y eméritos.

Fuente: Nómina general de la UNAM, quincena 20/2000.



POBLACION ESCOLAR DE LAS ESCUELAS FUERA DEL CAMPUS CIUDAD UNIVERSITARIA-2000

Plantel	Propedéutico	Técnico	Licenciatura	Posgrado
Escuela Nacional de Artes Plásticas	0	0	3,006	136
Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia	0	636	1,476	123
Escuela Nacional de Música	541	5	382	0
TOTAL	541	641	4,864	259

Comentario: Numero total de universitarios de dichos planteles tomando en cuenta los que se encuentran en cursos Propedéuticos, Técnicos, Licenciaturas y Posgrados.

PERSONAL ACADEMICO DE LAS ESCUELAS FUERA DEL CAMPUS CIUDAD UNIVERSITARIA-2000

Plantel	Profesores de Asignatura	Profesores de Carrera	Técnicos Académicos	Otros ¹	Total	Personas Físicas ²
Escuela Nacional de Artes Plásticas	256	112	0	24	392	335
Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia	213	50	8	1	272	242
Escuela Nacional de Música	249	58	11	34	352	237
TOTAL	718	220	19	59	1,016	814

Observaciones:

1 Incluye investigadores, ayudantes de profesor, profesores visitantes y eméritos.

2 No hay duplicidad de académicos en la misma dependencia, pero si puede ocurrir duplicidad entre dependencias.

Fuente: Nómina general de la UNAM, quincena 20/2000.



Plantel	NOMBRAMIENTOS				Total	Personas Físicas ¹
	Profesores de Asignatura	Profesores de Carrera	Técnicos Académicos	Otros ²		
Escuela Nacional Preparatoria						
P. 1 Gabino Barreda	176	34	10	0	220	199
P. 2 Erasmo Castellanos Quinto	457	66	5	0	528	359
P. 3 Justo Sierra	189	16	5	0	210	178
P. 4 Vidal Castañeda y Nájera	225	44	7	2	278	259
P. 5 José Vasconcelos	355	79	6	0	440	384
P. 6 Antonio Caso	218	54	4	0	276	250
P. 7 Ezequiel A. Chávez	199	38	6	0	243	208
P. 8 Miguel E. Schulz	224	52	7	0	283	263
P. 9 Pedro de Alba	251	34	6	0	291	250
TOTAL	2,294	417	56	2	2,769	
Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades						
Plantel Azcapotzalco	375	136	7	0	518	469
Plantel Naucalpan	434	108	12	1	555	476
Plantel Vallejo	414	128	11	0	553	496
Plantel Oriente	430	133	6	0	569	510
Plantel Sur	447	182	13	0	642	590
TOTAL	2,100	687	49	1	2,837	

Observaciones:

1 No hay duplicidad de académicos en una misma dependencia, pero si puede ocurrir duplicidad entre dependencias.

2 Incluye investigadores, ayudantes de profesor, profesores visitantes y eméritos.

Fuente: Nómina general de la UNAM, quincena 20/2000.



POBLACIÓN ESCOLAR DE LAS UNIDADES MULTIDISCIPLINARIAS 2000

Plantel	Técnico	Licenciatura	Posgrado
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán	0	13,577	109
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón	0	12,963	193
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán	0	10,779	112
Facultad de Estudios Superiores Iztacala	1,127	8,737	66
Facultad de Estudios Superiores Zaragoza	552	6,063	119
TOTAL	1,679	52,119	599

Fuente: Dirección General de Administración Escolar, UNAM.

NOMBRAMIENTOS

Plantel	Profesores de Asignatura	Profesores de Carrera	Técnicos Académicos	Otros ¹	Total	Personas Físicas ²
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán	1,241	217	34	48	1,540	1,268
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón	1,439	64	35	78	1,616	1,224
Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán	1,074	198	66	148	1,486	1,254
Facultad de Estudios Superiores Iztacala	1,324	396	46	389	2,155	1,704
Facultad de Estudios Superiores Zaragoza	1,538	267	35	202	2,042	1,560
TOTAL	6,616	1,142	216	865	8,839	

Observaciones:

1 Incluye investigadores, ayudantes de profesor, profesores visitantes y eméritos.

2 No hay duplicidad de académicos en la misma dependencia, pero sí puede ocurrir duplicidad entre dependencias.



ESTADISTICAS GENERALES

COMUNIDAD UNIVERSITARIA	POBLACION TOTAL
Personal administrativo de base	23,775
Personal administrativo de confianza	2,413
Nombramientos por honorarios	609
Total de personal académico de investigación por dependencia y categoría	19,510
Población escolar del bachillerato universitario-2000 preparatorias	46,133
Colegio de ciencias y humanidades	54,793
Población escolar campus ciudad universitaria -2000	92,112
Nombramientos de profesores y técnicos	16,130
Población escolar de las escuelas fuera del campus ciudad universitaria-2000 propedéutico, técnico, licenciatura y posgrado.	6,305
Personal académico de las escuelas fuera del campus ciudad universitaria-2000 profesores y técnicos	1,016
Nombramientos en bachillerato de profesores y técnicos	5,606
Población escolar de las unidades multidisciplinarias-2000 técnico, licenciatura y Posgrado.	54,397
Nombramientos de profesores y técnicos de las unidades multidisciplinarias	8,839
TOTAL	331,638

Comentario: En la tabla se muestra la población total de la Universidad.

Fuente: La UNAM Siglo XXI. Espíritu en Movimiento.



Capítulo III

*La Cultura como Valor
Indispensable de la Educación*

Actual.



3.1 CONCEPTO DE CULTURA

La cultura y las artes son fundamentales para el desarrollo de una sociedad libre, creativa y sensible. En este sentido la importancia de la cultura y las artes parece incuestionable, pero ¿En verdad son importantes la cultura y las artes para el desarrollo de los seres humanos?

Para dar respuesta a este cuestionamiento, es indispensable adoptar una definición de cultura que nos ubique en un contexto claro para el resto de esta investigación, ya que los conceptos sobre cultura son variados e ilimitados y a la mayoría de las personas nos cuesta trabajo definir la cultura.

Asimismo, consideramos importante incluir una valoración de la cultura y las artes para fundamentar las razones por las cuales estos aspectos son la base de este proyecto.

3.1.1 ¿Qué es cultura?

*"Porque cada cultura es una concha en la que oímos voces
que nos dicen lo que somos y lo que fuimos, lo que hemos
olvidado y lo que podemos ser"*

Carlos Fuentes

Al adentrarnos en el tema de la cultura, nos encontramos con la dificultad de abordarlo de tal manera que el término fuera fácil de entender para el lector de este trabajo. Sin, embargo tratar de determinar el concepto de cultura no es una tarea sencilla y menos aún cuando se tiene una perspectiva lejana al tema. Por ello, es necesario contar con una definición clara que ubique, tanto a la investigación como al lector y nos ayude a encontrar los límites dentro de los que se enmarcará la precisión de la expresión cultura en el transcurso del proyecto.

El término cultura es vasto y polémico. Apegarnos a un solo concepto de cultura resulta muy difícil. Generalmente, en su conceptualización más común, la mayoría define cultura como cualquier manifestación del hombre.

Para algunos, la cultura es el conjunto de actividades artísticas; otros más incluyen en este concepto costumbres, tradiciones y cualquier manifestación que identifica a un pueblo; mientras que otros tantos afirman que la cultura es y constituye un aspecto clave de la educación y del entorno de una sociedad. Pero todos coinciden en que la cultura nos da conocimiento y nos sirve para comunicarnos.



De esta manera, cualquier concepto de cultura se verá influenciado por el punto de vista desde el que se esté analizando; por tal motivo, podríamos hablar del concepto de cultura desde las perspectivas antropológica, sociológica, o psicológica, por solo mencionar algunas de las ramas del conocimiento. En este caso nos concretaremos a dar solo algunas definiciones para tener un panorama general del tema.

Algunos ejemplos que muestran los extremos a los cuales nos puede llevar la definición. El primero, dado por el Diccionario de la Lengua Española, define a cultura como "el resultado de cultivar los conocimientos humanos materiales e inmateriales de que cada sociedad dispone para relacionarse con el medio y establecer formas de comunicación entre los propios individuos y grupos de individuos".

El segundo término, otorgado por Edward Burner Taylor, habla de cultura como "el conjunto complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualquier otra capacidad o hábito adquirido por el hombre en cuanto a miembro de la sociedad".

En este mismo contexto encontramos la definición de A. R. Radcliffe-Brown: "Cultura es el proceso por el cual en una determinada clase o grupo social la lengua, las creencias, las ideas, los gustos estéticos, el conocimiento, las habilidades y los usos de muchos tipos son transmitidos de persona a persona y de una generación a la siguiente"

Y no solo estos aspectos son considerados en la definición de cultura sino otros como educación erudición, refinamiento, información basta, en fin, el cúmulo de conocimientos y actitudes intelectuales y estéticas que se adquieren individualmente.

Más allá de las definiciones dadas por intelectuales desde su rama de conocimiento específico, creemos importante considerar la definición que da la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO) como institución que promueve, investiga y difunde la cultura a nivel mundial: "La cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias"; o aquella que otorga la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo: " La cultura esta constituida por aquellos ritos, costumbres, opiniones, ideas dominantes y formas de vida que caracterizan a un pueblo de una época determinada. Las culturas no son folklore, como suele interpretarse en algunos ambientes predominantemente politicos que nos hablan ufanosa y condescendiente de tolerancia multicultural".



Esta conceptualización no estaría completa si no consideráramos el punto de vista de las Instituciones Académicas. En entrevista, el Licenciado Roberto Sánchez Valencia (Director del Colegio de Arte en la Universidad del Claustro de Sor Juana), definió las manifestaciones de la cultura como "la totalidad de las actividades humanas significativas, expresión del ser propio individual, comunitario y como punto de las creaciones del hombre en la integración de su mundo".

No obstante las diferencias en la conceptualización de la cultura, la mayoría coinciden en que las artes son parte integral de la cultura, pero ¿qué son las artes?. El Diccionario de la Lengua Española da varias definiciones alternativas 1 "virtud, disposición y habilidad para hacer alguna cosa" "Acto de expresar o imitar lo material o lo invisible"; 2 "obra humana que expresa simbólicamente mediante diferentes materias, un aspecto de la realidad entendida estéticamente". También son consideradas como la forma más inmediatamente reconocible de la creatividad, "pues son el fruto de la imaginación pura", aunque de común acuerdo se han entendido como las bellas artes que incluyen: pintura, escultura, arquitectura, música, literatura, teatro y también el cine que es considerado por muchos como el séptimo arte.

Tomando como base lo anterior y, de acuerdo al conocimiento que tenemos sobre la Coordinación de Difusión Cultural UNAM, el enlace entre cultura y artes es entendido como todos aquéllos aspectos que se encuentren relacionados a la labor que Difusión Cultural realiza para lograr el objetivo de "difundir con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura", a través de las múltiples actividades y programas que comprenden cursos, conciertos, talleres, conferencias, exposiciones de pintura, representaciones teatrales y de danza, cine, jornadas y ferias, publicaciones.

3.1.2 ¿Qué importancia tienen la cultura y las artes?

*"El arte es uno de los espacios privilegiados de la
esperanza, hegamos votos por los valores de la
humanidad y en contra de la barbarie.
El arte seguirá siendo un bastión contra la violencia y
un valuarte a favor de la vida"*

CONACULTA

Si bien es cierto que definir el concepto de cultura es importante, también lo es realizar un cuestionamiento sobre la relevancia de la cultura y las artes en el desarrollo del ser humano y su entorno, para esta investigación.

Como mencionamos en el planteamiento del problema, hemos percibido un desinterés hacia la cultura y las artes en el ambiente estudiantil, que se ve reflejado en nuestra poca capacidad para disfrutar y/o ser parte de ellas. Es evidente que este tipo de actividades no se



encuentran dentro de las prioridades de los estudiantes ya que son percibidas como un conocimiento secundario, algo que no se requiere actualmente en el campo laboral e incluso se dice que no sirve para nada y que sólo es importante para aquéllos que se desempeñan o están relacionados de alguna manera con ese sector.

Esta situación se magnifica cuando observamos que en los niveles educativos medio y superior, la cultura y las artes no juegan un papel fundamental en la formación de los estudiantes, aún cuando el concepto de Universidad implica una conjunción entre ciencia, técnica, artes y humanidades. Parece ser que éstas últimas no tienen el mismo peso de las dos primeras. En las Universidades, el respaldo hacia la cultura es muy débil y su inclusión en los planes de estudios es mínima o nula.

Y no solo las Universidades se encuentran en esta situación, también se manifiesta en las Instituciones rectoras de la cultura. Cabe señalar que tanto el órgano federal de la cultura CONACULTA como el del Distrito Federal, ICCM, a pesar de que se han preocupado por enfatizar la importancia de la cultura y las artes y han buscado alternativas para acercarlas a la educación y sociedad en general, no parecen haber logrado un cambio sustantivo en el entorno a través de sus políticas y acciones.

Uno de los puntos que hacen evidente el papel secundario que se le ha dado a la cultura, es el del aspecto financiero, ya que siempre existen rubros más importantes a los cuales destinar el presupuesto gubernamental. De esta manera nuestro país dedica entre el 0.05% y el 0.08% del PIB a la cultura y las artes, cuando el porcentaje mínimo sugerido por la UNESCO es de 1.0%. Este problema provoca que la cultura siempre vaya un paso atrás, pese a que la cultura puede ser un indicador importante para medir el desarrollo de un país. Cabe señalar que en muchos países considerados del "primer mundo" se puede observar un desatado apoyo a la cultura. No es ilógico decir que un mayor apoyo a la cultura daría como resultado cambios importantes que se reflejarían a nivel nacional.

El poco presupuesto destinado a la cultura en el ámbito nacional, se refleja en las Instituciones Académicas y, aunque en ellas el porcentaje presupuestal aumenta, existe una enorme brecha comparado con el asignado a otras áreas. En entrevista con el Licenciado Francisco Figueroa, Secretario Técnico de la Coordinación de Difusión Cultural, nos mencionó que una de las limitantes más graves que tienen la cultura y las artes es el poco presupuesto que se destina a este sector, que si bien es importante, se encuentra dentro de los últimos niveles de asignación por existir otras prioridades más fundamentales.

A pesar de todos los argumentos y situaciones con los que han tenido que lidiar la cultura y las artes, recientemente se está generando un nuevo esfuerzo por impulsar la cultura al lugar que le corresponde.



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM

Tal es el caso de las Instituciones Culturales que se han ocupado en destacar lo substancial que tienen la cultura y las artes en el desarrollo humano, así como la importancia de inculcarla desde las aulas, ya que pocas veces son fomentadas en el ambiente familiar.

Como ejemplo tenemos a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) que se encarga de estudiar todo lo que tiene relación con la cultura y las artes, fomentar la protección de los monumentos históricos y de los sitios naturales, además de apoyar la creatividad, particularmente en las artes y los oficios populares.

En una labor semejante encontramos al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) que, "ha puesto mayor importancia al plano cultural y artístico, convirtiéndose en el punto central de las oportunidades de desarrollo cultural, a partir de la preservación y difusión del patrimonio cultural en toda la variedad de sus manifestaciones tangibles e intangibles, pasadas y contemporáneas, y del estímulo y el impulso a la educación, la creación y la difusión artísticas y culturales al alcance de todos los mexicanos"¹.

Por otro lado, incluso, el Instituto de Cultura de la Ciudad de México (ICCM) habla de formar un público al que se le inculquen las manifestaciones de arte y la cultura, como parte de las demandas ciudadanas, que en el futuro contribuya -con su participación- a rescatar a las industrias culturales de la crisis en la que se encuentran.

En el libro "Experiencias Culturales" de la pasada administración se menciona que "el Derecho a la cultura, entendido como parte fundamental del derecho a la ciudad, se debe incrementar la misma inquietud en la academia, en los empresarios de la cultura y el entretenimiento entre los políticos y en la opinión pública"²

Pero no únicamente las Instituciones están preocupadas por el acercamiento de la sociedad a la cultura, diversos artistas también han levantado su voz a favor de la cultura, destacando la importancia que tienen la cultura y las artes para la formación de las personas. La mayoría de ellos coinciden en que una persona que tiene contacto con la cultura y las artes, es indiscutiblemente una persona más consciente de su realidad, más sensible y con una conciencia social más despierta.

También coinciden en que "la cultura moldea nuestro pensamiento, nuestra imaginación y nuestro comportamiento y que la cultura y las artes son una fuente dinámica de cambio, creatividad y libertad, que abre posibilidades de innovación; "la cultura es energía, inspiración al mismo tiempo que conocimientos y reconocimiento de la diversidad"³

1 Instituto Nacional de Bellas Artes. Programa 2001-2006

2 Información Obtenida del Libro Experiencias Culturales del Primer Gobierno Democrático de la Ciudad de México. 2000

3 Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. www.unesco.org.mx



Los artistas no sólo han hablado de los beneficios que traen consigo el arte y la cultura, sino también de la importancia de la educación artística y de acercar a niños y jóvenes al arte, ya que en la educación siempre debe haber un lugar para la sensibilidad. El arte tiene enormes potencialidades educativas ya que "a partir del arte, los niños refuerzan la cultura, la escritura, además de escultura, narración y presentación de historias, al mismo tiempo que refuerzan su imaginación y creatividad, y aumentan su autoestima, cuestión fundamental para el desarrollo posterior"⁴.

Además sostienen que la cultura y las artes son una herramienta fundamental para un cambio sustentado: "creemos en el arte como algo que salvará a la humanidad y no como producto de venta"⁵.

Hasta en el ámbito empresarial, que pudiera parecer el menos interesado en ésta área del conocimiento, se ha gestado a últimas fechas una preocupación por los valores humanos de los integrantes, debido a que las empresas han descubierto que en un ambiente cordial se trabaja mejor y se es más productivo; porque "cuando alguien tiene contacto con la cultura y las artes no puede volver al trabajo con la misma mentalidad, pues el arte tiene la capacidad de avivar el ánimo, incluso en la gente que no es tan feliz con lo que hace o con su vida"⁶.

No es arriesgado decir que a cualquier ejecutivo le gustaría tener mayores argumentos para entender a sus semejantes y tener la capacidad de entender todas las cosas con una visión más amplia; tampoco que a una empresa le gustaría tener colaboradores honestos, con valores sustentables y éticos.

Si todos estos argumentos no fueran suficientes para reconocer la importancia de la cultura y las artes, recordemos que en la historia de los gobiernos totalitarios y fundamentalistas, éstos se han dedicado -durante sus regímenes- a la destrucción, control y manipulación de los procesos, actividades y objetos culturales y artísticos para someter a las sociedades que rigen.

Hay personas que llevan al grado de indispensabilidad el desarrollo de la cultura y las artes dentro de una sociedad. Tal es el caso de Perla Idalia López (Cantante y Maestra de música en la Escuela de Iniciación Artísticas del INBA) "Pienso que si la sociedad estuviera más cerca del arte cambiaría 180 grados, sería completamente diferente"⁷; o por otro lado José Nava quién afirma: "la cultura es lo que somos. Y peor o mejor aún la cultura es lo que vamos a ser. Es nuestro destino"⁸.

4 Ma. Luisa Barrera de Serna, "Por Amor al Arte" Enlaces

5 Evelia Kachen, "Educación artística" La Jornada, 18 de enero, 2002

6 Dan Cameron, Presentación de la Colección Jumex, Reforma, 1 de febrero, 2002

7 Perla Idalia López "Educación Artística" La Jornada, 14 de enero, 2002

8 Eduardo F. Ramírez García "Los mexicanos vivimos una cultura autoritaria". El Financiero, 14 de enero 2002



3.2 INSTITUCIONES Y POLÍTICAS CULTURALES

La cultura no es un tema que se maneja en un círculo pequeño, más allá de las instituciones académicas, existen organismos a nivel local nacional y mundial, que se encargan de marcar los lineamientos para lograr mayor difusión, fomento y promoción de la cultura y las artes.

3.2.I Instituciones y Políticas Gubernamentales

Cuando se estudia o evalúa cualquier iniciativa con dichos objetivos es muy importante considerar el estudio de políticas que rigen los programas y actividades del sector en esos niveles. Como en otros rubros, la carencia de lineamientos que dirijan y coordinen los esfuerzos hacia el objetivo de un grupo, organización o institución puede reflejarse en la planeación incorrecta de programas y en la consecuente ejecución de acciones que resulten inconexas, sin sentido e inapropiadas para alcanzar sus metas y cumplir sus objetivos.

Conocer las políticas culturales que rigen local, nacional o internacionalmente, permite que una institución pueda coordinarse y establezca lineamientos favorables a sus propias políticas y las enriquezca ajustándolas con una visión propia de las cosas.

Los programas de actividades culturales institucionales se rigen por políticas explícitas o implícitas; es decir, una serie de lineamientos escritos o sobrentendidos, que marquen los rumbos del trabajo y las limitantes al accionar. En este sentido, al hablar de instituciones y políticas gubernamentales buscamos dar ejemplos de un trabajo institucional que, si bien no puede equipararse al del sector educativo, influye directa y -por lo general- indirectamente sobre éste.

El desconocimiento de las políticas culturales del Estado o de organismos internacionales -por parte de cualquier organización dedicada al tema- puede originar que su aportación, tanto al interior como al exterior de la misma, sea contradictoria, tenga dificultades para enlazarse con programas de otras instituciones o desaproveche avances ya consolidados en la materia.

La UNAM, como otras instituciones, se ubica en el contexto de políticas locales y normatividades locales que influyen de manera drástica su entorno.

Siguiendo la misma línea de las anteriores secciones, mostraremos a continuación un panorama de las políticas que dictan la mayor parte de los procesos culturales :

UNESCO

La Organización de Las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO) da un punto de partida para todas las acciones de índole cultural a nivel macro. En lo relativo a la cultura, la labor de la UNESCO apunta, por una parte, a fomentar la protección de los monumentos históricos y de los sitios naturales y, por la otra, a dar apoyo la creatividad, particularmente en las artes y los oficios populares.

La UNESCO brinda, pues, su apoyo a la elaboración de políticas culturales, al desarrollo de industrias culturales (festivales de música, empresas editoriales y establecimientos de oficios, por ejemplo) y a la preservación del conocimiento tradicional (lenguas, cuentos y leyendas, etc.)



Asimismo, la UNESCO procura "fomentar un entorno social y jurídico propicio para la actividad creativa y el pensamiento crítico en todas sus formas. Promueve a la vez la creatividad individual, arraigada en la cultura tradicional o popular, y la creatividad industrial, cuya dinámica proviene de las instituciones sociales y económicas que estimulan la actividad del mercado y la innovación"

Al comienzo de su labor, ésta organización puso énfasis en el diálogo intercultural como estrategia clave para la construcción de la paz, por ejemplo: en el estudio "Unidad y diversidad de las culturas". En la actualidad considera fundamental que "La globalización y la interdependencia creciente de las naciones suscitan, en el mundo entero, nuevas oportunidades y retos para la cultura y para las políticas culturales: retos de orden ecológico, político, social, humano y cultural (en el sentido estricto del término)".

CONFERENCIA INTERGUBERNAMENTAL SOBRE POLÍTICAS CULTURALES PARA EL DESARROLLO

En ésta conferencia se han planteado diferentes líneas de desarrollo cultural para los estados miembros, así como políticas que beneficien el trabajo que en el área impulsan dichos países. En su versión de 2 de abril de 1998 y después de discutirse y analizarse puntos importantes, surgieron entre otros los siguientes lineamientos sugeridos a los países miembros.

1. Animar el desarrollo y perfeccionamiento de procesos conducentes a una coordinación intersectorial de políticas culturales.
2. Promover actividades para incrementar la conciencia del pueblo y los organismos que toman decisiones, de la importancia de tomar en cuenta los factores culturales en el proceso de un desarrollo duradero.
3. Promover el intercambio y diálogo entre individuos, la sociedad y países, sobre la base de valores compartidos.
4. Promover nuevos lazos entre la cultura y el sistema educativo, lo cual hace posible reconocer plenamente la cultura y el arte como una dimensión fundamental de la educación de cada uno, desarrollar la educación artística y estimular la creatividad en programas de educación en todos los niveles.
5. Nuevas políticas culturales, programas, instituciones y proyectos, con el objetivo de asegurar la plena participación en términos iguales para todos los individuos de la sociedad.
6. Destinar los recursos convenientes para la educación, investigación cultural e información que sean necesarios para el concepto y ejecución de las políticas culturales.



CONACULTA

Pasando del plano mundial al nacional, encontramos al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), institución rectora de la cultura en nuestro país. Entre los principios que la rigen está el de "rescatar, restaurar y preservar el patrimonio artístico mexicano, enriqueciéndolo con la aportación de los creadores contemporáneos".

Así también ha emprendido todas aquellas tareas necesarias para la investigación, registro, protección, recuperación y cuidado de obras de enorme valor artístico del país.

Según cita del Programa 2001-2006 de CONACULTA: "Se despliega una política nacional desde la perspectiva del fortalecimiento de la cultura, de la preservación de los bienes y valores en que se expresa y de los servicios que garantizan su disfrute generalizado, como elementos sustanciales del desarrollo y la cohesión social"⁹

En materia de educación e investigación artísticas, CONACULTA se ha puesto como meta actualizar la normatividad que regula los procesos académico-organizativos y aquellos lineamientos destinados a fortalecer la vida colegiada; por medio del desarrollo de proyectos que apoyen y estimulen a los docentes y alumnos de las escuelas de artes, centros y casas de cultura, asociaciones y otras instituciones relacionadas.

Otro punto considerado por esta institución, es el de enriquecer y fortalecer el proyecto académico de las Escuelas y Centros de Investigación nacionales, mediante programas de extensión académica que impulsen el desarrollo de acciones de vinculación con instituciones homólogas y el campo profesional.

INBA

En este contexto del nuevo impulso a la educación e investigación artística, CONACULTA busca, a través del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), establecer lineamientos y políticas que permitan organizar, impulsar y desarrollar la educación e investigación artísticas en sus diferentes tipos, niveles y modalidades, considerando las necesidades sociales y de desarrollo del país, así como los avances en el campo del conocimiento de las diferentes disciplinas que sustentan la creación artística.

CENART

El objetivo general del Centro Nacional de las Artes (CENART), "es redefinir los enfoques y alcances de la educación artística, sus contenidos y métodos, bajo los principios de respeto a la especificidad de la formación artística, fomento de las interdisciplinas y acercamiento de los artistas, investigadores y público en general a las escuelas".

⁹ Programa Nacional de Cultura 2001-2006



ICCM

Así como existen instituciones rectoras encargadas de establecer y controlar los lineamientos a nivel nacional, también el Distrito Federal, contó con el Instituto de Cultura de la Ciudad de México (ICCM) que considero dentro de su administración como función "Divulgar, promover y preservar la cultura del Distrito Federal, instrumentar las políticas culturales, y ser la instancia normativa de los programas para la atención a la cultura".¹⁰

Ante todo esto, según refiere el ICCM en el libro de experiencias culturales que, la política cultural tiene la responsabilidad de responder con propuestas y acciones concretas a las expectativas de una nueva visión de quienes no estamos de acuerdo con la reproducción del modo de ser que nos ha llevado a una encrucijada de dos visiones del país: los que pueden forjarse un destino con educación y medios para aprovecharla y el de millones y millones de excluidos del proceso de civilización que debe de representar la vida en sociedad.

A diferencia de CONACULTA que no ha logrado establecerse como una Secretaria de Cultura a nivel Nacional, en la actual administración el ICCM se vislumbró un cambio sin precedentes. En meses recientes la Asamblea Legislativa del Distrito Federal apoyó su desaparición, para dar paso a la creación de la de la Secretaria de Cultura del Distrito Federal, lo cual le permitirá contar con mayor autonomía, mayor presupuesto y capacidad para desarrollar, coordinar y ejecutar sus lineamientos culturales.

¹⁰ "Experiencias Culturales del Primer Gobierno Democrático de la Ciudad de México", 2000.



3.2.2 Instituciones Académicas

"El papel de las instituciones de educación superior no es sólo crear profesionistas en cuanto a dotarlos de las herramientas técnicas, sino también formar hombres mediante el desarrollo de su espíritu, sensibilidad y capacidades"

Ma. Teresa Quintana Rocha

Debido a que nuestro tema de estudio es la difusión cultural de la UNAM en el ámbito académico, consideramos de mucha importancia hablar de otras instituciones académicas, con el fin de conocer los esfuerzos que están realizando diferentes Universidades por incluir en su formación los aspectos culturales y artísticos.

Por otra parte, al acercarnos más en el contexto en el que la UNAM se desenvuelve, consideramos oportuno conocer como se vive y se lleva a cabo la difusión cultural en otras instituciones académicas. Pretendemos así, ofrecer un marco de referencia más amplio, para entender la postura y el trabajo realizado por la UNAM.

Comenzaremos mencionando a la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), que fue tomada como parte de nuestro estudio, debido a que es una institución descentralizada del Gobierno, autónoma, con personalidad jurídica y patrimonio propio semejante a los que tiene nuestra máxima casa de estudios.

La filosofía de la UAM es, "buscar la unidad de las ciencias y las humanidades, de la cultura general y la del especialista, la de la teoría y la práctica y la de sus expresiones técnicas y artísticas"¹¹.

Sus actividades culturales tienen, entre sus principales funciones, "el rescate de la cultura nacional y la consolidación de la formación humanística de la comunidad universitaria; así se organizan actividades científicas, foros y convenciones, ciclos cinematográficos, presentaciones de obras de teatro, de danza, conciertos y talleres artísticos libres; éstos últimos con el objeto de complementar la formación académica, además de encauzar las inquietudes creativas y el desarrollo personal de los jóvenes.

La UAM, se ha interesado por difundir la cultura y las artes en su comunidad estudiantil, aunque no cuenta con carreras de corte cultural y artístico.

Por su parte, la Universidad del Claustro de Sor Juana, opera con la base de "educar, promover y difundir la cultura universal y nacional y cultivar, crear y fomentar el conocimiento y la investigación ofreciendo servicios académicos y culturales que favorezcan el desarrollo del proceso de enseñanza y aprendizaje de las personas que constituyen nuestra sociedad"¹²

¹¹ Universidad Autónoma de México

¹² Universidad del Claustro de Sor Juana



Además de contar con actividades académicas, científicas y culturales, ésta Universidad realiza algo único en el sector cultural y artístico: establecer como parte de su programa la carrera de Ciencias de la Cultura, única en su género.

En entrevista con el Director del Colegio de Arte y Cultura de la universidad del Claustro, le preguntamos el porqué de la creación de dicha carrera, a lo que nos respondió: "la carrera nació a partir de una necesidad social, ya que al realizar una investigación, el Claustro de Sor Juana descubrió la necesidad de que alguien administrara, promoviera, presentara, difundiera y vendiera la cultura. Y se dio cuenta que, resolver esta carencia en la Ciudad de México, era urgente"¹³.

En la misma entrevista, le cuestionamos sobre qué se debe de hacer para que los estudiantes se interesen en el aspecto cultural y artístico como parte de su formación, a lo que nos contestó: "Para lograr que los estudiantes y -sobre todo- los universitarios, despierten o manifiesten un interés hacia la cultura y las artes es necesario que exista una liga que, de alguna manera, relacione a éstas con su carrera. Si los estudiantes no comprenden los beneficios que les traerá el conocimiento y apreciación de la cultura y las artes, no aceptarán la inclusión de un programa que los acerque a las actividades culturales"¹⁴.

Otra Institución que se preocupa por la difusión de la Cultura y las Artes, es la Escuela Bancaria Comercial (EBC), que busca "desarrollar una formación integral, en donde sus alumnos puedan apreciar el mundo no solamente desde el punto de vista profesional, sino que puedan abrirse a todas las manifestaciones del ser humano y esto incluye, por supuesto, a la cultura y las artes. Esta formación dará a los egresados mayor sensibilidad para apreciar el mundo"¹⁵.

La EBC cuenta con su propio departamento de Difusión Cultural, que se encarga de coordinar las actividades que presenta en sus mismas instalaciones. Entre éstas encontramos: cine EBC, club de lectores, exposiciones plásticas, conferencias, conciertos, obras de teatro y talleres.

En entrevista realizada con la Directora de Diseño Curricular, nos menciona que "el papel de las instituciones de educación superior no es sólo crear profesionistas, en cuanto a dotarlos de las herramientas técnicas, sino también formar hombres mediante el desarrollo de su espíritu, sensibilidad y capacidades"¹⁶.

Además, en la misma entrevista, nos mencionó que ven -como principal limitante en la difusión de la cultura y las artes en la EBC- el reducido espacio en sus instalaciones, ya que no cubren la demanda de alumnos que quieren participar en sus eventos. Esta universidad no cuenta con una política cultural propia, que sea clara y bien definida, al igual que otras universidades.

13 Roberto Sánchez Valencia, Universidad del Claustro de Sor Juana.

14 *Ibidem*.

15 Escuela Bancaria Comercial.

16 María Teresa Quintana Rocha, EBC.



3.3 UNIVERSALIDAD VS. ESPECIALIZACIÓN UN DILEMA EDUCACIONAL

"No se trata de elegir entre transmitir conocimiento o producir investigación; entre extender la cultura y preparar profesionales. La exigencia es hacer una cosa y otra. No se trata de elegir unas y subordinar otras, sino de desplegar con fuerza cada una de ellas"

Juan Ramón De la Fuente.

Además de lo referido anteriormente, abordaremos el alejamiento de la educación de las humanidades y la falta de interés del individuo por las actividades culturales y artísticas.

El mundo actual nos obliga a vivir de una manera muy acelerada, en la que nuestras habilidades para desarrollarnos en una técnica específica son cada vez más demandadas; olvidándonos en algunas ocasiones, de la importancia de detenernos un instante a disfrutar y enriquecernos con el arte y la cultura. Horderlyn ha dicho:

"La universidad es un organismo vivo en constante transformación. No podemos olvidar que su finalidad fundamental es la de proponer y estimular todas las formas del saber y de la creación artística"¹⁷

En el esfuerzo de las Universidades por incluir la cultura y las artes en sus planes de estudios, falta mucho por hacer. Ante esto, se podría sugerir la inclusión de materias opcionales de éste género para probar la aceptación de los estudiantes.

Es una pena que, aún eventos gratuitos y de gran importancia en las Universidades, son presenciados por un público escaso. Esto no es más que el reflejo de una pérdida de sensibilización del ser humano; proceso que -como muchos- tiene sus orígenes en la educación. En la actualidad ésta se encuentra en un proceso de cambio y reflexión, especialmente la del nivel superior, en la que debería ponerse más énfasis por lograr la conjunción de la ciencia, la tecnología con las humanidades y las artes.

Sobre el papel que ha jugado en el presente la educación superior, en torno al tema de este capítulo, recordemos como -hasta mediados del siglo XX- las Universidades, por tradición tenían como preferencia la formación de profesionistas en carreras humanistas, cuyo propósito fundamental era el conocimiento de hombre y de su esencia.¹⁸ Pero, a mediados y finales de este siglo, los gobiernos y las empresas han perfilado la construcción del sistema de desarrollo fundamentado en las bases económicas, por lo que la tendencia educativa superior se ha inclinado hacia las ciencias exactas y al desarrollo de la tecnología, que son las habilidades más requeridas en el campo laboral.

¹⁷ Revista Quinta Epoca Num. 3 1999.

¹⁸ Ma. Teresa Quintana Rocha. "Humanismo en las Universidades", Enfoques, 1998.



¿Será que no se requiere de una formación humanista?, ¿o quizá que solo fue tomada como una "moda" y por ello está en extinción?. Al parecer la educación no está afrontando la crisis provocada por la formación preponderantemente tecnócrata, donde el terreno académico no está sustentado en los conocimientos humanísticos y universales, que permitan al hombre analizar su papel como unidad básica de la sociedad. Tampoco de la importancia de nuestro auto-conocimiento, para poder comprender -de mejor manera- las relaciones humanas, en un mundo conflictivo y cambiante que plantea frecuentemente nuevos retos.

Por ello, es imperativo recuperar el pensamiento humanista, que nos permita replantear nuestros valores, porque "el humanismo contribuye a despejar todas las dudas que surgen a todo hombre y a toda sociedad; le permite dar sentido a su existencia, buscar el progreso, satisfacer el espíritu, sus necesidades no sólo materiales sino afectivas"¹⁹:

Una educación a la vez científica y humanista, permitirá que los futuros profesionistas puedan dar respuesta a las necesidades de los nuevos escenarios económicos mundiales y estar consientes de la importancia y trascendencia del hombre, mediante la promoción de los valores fundamentales, como el respeto a la vida, al ambiente, a las diferencias ideológicas, a la verdad, la justicia, la honestidad y la honradez, tan desgastados en la actualidad.

Sin embargo, una educación que por ejemplo, no contemple -como base fundamental de la formación universal- la cultura y las artes, estará fomentando la educación tecnócrata y especializada, dejando de lado el desarrollo de valores y la formación integral de sus entes sociales.

La cultura juega un papel fundamental en el desarrollo humano y social, por ello debe fomentarse desde las aulas como un proceso de cambio sustentado en la educación y dirigido a crear oportunidades de superación individual y colectiva. La cultura es también generadora de vínculos de identidad, de sentido de pertenencia a partir de valores e ideologías comunes que hacen posible y fortalecen la convivencia.

Últimamente se ha mencionado reiteradamente, que la educación pública debe recuperar la formación integral que comprenda técnica, ciencia, arte y humanidades. De acuerdo a esta premisa, se deberían hacer modificaciones a los planes de estudio; sin embargo, los planes de estudio ya están muy saturados como para incorporarles, además, materias de corte humanista. Lo que sí es posible, es la creación de programas culturales para los estudiantes de las escuelas de educación básica con el objeto de darles a entender la necesidad de la educación integral.

¹⁹ Ibídem



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM



En este sentido el Licenciado Roberto Sánchez Valencia, Director del Colegio de Arte en el Claustro de Sor Juana, nos comentó: "Para lograr que los estudiantes, y sobre todo los universitarios, despierten o manifiesten un interés hacia la cultura y las artes es necesario que exista una liga que, de alguna manera, relacione éstas con su carrera. Si los estudiantes no comprenden los beneficios que les traerá el conocimiento y apreciación de la cultura y las artes no aceptarán la inclusión de un programa que los acerque a las actividades culturales".

Es tiempo de sentar las bases para una profunda transformación, que fortalezca la relación entre el sector cultural y el sistema educativo nacional, ya que ésta es la única manera en que se podrá tener acceso a una educación universal. La nueva política pública en materia de cultura, debe colocar el vínculo de la cultura, especialmente de la educación artística y el conocimiento y aprecio del patrimonio cultural con la Escuela, como una de las estrategias fundamentales para dar sustento a nuevas condiciones de creación, producción y disfrute del arte y la cultura.

También es tiempo de sentar las bases para una profunda transformación, que fortalezca la relación entre las humanidades y el sistema educativo nacional, ya que ésta es la única manera en que se podrá tener acceso a una educación universal que contemple, tanto la técnica como las humanidades. Tal como lo cita CONACULTA en su programa de Cultura 2001-2006:

"La educación debe contribuir al desarrollo integral del individuo, para que ejerza plenamente sus capacidades humanas, debe impulsar la creación artística y propiciar la adquisición, el enriquecimiento y la difusión de los bienes y valores de la cultura universal y, en especial, de aquellos que constituyen el patrimonio cultural nacional."

Mucho más podríamos decir, para destacar la importancia de la cultura y las artes en la educación de todo individuo. Concluiremos éste capítulo, haciendo hincapié en el hecho de que "la cultura alimenta el espíritu, las emociones y los sentimientos, ya que las artes son las formas de expresar nuestras inquietudes y de sublimar nuestras frustraciones"²⁰.

**ESTA TESIS NO SALI
DE LA BIBLIOTEC.**

²⁰ Ma. Quintana Rocha "Humanismo en las Universidades



3.4 LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SU PAPEL EN LA PROMOCIÓN, FOMENTO Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA.

Para poder hablar de cultura en la educación, es necesario conocer la labor de las instituciones rectoras que se encargan de establecer programas y políticas de educación medio y superior; destacando las aportaciones que han hecho referente a los aspectos culturales en nuestro país.

La Secretaría General Ejecutiva de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES-SGE) ha propiciado un proceso de armonización de programas e intereses en la materia, con la característica de que han sido los propios responsables de extensión universitaria, de las instituciones de educación superior afiliadas, quienes han asumido la responsabilidad nacional del proceso. Esto ha permitido romper concepciones limitadas respecto a la función y que su presencia nacional se consolide a través de los "Corredores culturales regionales" y de la creciente concertación realizada con instancias gubernamentales, empresariales y sociales que actualmente se lleva a cabo en el país.

Con este panorama se forjaron las inquietudes que dieron lugar al Programa Nacional de extensión de la Cultura y los servicios (PNECS), vigente desde su aprobación por la XXIII Sesión ordinaria de la Asamblea General de la ANUIES (Cuernavaca, 1990). En el contexto actual se presenta la propuesta de actualización del PNECS, misma que pretende impulsar la transformación académica de los contenidos y modalidades de organización y funcionamiento de la difusión cultural y extensión de los servicios, dentro de las instituciones educativas.

El origen de esta propuesta se encuentra en una iniciativa de la Universidad Autónoma de Baja California ante el Consejo Nacional de las ANUIES, el cual acordó que fuese el Consejo de las Universidades Públicas e Instituciones afines (CUPIA), quien conociera sobre la situación y perspectivas de la función de la extensión de la cultura y los servicios, a través del documento "El papel de la difusión cultural y la extensión de los servicios", elaborado en la ANUIES-SGE con la colaboración de un grupo de los directores de extensión. En este proceso, el CUPIA recomendó, en su IV sesión ordinaria de trabajo, (Ensenada, octubre de 1993), que el mismo grupo reformulara el documento e incorporara las aportaciones, observaciones y comentarios hechos durante la reunión, con el único fin de que fuera revisado posteriormente por una Comisión de rectores.

Una vez que el grupo de trabajo concluyó la reformulación del documento, la ANUIES-SGE convocó, el 20 de abril de 1994, al grupo de rectores encargado de revisarlo. Este grupo recomendó que se hicieran algunas precisiones en lo referente al papel de la difusión cultural, pero también recomendó que se actualizara el PNECS, con el fin de establecer un documento rector de la función, acorde con las nuevas condiciones del país y con el interés de las instituciones de educación superior por adecuarse a ellas.



***La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM***

La propuesta es el resultado de un intenso proceso de participación regional y nacional, derivado de la suma de los esfuerzos institucionales, tanto de universidades públicas como de algunos tecnológicos, comprometidos con la superación del quehacer académico, cultural y social que es posible alcanzar a través de la extensión de todas las actividades que realizan las instituciones de educación superior.

A partir de entonces, la universidad emprende acciones de extensión universitaria, con programas específicos de: brigadas multidisciplinarias universitarias, mejoramiento sanitario, bufete jurídico gratuito, consultas técnicas, higiene personal y pública, instrucción cívica, docencia extraescolar, museos, exposiciones artísticas, conferencias, fomento cultural, servicio social, cooperación social, intercambio cultural y difusión, que se fueron desarrollando prácticamente en la mayoría de las IES de los estados.

En 1957, la Unión de Universidades de América Latina (UDUAL) convoca a la <<Primera Conferencia Latinoamericana de Extensión Universitaria y Difusión Cultural >>, que se realiza en Santiago de Chile, en donde se emite un conjunto de planteamientos y recomendaciones que señalan que "... la extensión universitaria tiene como misión proyectar, en la forma más amplia posible y en todas las esferas de la nación, los conocimientos, estudios e investigaciones de la universidad, para permitir a todos participar en la cultura universitaria, contribuir al desarrollo social y a la elevación del nivel espiritual, moral, intelectual y técnico del pueblo" (Ibid). Cabe hacer notar que en esta reunión se divide la función de extensión universitaria en extensión cultural y difusión cultural.

Durante IV Asamblea, llevada a cabo en 1963, la UDUAL señala como cuestión fundamental: que corresponde a la universidad la función social de la proyección de sus enseñanzas y de sus conocimientos, a través de la extensión cultural, con el fin de colaborar activamente en el mejoramiento del nivel de vida material y espiritual de la comunidad en que se encuentra inmersa.

Es de nueva cuenta esta organización la que comienza a utilizar indistintamente los conceptos de extensión universitaria y extensión cultural que dan origen al concepto de difusión cultural.

Así con base en las conclusiones de dicha asamblea, en 1970 la Universidad Nacional Autónoma de México y la ANUIES, organizan la "Primera Reunión de Consulta para la Coordinación de la Difusión Cultural" constituyéndose el Consejo Nacional de Difusión Cultural, con 38 instituciones (18 de educación superior), con el fin de difundir la cultura, lo más ampliamente posible, a todos los niveles. Este consejo se constituyó en un organismo coordinador de las instituciones que realizan estas instituciones en la República, abarcando acciones en diversos campos, como son el uso de medios de comunicación, bibliotecas, museos, intercambios, teatro, danza, cine, música y editorial, entre otros aspectos.

En 1972, y promovida por el Consejo, la UDUAL organiza en México la "II Conferencia Latinoamericana de Difusión Cultural y Extensión Universitaria", en la que la función queda definida como "...la interacción entre la universidad y los demás componentes del cuerpo social, a través de la cual ésta asume y cumple su compromiso de participación en el proceso social de creación de la cultura y liberación y transformación radical de la comunidad nacional".



A pesar de la dificultad para mantener su presencia a nivel nacional, el Consejo sentó las bases para la coordinación de la extensión universitaria. A partir de 1975, se realizan congresos, reuniones regionales, nacionales e internacionales, para impulsar prioritariamente la difusión cultural, privilegiando lo artístico e iniciando la divulgación del conocimiento científico y tecnológico.

A partir de 1978, la difusión cultural y la extensión universitaria se consideran objeto formal de planeación, al quedar incorporadas al Plan Nacional de Educación Superior; Lineamientos para la Década 1981-1991; Programa Nacional de Educación Superior (PRONAES) 1984-1985; Programa Integral para el Desarrollo de la educación Superior (PROIDES) 1986, y Programa para la Modernización Educativa 1989-1994.

En el PROIDES se nota que "...en lo relativo a la difusión cultural y la extensión de los servicios, será necesario lograr una mayor precisión sobre los conceptos y políticas institucionales relacionadas con esta función. Con lo anterior se habrá de buscar una afirmación de los valores y conocimientos nacionales y universales, el apoyo de las manifestaciones autóctonas y populares, la divulgación del conocimiento científico y tecnológico y la atención más eficaz de aquellas necesidades sociales relacionadas con la naturaleza y fines de la educación superior". En el Programa de Modernización 1989-1994 se plantea, entre otros, el siguiente objetivo para la educación superior: "... vincular a las instituciones de educación superior con la sociedad para orientar participativamente el desarrollo de ese nivel educativo y contribuir a resolver, con los recursos del conocimiento y la organización institucional, los grandes retos sociales, económicos, tecnológicos y científicos del país".

Estos documentos rectores son los que generan que el camino de la extensión universitaria, la extensión cultural y la difusión cultural se transforme en el de la difusión cultural y extensión de los servicios.

Se puede señalar que históricamente la función que ha sido definida como "extensión universitaria", "extensión cultural", "difusión cultural", "difusión cultural y extensión de los servicios", ha arribado, finalmente, al concepto único de "extensión de la cultura y los servicios", aún cuando se utilicen los anteriores de manera análoga. Sin embargo, la operación institucional se organiza a partir de dos vertientes de acción:

aquella en que predomina la difusión cultural y por tanto el énfasis es mayor en la difusión, rescate y promoción de las manifestaciones artísticas, la divulgación científica y la utilización de medios de comunicación, y

aquella en que el mayor peso está orientado hacia la extensión universitaria, con énfasis en acciones relacionadas con la educación continua, los servicios a la comunidad, los servicios a los estudiantes y la prestación de servicios profesionales que algunas instituciones reconocen como vinculación.



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM

La función ha sido materia de evaluación a partir de 1984, cuando la ANUIES aprueba el documento "Evaluación de la educación superior" y años más tarde, en los "Lineamientos generales y estrategias para evaluar la educación superior", aprobados en 1990 Por la Comisión Nacional para la Evaluación de la Educación Superior (CONAEVA), se incluyen categorías, criterios e indicadores para su evaluación.

En 1991 La Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior (CONPES) acordó la creación de los Comités Institucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) y, en enero de 1993, se integra el Comité de Evaluación de Difusión de la Cultura, el cual como una de sus primeras tareas ha buscado la definición de un marco de diferencia y la determinación de su universo de trabajo, tratando de introducir un esquema que facilita la evaluación, considerando los trabajos previos, como el PNECS; el PROIDES y las propuestas para la modernización de la Educación Superior formuladas por la ANUIES. Con base en lo anterior, se ha diseñado un esquema metodológico y operativo para la evaluación y se han desarrollado las primeras experiencias del comité.

En los seminarios regionales que la CONAEVA realizó (1991), se anotan las siguientes características respecto a la extensión de la cultura:

Por lo general se le otorga mayor financiamiento que la investigación.

El personal adscrito a esta función se ha formado en la práctica y presenta una alta movilidad laboral.

No existe un marco de referencia laboral que oriente las actividades más allá de las de tipo deportivo, recreativo y de algunos servicios de atención comunitaria.

El impacto de los programas no ha sido objeto de evaluación y en el caso de la extensión esto es aun más preocupante, puesto que fue apenas mencionada por contadas instituciones". (SEP-CONAEVA, 1991).

Paralelamente, desde 1996 las políticas seguidas por la ANUIES-SGE para apoyar el desarrollo de esta función partieron del análisis de la y de su Estatuto (artículos 2º, 3º y 21º, que abordan los fines, objetivos e integración de los Consejos Regionales), así como de las políticas establecidas en el PROIDES. Para ello, se convocó a los responsables de la función, que en 14 reuniones entre 1986 y 1992, se dedicaron a definir los conceptos fundamentales sobre el tema, buscando aquellos elementos que permitieran delinear principios en común.

A partir de estas reuniones, las IES conjuntamente con la ANUIES-SGE formularon el PNECS, con el fin de definir e identificar en el marco de la extensión de la cultura y los servicios los problemas a nivel nacional; los propósitos de las instituciones de educación superior y sus correspondientes políticas; las áreas de actividad, proyectos y metas, así como los lineamientos de coordinación nacional y regional

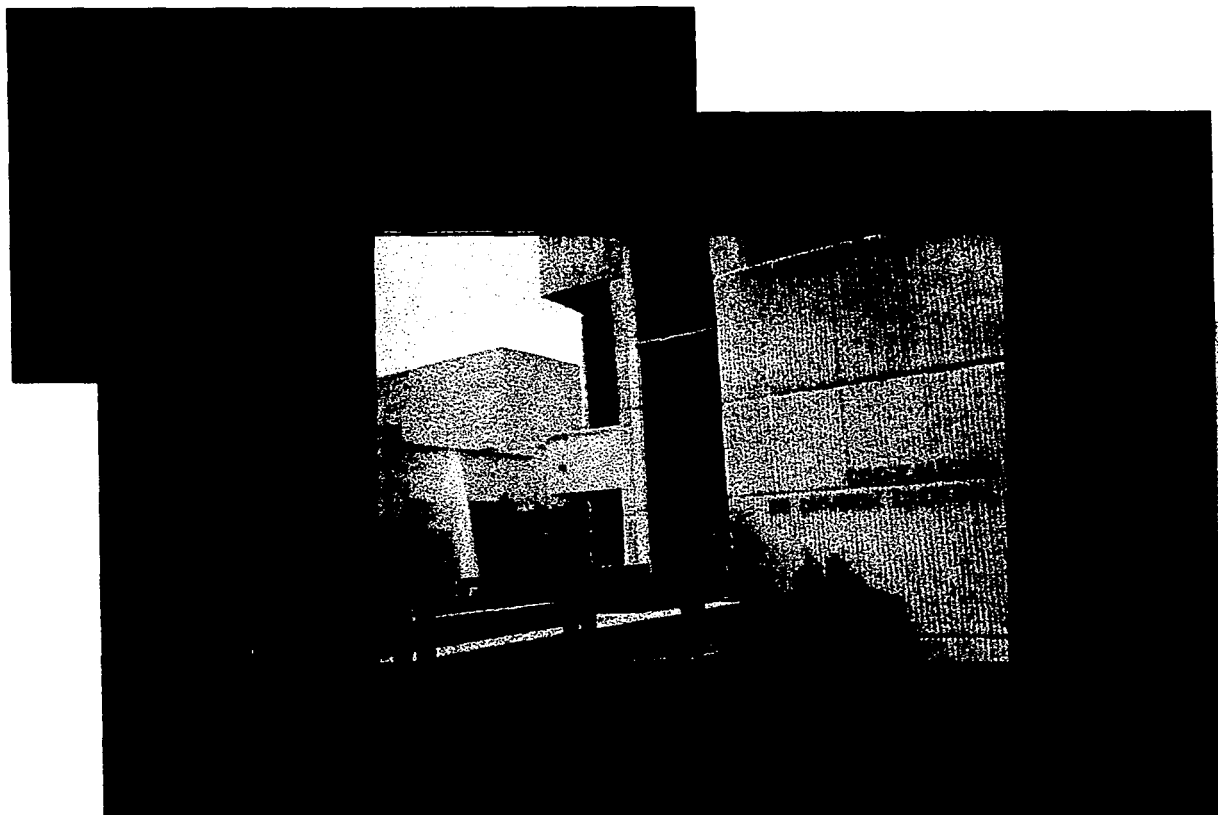


Con el reconocimiento institucional a dicho programa en la XXIII Sesión Ordinaria de la Asamblea General de la ANUIES, llevada a cabo en Cuernavaca, Morelos, en 1990, además del fortalecimiento de esta función, se dio cauce a las reuniones nacionales y regionales. Así, durante el período 1992-1993, se convocó por regiones, a las IES para iniciar la elaboración de los subprogramas nacionales:

- Divulgación científica y tecnológica
- Servicio Social
- Servicio social
- Difusión Artística
- Editorial
- Radiodifusoras y Promotoras
- Vinculación
- Educación Continua
- TV y Video
- Deportes
- Patrimonio cultural de las Instituciones de Educación Superior

Este es el primer programa para la función a partir de la cual se formula el documento "El papel de la difusión cultural y la extensión de los servicios en las universidades públicas", analizado y aprobado por el CUPIA, dentro del marco de su IV, V, VI, sesiones ordinarias de trabajo, realizadas en Ensenada en 1993, y Oaxaca y Toluca en 1994, en ese orden.

Ambos sirven de base para el mejoramiento, enriquecimiento y modernización de la extensión de la cultura por los servicios, a fin de que sea capaz de aspirar a la excelencia, a través de un concepto renovado que fortalezca su sentido social y vincule las funciones sustantivas en un mismo proyecto educativo. Como resultado de este trabajo, realizado a lo largo de estos años se ha llegado a concebir a la extensión de la cultura y los servicios como "...una función sustantiva que tiene como finalidad el hacer participar de los beneficios de la educación y la cultura nacional y universal a todos los sectores de la sociedad, tratando de incidir en su integración y transformación, mediante la difusión, divulgación, promoción y servicios de conocimiento científico, tecnológico, artístico y humanístico"



Capítulo IV

*La UNAM y su Vocación
Cultural*



4.1 IDEARIOS, FUNDAMENTOS Y POLÍTICAS

*"La Universidad ha sido el lugar por excelencia del desarrollo del
conocimiento científico, del saber humanístico y de la creación artística"*

Haderlin

Para obtener una visión más amplia acerca de lo que ha significado la UNAM dentro del campo cultural y artístico se presentaron a continuación algunos fundamentos y políticas que fueron importantes en el ámbito cultural, así como algunas concepciones por parte de personajes que tuvieron una gran relevancia en la evolución de la universidad.

Una Universidad es una síntesis arborescente: sus ramas se extienden hacia todos los campos del saber y sus raíces se sumergen en las necesidades fundamentales y preguntas del ser humano. Ninguna especialización es suficiente para negar el principio fundamental, que es la búsqueda infinita del saber, en el momento en el que se desaparecen o diluyen esas raíces, la Universidad pierde sentido, surgen confusiones y problemas que se reflejarán en la sociedad tarde que temprano.¹

El arte es una necesidad fundamental del ser humano. Ninguna sociedad democrática moderna se ha desarrollado sin la creación artística. La contemplación de la pintura, el goce de un concierto, la lectura de un poema, la participación del espectador en un obra teatral, son formas de alimentación fundamentales para el espíritu, necesidades sutiles del alma y del intelecto que enriquecen al ser humano y social en su conjunto.²

Sin duda, el impulso más decidido a la extensión universitaria data de 1920 y se debe a José Vasconcelos, para quien la Universidad tiene como responsabilidad primera, aún por encima de los trabajos de docencia, extender la cultura a todo lo ancho y a todo lo largo de la República. Tal es precisamente su vocación nacional. La tarea redentora de la cultura recibió de él, primero como rector y luego como Secretario de Educación Pública, una triada de herramientas fundamentales: el libro, el maestro y la biblioteca. El lema que heredó la Universidad -Por mi raza hablará el espíritu- resume la vocación de dicho impulso, mismo que sus sucesores han refrendado.

A lo largo de la historia, la UNAM ha sido casa de lo más destacado de la cultura y el arte nacional; ha albergado a los diversos protagonistas del acontecer literario y artístico y ha ofrecido espacios libres para la expresión de todas las ideas.

¹ Quinta Época, Num. 3, 1999

² Haderlin, Quinta Época Num2, 1999



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM

Si pensamos en la posibilidad de congregar, de generar actividades, de proporcionar espacios y de generar cultura que tiene la Universidad, ésta debería de ser una especie de vanguardia promotora de las artes y sin embargo no lo es. A pesar de lo grandes o costosas que sean las manifestaciones artísticas que ofrece la UNAM pasan desapercibidas aún para los estudiantes. No nos hemos percatado, desde hace muchos años, de lo que significan el espacio universitario. Una Universidad como la Nacional, con una capacidad de convocatoria, con una capacidad institucional atrás que podría generar invitaciones, eventos, sin una necesidad de mercado, podría estar en un lugar preponderante, pues además estaría cumpliendo con su obligación.

Limitar la libertad de cátedra o de investigación sería incompatible con la esencia misma del pensar. Los fines académicos de la universidad consisten en impartir enseñanza superior, organizar y promover la investigación y *extender los beneficios de la cultura*.

La Universidad cuenta con una libertad de permanecer abierta a todas las ideologías y aun proceso de crítica fundada, veraz y responsable que le permita fortalecer sus actividades docentes, científicas, *artísticas y culturales* así como su organización interna.

Por ello si entre las tareas distintivas de la UNAM hubiera que elegir las que resultan intrínsecas a su vocación nacional, las que mejor subrayan la magnitud de su compromiso social y la magna dimensión de la *formación integral* que ofrece a su comunidad, sin duda ocuparían un lugar privilegiado los trabajos en el ámbito de difusión cultural³, por ello están contemplados en su Ley Orgánica que mencionaremos a continuación.

Ley Orgánica UNAM

La Ley Orgánica de la UNAM es el máximo ordenamiento jurídico que regula su personalidad, su estructura y su vida interna. En el artículo primero de dicha norma se establece que "La Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública, organismo descentralizado del Estado, dotado de plena capacidad jurídica y que tiene por fines impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y problemas nacionales, y *extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura*".

La tercera función sustantiva de la UNAM, la difusión cultural, se desarrolla mediante múltiples actividades y programas que comprenden cursos, conciertos, talleres, conferencias, exposiciones de pintura, representaciones teatrales y de danza, cine, jornadas y ferias. Puede decirse que la UNAM lleva a cabo un festival cultural permanente.

³ Editorial "Los Universitarios", Octubre 2000



4.2 CRONOLOGÍA CULTURAL DE LA UNAM

*"A lo largo de la historia, la UNAM ha sido casa de lo más
destacado de la cultura nacional"*

Haderlin

En este capítulo nos centraremos a los aspectos más relevantes que ha vivido la UNAM por su vocación cultural a lo largo del siglo pasado, desde 1910, año en que se le da el nombre de Universidad Nacional de México, hasta la actualidad.

Destacaremos la importancia de la UNAM en la cultura y, en especial, la creación de la Coordinación de Difusión Cultural como el órgano especializado en difundir las actividades culturales y artísticas entre la comunidad universitaria.

1937

Inicia sus transmisiones Radio Universidad, estación radiofónica que abriría canales de promoción y difusión a la cultura nacional. Alejandro Gómez Arias fue su primer Director.

1947

Destaca la creación de la Dirección General de Actividades Académicas y Difusión Cultural, que contó, entre sus dependencias, con la Escuela de Verano. El Departamento Escolar se convirtió en Dirección General de Servicios Escolares.

1951

Se elaboraron las historias de los Colegios de San Ildefonso y el de San Pedro y San Pablo, así como monografías de edificios asociados a la Universidad, como el Palacio de la Inquisición. Además se publicaron algunas obras de investigación de universitarios destacados, como Edmundo O'Gorman y Justino Fernández.

1955

Se estableció la oficina de Intercambio Cultural y Becas. Comenzó a operar el Departamento de Distribución de Libros Universitarios, dependiente de la Dirección General de Publicaciones.

1956

Comenzaron los trabajos del Departamento de Distribución de Libros Universitarios, dependiente de la Dirección General de Publicaciones. Surgió Poesía en Voz Alta, proyecto teatral con fines culturales, en el que participaron Octavio Paz y Juan José Arréola, Antonio Alatorre y Margit Frenk, entre otros. El dramaturgo y director teatral Héctor Mendoza se ocupó de la dirección escénica.



1957

Comenzó a funcionar Teatro en Coapa, grupo teatral estudiantil animado por Héctor Azar, profesor de literatura de la Preparatoria.

1958

El Departamento de Distribución de Libros Universitarios se separó de la Dirección de Publicaciones. Con la puesta en escena de Picaresca, Teatro en Coapa obtuvo el Premio Xavier Villaurrutia como el mejor grupo de teatro experimental. Las representaciones tuvieron lugar en el Teatro de la Capilla, gracias al apoyo de Salvador Novo.

1959

La Casa del Lago pasó a formar parte de la Dirección General de Difusión Cultural. En ella se presentó el grupo Poesía en Voz Alta. Fueron responsables de la Casa del Lago, sucesivamente, Juan José Arréola y Tomás Segovia. El teatro universitario se anotó éxitos con las representaciones de La hermosa gente, de William Saroyan, La piel de nuestros dientes, de Thornton Wilder y El alfarero y La appassionata, de Héctor Azar, dirigidas por Juan José Gurrola. Comenzó a aparecer la colección de discos Voz Viva de México con el álbum grabado por don Alfonso Reyes, poco antes de morir, que contiene Visión de Anáhuac e Ifigenia cruel.

1960

Fueron fundados el Centro de Estudios Literarios de la UNAM, la Filmoteca de la Universidad y el Museo Universitario de Ciencias y Artes (MUCA).

1961

Teatro en Coapa volvió a ganar el Premio Xavier Villaurrutia por su escenificación de El Periquillo Sarniento.

1963

El 12 de marzo se creó la Galería Universitaria Aristos, ubicada en Av. Insurgentes Sur 421, que pasó a ser una especie de sub-dependencia del MUCA, presentando exposiciones de artistas reconocidos. Fueron creadas nuevas dependencias universitarias: el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) y la Sección de Antropología del Instituto de Investigaciones Históricas. Radio Universidad se incorporó a Difusión Cultural y se convirtió en vínculo entre la Universidad y la sociedad.

1964

El Teatro Universitario obtuvo el primer lugar en el Festival Internacional de Teatro celebrado en la ciudad de Nancy, Francia, con la representación de Divinas Palabras de Ramón del Valle Inclán, dirigida por Juan Ibáñez. En este año cierra El Chopo, mejor conocido como Museo Nacional de Historia Natural, que funcionó desde 1913.

1966

Las dependencias Cursos Temporales, de Servicios Sociales y de Relaciones e Intercambio Cultural, ascendieron a la categoría de Direcciones Generales.



1967

La Dirección General de Relaciones e Intercambio Cultural cambió a Dirección General de Intercambio Académico y Cultural. Por otra parte la Dirección de Información y Prensa se convirtió en Información y Relaciones, y el Departamento Técnico de Bibliotecas pasó a ser la Dirección General de Bibliotecas.

1970

Se aprobó el Reglamento de los Centros de Extensión Universitaria, en el que estaban comprendidos los siguientes: el Centro de Didáctica, el de Enseñanza de Lenguas Extranjeras, el de Iniciación Musical y el Universitario de Estudios Cinematográficos. Dentro del ámbito de la difusión cultural la coreógrafa Gloria Contreras fundó el Taller Coreográfico de la UNAM.

1971

Se construyeron las salas Miguel Covarrubias y Carlos Chávez en el Centro Cultural Universitario. Se realizó en el Palacio de Minería la Primera Feria Internacional del Libro, con la participación de 216 editoriales.

1973

La universidad promueve el rescate del Chopo, que se encontraba abandonado desde que el Museo de Historia Natural se trasladó a Chapultepec en 1964. Comenzó a aparecer el periódico mensual Los Universitarios.

1975

En el ámbito de la Difusión Cultural, se abrieron las actividades del Museo Universitario del Chopo, ya restaurado, para convertirse en un centro de difusión del arte y la cultura universitaria.

1976

Fue creado el Centro de Estudios sobre la Universidad (CESU) para coordinar el archivo histórico de la UNAM. El año cerró con un acontecimiento de gran relevancia, ya que el 30 de diciembre se tocó el primer concierto de la Filarmónica de la UNAM en la Sala Nezahualcóyotl, del Centro Cultural Universitario.

1977

Se da la separación entre el CUEC y la Filmoteca de la UNAM, que operaron independientemente uno del otro y pasan a depender de la recién creada Coordinación de Extensión Universitaria, encargada de regular los distintos centros de extensión y entidades dedicadas a la difusión cultural.

1978

Radio UNAM pasó de funcionar como departamento y se convirtió en Dirección General. La distribución de Libros se transformó en Distribuidora de Libros Universitarios, con categoría de Dirección General, dependiente de la Coordinación de Extensión Universitaria. La Sociedad de Exalumnos de la Facultad de Ingeniería patrocinó una orquesta filarmónica llamada Academia de Música del Palacio de Minería.



1979

El 11 de febrero iniciaron las celebraciones del cincuentenario de la autonomía universitaria con una sesión solemne en la que fueron otorgados doctorados honoris causa a distinguidas personalidades de la ciencia, las humanidades y las artes. Entre los galardonados destacaron Claude Levi Strauss, Alexander Oparin, Octavio Paz y Rufino Tamayo, Alejandro Gómez Arias y Edmundo O'Gorman. El 26 de febrero fueron inaugurados el Teatro Juan Ruiz de Alarcón y el Foro Sor Juana Inés de la Cruz en el Centro Cultural Universitario. El 23 de abril se inauguró el Espacio Escultórico, diseñado por Helen Escobedo, Federico Silva, Manuel Felguérez, Hersúa, Sebastián y Matías Goeritz. Las nuevas instalaciones de la Biblioteca y Hemeroteca nacionales fueron inauguradas por el presidente López Portillo el 3 de diciembre; albergarían al Instituto de Investigaciones Bibliográficas y al CESU.

1981

Fue creado el Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas. En este año se inauguró el nuevo edificio del CUT y el Departamento de Teatro se convierte en Dirección de Actividades Teatrales.

1983

En septiembre se creó la reserva ecológica del campus universitario, con 124.5 hectáreas. Se inauguró, en el Museo del Chopo, la librería Marginalia, que en algún tiempo fue el lugar donde se podían encontrar revistas y libros marginales, discos de música alternativa y en otras casas.

1984

Se inauguraron las salas de cine Julio Bracho y José Revueltas, en el Centro Cultural Universitario. Se inició el Programa Emergente del Libro de Texto Universitario.

1985

La Dirección General de Divulgación Universitaria y el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales se fusionaron en la Dirección General de Televisión Universitaria. Dio comienzo la anual Semana Cultural Gay.

1986

El 3 de marzo el doctor Jorge Carpizo, entonces rector de la UNAM, acordó crear la Dirección de Literatura, en un esfuerzo por racionalizar el empleo de recursos, evitar la duplicidad de funciones y coordinar las tareas relacionadas con el tema de la literatura y su difusión dentro y fuera de la UNAM. A partir de esa fecha la Dirección de Literatura forma parte de la Coordinación de Difusión Cultural dentro del área de las Direcciones artísticas.

La Distribuidora de Libros Universitarios se convirtió en Dirección General de Fomento Editorial. Por su parte, la Coordinación de Extensión Universitaria cambió a Coordinación de Difusión Cultural y desapareció la Dirección General de Difusión Cultural.



1988

Fue creado el Consejo Asesor de Difusión Cultural.

1989

En este año, el CUT se convirtió en un centro de extensión universitaria no integrado a la Dirección de Teatro y Danza y bajo la dependencia directa de la Coordinación de Difusión Cultural, estructura que mantiene hasta la fecha.

1990

Fueron conmemorados los 30 años del Museo Universitario de Ciencias y Artes, con una exposición retrospectiva, llamada Tres Décadas de Expresión Plástica, que incluyó la obra de más de 170 artistas, muchos de los cuales, donaron su obra a la UNAM. En un esfuerzo conjunto de la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y la Asociación Civil, Fomento Cultural Corazón Otero, en marzo de este año se organizó el III Concurso internacional de guitarra Manuel M. Ponce.

1991

Comenzó, en Casa del Lago un ciclo muy importante que se mantiene hasta la fecha: Poesía de Fin de Siglo, en el que se han presentado muchos poetas de reconocido prestigio y algunos de los que empiezan a dar a conocer su trabajo.

A partir de este año, el inmueble donde se ubica el Teatro Santa Catarina en Coyoacán, es propiedad de la UNAM.

1992

En diciembre fue inaugurado el Museo de las Ciencias, UNIVERSUM, en las instalaciones que albergaban al CONACYT. Se comenzó la construcción de una ampliación a la Biblioteca Nacional, para alojar el Fondo de Origen y el Fondo Reservado de la Biblioteca Nacional, que se encontraban en el antiguo templo de San Agustín.

Fue inaugurado el 7 de abril por el entonces rector José Sarukhán, el Video Club Universitario, que cuenta con 444 títulos de la mejor filmografía nacional y mundial.

1993

El Fondo Reservado de la Biblioteca Nacional abrió sus puertas el 8 de octubre.

1994

Se instaló el Consejo de Difusión Cultural, que más adelante será tratado a detalle.

1995

En febrero, la escritora afroamericana Toni Morrison -premio Nóbel de Literatura- invitada por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, participó en varios encuentros literarios con estudiantes de letras y con literatos mexicanos. La Feria Universitaria del Arte tuvo una acogida sin precedente, así que el Consejo Académico del Área de las



Humanidades y las Artes, instancia organizadora, proyectó hacer de la Feria del Arte una tradición cultural. Se restauró la Antigua Casa de Mascarones.

1996

En enero se anunció la construcción de un nuevo espacio para la divulgación científica, el Museo de la Luz, el cual tendrá su sede en el corazón del centro histórico. El objetivo del proyecto es exponer la fisiología de la visión humana; la luz en el arte, en la arquitectura, en la ecología, en el planeta. El ex templo de San Pedro y San Pablo será el recinto donde se ubicará el museo, el cual, además de ser un espacio interactivo, funcionará como una extensión de Universum.

Se reiteró la intención de mantener los objetivos y programas vigentes en materia de cooperación e investigación científica, cultural y educativa entre México y España.

En Diciembre la Universidad Nacional Autónoma de México y las más importantes instituciones culturales francesas estrechan relaciones y amplían convenios de colaboración con vistas a la apertura de una casa de estudios de la UNAM en París.

1997

Con la inauguración de la sección Óptica, se conmemoró en enero, el cuarto aniversario del Museo de las Ciencias Universum. Ese mismo mes, en cumplimiento de un convenio firmado el 27 de noviembre de 1996, la compañía Oracle de México donó a la Coordinación de Difusión Cultural de la UNAM la base de datos donde se sustenta un sistema de información que dicha dependencia universitaria ha desarrollado para enlazar a las Direcciones que la integran, así como al Antiguo Colegio de san Ildefonso y al Museo de las Ciencias Universum.

El 13 de agosto, la UNAM y el Fondo de Cultura Económica (FCE), a través de sus titulares, doctor Francisco Barnés de Castro y licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, respectivamente, firmaron un convenio para establecer bases de colaboración en los campos académico, científico y cultural, así como en las áreas de edición, producción, comercialización y promoción de los títulos publicados por ambas partes y para así realizar servicios que les permitan cumplir con sus respectivos objetivos sociales.

1998

Durante el aniversario del Instituto de Investigaciones Bibliográficas y la Biblioteca Nacional, reestrenan música del Siglo XVII. La UNAM estrecha lazos con el periódico El Universal. Probablemente en este año desaparece la Galería Universitaria Aristos, que tenía más de 35 años, desde su fundación en 1963.

2001

El 25 de julio el Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM, colabora con Banamex y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) en la inauguración del Seminario internacional sobre materiales para la enseñanza de la historia del arte virreinal iberoamericano, en el recinto de Fomento Cultural Banamex en la ciudad de México.



El 21 de septiembre de 1551 se expide la Cédula Real sobre la fundación de la Universidad de México que abre sus puertas dos años más tarde. A partir de esa fecha, la Universidad pudo cumplir perfectamente con su cometido de acuerdo con las circunstancias históricas del momento. Tres largos siglos bastaron para consolidar lo que hoy conocemos como ciudad universitaria. A principios del siglo pasado, la Universidad crece rápidamente y se transforma -por diversas circunstancias- entre ellas el incremento de la matrícula y requerimientos académicos en las áreas docente y de investigación.

Por este motivo y en un esfuerzo por reunir a sus facultades, escuelas, institutos, y centros de investigación y esparcimiento, en 1949 se construye la Ciudad Universitaria. Las nuevas instalaciones, diseñadas por distinguidos egresados universitarios, destacan por su armonía con el medio ambiente, así como por su modernidad y funcionalidad.

Por esto la UNAM Siglo XXI, es el mayor proyecto cultural del México contemporáneo, que mantiene la vanguardia en la enseñanza y aplica los conocimientos que en ella se generan, representa al espíritu universitario capaz de enfrentar los retos que traerán los nuevos tiempos.

Se conmemoran 450 años de la UNAM, en el Palacio de Minería del 4 de septiembre al 30 de noviembre. 6 mil 644 metros cuadrados de exposición que incluye:

Muestra gráfica de 22 facultades y escuelas • 9 planteles de la Escuela Nacional Preparatoria • 5 planteles del Colegio de Ciencias y Humanidades • 68 carreras profesionales • 186 posgrados Además de las tres funciones sustantivas de la Universidad: enseñanza, investigación, promoción y difusión de la cultura • 4 paredes de video, 30 monitores de Tv. • 24 monitores de cómputo • 5 maquetas • 80 láminas de contenido histórico • 14 láminas de bachillerato, 60 láminas de difusión cultural • 115 láminas de información administrativa • 152 láminas de docencia • 163 láminas de la Coordinación de Humanidades • 175 láminas de la Coordinación de la Investigación Científica • 62 láminas de actividades deportivas • Maqueta fuente escala 1-100 del espacio escultórico • Actividades académicas (presentaciones de libros, mesas redondas, videoconferencias, seminarios) • Actividades deportivas (masajes, aparatos cardiovasculares, ludoteca) • Actividades artísticas (teatro, cine, conciertos, danza) Muestra del jardín botánico • Mosaico de 18 museos universitarios • 28 colecciones especiales • Cabina de Radio UNAM • Cabina de TV UNAM • Experimentos científicos.

Se presenta el 25 de septiembre la exposición, Tan lejos, tan cerca, a 450 años de la real universidad de México en el MUCA de Ciudad Universitaria.



4.3 INFRAESTRUCTURA. MEDIOS Y PATRIMONIO CULTURAL

La UNAM cuenta con un amplio patrimonio, en donde presenta sus actividades culturales y artísticas, tanto dentro como afuera del campus universitario.

Su orden al mencionar serán:

SALAS

1. SALA CARLOS CHAVEZ
2. SALA MIGUEL COVARRUBIAS
3. SALA CINEMATOGRAFICAS JOSE REVUELTAS Y JULIO BRACHO
4. SALA NEZAHUALCOYOTL

TEATROS

5. TEATRO JUAN RUIZ DE ALARCÓN
6. FORO SORJUANA INÉS DE LA CRUZ
7. CENTRO UNIVERSITARIO DE TEATRO
8. TEATRO ARQUITECTO CARLOS LAZO
9. TEATRO SANTA CATARINA

MUSEOS.

10. MUSEO UNIVERSITARIO DE ANTROPOLOGÍA.
11. MUSEO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS Y ARTES (MUCA- CU)
12. GALERIA UNIVERSITARIA ARISTOS
13. MUSEO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS Y ARTE. (MUCA-ROMA.)
14. MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO
15. MUSEO DE ANATOMÍA PATOLÓGICA
16. MUSEO DE LAS CIENCIAS "UNIVERSUM".
17. MUSEO DE LA MINERIA
18. MUSEO PALACIO DE LA INQUISICIÓN
19. MUSEO DE LA MEDICINA MEXICANA
20. MUSEO DE GEOLOGIA

EDIFICIOS HISTÓRICOS

21. ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO
22. ACADEMIA NACIONAL DE SAN CARLOS
23. PALACIO DE MINERIA
24. LA REAL Y PONTIFICIA UNIVERSIDAD DE MEXICO
25. PALACIO DE ODONTOLOGIA
26. CASA DEL LAGO
27. CASA UNIVERSITARIA DEL LIBRO
28. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE CIENCIAS QUÍMICAS
29. ANTIGUA ESCUELA DE ECONOMÍA
30. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE JURISPRUDENCIA
31. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE MEDICINA VETERINARIA
32. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE MÚSICA
33. ANTIGUO COLEGIO MÁXIMO DE SAN PEDRO Y SAN PABLO EX HEMEROTECA NACIONAL
34. CASA DE LOS MASCARONES

MEDIOS DE COMUNICACION

35. DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICACIONES Y FOMENTO EDITORIAL
36. TV UNAM.
37. RADIO UNAM

MURALES Y ESCULTURAS QUE SE ENCUENTRAN EN LA UNIVERSIDAD.

38. ESPACIO ESCULTORICO
39. MURALES EN LA UNIVERSIDAD

SALAS UNIVERSITARIO

SALAS DEL CENTRO CULTURAL
UNIVERSITARIO

SALA NEZAHUALCOYOTL



SALAS

1. SALA CARLOS CHAVEZ

Se ubica en el Centro Cultural Universitario
Av. De los Insurgentes Sur No. 3000

ANTECEDENTES

La Sala Carlos Chávez tiene como antecedentes primordiales el haber iniciado las actividades artísticas del Festival Internacional Cervantino en la Ciudad de México, en los años 1983, 1984, 1986, 1987 y 1988.

IMPORTANCIA

Su modelo arquitectónico está basado en concreto y madera que combinados ofrecen a la vista una figura modernista de notable elegancia y armonía.

OBJETIVO

El objetivo de la Sala es aprovechar las condiciones idóneas que ofrece para disfrutar de los conciertos de una Orquesta de Cámara, en virtud de que su acústica es de gran calidad, lo cual ha hecho de ella una de las mejores a nivel nacional.

SERVICIOS

La sala tiene capacidad para 163 espectadores, distribuidos en dos secciones divididas por un pasillo, cada una de las cuales tienen 80 butacas dispuestas en hileras escalonadas. Se encuentra comunicada por un entrepiso común con la Sala Miguel Covarrubias

2. SALA MIGUEL COVARRUBIAS

Se ubica en el Centro Cultural Universitario
Av. De los Insurgentes Sur No. 3000

ANTECEDENTES

La Sala Miguel Covarrubias tiene un modelo arquitectónico estilo italiano, cuya estancia semeja una herradura con pasillos laterales que facilitan la libre circulación de los espectadores en el interior y en dirección al vestíbulo

IMPORTANCIA

La Sala consta de dos pisos, tiene una capacidad total para 724 espectadores y su escenario ocupa una superficie de 867 metros cuadrados. Cuenta además con una consola operada a través de y una computadora para iluminación y un foso para ubicar la orquesta.

OBJETIVO

La Sala está destinada a la presentación de las diversas manifestaciones artísticas de la danza, aunque por sus características técnicas e infraestructura puede considerarse como un teatro en donde se admiten representaciones de diversos géneros artísticos, tales como ópera, drama, teatro musical y audiciones de música.

SERVICIOS

El área de servicios para artistas está distribuida de la siguiente manera: en la planta baja se encuentran los camerinos con guardarropa y sanitarios, en el primer piso hay cinco camerinos privados y en el segundo piso hay dos salas de ensayo con baños y vestidores.



3. SALAS CINEMATOGRAFICAS JOSÉ REVUELTAS Y JULIO BRACHO

Se ubican en el Centro Cultural Universitario
Av. De los Insurgentes Sur No. 3000

ANTECEDENTES

Los cines iniciaron sus funciones el 14 de enero de 1984 y están comunicados a las Salas Miguel Covarrubias y Carlos Chávez por un vestíbulo central techado.

IMPORTANCIA

La Sala José Revueltas y Julio Bracho tienen capacidad para 260 y 345 espectadores, respectivamente, y están dotadas de proyectores modernos para cintas de 35 y 16 mm, sonido estereofónico y control unificado mediante una sola cabina.

OBJETIVO

Las Salas Cinematográficas son dos locales contiguos, edificados con el propósito de exhibir las producciones más selectas del séptimo arte, aunque no se restringe a la proyección de películas artísticas y exhiben también cintas representativas de la cinematografía nacional e internacional, así como el cine experimental. Ambas Salas son sede de la Muestra Internacional de Cine, que se celebra cada año en la Ciudad de México en el mes de noviembre.

SERVICIOS

Cuenta con una nueva librería y cafetería llamada Julio Torri ubicada en el costado sur del inmueble. (Anteriormente solo era cafetería y dulcería)

4. SALA NEZAHUALCÓYOTL

Se ubica en el Centro Cultural Universitario
Av. De los Insurgentes Sur No. 3000

ANTECEDENTES

La sala Nezahualcóyotl abrió sus puertas el 30 de diciembre de 1976, inaugurada por el rector Soberón, con un concierto de la Orquesta Filarmónica de la Universidad. En 1977 se nombró a Jorge Velasco director asociado. En la primera temporada de ese año participaron, además del titular y del nuevo director asociado, los maestros Luis Herrera de la Fuente, Jorge Mester, George Barati y Haward Mitchell.

IMPORTANCIA

Es la sala de conciertos más importante de América Latina y tiene un aforo para 2,311 personas. El estudio para grabaciones registra los conciertos y un moderno circuito cerrado de televisión lleva las imágenes del interior de la sala al vestíbulo.

SERVICIOS

Entre los acontecimientos más importantes de la actividad musical en 1990, se encuentra los tres conciertos, en la sala Nezahualcóyotl, de la Orquesta Nacional de Francia. Bajo la dirección de Lorin Maazel, la orquesta se presentó gracias a un convenio binacional, con la colaboración de la UNAM y dos entidades privadas: la Asociación Musical Daniel y Cuatro Estaciones. También en 1990 se presentó en la sala, el tenor mexicano Francisco Araiza, acompañado por el pianista francés Jean Lemaire, e interpretó obras de Mozart, Beethoven, Schubert, Liszt, Brahms, Strauss, Duparc, Fauré, Bizet, Chaikovsky, Rajmaninov y Tosti.

TEATROS UNIVERSITARIOS



TEATRO SANTA CATARINA



**FORO SORJUANA INÉS
DE LA CRUZ**

C.U.T.



TEATROS

5. TEATRO JUAN RUIZ DE ALARCÓN

Se ubica en el Centro Cultural Universitario
Av. De los Insurgentes Sur No. 3000

IMPORTANCIA

El teatro con capacidad para 430 espectadores, consta de un escenario italiano separado por un proscenio (parte del escenario más inmediata al público) de ocho metros de altura, su cuerpo de butacas se abre en forma de abanico entre dos muros de concreto.

OBJETIVO

La finalidad es aprovechar al máximo sus amplias dimensiones, para presentar diferentes espectáculos, tales como teatro clásico, teatro de comedia, ballet, comedias musicales y conjuntos de baile.

SERVICIOS

El escenario del teatro está dotado de un espacio de desahogo vertical. El piso es totalmente desmontable y cuenta con un telar de 23 metros de altura, equipado con 40 tiros contrapesados, teniendo espacios de desenvoltura posteriores y laterales, lo que permite cambios de escenografía por medio de "carritos franceses".

El sistema de sonido del teatro consta de una consola de control de audio profesional de 10 canales de entrada para micrófonos y cuatro canales de salida donde se producen efectos especiales. Se instalaron tomas de micrófono en toda la superficie del escenario, así como un sistema de ampliación acústica con bocinas y trompetas de alta eficiencia.

El equipo de iluminación puede conectarse a 92 circuitos distribuidos en 3

puentes, 8 varales y 5 varas sobre el escenario.

6. FORO SORJUANA INÉS DE LA CRUZ

Se ubica en el Centro Cultural Universitario
Av. De los Insurgentes Sur No. 3000

IMPORTANCIA

El foro es un prisma vertical con cuatro niveles, concebido para ser adaptado a diferentes formas de relación especial entre espectáculo y público.

OBJETIVO

Es un recinto proyectado especialmente para la expresión teatral de carácter experimental y con capacidad para 250 espectadores. En este recinto se presentan espectáculos y representaciones artísticas de la más alta calidad y de todos los géneros de la dramaturgia universal de todos los tiempos.

SERVICIOS

El recinto puede funcionar como teatro arena o teatro circulo, teatro isabelino o teatro panorámico. Para garantizar la eficacia de esta versatilidad escénica, el foro Sor Juana Inés de la Cruz esta dotado con un sistema de iluminación similar al de una sala cinematográfica o al de un estudio de televisión. También cuenta con un diseño tipo estadio, que permite una excelente vista desde cualquier lugar.



7. CENTRO UNIVERSITARIO DE TEATRO

Se ubica en el Centro Cultural Universitario
Av. De los Insurgentes Sur No. 3000

IMPORTANCIA

El Centro de Teatro abarca una superficie de 686 metros cuadrados, construido en muros de concreto estriado y un diseño poliédrico, dividida en dos partes: en la primera tiene acceso el público y corresponde a una pequeña sala circular de teatro con capacidad para 80 asistentes; en la segunda unidad se encuentran oficinas administrativas.

OBJETIVO

Impartir instrucción sobre arte teatral y danza con el fin de formar actores y directores de teatro.

SERVICIOS

El centro cuenta con una sala de juntas, bodega, un local para biblioteca en la planta baja, dos aulas para música y dos para danza en el primer piso.

En el exterior, el recinto cuenta con un pequeño pasillo de acceso a la sala y otro más de acceso al área de oficinas y aulas.

8. TEATRO ARQUITECTO CARLOS LAZO

Se ubica en la Facultad de Arquitectura
Circuito Interior Ciudad Universitaria

IMPORTANCIA

El recinto ubicado en el poniente de las instalaciones de la facultad de Arquitectura en Ciudad Universitaria, tiene capacidad para 400 espectadores, con las mejores condiciones acústicas y visuales. Dicho inmueble representa un importante sitio de reunión entre los jóvenes artistas universitarios, ya que ahí se realizan escenificaciones de obras de carácter experimental y profesional, que

son difundidas entre la comunidad universitaria.

OBJETIVO

El objetivo primordial del teatro, desde su planeación, fue el desarrollo y difusión de todas las actividades relacionadas con la dramaturgia experimental y profesional, además de la creación de talleres de danza y teatro.

SERVICIOS

Tiene un foro que mide 10 metros de altura en la boca escena, y cuenta con un telar de boca, un telón intermedio y el ciclorama proveniente de Londres.

Asimismo hay un foso para orquesta (con posibilidad de cerrarse cuando no se utiliza), camerinos, sala de ensayos y oficinas administrativas del teatro, además de un sótano de 1200 metros cuadrados de superficie, donde también se llevan a cabo representaciones teatrales.

Por sus características multifacéticas el teatro Carlos Lazo puede ser utilizado no solo en representaciones histriónicas, sino también en actividades de los diversos talleres de danza, tales como la temporada del Taller Coreográfico de la UNAM, que emplea el teatro como sede. En algunas ocasiones se ha utilizado para la realización de actividades académicas de muy variada índole.



9. TEATRO SANTA CATARINA

**Se ubica en Plaza de Santa Catarina
No. 10 Colonia Coyoacán
Delegación Coyoacán**

ANTECEDENTES

El teatro ha servido, desde la década de los ochentas, como un espacio abierto a las más excelsas expresiones del quehacer teatral, sin embargo, es a partir de diciembre de 1989, en el periodo de Alejandro Aura al frente de la Dirección de Teatro y Danza, cuando el inmueble pasa a ser patrimonio de la UNAM bajo los auspicios de la Coordinación de Difusión Cultural.

IMPORTANCIA.

El teatro tiene una capacidad para 120 personas, con un espacio -que propicia la cercanía con el espectador- fácilmente moldeable, con lo que permite la experimentación y la búsqueda vanguardista que caracteriza al teatro universitario.

Desde 1993, se constituye como un laboratorio sin antecedentes en el teatro mexicano, denominado Teatro de Arte Santa Catarina, bajo la dirección artística de Hugo Hiriart.

Las producciones presentadas en este espacio implican una modificación sustancial a los medios de producción, con un mínimo presupuesto, que tiende a probar, avanzar y descubrir nuevas formas de creación teatral. En 1994 se realizaron dos ciclos de doble programa (una novedad para el espectador), en los cuales se montaron treinta obras, en un período menor de cuatro meses.

OBJETIVO

Impulsar la creación y creatividad artística, así como apoyar y escenificar propuestas teatrales y de danza que surgen tanto de la comunidad universitaria como de los núcleos a la vanguardia, en calidad, experimentación y profesionalismo en este quehacer.



MUSEOS UNIVERSITARIOS

MUSEO DE GEOLOGIA



**MUSEO
UNIVERSITARIO
DEL CHOPO**

MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO

INTERIOR CHOPO



MUSEO DE LAS CIENCIAS



MUCA ROMA



MUCA C.U.



MUSEOS

10. MUSEO UNIVERSITARIO DE ANTROPOLOGÍA

Círculo Exterior a un costado de la Tienda UNAM.

ANTECEDENTES

Se encuentra en un lugar apropiado para el contacto con las actividades de investigación. Se creó con la finalidad de transmitir la importancia del quehacer antropológico, sus proyectos y aplicaciones, conforme a la realidad histórica y social del país.

IMPORTANCIA

Es un museo ubicado en el ámbito del desarrollo de la Universidad y las exposiciones que presenta están dirigidas, principalmente, al estudiante universitario pues se considera que la función primordial de esta casa de estudios es la preparación de profesionistas capaces y cultos, que no solo dominen su especialidad, sino que además tengan una visión global del humanismo y su formación vaya más allá de los límites de su profesión.

El MUA actúa como órgano de difusión del Instituto de Investigaciones Antropológicas al cual pertenece; su política sigue los mismos lineamientos que este último: difundir y señalar la importancia que tiene la Antropología en nuestra sociedad.

OBJETIVO

El Museo Universitario de Antropología, se creó con la finalidad de dar a conocer la Antropología, sus campos de estudio, sus metas, fines y la aportación que brinda esta ciencia al conocimiento del comportamiento del hombre en el contexto del medio ambiente físico, biológico y cultural.

SERVICIOS

El Museo proporciona -a petición expresa- visitas guiadas. Además, con frecuencia se realizan, como complemento de las exposiciones, series de publicaciones y conferencias relacionadas con las mismas.

11. MUSEO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS Y ARTES (MUCA- CU)

Se ubica a un costado de la Facultad de Arquitectura
Ciudad Universitaria

ANTECEDENTES

El Museo Universitario de Ciencias y Artes (MUCA), fue fundado en 1960.

Espacio importante dentro del panorama de las artes plásticas de nuestro país y que fue escenario de etapas de transición, tan significativas, como las que hasta fines de los 80's y principios de los 90's encabezó la llamada Generación de la Ruptura.

Ha sido escaparate del universo de actividades del hombre, ocupándose del conocimiento tecnológico, científico, humanístico y de orden artístico.

A partir de 1993 se transformó en lo que hoy es el MUCA, y en ese mismo año se planteó un programa que daría cuenta del quehacer de los artistas plásticos de nuestro tiempo y que cerraría el milenio, para dar paso al siglo XXI.

IMPORTANCIA

Por lo que respecta a los servicios de capacitación y asesoría, el Centro ha ampliado su campo de acción más allá de las fronteras de la Universidad y es modelo en técnica museográfica tanto para los recintos de otras dependencias universitarias como fuera de esta casa de estudios.

Tiene una capacidad básica de 90 personas y es susceptible de aceptar hasta 120 espectadores. Para la



promoción de sus actividades y el intercambio cultural con museos y galerías del país y extranjeras, se ha incrementado la edición de las publicaciones que resultan de las investigaciones museológicas del Centro y se han editado sistemáticamente los Catálogos correspondientes a las exposiciones. Se realiza cada año una subasta de arte para los universitarios.

El patrimonio artístico universitario en el campo de las artes plásticas, que fue dado en custodia a la UNAM desde el siglo XVIII, se ha incrementado notablemente a través del CISM en los últimos años.

OBJETIVO

Investigación aplicada a los proyectos museográficos para el mejor aprovechamiento, clasificación, conservación y estudio de las colecciones y del material museográfico que la UNAM tiene a su cuidado.

SERVICIOS

El público puede apreciar exposiciones temporales del arte popular de diferentes naciones: mobiliario, textiles, cestería, juguetes, utensilios domésticos y objetos diversos de adorno. Cuenta también con un vasto fondo de material gráfico que se utiliza como apoyo de sus diversas actividades.

Debido a su concepto transformable, el MUCA es uno de los espacios más versátiles y dinámicos de su tipo en Latinoamérica. Con justa razón se ha tomado a este espacio como ejemplo para la instalación de museos en muchas partes del mundo.

12. GALERIA UNIVERSITARIA ARISTOS

**Se encontraba ubicada en la Av. Insurgentes Sur 421
(Dejo de funcionar)**

ANTECEDENTES

Esta galería fue inaugurada el 12 de marzo de 1963, durante el rectorado del doctor Ignacio Chávez, vino a convertirse en una especie de sub-dependencia del MUCA.

La primera exposición que la Aristos albergó fue "El niño en la plástica mexicana", que constaba de 51 obras, entre piezas arqueológicas, pintura y escultura de la época colonial, del México independiente y contemporáneo.

Entre los pintores de quienes se pudo admirar su obra están: Juan Cordero, Hermenegildo Bustos, Diego Rivera, José Clemente Orozco, Antonio Ruiz "El Corzo", Juan Soriano y Rufino Tamayo, entre otros.

A lo largo de más de 35 años de actividad la GUA presentó más de 70 exposiciones de las más diversas índoles, desde muestras referentes a animales y plantas, hasta obras en marfil, cerámica contemporánea, iconografía y pintura popular, y muchas más.

Se presentó la obra del escultor apache chiricahua Bob Haozous, uno de los artistas más individuales, innovadores e informados políticamente de entre los indios contemporáneos de América del Norte.

También se presentó una de las más importantes exposiciones del autor Vicente Rojo, obra gráfica completa, integrada por litografías, serigrafías, relieves y aguafuertes, además de seis libros de arte.

Se presentó la exposición de Noemí Ramírez con esculturas en arena, pinturas en técnica mixta y relieves en madera terminados con resinas, metal y acrílico, muestra del trabajo de una de



nuestras más interesantes artistas jóvenes.

Como se puede ver esta galería albergó muchas exposiciones de calidad, pero desgraciadamente entre los años 1998 y 1999, la Galería Universitaria Aristos cerró sus instalaciones.

13. MUSEO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS Y ARTE. (MUCA-ROMA.)

Se ubica en Tabasco 73, entre frontera y Mérida, Colonia Roma

ANTECEDENTES

Se fundó el primero de abril de 1999, ubicado en el corredor cultural de la colonia Roma.

IMPORTANCIA

Físicamente el MUCA-ROMA es un espacio que apenas supera los 200 metros cuadrados. Se trata de una planta algo más elevada del nivel de calle y una oficina a nivel de semi-sótano de una sólida casa edificada a principios del siglo XX en la calle Tabasco de la Colonia Roma.

El piso de exhibición cuenta con un pequeño vestíbulo y un estrecho corredor que comunica ocho espacios, las dimensiones de sus salas permiten atomizar la producción de un artista, a la escala de una obra o una serie de reciente manufactura, aún anunciados sin hipérbole.

La obra, fresca incluso para la reflexión del artista se secuestra de su taller, o es el proyecto que -guardado en una cajonera- esperaba esa escala íntima, o integrarse a esa exposición con mayúsculas que exigen los museos con siglas.

El formato idóneo para el MUCA-Roma es el que se asemeja al ensayo: no se afirma, se propone, ya sea a partir de la novedad de lo exhibido, o de las

asociaciones -intencionales o causales- que provoca la secuencia espacial de las obras presentadas en el tiempo y el lugar que las conjunta.

OBJETIVO

Ser un centro de documentación del arte actual, no exclusivamente circunscrito a la creación de artistas plásticos mexicanos, pues también cuenta en su haber, como aquí se documenta, con varios intercambios internacionales.

SERVICIOS

Brinda tanto al público como a los espectadores, un espacio acorde con sus necesidades.

14. MUSEO UNIVERSITARIO DEL CHOPO

Se ubica en Dr. Enrique González Martínez 10, Col. Santa María la Ribera Delegación Cuauhtémoc

ANTECEDENTES

El Museo Universitario del Chopo fue creado con este nombre a partir de 1975, es un centro cultural vivo, propositivo y de vanguardia, que difunde y promueve las diversas manifestaciones del arte joven, en un ambiente de apertura y pluralidad.

Con 27 años de existencia, el Museo del Chopo reafirma la vocación universitaria de extender los beneficios de la cultura a través de una variada oferta cultural, que incluye una gran diversidad de actividades nacionales e internacionales.

Fue construido a principios de siglo (entre 1903 y 1905) en la colonia Santa María la Ribera, por la Compañía Mexicana de Exposición Permanente. En 1929 pasó a formar parte del patrimonio de la Universidad. El nuevo Museo Universitario del Chopo fue inaugurado en 1975.



Ha tenido 4 nombres distintos a lo largo de su historia:

- ✂ El Palacio del Cristal, de 1905 a 1909
- ✂ El Pabellón Japonés, en 1910
- ✂ El Museo Nacional de Historia Natural, de 1913 a 1964; y por último
- ✂ Museo Universitario del Chopo, de 1975 a la fecha.

El Palacio de Cristal

La Compañía Mexicana de Exposición Permanente S.A., se construyó entre 1903 y 1905 en uno de los predios del rancho Santa María, un edificio de fierro, tabique prensado y vidrio provenientes de Alemania. Fue ensamblado durante el último período gubernamental de Porfirio Díaz. El edificio fue llamado el Palacio de Cristal por su parecido con el Crystal Palace de Inglaterra, enorme invernadero con muros y techo de vidrio. El Palacio de Cristal, contó con una arquitectura que desarrollaba un nuevo concepto de belleza, mezcla de lo útil con lo estético, así como el potencial constructivo del acero y las técnicas industriales del armado en la construcción de estructuras de edificios.

El Pabellón Japonés

En 1910, con motivo de los festejos del Centenario de la Independencia, se organizaron varias exposiciones. La Secretaría de Instrucción Pública cedió temporalmente el antiguo Palacio de Cristal a la Delegación Japonesa para montar una exposición de arte e industria de ese país.

El 2 de septiembre de 1910, Porfirio Díaz, Presidente de México y el Sr. Duma Horigoutch, representante diplomático, inauguraron la exposición japonesa. La ambientación de la muestra -integrada al espacio- y la gran influencia de la cultura

oriental hicieron que, durante un tiempo, el edificio fuera conocido como el Pabellón Japonés.

Museo Nacional de Historia Natural

El 1° de diciembre de 1913 abrió sus puertas, en las calles del chopo, el Museo Nacional de Historia Natural.

Las colecciones de este nuevo museo provenían del Museo Nacional, fundado en 1825 por Guadalupe Victoria. El abundante material fue dividido en cuatro secciones para su exhibición. Además se creó una biblioteca con una sección especial de historia natural de la República Mexicana.

El museo contaba con colecciones de minerales que ascendían a 1,927 muestras y que procedían de diferentes estados de la República mexicana; una imitación de piedras preciosas. El número de muestras de aves ascendía a 3,924, complementada con una buena colección de nidos, características importantes para conocer la biología reproductiva de las especies. Los moluscos tenían una representación de casi 4,000 muestras.

El 22 de julio de 1929 la Dirección de Estudios Biológicos, de la que dependía el Museo Nacional de Historia Natural, pasó a formar parte de la UNAM, por la adjudicación de la ley Orgánica de Autonomía con el nombre de Instituto de Biología.

De 1913 a 1964, el museo constituyó una visita obligada de capitalinos y viajeros, por su contenido de interés general. En 1964, el museo cerró sus puertas donando todas sus colecciones.

IMPORTANCIA

El museo Universitario del Chopo es considerado, partir de 1985, un centro de experimentación de las artes plásticas, con un singular poder de convocatoria



hacia los jóvenes. Además, como institución ha adquirido un perfil popular, gracias a su importante trabajo comunitario en el barrio

Se ha fortalecido la colaboración con instancias culturales nacionales e internacionales para el establecimiento de relaciones artísticas bilaterales. Colombia, Guatemala, Argentina y Canadá son ejemplo de cooperación con el extranjero en materia de artes plásticas, convirtiéndose en contrapuntos de exposiciones binacionales y representan enriquecedores intercambios de obras y de artistas, ya que - respaldados por estos convenios- los expositores del Chopo han viajado a otros países del continente, siendo a la vez anfitriones de sus colegas en México.

OBJETIVO

Uno de los objetivos principales del Museo es procurar el acercamiento con su entorno y para ello presenta regularmente actividades diversas en las ramas de las artes plásticas, la música, el teatro, la danza, el cine y la literatura. Ofrece también variedad de cursos y talleres que buscan atender prioritariamente a los vecinos de Santa María la Rivera.

Con el objeto de allegarse recursos financieros adicionales, se ha creado la Sociedad de Amigos del Museo Universitario del Chopo y se han estrechado las relaciones con algunas empresas que por su naturaleza reportan beneficios a las actividades que allí se llevan a cabo.

SERVICIOS

Programa de Radio Las Ondas del Chopo

En el renglón de promoción de actividades el Museo produce el programa radiofónico Las ondas del

Chopo, en colaboración con Radio UNAM, y transmite, cada vez en mayor número, cápsulas informativas para los tiempos oficiales de RTC.

Talleres

Dentro de las Jornadas de los Talleres Libres del Chopo, grupos de Danza, Teatro, Ballet Clásico y Guitarra participan en los cursos del Foro del Dinosaurio. Por otra parte, se montan dos exposiciones y una ofrenda de Día de Muertos que corresponden a los trabajos de los Talleres Infantiles de Artes Plásticas y Modelado.

Es importante señalar que estos talleres son autofinanciables y generan una parte considerable de los ingresos extraordinarios del Museo.

Visitas Guiadas

Esta labor se vio fortalecida mediante una estrategia en la que los prestadores de servicio social y miembros del voluntariado, luego de un entrenamiento, actuaron como guías en las visitas grupales a las exposiciones.

Club del INSEN

El círculo de la Tercera Edad del Chopo utiliza en múltiples ocasiones las instalaciones del Museo para desempeñar sus actividades. Actualmente cuenta con 120 integrantes.

Exposiciones

Entre de las exposiciones que presenta el Museo se encuentra Foto Septiembre. Como ya es tradición, este Museo presenta la XII Semana Cultural Lésbica.

El Museo participa como sede, tanto de la V Bienal Internacional del Cartel, como de la VI Bienal Internacional de Poesía Experimental. También se llevan a cabo actividades paralelas como conferencias y talleres.



FORO DEL DINOSAURIO

Música

Sus actividades se basan en la programación regular de programas de música, como conciertos de rock, de blues, jazz, música electrónica y recitales de guitarra.

Teatro

De esta disciplina artística, se programan representaciones frecuente - mente. Es importante señalar que se continuó impulsando y apoyando las representaciones infantiles.

Danza

El Taller Coreográfico de la UNAM utiliza este espacio para presentar sus trabajos dancísticos.

Investigación

Se avanzó en la organización del archivo documental.

El archivo hemerográfico -en particular- ya cuenta con una clasificación temática que se concentrará en una base de datos electrónica.

Servicio Social

Se obtuvieron 14 becas adicionales con una remuneración del 100% para cada becario.

Voluntariado

Esta instancia está conformada por algunos miembros de la Sociedad de Amigos del Museo del Chopo y estudiantes de licenciatura, quienes ofrecen parte de su tiempo para apoyar distintas actividades.

Sociedad de Amigos del Museo del Chopo

Se revisan y estudian los estatutos de acuerdo al código de ética de la Federación Mundial de Amigos de los

Museos, reconocido por el Consejo Internacional de Museos (ICOM), para constituir una nueva Sociedad de Amigos y así fortalecer los alcances de esta Asociación.

15. MUSEO DE ANATOMÍA PATOLÓGICA

Posgrado de la Facultad de Medicina Veterinaria y Zootécnica, Circuito Interior C.U.

ANTECEDENTES

El Museo de Anatomía Patológica "Doctor Manuel H. Sarvide", exhibe una gran variedad de piezas anatómicas, estructuras óseas, así como algunos animales en conservación.

IMPORTANCIA

Estos ejemplares se exhiben en cinco vitrinas; en su mayoría están tratados mediante la plastinación, técnica por la cual se preserva el material biológico sustituyendo a los líquidos fisiológicos por resinas de silicón, para conservar así su morfología macro y microscópica. Cabe señalar que estos ejemplares, son los primeros resultados obtenidos en México y América Latina por el proceso señalado.

El Museo continúa siendo enriquecido con piezas anatómicas, seleccionadas, recolectadas, fijadas y preservadas con las más modernas técnicas de conservación biológica. Así mismo se pueden conocer las diferentes fases del crecimiento de los escarabajos, las etapas del desarrollo embrionario del murciélago, así como la muestra del trabajo de parto de un murciélago hembra.

OBJETIVO

Este museo se creó con el objeto de que estudiantes y maestros de FMVZ, y de toda la comunidad universitaria,



podieran conocer parte de la anatomía patológica animal.

16. MUSEO DE LAS CIENCIAS "UNIVERSUM"

Sudeste de la Zona Cultural de Ciudad Universitaria

ANTECEDENTES

Fue inaugurado por el rector José Sarukhán a finales de 1992. UNIVERSUM es un centro para el desarrollo del crecimiento; una alternativa cultural de entretenimiento y aprendizaje, en donde lo científico tiene estrecho contacto con los visitantes, mediante la transmisión de ideas y conceptos para convertirse en un puente de información y conocimiento en el que se expone la correlación que tiene la ciencia y la tecnología en nuestra vida cotidiana. Así como el vínculo que existe entre la ciencia y el arte.

OBJETIVO

El museo nació con el objetivo primordial de acercar a jóvenes y niños al mundo de los descubrimientos científicos.

UNIVERSUM cuenta con las siguientes salas:

Biología Humana y Salud

Al recorrer esta sala, se ingresa a una enciclopedia donde el visitante se acerca a la reproducción humana en todas sus temáticas, desde el amor hasta la fecundación. Mediante equipos interactivos que contienen información detallada, se puede observar el prodigio del cuerpo humano, así como el maravilloso momento del nacimiento de un bebé. Existe también un modelo para armar el cuerpo humano que explica nuestra estructura interna y que contribuye a la fácil comprensión de nuestras acciones cotidianas.

Conciencia de Nuestra Ciudad

Esta es considerada como una de las salas terminales, en donde se aplica -entre otras áreas- el conocimiento, la historia y la ingeniería. Aquí se encuentra una fotografía aérea de la ciudad de México, en la que uno puede localizar la calle donde vive e, incluso, su casa. Lo interesante es que se puede caminar por esta enorme postal, lo cual nos permite tomar conciencia de las dimensiones de nuestra metrópoli, su funcionamiento, los problemas a los que se enfrenta y conocer su historia con ayuda de los equipamientos que nos demuestran el desarrollo y los cambios que se han vivido en la Ciudad de México.

Infraestructura de una Nación.

En esta sala se muestra la interacción de las diversas disciplinas que inciden en la marcha de un país, como son las vías de comunicación aéreas y terrestres, así como el papel tan importante que estas desempeñan en su desarrollo.

El Universo

Mediante la astronomía se explican fenómenos diversos, como los agujeros negros, las distancias entre los planetas, los eclipses y las constelaciones. Representado de manera gráfica, por medio de un viaje espacial se entiende con facilidad la trayectoria de los eclipses, las fases de la luna y su razón de ser. Se obtiene respuesta a cuestionamientos tan extraños como cuál es nuestro peso en cualquier planeta o en alguna estrella, así como cuáles son las características principales de los planetas.

Estructura de la Materia

Es una sala muy amena en la cual se intenta que la ciencia forme parte de la cultura consciente de la población, y la forma más sencilla de hacerlo realidad,



es jugando. Los conceptos fundamentales de la física, como el movimiento, el magnetismo y la mecánica, pasan de ser una idea para convertirse en una realidad experimentada en forma directa, es decir, comes, te transportas, entre otras cosas, como consecuencia de la aplicación de la ciencia.

Matemáticas

Esta sala fue bautizada con algo de temor, sin sospechar que sería una de las más visitadas. Las temidas matemáticas se presentan de tal forma que los números y formas se traducen como el lenguaje de la naturaleza. Para adentrarnos sin miedo somos recibidos por el Teorema de Pitágoras que, por primera vez, muchos de nosotros logramos entender: la geometría es mostrada por medio de formas bellas y brillantes, adjetivos poco utilizados para referirse a ella.

Química

Aquí se exponen dos tipos de conocimiento: la ciencia en sí misma y la relación de la química con la sociedad. En ella se muestra cómo esta disciplina ayudó al nacimiento de los anticonceptivos; las reacciones químicas que registra el cuerpo humano y la conformación del ácido desoxirribonucleico (ADN).

Biodiversidad

El objetivo de esta sala es mostrar a los visitantes la riqueza de especies que existen en México y lograr que la población adquiriera conciencia de la importancia de su conservación. Se pueden observar animales vivos y en video, también colecciones de insectos, donde se desmitifica a la tarántula, que no pica sino muerde y no es venenosa sino sucia.

A mediados de mayo de 1996 esta misma sala abrió al público un Mariposario, en el que los visitantes podrán conocer la gran diversidad de mariposas que habitan en el territorio nacional y otros países. Los equipamientos del Mariposario ofrecen una excelente oportunidad a los jóvenes y niños de conocer el material con el que trabajan los investigadores, con ejemplares vivos de mariposas.

En México se han catalogado 2 mil 500 especies de mariposas, muchas de las cuales están en peligro de extinción, especialmente por la forma tan drástica en las que han disminuido las zonas tropicales del país en los últimos veinte años.

Ecología

La sala de ecología hace reflexionar al visitante, en ella se explica cuáles son las condiciones ambientales en las que se desarrollan las diversas formas de vida. La manera como se relacionan los elementos: tierra, aire y agua, para continuar con la existencia en nuestro planeta.

Energía

Siempre resulta complicado definir qué es la energía, pero en esta sala comprendemos que la energía está en casi todas las cosas que nos rodean, ya que podemos observarla en un rayo, en el oleaje o en la lluvia y la vemos transformarse en movimiento. Aquí se experimenta en una sección de motores y utilizando computadoras conocemos sus principios, leyes y aplicaciones, así como el beneficio de su uso racional.

Agricultura y Alimentación

En esta sala se muestra al hombre y la naturaleza, así como la forma en la que el ser humano ha domesticado a ésta última.



Al recorrerla se pueden observar las modificaciones que han sufrido los vegetales y los animales, de los que depende nuestra alimentación y, de pronto, el visitante se encuentra dentro de una célula vegetal que experimenta la transformación de la energía solar de la cual depende toda forma de vida: la fotosíntesis.

Una Balsa en el Tiempo

Esta sala presenta en forma interdisciplinaria la historia de la humanidad. El visitante se embarca en una balsa y en ella recorre diversas etapas históricas para observar la evolución del hombre, desde su surgimiento hasta nuestros días. Sin embargo, no solo se trata de una evolución biológica sino intelectual.

En esta sala se juega con espacios. Dibujos animados, pinturas y videocasetes permiten establecer una grata interacción con el visitante, a quien se le invita a reflexionar. Un vitral que reproduce Guerra y Paz, obra de Pablo Picasso, despierta al visitante repitiéndole que la violencia no es genética, heredada o evolutiva, por lo que es posible evitar que nos destruya.

Que Buena Onda

Un vitral de más de diez metros de largo da la bienvenida a esta sala. Los colores azul, amarillo y rojo que predominan en ella, hacen resaltar todos los aparatos que explican las teorías físicas de la onda.

Albert Einstein, acompañado por otros once investigadores, espera que le pregunten sus datos biográficos a la computadora digital colocada enfrente de ellos.

SERVICIOS

Biblioteca Infantil

La primera biblioteca infantil de todas las universidades de país se abrió al público a finales de 1994, en las instalaciones de UNIVERSUM.

En este espacio cultural y recreativo, que se ubica en la Biblioteca Manuel Sandoval Vallarta del museo, los niños pueden disfrutar de una lectura de libros con temas actuales y ver un audiovisual como El Libro de la Selva. En el área de la biblioteca, los niños pueden encontrar algunos juegos didácticos que están reuniéndose con el fin de formar una ludoteca.

Senda Ecológica

Representa una práctica de educación ambiental, en la que se brinda información gráfica y escrita sobre el Pedregal de San Ángel.

Con la Senda Ecológica se busca que los visitantes aprecien las características biológicas y ecológicas del pedregal de San Ángel, conozcan por qué es reserva ecológica y cuál es su importancia, así como sus condiciones actuales.

La Casita de la Ciencia

La Casita de la Ciencia, idea que dio origen a este museo y que permitirá, lo mismo despertar la vocación de jóvenes y niños por la ciencia, que crear modelos para la enseñanza en las diversas áreas del conocimiento.

La Casita de la Ciencia es un proyecto que es como un laboratorio que permita la preparación de maestros para hacer investigación educativa; de encontrar nuevas metodologías para la enseñanza y herramientas para el aprendizaje de los niños.

Operan cuatro clubes: el de Cómputo y Robótica, el de Botánica, el de Astronomía y el de Física. Otro de los



programas adicionales es el de Padres e Hijos hacia la Ciencia, en el que ambos familiares pueden participar conjuntamente de un mismo conocimiento, bajo la dirección de personas especializadas.

17. MUSEO DE LA MINERÍA

**Se ubica en la calle de Guatemala No. 90
Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc**

ANTECEDENTES

Fue inaugurado en el mes de enero de 1992, teniendo como sede el edificio ocupado anteriormente por el Real Seminario de Minería, que fue inaugurado el 1° de enero de 1792 en una casa de la antigua calle del hospicio de San Nicolás -actualmente Calle de Guatemala- en la Ciudad de México; que tenía como misión formar técnicos facultativos de la minería y de la metalurgia destinados a promover la minería de la Nueva España.

IMPORTANCIA

El Museo contiene la colección mineralógica de la Facultad de Ingeniería (conjunto sumamente valioso, formado a lo largo de 200 años), así como los demás elementos necesarios para configurar un museo moderno de minería y ciencias de la tierra.

OBJETIVO

Este museo tiene como propósito de poner al alcance del público los valores históricos del Real Seminario de Minería, primera institución educativa y científica del continente americano.

18. MUSEO PALACIO DE LA INQUISICIÓN

**(Antigua Escuela Nacional de Medicina)
Se ubica en República del Brasil No. 33
Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc**

ANTECEDENTES

En 1216, Santo Domingo de Guzmán obtuvo la aprobación del Papa Honorio III, para fundar la Orden de los Hermanos Predicadores, también llamados Dominicos, encargados de la inquisición. Años después, el Papa Gregorio IX organizó la Inquisición como un tribunal destinado a perseguir la herejía, siempre dependiente de la Santa Sede.

Un gran instrumento policiaco de fines de la Edad Media, contra la herejía, fue el tribunal del Santo Oficio de la Inquisición. La heterodoxia, o sea el pensar por cuenta propia fuera de la Iglesia Católica, llegó a ser en ciertas épocas un serio problema para la estabilidad económica de Roma, por lo que, aliada la Santa Sede con los reyes y príncipes, opuso sus sanciones en defensa de la fe y trató de aplastar al rebelde desobediente, a quien se consideró como un peligro de disolución social.

Los señores feudales se apoyaban en Roma y Roma en ellos, por lo que se unieron formando tribunales especiales para perseguir y destruir las opiniones contrarias a sus viejos fundamentos. En 1478 España fue el primer país que obtuvo la facultad de organizar el tribunal y de designar a los inquisidores con carácter de órgano judicial oficial.

La historia de la Inquisición se divide en tres etapas: La Inquisición monástica (1524-1534), la Inquisición Episcopal (1534-1571) y el establecimiento del Tribunal del Santo Oficio en 1571.

Las actividades inquisitoriales en México comenzaron una vez consumada



la conquista con los primeros frailes, aunque fue instalada hasta el 16 de agosto de 1570 por Real Cédula de Felipe II.

En 1571 se establece el Tribunal del Santo Oficio, quedando como primer inquisidor el Doctor Pedro Moya de Contreras. Alojándose provisionalmente en el Convento de Santo Domingo y, posteriormente, la Institución funcionó en unas casas vecinas a éste. En 1732 se construyó su propio edificio, terminando en diciembre de 1736, siendo construida por el arquitecto escultor y retablista Pedro de Arrieta, dejando un ejemplo notable del barroco-renacentista.

El edificio tuvo diversos usos; Colegio Militar, Lotería Nacional, Tribunal de Guerra y Marina, Seminario Conciliar y Oficinas del Gobierno del Estado de México.

La Inquisición cumplió sus funciones dentro de la sociedad y de la política colonial. Desde que se fundó la Escuela de Medicina en 1833, no contó con un edificio propio, hasta que los profesores de medicina compraron, con los sueldos que se les adeudaba (50,000 pesos oro), el antiguo convento de San Hipólito, mismo que fue expropiado para ocuparlo posteriormente como cuartel de granaderos. Ante las protestas de la Escuela de Medicina en 1854, le cedieron a cambio el llamado Palacio de la Inquisición.

IMPORTANCIA

En este lugar se produjeron las ideas que estructuraron la actual medicina institucional ya que aquí fue donde se formaron los pioneros de la medicina moderna.

OBJETIVO

Apoyar la realización de exposiciones dentro de este recinto histórico-arquitectónico, preferentemente

con temas de la inquisición y de la medicina en general, dando a conocer al visitante la evolución y estudio de la misma.

SERVICIOS

Además de Museo, el recinto alberga las siguientes áreas:

- Departamento de Historia y Filosofía de la Medicina.
- La Biblioteca Nicolás León.
- La Unidad de Educación Médica Continua
- Archivo de la Historia y Filosofía de la Medicina.
- Centro de Información Documental Computarizada
- Auditorio.
- Librería.

19. MUSEO DE LA MEDICINA MEXICANA

ANTECEDENTES

El Museo comprende la historia de la medicina mexicana -desde la época prehispánica hasta parte del Siglo XX- dividida cronológicamente en 6 secciones: Herbolaria, Prehispánica, Siglo XVI, Siglo XVII-XVIII, Siglo XIX y XX, contando con una botica del Siglo XIX.

En la sala de la Herbolaria Indígena, se presentan 40 muestras de plantas medicinales. Las más representativas se encuentran con sus nombres populares, en náhuatl, además de los nombres científicos; el uso que le dieron los indígenas y el que actualmente tienen.

La Medicina Prehispánica es importante por sus aportaciones, en ella encontramos una concepción propia de la vida, la muerte y de los recursos que se valieron los hombres prehispánicos para



enfrentarse a la enfermedad y a la misma muerte. Aparecieron el sabio viejo y el médico sacerdote, quienes se ponían en contacto con los dioses, los cuales tenían el poder de castigar con enfermedades o premiar mediante su curación.

Así también se presentan las deformaciones craneanas, trepanaciones, mutilaciones dentarias, así como el gran conocimiento que tenían en los aspectos obstétricos y cuidados prenatales.

Los conquistadores en el siglo XVI impusieron sus creencias, a la Nueva España llegaron médicos trayendo los conocimientos y los textos que se estudiaban en Europa; se estableció el Tribunal del Protomedicato a fin de regular la práctica de la medicina, exigiendo la presentación de títulos, realizando exámenes a barberos y boticarios. Hasta que, en 1553, se fundó la Real y Pontificia Universidad de México, que al inicio sólo otorgó grados de medicina.

A partir de la Conquista, se inició el establecimiento de hospitales, siendo el primero el de la Limpia Concepción y Jesús Nazareno, mejor conocido como Hospital de Jesús, mismo que ha funcionado sin interrupción desde 1524.

El siglo XVIII, tenía a varios médicos criollos como los doctores Alzate, Bartolache y Montaña, quienes fueron críticos de la medicina galeno-hipocrática que se seguía estudiando en las universidades. A finales de este siglo se realizó una expedición botánica, cuyo resultado fue la elaboración de una Flora mexicana y la creación del jardín botánico.

En el siglo XIX, el Fr. Francisco Xavier Balmis de España, trajo a México la vacuna de la viruela, llevándola - después - a Filipinas, realizando un viaje de circunnavegación vacunando a la población.

En el siglo XX -en 1905- se fundó el Hospital General, siendo la primera vez que en un sólo lugar se logró reunir 32 departamentos de diferentes especialidades médicas.

La segunda mitad del siglo XX, se caracterizó por los grandes avances tecnológicos, que permitieron un importante desarrollo de la investigación en la práctica médica nuclear; el trasplante de órganos, los avances de la medicina cardiovascular y la creación de prótesis, adelantos que han posibilitado perfeccionar diagnósticos médicos precisos y una mejor calidad de vida para los enfermos.

ARQUITECTURA

En 1736 se concluyó la construcción del edificio; la portada principal es en chaflán o panconpé, es decir, cortada en ángulo diedro en la esquina principal del edificio.

La magnífica portada del Palacio de la Inquisición tiene pares de columnas de orden dórico, que se asientan sobre altos y proporcionados pedestales, que a su vez están flanqueadas por pilastras. El segundo piso incluye pilastras tableadas y los vanos que se abren sobre el patio, tienen la particularidad de ser ochavados.

El balcón es corrido, los parámetros del exterior se recubren de sillares de tezontle; el patio grande sorprende por su audaz arquitectura: su estructura a partir de dos pisos que utilizan columnas dóricas, con arcos de medio punto en la parte baja y en la superior arcos rebajados. En época decimonónica le fue agregado un tercer piso al edificio.

Lo más singular del edificio, son las cuatro esquinas del patio principal: series o danzas de arcos se entrecruzan con el propósito de crear arcos falsos que prolongan sus claves hacia abajo, las cuales al no tener apoyo directo sobre el



suelo, crean una ilusión óptica de inestabilidad.

Una escalera monumental compuesta por tres vanos se abre en el muro oriente del patio; que incluye pilastras tableadas y por ella se llega a una doble rampa separada que desemboca en el piso superior. Existen, además otros dos patios, el de las Cocheras y el de los Naranjos.

Cuando el clima lo permite, el patio de las Cárcelas Secretas de la Inquisición es escenario de obras teatrales y, ocasionalmente, el amplio auditorio del edificio es empleado para conciertos musicales.

20. MUSEO DE GEOLOGIA

Ubicado en Calle Ciprés número 176, Colonia Santa María la Ribera

ANTECEDENTES

El Instituto Geológico Nacional, dependiente de la Secretaría de Fomento, Colonización e Industria, fue creado el 18

de diciembre de 1888 por decreto del Congreso de la Unión con el fin de que contara con un lugar amplio y apropiado.

La Secretaría acordó se construyera un inmueble que se encargó al ingeniero y arquitecto Carlos Herrera y que fue entregado en 1906. El 1° de mayo de 1917 el instituto pasó a la Secretaría de Industria y Comercio con el nombre de Departamento de Exploraciones y Estudios Geológicos. Desde 1929 forma parte del patrimonio universitario conforme a la ley Orgánica de la Universidad Nacional expedida el 10 de julio de ese año. Cuando la sede del instituto se trasladó a la Ciudad Universitaria, en 1959, el edificio se destinó y habilitó como museo de geología y paleontología.

IMPORTANCIA

Cuenta con importante colección en su acervo y resguarda diez lienzos del ilustre paisajista José María Velasco.



CASA DEL LAGO



EX-HEMEROTECA
NACIONAL



ACAD. NACIONAL DE
SAN CARLOS



ANTIGUA ESCUELA NACIONAL
DE JURISPRUDENCIA

**EDIFICIOS HISTÓRICOS
DE LA UNIVERSIDAD**

**PALACIO DE
MINERÍA**

**CASA DE LOS
MASCARONES**

**ANT. ESCUELA
DE ECONOMÍA**

**LA REAL Y PONTIFICIA
UNIVERSIDAD DE
MEXICO**

**ANTIGUO COLEGIO
DE SAN ILDEFONSO**

**ANT. ESC. NAC.
DE MEDICINA
VETERINARIA**



EDIFICIOS Y PATRIMONIO UNIVERSITARIO

Una parte importante del patrimonio cultural universitario halla su origen natural en la trayectoria histórica de la institución, ya que la Universidad ocupó - desde sus inicios- diversos inmuebles antiguos, localizados principalmente en el Centro Histórico de la Ciudad, pues no fue sino hasta el año 1954 que se trasladó a sus nuevas instalaciones en Ciudad Universitaria.

De esta manera, el patrimonio universitario, está compuesto por un acervo que va desde los mismos inmuebles con valor histórico-estético, pasando por las esculturas y piezas de numismática antiguas custodiadas por la Antigua Academia de San Carlos, así como por las obras de pintura colonial y académicas, hasta llegar a las obras contemporáneas, como esculturas y murales existentes en Ciudad Universitaria.

Tiene 152 murales y 50 vitrales distribuidos, tanto en el campus de Ciudad Universitaria, como en otras instalaciones periféricas. Cabe destacar la existencia de los murales de Clemente Orozco en San Ildefonso o el de Roberto Montenegro en el Antiguo Templo de San Pedro y San Pablo (hoy Museo de la Luz), ejemplares obras del momento histórico que marca los inicios del muralismo en México.

Cuenta con 602 piezas de escultura general y 198 obras de escultura pública y monumental, lo que nos da un total de 800 piezas de escultura que van desde las obras de pequeño y mediano formato, representativas del clasicismo grecorromano y renacentista, albergadas por la Antigua Academia de San Carlos, hasta las grandes esculturas propias del arte contemporáneo y de integración

urbana como las realizadas por Sebastián. Hersúa, Matías Goeritz, Federico Silva, Helen Escobedo y Manuel Felguérez en el Paseo Escultórico de Ciudad Universitaria, sitio donde el caminante se encuentra con la integración entre el arte y la naturaleza.

Posee 9,312 obras de pintura de caballete: 70 piezas coloniales, 31 académicas y 9,211 del arte contemporáneo.

El caso de las pinturas coloniales tiene especial relevancia, pues se cuenta con obras de autores como Miguel Cabrera, Luis Juárez, Juan Miranda, Francisco Antonio Vallejo y Rafael Ximeno y Planes, además de la importante colección de retratos de Colegiales de San Ildefonso y la colección de Sibilas de Pedro Sandoval. Entre las obras contemporáneas, hay obras de una gran variedad de autores, épocas y estilos, sin embargo, podemos mencionar la presencia de obras de Leonardo Nierman, Luis Nisihizawa, Helen Escobedo, Arnold Belkin y Vicente Rojo.

Hay además un total de 4,656 piezas de numismática, entre medallas y monedas, troqueles, billetes y escayolas. Colección que integra, tanto piezas de los siglos XVII y XIX, como las medallas de fundación acuñadas por Jerónimo Antonio Gil y otras atribuidas a los alumnos y profesores de la Antigua Academia de San Carlos, como piezas del presente siglo que son testimonios de toda una época, tal es el caso de los numerosos billetes existentes en la colección, emitidos por la diferentes facciones contendientes durante la Revolución Mexicana.

Existen 172 libros incunables, entre los que encontramos distintas joyas bibliográficas del siglo XV como una edición de la Biblia Latina, mejor conocida como Vulgata, o de la crónica de Nuremberg de Hatman Schedel, así como



un comentario a La Divina Comedia de Cristóforo Landino.

Se cuenta también con 86,190 piezas de obra gráfica entre grabados, dibujos, fotografías, mapas antiguos, lacres, planchas y clichés. En este rubro, destaca la colección de grabado europeo custodiada por la Antigua Academia de San Carlos, integrada por obras de renombrados artistas como: Durero, Piranesi, Lucas Van Leyden y Rembrandt.

Esta clasificación del patrimonio cultural también comprende 2,000 aparatos e instrumentos científicos antiguos registrados, así como 131,000 manuscritos y documentos que datan de fechas comprendidas entre los siglos XVI y XIX.

Como puede observarse, se trata de un patrimonio congruente con la relevante infraestructura cultural de la UNAM. Las obras que lo integran sirven para el goce estético de los espectadores, sea pintura de caballete o mural, escultura o dibujos; o como fuente de consulta para investigadores, como en el caso de los incunables y de los documentos antiguos.

La conservación de este patrimonio entraña una gran responsabilidad y por lo mismo los universitarios debemos asumir con determinación el papel que nos confiere la Institución. Por ello, con plena conciencia hay que contribuir a su preservación, restauración y divulgación. No está de más decir que la participación de todos redundará en beneficios para la docencia, la investigación y la difusión de la cultura.

21. ANTIGUO COLEGIO DE SAN ILDEFONSO

**Justo Sierra No. 16 Colonia Centro
Delegación Cuauhtémoc**

ANTECEDENTES

Desde su llegada a la Nueva España en 1572, los Jesuitas iniciaron la labor de evangelización hacia las zonas distantes de la capital, que aún no habían sido atendidas por otras órdenes y se dedicaron a la fundación de colegios, como piedra angular de la propagación de la fe.

Desde el año de 1577 rodeaban el Colegio máximo los cuatros Seminarios: San Pedro y San Pablo, San Bernardo, San Gregorio y San Miguel, los tres últimos administrados por la compañía. Como estas casas requerían cada una su propio personal, era natural que se pensara en hallar una casa con suficiente capacidad, donde estuviesen todos los colegiales bajo un mismo Rector.

San Ildefonso empezó a funcionar exclusivamente como seminario de Jesuitas, poco antes de los fines del siglo XVI. En 1611 el vecino Colegio de San Pedro y San Pablo, fundado por el P. Sánchez, llegó a tal ruina que sus colegiales hubieron de buscar cobijo en San Ildefonso, con lo cual dos colegios se fusionaron.

Este edificio era un internado de estudiantes que tomaban sus lecciones fuera de su residencia, pero en ella tenían unos pocos cursos complementarios. Había crecido tanto el número de estudiantes que el viejo edificio resultaba insuficiente e inadecuado, por lo cual se comenzaron obras de adaptación y reconstrucción. Para 1718, se habían terminado nuevas estancias destinadas a los estudiantes y se estrenó la portada más próxima al Colegio de San Pedro y San Pablo, poco antes de mediar el siglo el Real Colegio de San Ildefonso tenía uno



de los mejores edificios que produjo la gran arquitectura barroca mexicana.

A fines del siglo XVIII estuvo a punto de clausurarse el Colegio y solo continuó activo por la ayuda de dos de sus exalumnos, don José Patricio Fernández de Uribe y el Lic. Don Miguel Domínguez. El gobierno de la república hizo desaparecer como institución al viejo Colegio, primero real y luego Nacional, de San Ildefonso, reemplazándolo con la creación de la Escuela Nacional Preparatoria, por ley del 2 de diciembre de 1867, entregándole su dirección al ilustre Gabino Barrera quién organizó los estudios de acuerdo a los planes y métodos de la escuela positivista.

Su construcción inicio con el Colegio Chico, (actualmente ocupado por la Filmoteca de la UNAM). El resto del conjunto arquitectónico consta de dos claustros, que corresponden al Colegio de Pasantes y al Colegio Grande.

El monumento que hoy conocemos fue edificado entre 1712 y 1749, bajo el rectorado del padre Cristóbal de Escobar y Llamas.

Sobre la calle de San Ildefonso se aprecian las portadas barrocas del Colegio Chico con una escultura de la Virgen del Rosario, y la del Colegio Grande, rematada por un relieve de San Ildefonso recibiendo la casulla de manos de la Virgen María.

Tras la expulsión de los jesuitas en 1767, el edificio tuvo diversos usos: Cuartel del Regimiento de Flandes, sede temporal de la Escuela de Jurisprudencia y de algunas cátedras del Colegio de Medicina; asimismo fue cuartel de las fuerzas invasoras norteamericanas y francesas.

A mediados del siglo XIX, el Colegio recuperó su vocación educativa, en virtud del decreto del Presidente Benito Juárez, que estableció la Escuela Nacional Preparatoria, cuyo primer

director fue el Doctor Gabino Barrera. La Ley Orgánica de la Universidad de 1929, durante la presidencia del Lic. Emilio Portes Gil, consideró como escuela integrante de la Universidad a la Escuela Nacional Preparatoria y su edificio, el que fuera Colegio de San Ildefonso, pasó a formar parte del patrimonio universitario.

El inmueble fue transformado, gradualmente, para dar cabida al positivismo pedagógico con el lema "Amor, Orden y Progreso". El edificio de San Ildefonso albergó durante casi seis décadas a la Escuela Nacional Preparatoria, hasta que en 1978 fue desocupado.

IMPORTANCIA

En 1992, se tomó la decisión de remodelar el edificio, conjuntando para ello los esfuerzos de tres Instituciones: La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y el Departamento del Distrito Federal (DDF). Con esta nueva vocación, se han presentado en este recinto importantes exposiciones nacionales e internacionales.

El muralismo mexicano nació en San Ildefonso. El primer mural realizado en el edificio fue obra de David Alfaro Siqueiros, que entre 1922 y 1924 decoró el cubo de la escalera del Colegio Chico (hoy Filmoteca de la UNAM) con sus obras Los Elementos, El Llamado de la Libertad, El Entierro del Obrero Sacrificado y Los Mitos.

En 1922 y 1923, Ramón Alba de la Canal y Fermín Revueltas pintaron sendos murales en la entrada del "patio grande": El Desembarco de la Cruz y Alegoría de la Virgen de Guadalupe. Por su parte Jean Charlot y Fernando Leal, pintaron en los muros norte y sur del cubo de la escalera -en el segundo piso- Masacre en el



Templo Mayor y Fiesta del Señor de Chalma.

De 1922 a 1926, José Clemente Orozco realizó la decoración de los muros de los tres pisos al norte del "patio grande", con temas de crítica social y sobre el movimiento revolucionario. En el cubo de la escalera plasmó escenas alusivas al mestizaje: Cortés y la Malinche, Razas Aborígenes y Los Franciscanos, así como dos paneles en el muro de arranque de la escalera: Los Ingenieros y Hombres Sedientos.

a) ARQUITECTURA

Desde el punto de vista de su concepción arquitectónica, la construcción tiene elementos inconfundiblemente barrocos. La fachada es un ejemplo de ello, pues indica la existencia de dos niveles: el segundo de altura normal y el primero inusualmente alto. Al pasar al interior se observa que en realidad el edificio tiene tres niveles, excepto en el cuerpo correspondiente al Patio de los Pasantes.

El barroco de la parte exterior del edificio se establece por el juego cromático del tezontle y la chiluca, por el uso de ventanas mixtilíneas y por la presencia de pilastras estípites en las dos portadas, que definen los ejes compositivos de esa fachada e indican el acceso a los Colegios Chico y Grande respectivamente.

El portal de la entrada al Colegio Grande tiene un entablamento barroco y frontón curvo, con alto relieve de grotescos a todo lo largo del fuste de cada una, terminados arriba por una media figura que sostiene un cesto de frutas sobre su cabeza. Al costado poniente del patio hay una gran aula que lleva el nombre de Justo Sierra, su portada y ventanas son producto de adaptaciones que se hicieron entre 1868 y 1896.

Dos enormes salas fueron y son parte importante del edificio, una fue capilla y la otra a Salón de Actos o General. La primera es hoy Biblioteca y la segunda es El Generalito. La planta de Colegio de Pasantes es rectangular, los lados norte y Sur son más largos, de siete grandes arcos cada uno, el lado oriente tiene solo cuatro arcos y el lado poniente es un gran muro, al que está adosada -en la planta baja- una gran fuente de piedra y, en la parte alta, se abren ventanas para iluminar la escalera principal y algunos salones.

En la planta baja, al lado norte hay una hermosa portada de piedra labrada que da acceso a lo que fue capilla del Colegio: es un severo arco de medio punto que descansa en recias pilastras y, sobre el cual va un entablamento barroco que se levanta al centro en arco muy rebajado. El friso tiene grotescos en relieve. Otra puerta pequeña, en el mismo muro, comunicaba con la sacristía de la capilla.

Es interesante destacar que existe una clara jerarquización de los vanos en la fachada. Existen cuatro de ellos que rodean a la portada del Colegio Chico y que fueron puertas de accesorias, que auxiliaban -con el comercio que ahí se efectuaba- a la manutención de San Ildefonso. Los vanos quedaron al descubierto cuando se recuperó el nivel original del edificio, en una intervención efectuada en 1978.

El edificio ha sido profundamente transformado, ya que las antiguas habitaciones de los internos se convirtieron en aulas, laboratorios y oficinas. A principios del siglo XX se llevó a cabo una restauración con elementos modernos. De la antigua distribución interior queda únicamente el recinto de la capilla y su sacristía, así como el salón de actos conocido como Generalito.



La fachada en la calle de Justo Sierra se compone de tres partes, la primera -al occidente- corresponde al anfiteatro y es la más antigua, la segunda es la central y principal; la tercera -al oriente- es la más nueva, pues se construyó en su totalidad siendo, ya, Autónoma la Universidad; cada porción tiene iguales dimensiones, cada una tiene una gran puerta con una ventana a cada lado de en la planta baja, dos ventanas y un balcón central en el segundo cuerpo y ventanas en el tercero.

El arquitecto Samuel Ruiz construyó el llamado anexo de San Ildefonso. Este proyecto pretendió recrear el estilo barroco del colegio, aunque lo cierto es que el resultado es un estilo ecléctico italianizante.

b) LA PINTURA MURAL EN SAN ILDEFONSO

El edificio ostenta pintura del siglo XVIII que puede catalogarse como obra mural, pues ha permanecido adosada a sus paredes durante casi 250 años. En la sacristía del Antiguo Colegio de San Ildefonso están dos enormes óleos sobre tela del pintor Francisco Antonio Vallejo, realizado en 1761, ambos de tema religiosos.

En el antiguo recinto, se ubica una de las más importantes manifestaciones artísticas del México contemporáneo: la temprana pintura mural de los artistas que conformaron el llamado movimiento muralista mexicano, entre los cuales se encuentran: Diego Rivera, José Clemente Orozco, Juan Charlot, Fernando Leal y David Alfaro Siqueiros.

El muro norte, así como el cubo de la escalera del Patio Grande fueron pintados por José Clemente Orozco. Sus murales de crítica social -en los que por primera vez se usa la caricatura como medio de expresión plástico- y la serie de Los Franciscanos, pinturas en las que el

artista toma partido por el hispanismo como raíz del ser mexicano.

Fermín Revueltas y Ramón Alba de la Canal pintaron el cubo de entrada al Patio Grande, con sendas obras en las que se pone de manifiesto su intención de asumir el espíritu popular. Revueltas pinta una Virgen de Guadalupe muy humanizada en la que las alas de los ángeles se sustituyen por frutas tropicales y la propia virgen es una mujer común del pueblo. Alba pintó La Elevación de la Cruz.

22. ACADEMIA NACIONAL DE SAN CARLOS

**Se ubica en Academia No. 22
Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc**

ANTECEDENTES

En el recinto donde se ubica actualmente la Academia de San Carlos, se localizó la Casa de Monjas y, posteriormente, el hospital del Amor de Dios. El 4 de Noviembre de 1781 empezó a funcionar como Escuela que, el 25 de diciembre de 1783, quedó formalmente erigida y dotada por Real provisión de Carlos III.

El nombre de La Real Academia de las Tres Nobles Artes de San Carlos, se conservó hasta la independencia de México. Fue la primera institución de su género en el continente americano y es el tronco del que nacieron la Facultad de Arquitectura y la Escuela Nacional de Artes Plásticas. Su fundación se debió al grabador Jerónimo Antonio Gil y a don Fernando José Mangino.

Las primeras clases se impartieron en el local que ocupaba la Casa de Moneda, hasta que en 1971, se tomó en arrendamiento el edificio que fuera el Hospital del Amor de Dios. Sus primeros profesores, llegados de Europa fueron: Joaquín Fabregat (grabado en lámina), Manuel Tolsá (colección de yesos), Cosme



Acuña y Gines Andrés de Aguirre (pintura), Manuel Arias (escultura) y Antonio González (escultura).

IMPORTANCIA

En 1843, la Academia adquirió la propiedad del inmueble y procedió a su renovación. El arquitecto italiano Javier Cavallan, concluyó la reconstrucción y la fachada del edificio, a la que recubrió con un elegante almohadillado que acusa la influencia de los palacios italianos.

Antonio Piatii escultor, labró las columnas de la puerta principal y sus alumnos trabajaron los seis relieves circulares que adornan los pisos altos, cuatro de los cuales representan a artistas celebres (Rafael, Miguel Ángel, Manuel Tolsá y Jerónimo Antonio Gil) mientras que los dos restantes parecen retratar a los fundadores de la institución, Fernando José Mangino y Carlos III. De esta Escuela surgieron José María Velasco (paisajista y retratista), Juan Cordero (precursor del muralismo) y Lorenzo de la Hidalga (arquitecto).

En 1867 la Academia se transformó en la Escuela Nacional de Bellas Artes, gracias a la Ley Orgánica de Instrucción Pública promulgada por Benito Juárez. Debido al incremento de alumnos de arquitectura y pintura, la Escuela adaptó algunas de las casas contiguas para instalar mas galerías, nuevos salones y bodegas.

El patio principal se hizo de gusto neoclásico y armónicas proporciones, para convertirlo en galería y museo de escultura, bajo la dirección del arquitecto Mercado. Se trajo de Paris una cúpula de hierro y vidrio, que fue instalada en 1912 por los arquitectos Manuel y Carlos Ituarte, quedando así el patio cubierto.

En 1913, se colocó en la fachada una replica de San Jorge de Donatelo, obsequiada por el gobierno de Italia a México con motivo de la celebración del

Centenario de la Independencia. Para 1954, el edificio albergó únicamente a la Escuela de Artes Plásticas, ya que la Escuela de Arquitectura se trasladó a Ciudad Universitaria.

OBJETIVO

Busca promover el estudio de las artes plásticas mediante la difusión de exposiciones con la obra de los talleres de escultura y pintura que funcionan en la Academia.

SERVICIOS

Cuenta con un taller de escultura y un taller de pintura, la Sala de Exposiciones Maestro Roberto Garibay S.; oficinas administrativas y biblioteca.

23. PALACIO DE MINERÍA

Se ubica en calle de Tacuba 7
Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc

ANTECEDENTES

La Ley Orgánica de Instrucción Pública en el Distrito Federal -expedida por el Presidente Juárez en Diciembre de 1867- modificó sustancialmente la enseñanza, mediante la implantación del método científico. También estableció la Escuela Nacional Preparatoria como antecedente de todo estudio profesional y convirtió al Colegio de Minería en Escuela de Ingenieros.

IMPORTANCIA

Al consumarse la Independencia de México en 1821, se generaron cambios en la Escuela de Minería. Al promulgarse la Constitución de 1824, se hizo necesario adaptar los estudios a los nuevos principios y el Tribunal de Minería solicitó -en 1825- que fueran modificados, tanto el plan de estudios, como el gobierno interior y la economía del Colegio.

En octubre de 1833 se crea la Dirección General de Instrucción Pública,



presidida por el Vicepresidente de la República, Valentín Gómez Farías. En esta Dirección nació el Decreto que creó -en octubre de ese mismo año- seis establecimientos de estudios mayores, reforzando trascendentalmente el sistema de enseñanza superior.

En septiembre del año de 1847 tuvo lugar un grave acontecimiento, ya que el Ejército norteamericano ocupó la Ciudad de México y algunos de sus cuerpos utilizaron el Palacio de Minería como cuartel. Valiosos documentos existentes en el Palacio fueron desaparecidos por los invasores.

En mayo de 1863 se mandó cerrar el Colegio, que se vuelve a abrir en agosto del mismo año, pasando a depender del Ministerio de Fomento, habiéndose llegado a conocer con el nombre de Escuela Imperial de Minas.

El año de 1909 fue trascendental en acontecimientos relacionados con la utilización del Palacio, ya que a causa de un incendio, ocurrido durante el mes de marzo en el recinto que ocupaba la Cámara de Diputados, este cuerpo legislativo ocupó transitoriamente el salón de actos del Palacio de Minería.

En ese mismo Salón, Porfirio Díaz rindió la protesta de Ley como Presidente de la República.

En 1963, el Palacio fue sede de la recepción oficial que el Presidente de la República, Adolfo López Mateos, ofreció al presidente de la República Francesa, General Charles de Gaulle, ocasión que aprovechó el Director de la Facultad para obtener recursos, que le permitieron presentar dignamente el local y salvar algunos elementos constructivos.

En agosto de 1964 el Palacio fue sede del VI Congreso Nacional de Ingeniería Civil, inaugurado por el presidente Adolfo López Mateos en un acto celebrado en el patio central.

En 1967 se realizaron las festividades del Centenario de la fundación de la Escuela Nacional de Ingenieros y el 175 aniversario del Real Seminario, actos que destacan entre los más importantes verificados en este sitio, en el pasado.

El evento más reciente, efectuado en el Palacio de Minería, se llevó a cabo el 3 de septiembre del 2001 y fue de gran importancia para el ámbito universitario, ya que se celebró el 450 aniversario de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Este festejo fue encabezado por el Rector Licenciado Juan Ramón de la Fuente y contó con la distinguida presencia del Presidente Vicente Fox Quezada.

OBJETIVO

Acrecentar las oportunidades de desarrollo cultural, mediante el fortalecimiento de programas que permitan difundir el patrimonio cultural de la UNAM en todas sus manifestaciones, logrando con ello el desarrollo integral de la comunidad universitaria, para el ejercicio pleno de sus capacidades humanas.

SERVICIOS

El palacio cuenta con exposiciones permanentes, en donde el asistente puede conocer múltiples aspectos de la Universidad, por medio de visitas guiadas. Además, de que año con año se lleva a cabo en sus instalaciones, la feria del Libro Universitario.



24. LA REAL Y PONTIFICIA UNIVERSIDAD DE MEXICO

Se ubica en la calle de Moneda No. 2 Esquina con Seminario, Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc

ANTECEDENTES

Las gestiones para la fundación de la Universidad se iniciaron poco después de la Conquista. En 1525 se pidió al Rey el establecimiento de un Colegio de Estudios de Gramática y Filosofía.

En 1537, Fray Juan de Zumarraga hizo la petición formal para el establecimiento de una Universidad, solicitud que fue apoyada por el Ayuntamiento y aprobada por el Virrey en 1539.

En 1541 se establece el Colegio Tríplico, en Michoacán, con estudios de gramática y filosofía, para la Orden de los Agustinos, en donde se formaron algunos catedráticos que fundaron los cursos universitarios en México.

En 1547, el Virrey ordenó asignar una renta a la Universidad, que se había de fundar debido a la insistencia de los productores de la ciudad y del Arzobispo ante la corte metropolitana.

Los promotores del proyecto universitario en México no pudieron concluir sus gestiones, debido a que el Virrey Antonio de Mendoza fue trasladado al Perú en 1550 y Fray Juan de Zumarraga murió el año anterior.

Felipe II como Príncipe Gobernador, mandó dos Cédulas en 1551, por las que los anhelos de esos dos hombres se vieron cumplidos, ya que ordenaba dotar de fondos a la Universidad para fundarla y establecerla adecuadamente.

Con el dinero y la renta de las estancias se pudo, por fin, proceder a la integración y fundación de la Universidad. La intención inicial de tal Institución fue que ingresaran a ella los naturales y los hijos de españoles por igual, esta

condición se mantuvo solamente en teoría.

Los cursos fueron inaugurados el 25 de enero de 1553, ocasión en que se juró a San Pablo por patrono y que dio lugar a grandes festejos en toda la ciudad.

Se establecieron seis cátedras iniciales, que más tarde fueron aumentadas a ocho. Al principio acudieron alrededor de 100 alumnos y los cursos eran los mismos que se impartían en otras Universidades como las de París, Oxford, Bolonia, etc.

Como prerrogativa se le dio a la Universidad el derecho de usar las armas reales y las de la ciudad en su escudo.

El edificio ubicado en la actualidad en la calle de Guatemala y Seminario forma parte de la primera sede de la Universidad. En 1584 la institución contó con un terreno propio, compró 4 solares, pertenecientes al Marqués del Valle

IMPORTANCIA

Este inmueble tan significativo para la historia de la Universidad, es vecino de los edificios más importantes de la ciudad de México como La Catedral, El Palacio Nacional, y El Arzobispado, entre otros. El edificio fue asignado nuevamente a la UNAM en 1982, para ser usado como Museo de la Real y Pontificia Universidad.

SERVICIOS

Se pretende utilizar como sede de la Fundación UNAM, Centro de visitas guiadas a inmuebles monumentales de la Universidad, Centro de información general de las actividades culturales de la Universidad en la zona Centro y puede contar con una librería especializada y otros servicios al público.



25. PALACIO DE ODONTOLOGIA

Se ubica frente al Templo Mayor en las
Calles Licenciado Verdad y Guatemala No. 2
Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc

ANTECEDENTES

El Palacio fue construido por el Arquitecto González Vásquez en 1784. Destacó por su imponente cúpula, reconstruida por el arquitecto Lorenzo de la Hidalga, un año después de que se desplomó con el sismo de 1844. En la época de la Reforma la iglesia y convento interrumpieron sus funciones eclesásticas, ya que el presidente Benito Juárez expropió el lugar para darle usos oficiales.

En 1929 la Universidad Nacional lo adquiere, y fue aquí donde se ubicó -por un corto tiempo- la Rectoría antes de cambiarse a la calle de Justo Sierra 16. Fue en este Palacio en donde se declaró la Autonomía Universitaria, hecho celebrado en el Salón de Actos llamado Paraninfo.

En 1930, albergó a la Escuela de Iniciación Universitaria y, tres años más tarde, a la Escuela de Comercio y Administración. En 1935 este edificio fue entregado por el Patrimonio Universitario a la Escuela Nacional de Odontología.

Cientos de Cirujanos Dentistas se formaron en sus aulas, hasta que en 1958 los odontólogos en ciernes fueron trasladados a las nuevas instalaciones de C.U., quedando el inmueble ocupado por la Escuela de Enfermería y Obstetricia compartiendo el espacio la Escuela Nacional Preparatoria, Plantel 2, Erasmo Castellanos Quinto.

IMPORTANCIA

Su arquitectura se distingue por las fachadas, de tipo neoclásico, en cantería labrada y parámetros recubiertos en cintilla o fachaleta policromada. Sus escaleras son de concreto con huellas de cantera y mármol de Carrara (en área

circular), además de tener viguetas de acero. La construcción original se caracterizaba por contar con hermosos acabados de carpintería y herrería.

Las fachadas actuales fueron construidas en la época de Don Porfirio Díaz y tienen un estilo neoclásico de finales de siglo.

En 1988 un grupo entusiasta de Cirujanos Dentistas decide rescatarlo, entregándolo -en comodato- a la Facultad de Odontología en enero de 1991, para ser integrado a un Patronato que se encargara de preservarlo y hacer los trabajos de restauración que sean necesarios.

SERVICIOS.

Se llevan a cabo actividades académicas, museográficas, de biblioteca y archivo histórico, así como actos sociales y culturales de la Universidad, lo que se agrega a su valor estético.

26. CASA DEL LAGO

Antiguo Bosque de Chapultepec
Primera Sección

ANTECEDENTES

Inspirada en el Petit Trianon de Versalles, la Casa del Lago se construyó en 1906, luego que el Presidente Porfirio Díaz le encargó a su Ministro Limantour edificar un Pabellón de Fiestas para conmemorar el Centenario de la Independencia. Poco después, Díaz lo cedió al Ministro, para fundar el Automóvil Club de México.

Para 1915, las oficinas administrativas del Bosque de Chapultepec tuvieron allí su sede y -mas tarde- fue recinto de la Dirección de Estudios Biológicos y de la Comisión Nacional de Irrigación, ambos organismos de la Secretaría de Agricultura y Fomento.



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM.

En 1929, con el establecimiento de la autonomía universitaria, el edificio quedó bajo la tutela de la UNAM y en este inmueble funcionaron el Instituto de Biología y un Centro de Difusión Cultural.

En 1959, el Rector Nabor Carrillo destinó la Casa del Lago para instituir un Centro Cultural, el primero en su tipo en América Latina. A sus más de 40 años de vida como tal, este Centro, ubicado en el antiguo Bosque, da cabida a un gran número de universitarios y al público en general.

En 1967 se construyó el actual Foro abierto -inspirado en los teatros griegos- con capacidad para 450 personas sentadas y casi mil de pie.

Con el movimiento del 68, la Casa del Lago fungió como sede de la Rectoría y -en ese mismo periodo- se enfatizó el carácter popular de sus funciones, aunque también la música clásica recibió atención especial y fueron creados la Camerata de la Casa del Lago y los talleres libres. En 1974 el Presidente Luis Echeverría donó la estatua de León Felipe.

IMPORTANCIA

Desde 1989 se ha trabajado en la remodelación de las áreas verdes aledañas a la Casa y se ha hecho un esfuerzo considerable de señalización en las instalaciones.

Destaca también el establecimiento de un punto de venta para todas las publicaciones y discos que produce la Universidad y la edición de un libro sobre la historia de la Casa del Lago.

OBJETIVO

Reunir a la población visitante del Bosque de Chapultepec y organizar para ella variadas actividades culturales, que buscan el acercamiento de los habitantes de la Ciudad y el fortalecimiento de la imagen de la difusión cultural universitaria.

SERVICIOS

Son varios los espacios con que cuenta la casa del lago. La Galería del Bosque realiza exposiciones de obra plástica; la Galería del Lago exhibe también obras en mediano formato de pintura, dibujo y grabado; la Galería de los Candiles expone obra gráfica y cerámica o escultura en pequeños formatos y la Galería Nacho López muestra obra fotográfica.

La Casa cuenta también con una sala de cine y un teatro. En la sala Lumiere se llevan a cabo, principalmente los fines de semana, matines infantiles y proyecciones de cine de arte. El teatro Rosario Castellanos presenta nuevas propuestas escénicas, teatro de cámara y teatro experimental. En coordinación con la Dirección de Teatro y Danza se realizan producciones especiales.

En lo que hace a las actividades infantiles se realizan talleres de artes plásticas y de teatro guiñol, un cineclub infantil y una temporada permanente de teatro para niños. Bailes de salón, escultura en jardines, filatelia, ajedrez, música y teatro popular, fotografía y lectura son algunos de los talleres que los espacios abiertos de la Casa ofrecen.

Finalmente, en la terraza y en las escalinatas se producen espectáculos variados, desde recitales de ópera y actividades infantiles, hasta presentaciones de mimos y organilleros.



27. CASA UNIVERSITARIA DEL LIBRO

**Se ubica en calle de Orizaba No. 24
Esq. Puebla Colonia Roma
Delegación Miguel Hidalgo**

ANTECEDENTES

En 1986, por acuerdo del entonces rector, Jorge Carpizo, se creó la Dirección General de Fomento Editorial, que tiene entre sus funciones la coordinación y operación de la Casa Universitaria del Libro, reconociendo con ello la necesidad de consolidar e impulsar las diferentes formas de expresión escrita, tanto entre la comunidad universitaria, como fuera de ella.

El proyecto de fortalecimiento del valor académico, cultural y social de las publicaciones se hizo realidad gracias a la colaboración del Centro Asturiano de México, que otorgó su antigua sede; una bella casona en la colonia Roma -que data de 1915- en comodato a la Universidad Nacional, permitiendo contar a ésta con un nuevo espacio cultural: la Casa Universitaria del Libro.

El edificio es un palacio representativo del eclecticismo; su distribución está inspirada en la planta de las villas francesas de mediados del siglo XIX. Es de planta irregular y presenta una fachada ochavada cuya visión simultánea de su portada central y las inmediatamente laterales otorgan a la construcción el aspecto majestuoso propio de las casonas señoriales del porfiriato.

IMPORTANCIA

El plan de trabajo de este recinto ha contemplado, desde sus inicios, la realización de una serie de actividades, tales como la presentación de novedades bibliográficas, montaje de exposiciones, cursos de capacitación editorial, talleres, conferencias, encuentros, y coloquios, todo esto con el fin de proporcionar un

vínculo permanente entre la producción editorial y los lectores.

OBJETIVO

Busca operar como un foro permanente de promoción y divulgación de todas aquellas actividades derivadas y relacionadas con la producción editorial universitaria.

SERVICIOS

Estimula la formación de recursos humanos en el área editorial, o bien su perfeccionamiento en los distintos momentos implícitos del proceso editorial, se organizan cursos y talleres que forman parte del programa de Capacitación Editorial que se desarrolla en esta sede.

Así también, lleva a cabo la prestación de servicios y apoyos bibliográficos a los investigadores, docentes y comunidad universitaria en general, para ello alberga desde 1993 el Acervo Histórico Bibliográfico de la UNAM, depositario de las publicaciones universitarias conservadas y de los nuevos títulos.

28. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE CIENCIAS QUÍMICAS

**Se ubica en calle Mar del Norte No. 6
Pueblo de Tacuba, Delegación Miguel Hidalgo**

ANTECEDENTES

Fue idea del maestro Juan Salvador Agraz, fundar la primera Escuela de esta especialidad en el país. A principios de este siglo solicitó a Félix Palavichini, entonces secretario de Educación Pública, la creación de un centro dedicado a la preparación de técnicos en química, que requería el país.

Sé inician las clases a principios de 1916 bajo la dirección de Salvador Agraz; Logrando que el Presidente



Venustiano Carranza se interesara por el proyecto, y con su apoyo, inauguró formalmente la Escuela Nacional de Ciencias Químicas en septiembre de 1916.

De 1934 a 1941, la escuela recibe un gran impulso por parte del Presidente Lázaro Cárdenas quien, a consecuencia de la nacionalización de la industria petrolera, consideró que los técnicos egresados de esta escuela ayudarían a sacar adelante Petróleos Mexicanos. En 1916 se traslado a Ciudad Universitaria, donde desde un año antes ya operaba el Instituto de Química; teniendo que cambiar su nombre por el de Facultad de Química y -a mediados de 1965- por acuerdo del Consejo Universitario, se creó la División de Estudios Superiores que, con el tiempo, se transformaría en la sede de los estudios de Posgrado.

En 1987 el doctor Javier Padilla, entonces director de la Facultad de Química, inició el proyecto de recuperar su antigua sede que albergó durante 41 años a la ENCQ, con objeto de instalar un centro de extensión académica. Y en 1991 se llevó a cabo la restauración de más de 3 mil metros cuadrados de las instalaciones.

IMPORTANCIA

La reconstrucción se realizó con la ayuda de un grupo de connotados exalumnos que, junto con el apoyo de autoridades del DDF y PEMEX, lograron recobrar el espacio donde se fundó la primera Escuela de química del país.

Las instalaciones reacondicionadas servirán para instalar el programa de educación continua y un centro para la formación de profesores dedicados a la enseñanza de la química en la educación media y superior.

29. ANTIGUA ESCUELA DE ECONOMÍA

Se ubica en República de Cuba No. 92, Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc.

ANTECEDENTES

Construcción de Manuel Gozope edificada en 1904, representativa de la ávida doméstica de la época, en sus interiores la familia debió testificar la gloria y la caída del Porfiriato y la gestación del México actual.

La antigua Escuela de Economía funcionó en este lugar desde su fundación, hasta antes de 1929. En 1947 fue comprado por la Sra. Lucía Ortiz de la Huerta que la rentó a la Secretaría de Educación Pública.

En 1933 el edificio fue arrendado a la UNAM para ser sede de la Escuela Nacional de Economía. En 1955 alojó a la Escuela Nacional de Música y Vocacional de Arte.

IMPORTANCIA

El estilo de su construcción ha sido llamado "Ecléctico", imperante en la 2ª mitad del siglo XIX y principios del XX en Europa, debido a que se mezclan elementos arquitectónicos de distintas épocas históricas en nuestro país que influyeron grandemente en la arquitectura porfiriana de México.

Actualmente el edificio es la Oficina Central de la Asociación de Exalumnos de la Facultad de Economía.



30. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE JURISPRUDENCIA

Se ubica en la calle de San Ildefonso No. 28, Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc.

ANTECEDENTES

En 1868 se establece la Escuela Nacional de Jurisprudencia, donde se expedían títulos de Abogados y de Notarios funcionó hasta 1902, año en el que fue suprimida.

Originalmente el edificio se encontraba ubicado en el Colegio de San Ildefonso. En el año de 1869 se trasladó al convento de La Encarnación y en 1876 parte del edificio de la Escuela Nacional de Jurisprudencia es destinado para habitación de estudiantes de escasos recursos.

En el año de 1905 la Escuela -que todavía se encontraba en el Convento de la Encarnación- se trasladó al local situado en la parte noroeste del Palacio de Minería. Finalmente, en 1908 con el Gobierno del Presidente Díaz fue inaugurado el nuevo edificio de la Escuela Nacional de Jurisprudencia (antes Cuartel de Infantería).

De los Departamentos que formaron la Escuela Nacional de Jurisprudencia resultan de especial interés, los destinados a la biblioteca y al salón de actos. La inauguración del nuevo edificio tuvo lugar el mismo año con la presencia, además del general Porfirio Díaz, del Lic. Justo Sierra, Secretario de Instrucción Pública y Bellas Artes.

En 1910, La Ley Constitutiva de la Universidad Nacional integra la Escuela de Jurisprudencia a la Institución Universitaria. Durante la gestión de Luis Cabrera como director en 1912, se suscribió un conflicto entre éste y los estudiantes, que derivaría en una escisión, pero gracias al apoyo de personas y grupos interesados, se dio origen a la Escuela Libre de Derecho.

A partir de 1920 arranca la llamada "fase de evolución de la enseñanza del Derecho", durante la cual la influencia de la Revolución, la industrialización, las organizaciones de estudiantes y el mayor número de profesores fueron factores de replanteamiento para la ideología, la didáctica y la vida institucional de la escuela.

Cuando se dio el movimiento por la autonomía de 1929, Jurisprudencia jugó un papel destacado; iniciándose el estudio de las ciencias económicas en nuestro país; base de lo que hoy es la Facultad de Economía. En 1951 el Consejo universitario aprobó por unanimidad el nuevo rango de la Escuela Nacional de Jurisprudencia: hoy Facultad de Derecho.

31. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE MEDICINA VETERINARIA

Se ubicó en Plaza de San Jacinto, Colonia Coyoacán Delegación Coyoacán.

ANTECEDENTES

Fue fundada en 1853, quedando la carrera de Veterinario establecida en la Escuela llamada de Agricultura y Veterinaria.

En 1877 los diferentes sectores de la producción agrícola, el incipiente ejercicio de la Sanidad Pública y el desarrollo de la industria, exigieron médicos veterinarios preparados para ejercer en estas diversas ramas.

En los años de 1922 y 1923, la Escuela fue dotada por la Secretaría de Agricultura y Fomento con un local adecuado: el llamado Merced de la Huertas, D.F.

La Universidad Nacional, por Decreto de 1929, recibió de la Secretaría de Agricultura y Fomento esta Escuela y teniendo en cuenta que su plan de estudios precisaba de conocimientos



preparatorios orientados a una carrera que, por su índole no podía ser considerada dentro de las ramas exclusivamente biológicas, aprobó la implantación -en la Escuela Nacional Preparatoria- de un Bachillerato Especial que tenía todas las características para abordar los estudios profesionales de Medicina Veterinaria.

IMPORTANCIA

En 1941 la Escuela Nacional de Medicina Veterinaria instalada en su tradicional edificio de San Jacinto, D.F., contaba con las dependencias que requiere la enseñanza de esa especialidad, como el Anfiteatro de Disecciones -con su sala anexa de Preparaciones Permanentes-; el Gabinete de Fisiología y los Laboratorios de Histología y Anatomía Patológica -con su Museo adjunto-; el de Bacteriología; el de Química Biológica y el Departamento Especial para Necropsias.

La enseñanza de Clínica se impartía en locales para exploración de grandes y pequeños animales, Departamento de Rayos X y Fisioterapia, Botica y Sala de Curaciones y Operaciones. En el Hospital de grandes y pequeños animales se alojaban los sujetos en estudio y también se contaba con un Hospital especial para perros.

32. ANTIGUA ESCUELA NACIONAL DE MÚSICA

La actual sede se ubica en la calle de Xicotencatl, Colonia Coyoacán Delegación Coyoacán

ANTECEDENTES

El 1º de julio de 1866 se funda la Sociedad Filarmónica Mexicana, dando origen al Conservatorio de Música, base primordial para que surgiera la Escuela Nacional de Música.

El primer espacio de la Sociedad Filarmónica fue el patio de los naranjos del edificio de la Antigua Inquisición, poco después se trasladó al Convento de San Francisco. Se incorpora al Conservatorio la Academia, adquiriendo bastas proporciones, lo que hizo indispensable su traslado a otro edificio, concediéndole el edificio de la extinguida Universidad.

En 1877 se nacionalizó el Conservatorio con la ascensión de Porfirio Díaz al poder. En 1917 se procura establecer la Carrera de Profesor de Música y con este fin se crea una clase de pedagogía musical y práctica, así como una clase especial de mímica para cinematógrafo. En este mismo año Manuel M. Ponce asume la dirección de la Orquesta Sinfónica Nacional.

En 1927 el Conservatorio Nacional de Música cambia su nombre por Escuela Nacional de Música, Teatro y Danza. Dos años después estalla la huelga estudiantil, promulgando la ley de Autonomía Universitaria, dejándola excluida de la Universidad.

Pero quedaba un recurso, el Consejo Universitario podía crear una Escuela de Música dentro de la Universidad y a partir de esta fecha dieron comienzo los trabajos en pro de la Escuela Universitaria de Música o Conservatorio Universitario.

Así se inicia la búsqueda, por parte del Consejo Universitario para que se inicien labores en la nueva Escuela de Música y en octubre de 1929 se inaugura la Facultad de Música que inició sus labores en el local de la Escuela de verano "Mascarones", siendo su primer Director el maestro Estanislao Mejía.

En 1934 estalla otra huelga, que propicia que la Facultad de Música quedara reducida a simple Escuela de Música, dependiente de la Facultad de Filosofía y Bellas Artes, durando solo un



año. Al recobrar su autonomía surge la Orquesta Sinfónica de la Universidad.

33. ANTIGUO COLEGIO MÁXIMO DE SAN PEDRO Y SAN PABLO EX HEMEROTECA NACIONAL

**Se ubica en República de Venezuela y Guatemala,
Colonia Centro Delegación Cuauhtémoc.**

ANTECEDENTES

La Hemeroteca Nacional (instalada en el Centro Cultural) estuvo ubicada durante casi 40 años en el local que, durante centurias, fue asiento del Colegio Máximo de San Pedro y San Pablo institución fundada por la Compañía de Jesús a finales de 1572.

El Colegio Máximo no sólo fue uno de las más importantes instituciones educativas de la época colonial, sino también el centro administrador de numerosas haciendas y de ciertas partes del comercio interior de la Nueva España.

En sus aulas estuvieron, a lo largo de casi tres siglos, parte de los Funcionarios civiles y eclesiásticos de muchos lugares de la América española y las islas Filipinas y Científicos de la categoría de Sigüenza y Góngora, Alzate, Alegre y otros.

El Colegio Máximo se convirtió en el eje de la fundación de colegios jesuitas en el país; así también poseía una espléndida y copiosa biblioteca cuyo catálogo completo se encuentra en el Archivo General de la Nación. El Colegio llegó a su apogeo en la primera mitad del siglo XVIII. En 1767 se realiza el destierro de la Compañía de Jesús y el local fue entregado a las autoridades virreinales.

A partir de este momento el edificio tuvo varios usos: a finales del siglo XVIII sirvió como cementerio; en 1822 Iturbide prestó ahí juramento como Emperador y en 1824 se reunieron el 1er Congreso Mexicano y el Congreso

Constituyente. En 1832 se abrió al culto, como templo y posteriormente cuartel y hospital militar, durante la intervención Francesa se destinó para almacén de forrajes del ejército.

En 1882, el Ex-Colegio Máximo fungía como bodega de la Aduana y posteriormente tuvo otros usos, menos importantes. En el mismo año el licenciado José Vasconcelos, entonces secretario de Educación Pública, expide la orden para la reconstrucción del antiguo templo a fin de instalar en él la sala de discusiones libres, que inauguró en octubre de 1922.

En 1942 nace el proyecto de trasladar la Hemeroteca, de la capilla de la Tercera Orden de San Agustín, al Antiguo Colegio de San Pedro y San Pablo.

Del edificio del Antiguo Colegio Máximo de San Pedro y San Pablo, sólo la iglesia pertenece hoy al patrimonio de la UNAM, que alguna vez fue dueña también del Claustro y es declarado monumento histórico a partir de 1980.

En el templo se encuentra actualmente el remanente de la Hemeroteca Nacional y la Coordinación de personal de la Hemeroteca.

34. CASA DE LOS MASCARONES

**Se ubica en Avenida Rivera de San Cosme No. 71
Colonia Santa María la Ribera Delegación
Cuauhtémoc.**

ANTECEDENTES

Edificación considerada como monumento colonial del siglo XVIII, es conocida como "Edificio de los Mascarones". Su construcción concluyó en 1771, el autor de esta obra fue don José Vivanco Hurtado de Mendoza.

Se cree que la casa fue dedicada a la enseñanza por lo menos a partir de 1850, fue sede de Liceo Franco Mexicano



y posteriormente del Instituto Científico de México.

La Universidad Nacional de México -a partir de 1921- contó con una Escuela de Verano, esta Escuela fue la avanzada universitaria que ocupó la parte más antigua del conjunto, al que se llamaba simplemente Casa de los Mascarones. Fue en 1925 que la escuela quedó instalada en este edificio, que fue facilitado por la Secretaría de Educación Pública.

El edificio de Mascarones sirvió a los cursos de verano y a la Facultad de Música hasta 1934 año en que esta última pasó a formar parte de la Facultad de Filosofía y Bellas Artes.

En 1935 esta situación se consolidó con la mudanza de la Facultad de Filosofía.

Durante 1936 y 1937, coexistieron en la Casa: la Escuela Superior de Música, la Facultad de Filosofía y Estudios Superiores y los cursos de verano. Un año después, la de Música obtuvo su propio local en la calle de Bucareli no. 138.

La Facultad de Filosofía duró en la Casa hasta 1954, en que fue trasladada a su edificio en la Ciudad Universitaria.

Entonces ocupó el local la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales, fundada en 1951, permaneciendo en el lugar hasta 1957, pues en esa fecha se instaló allí la Escuela Nacional Preparatoria no. 6; desocupándola en 1965. Durante 1966-1967 la Casa quedó vacía hasta que, a fines de este último año, volvió a ella la Facultad de Música.

En 1950, la Dirección General de Bienes Nacionales de la Secretaría de Bienes Nacionales e Inspección Administrativa, en representación del Gobierno Federal, hizo entrega oficial de la Casa de Mascarones a un representante del Rector de la Universidad, transfiriéndole todos los derechos de la Federación sobre dicho bien. En 1959 la Casa fue declarada monumento histórico por la Comisión de Monumentos.

IMPORTANCIA

Este inmueble actualmente es sede de uno de los Centros de la Dirección General de Cómputo Académico y representa una importante alternativa para ampliar la cobertura, calidad y difusión de la cultura.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN UNIVERSITARIOS

TV UNAM

RADIO

RADIO UNAM



MEDIOS DE COMUNICACION

35. DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICACIONES Y FOMENTO EDITORIAL

Se ubica en Av. De los Insurgentes Sur 3000

MISION

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, para cumplir con las funciones encomendadas por la UNAM, tiene como consigna llevar sus publicaciones a todos los sectores de la población y, así, acercarles el conocimiento que en ella se generó.

VISION

La Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial proyecta en las publicaciones de nuestra máxima casa de Estudios el talento, creatividad y excelencia del desempeño de los académicos y, además, el cumplimiento de las funciones sustantivas universitarias: la extensión y difusión de la cultura.

OBJETIVOS

Edición: Seleccionar las mejores ideas para hacer de ellas libros, cuidando todo el proceso

Difusión: Hacer que las publicaciones ocupen un espacio cada vez mayor en el mercado y sean conocidas por más gente, es decir, la universidad más cerca de todos.

Distribución: Lograr que las publicaciones que en ella se editan, lleguen a manos de los lectores. Fomentar la lectura facilitando el acceso al libro universitario mediante la difusión.

El Control de Información Libros UNAM (CILU) de la Dirección General de publicaciones y Fomento Editorial. Abrió sus puertas en Enero de 1992, con el objetivo de resguardar, clasificar y catalogar las publicaciones que a lo largo de su historia ha producido la comunidad universitaria bajo el sello UNAM. En sus inicios el Centro contaba con 6,000 libros, actualmente son 17,102. Dada la amplia producción editorial de la máxima casa de estudios, anualmente el acervo se incrementa, en promedio, 10% cada año.

El centro de información ha sido descrito como un museo de la cultura impresa, que los universitarios han ido construyendo desde 1910. Tiene una doble vertiente, de acervo histórico y banco de datos con funciones de información, protección de derechos de autor, y como herramienta de apoyo a los trabajos de edición, consulta bibliográfica y difusión de la cultura escrita.

La consulta de su catalogo puede realizarse en la siguiente dirección electrónica: www.libros.unam.mx

36. TV UNAM

Se ubica en el circuito Mario de la Cueva en Ciudad Universitaria. Puedes ver su programación en el canal 22

OBJETIVO

TV UNAM, la productora de televisión de la Universidad Nacional Autónoma de México, se dedica a la elaboración de programas con temas de carácter cultural y científico que constituyen un vínculo entre la comunidad universitaria y la comunidad nacional. Por otro lado TV UNAM dedica parte de su producción televisiva a la difusión del conocimiento universitario a través de teleconferencias y videoconferencias a la sociedad.



SERVICIOS

Los servicios que TV UNAM ofrece, como Productora de videos y promocionales, incluyen el alquiler de sistemas portátiles de grabación en Betacam y $\frac{3}{4}$ UMatric, unidad móvil y microondas, entre otros. Asimismo, TV UNAM pone a su disposición un estudio equipado con cuatro cámaras y grabadora en formato Betacam, cabina para transmisión con equipo de audio y control de iluminación, además de una tele-aula equipada con dos cámaras robóticas y grabadoras en formato Betacam e iluminación fría.

También ofrece servicios -con calidad profesional- de producción, postproducción venta de stock y distribución de programas.

Los servicios de postproducción que se ofrecen incluyen el formato Betacam en 2 salas con generadores de efectos especiales DFS 500 y DFS 700 así como 2 salas de edición no-lineal para video con Speed Razor y jaleo y 1 sala para audio con Protocols. Además se cuenta con islas de calificación, de edición off line en Betacam y cabina de audio. Todos estos servicios cuentan con el apoyo de personal altamente calificado, lo que garantiza la calidad del producto final.

VIDEOCONFERENCIAS

La video sala Pola Weiss es un espacio muy adecuado para celebrar videoconferencias, seminarios, cursos de capacitación, ciclos de video o algún otro evento. Está equipada con un proyector de video, reproductores en Betacam, $\frac{3}{4}$ " y VHS; cuenta también con un excelente equipo de sonido y tiene cupo para 59 personas. La videosala está enlazada con la Red Nacional de Videoconferencias, coordinada por la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico, que enlaza a aproximadamente 100 salas en

la República y las 2 escuelas de extensión de la UNAM en Canadá y Estados Unidos.

TV UNAM ofrece el servicio de teleconferencias como apoyo a actividades de capacitación, educación a distancia, coordinación intra e interinstitucional, promoción de bienes y servicios, cursos y diplomados. La señal generada desde su estudio puede ser recibida por alrededor de 30,000 puntos diferentes del país enlazados a través de la red EDUSAT.

TRANSMISIONES

TV UNAM cuenta con espacios en canales abiertos, en sistemas de televisión por cable y vía satélite, lo que hace posible tener una amplia cobertura nacional.

La experiencia que ha adquirido a lo largo de su labor ininterrumpida le permite ampliar sus servicios y ofrecer transmisiones en vivo desde la video sala y los estudios que se encuentran en sus instalaciones, o desde cualquier punto en el Distrito Federal y la República Mexicana. Los recursos técnicos con los que cuenta son: Unidad móvil equipada con una consola de audio, tres máquinas videograbadoras, tres cámaras y dos plantas de emergencia. Las transmisiones se realizan vía microondas y vía satélite a través de TELECOMM.

COPRODUCCIONES

TV UNAM ha participado con organismos nacionales y extranjeros en la realización de diversos programas. Estas coproducciones incluyen: documentales, series, reportajes, video clip, video arte, programas de ficción y promocionales. Algunas de las instituciones con las que se han realizado coproducciones son: Instituto Federal Electoral, Comisión Nacional de Derechos Humanos, SEMARNAP, UNESCO, Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, Universidad Autónoma Metropolitana y



Asociación de Televisión Educativa
Iberoamericana.

37. RADIO UNAM

**Adolfo prieto Esquina con Eje 4 Sur
Av. Xola**

ANTECEDENTES

Fundada en 1937 e incorporada a
Difusión Cultural en 1963.

A partir de 1993 se consolidó el
proceso de diferenciación entre las
frecuencias de AM y FM que ha dado
como resultado una ampliación
considerable de la cobertura de la
emisora y una mayor oferta programática.

En 1994 se instaló un transmisor
nuevo en Ticomán con el fin de mejorar la
calidad de transmisión.

IMPORTANCIA

Es el medio de comunicación -al
aire- entre la Universidad y la sociedad,
trabaja permanentemente en conformar
una programación acorde con la variedad
y la pluralidad del quehacer de nuestra
casa de estudios y transmite en los
horarios establecidos, a través de
frecuencia de amplitud modulada,
frecuencia modulada y onda corta.

Se ha fortalecido el trabajo
conjunto con radiodifusoras
internacionales afines al perfil de la
estación, para garantizar también la
cobertura de Radio UNAM más allá de las
fronteras nacionales.

Se ha desarrollado un sistema de
control remoto y se han aumentado los
enlaces regionales y nacionales.

Cabe resaltar que la importancia
que la radio universitaria tiene como
difusor de la expresión artística, implica el
compromiso de servir a la divulgación de
las actividades que se realizan en la
Universidad. El hecho de dirigirse
primordialmente a nuestra comunidad,

entendida ésta como la parte fundamental
de ese público amplio al que la radio
aglutina, significa en cierta medida ser la
voz de nuestra máxima casa de estudios
ante la población en general.

Radio UNAM es así, una estructura
que establece puentes entre las áreas que
integran la Universidad y los universitarios
y, por lo tanto, puede conseguir que estos
puentes sean también transitados por la
sociedad, ya que los radioescuchas son la
razón de ser de la radio y ésta tiene el
compromiso ineludible de captar más
oyentes.

OBJETIVO.

Transmitir lo mejor de la música
popular y de concierto. Ser un espacio de
diálogo abierto a todas las ideas. Servir
de vínculo y enlace entre los universitarios
y con la sociedad en general; participar
en las tareas de extensión de la cultura y
el quehacer universitarios; investigar
nuevos métodos de producción
radiofónica y, a través de éstos,
experimentar formas diversas de
expresión y difusión didáctica y cultural.

SERVICIOS

Nueva Programación Musical

Como primera consideración
fundamental que se debe hacer es que,
durante 1998, se trabajó en la revisión de
la programación musical de la emisora,
estudio que dio como resultado un cambio
significativo en la selección de las obras
que se transmiten actualmente en Radio
UNAM.

Se ha establecido también, la
norma de proporcionar información en la
voz de los locutores sobre la música que
se va a tocar mediante breves fichas
biográficas de los compositores y alguna
identificación de las versiones que se
transmiten, con el objeto de fortalecer el
papel de la emisora como divulgadora de
buena música.



Radio UNAM Informa

Se dividió en tres partes el formato del noticiero Radio UNAM Informa en cada una de sus tres emisiones diarias, con noticias nacionales, internacionales y universitarias. De esta forma se cubre un mayor número de actividades universitarias.

Cápsulas Informativas y Culturales

En este terreno, ha arrancado un proyecto que resuelve la necesidad de informar cotidianamente a nuestra audiencia del quehacer de la Institución y de reportar, diariamente con criterio noticioso, tanto los avances en materia de investigación humanística y científica, como las contribuciones en los terrenos culturales y artísticos que lleva a cabo la comunidad universitaria.

Dentro de su programación, se dedica el último lunes de cada mes a la difusión de la obra de importantes personajes de la cultura universal, además de la producción que, con motivo del aniversario o muerte de autores prestigiados, se realiza y transmite en la fecha conmemorativa.

Barra Juvenil

Para cumplir con el compromiso de acercar a los estudiantes universitarios a su radio, se diseña y produce una barra dirigida a los jóvenes con programas que pretenden ofrecerles una opción para que conozcan las nuevas corrientes artísticas.

PROYECTOS ESPECIALES

Programa de Diagnóstico

Se impulsó un programa de relaciones públicas que, con un equipo de servicio social cuidadosamente capacitado, se ocupa de atender de manera continua los teléfonos de cabinas, en turnos que se relevan para cubrir jornadas de doce horas los siete días de la semana. Dicha capacitación persigue, además de ofrecer un servicio cordial y eficiente a los radioescuchas, tener personal preparado para cuantificar al público de cada programa y obtener un perfil de quiénes nos oyen, para mejorar los puentes de comunicación con ellos.

Fonoteca

Se inició la organización del material de audio, rezagado de la Fonoteca "Alejandro Gómez Arias"; se trabajó en la actualización y asignación - por serie- de los materiales registrados que presentaban un atraso de nueve años, y se reservó el material no identificado para su catalogación posterior. Se estimó también la pertinencia de las formas y sistemas idóneos de digitalización y catalogación del material con el apoyo de varias dependencias universitarias, y para finalizar, se está trabajando en la elaboración del convenio que valide el inicio de remodelación y modernización inmediata de las instalaciones de la Fonoteca con el apoyo de la Fundación UNAM.

MURALES Y ESCULTURAS
DE LA UNIVERSIDAD





MURALES Y ESCULTURAS EN LA UNIVERSIDAD

38. ESPACIO ESCULTÓRICO

Se ubica en Circuito Mario de la Cueva Ciudad Universitaria

ANTECEDENTES

El Espacio Escultórico fue inaugurado el día 23 de abril de 1979 y se ubica a un costado de la Biblioteca Nacional, hacia el noroeste. Es una obra de geometrismo estético que conjunta naturaleza y escultura para formar parte del carácter vanguardista. Los artistas responsables de la obra fueron Federico Silva, Manuel Felguérez, Helen Escobedo, Hersúa, Sebastián y Mathías Goeritz.

IMPORTANCIA

Radica en su elaboración para conmemorar el cincuentenario de autonomía universitaria, así como la unificación de diferentes criterios artísticos que ahí se plasman, el perímetro se concentró como un redondel de 120 metros de diámetro, compuesto por 64 contrafuertes gigantescos. El área de la circunferencia quedó construido por el inmóvil mar de lava en su estado natural y, alrededor del círculo, se determinó agregar un jardín formado por la flora del paraje.

Entre las obras escultóricas que embellecen el área, se encuentran las siguientes: "Las serpientes del Pedregal" y "Ocho conejo", de Federico Silva, "Ave dos", de Hersúa, "Coatl", de Helen Escobedo, "Colotl", de Sebastián, "Corona de Pedregal", de Mathías Goeritz y "Variante de la llave de depler", de Manuel Felguérez.

No sólo se emplea como sitio recreativo de disfrute estético, sino que ha sido escenario de actividades culturales como: exposición de carteles, presentaciones de cantantes y elevación y vuelo de globos aerostáticos.

OBJETIVO.

El modelo base del proyecto se sustenta en los siguientes esquemas: reproducir, estéticamente hablando, la imagen cósmica del mundo prehispánico representada por un círculo.

COLECCIONES PICTÓRICAS

Esta gran colección se clasifica en tres grupos:

- I. El de pintura virreynal, del cual son ejemplo representativo las pinturas anónimas de Juan de Dios, La Virgen y la Santísima Trinidad que se encuentran en el Palacio de Minería.
- II. La pintura académica. Como ejemplo están los óleos de José María Velasco, en el Museo de Geología y Las virtudes teologales y las virtudes cardinales, de Pelegrín Clavé.



- III. La pintura moderna, con obras como las de Alberto Durero, Lucas Vanleyden, Luca Giordano y José Ribera, que a su vez se clasifica en la pintura moderna de la gráfica europea.

La pintura moderna de la gráfica mexicana está integrada por litografías y pinturas de autores como Joaquín Ramírez, Pelegrín Clavé y Francisco Coghetti, y grabados de Buenaventura Enciso y Tomás de la Peña, entre otros. Este rubro cuenta con dibujos de Manuel Tolsá, José Miranda, Juan Forti, Rafael Ximeno, Juan Fortes y Serrano, etc.

La Universidad alberga una colección de 240 grabados japoneses que ilustran escenas militares, teatrales y costumbristas, realizados entre los siglos XVIII y XIX, depositados en resguardo en la Biblioteca Central. La colección muestra obras de carácter popular, tales como grupos de geishas y paisajes. Los maestros representativos de esta colección son Utamaro, Hokusai e Hiroshigue.

Considerada la colección pictórica más importante de la UNAM es el fondo de la Antigua Academia de San Carlos, formado por cerca de 40 000 obras de diferentes características, en las cuales se incluyen litografías, xilografías, óleos y acuarelas. Así también se encuentra una gran colección de grabados de las escuelas flamenca, holandesa, francesa, italiana, alemana y mexicana que comprende obras de Leyden, Goltzius, De Bruyn, Rembrant, Moreta, Galliot, Lepatitre, Gerard y Jean Auridran, Noeli Prevost, Scheremer, Hann Schultz, Salazar, Lara y Valdez, entre otros.

39. MURALES DE LA UNIVERSIDAD

Pertenecientes a la Universidad, se encuentran gran variedad de murales que enaltecen su belleza, en los que participaron integrantes del muralismo como Diego Rivera para pintar La Creación, que se encuentra en el anfiteatro Simón Bolívar (Antiguo Colegio de San Ildefonso).

Los murales de la Escuela Nacional Preparatoria ubicados en el antiguo Colegio de San Ildefonso, se dividen en cuatro grupos: el primero es de Siqueiros y José Clemente Orozco; el segundo, con temas históricos, son murales de José Clemente Orozco y Jean Charlot; el tercero es el de temas revolucionarios, con obras de Orozco y Siqueiros; y el cuarto grupo con temas de interés social, es de Orozco.

La mayoría de los murales fueron creados durante la década de los cincuentas, para la construcción de Ciudad Universitaria. Dentro de los principales murales se encuentra los que conforman la Biblioteca Central, de Juan O'Gorman; el del Estadio Olímpico de Diego Rivera, en el cual aparecen el cóndor y el águila del escudo de la UNAM en combinación con otras figuras.

Dentro de Ciudad Universitaria los murales están divididos en dos grandes grupos, el primero comprende aquellos que tanto por su calidad artística como por la trayectoria de



sus autores, han dado un aspecto y una vista incomparables a la arquitectura universitaria; el segundo, comprende los que fueron hechos por alumnos de las distintas escuelas.

En el costado oriente de la Rectoría hay un mural sobre la cultura nacional obra de Alfaro Siqueiros (inconcluso); en el costado sur hay una obra cuyo título es El pueblo a la Universidad, la Universidad al pueblo, por una cultura nacional nueva humanista de profundidad universal, y el del muro norte (inconcluso) titulado Las manos del pueblo y las fechas más importantes en la historia de México: 1521, 1810, 1857 y 1910; el del auditorio de la Escuela Nacional de Economía, que es titulado Evolución de la cultura, de Benito Messerger; el de la Facultad de Medicina, titulado Los cuatro elementos, de Francisco Eppens; los de la Facultad de Ciencias, titulados La conquista de la energía, Los constructores de Ciudad Universitaria y El retorno de Quetzalcóatl, de José Chávez Morado.

Otro de los murales universitarios valiosos es el de Carlos Mérida, que mide 34m. De longitud, el cual fue hecho con azulejos de Talavera. Este está ubicado a un costado de la avenida de los Insurgentes y fue donado a la Institución por una compañía privada en el año de 1967.

David Alfaro Siqueiros

David Alfaro Siqueiros en la sala de Consejo de Rectoría, ejecutó una alegoría del escudo de la Universidad, representados por el águila y el cóndor.

TÍTULO: "Las Fechas en la Historia de México"

AUTOR: David Alfaro Siqueiros

TÉCNICA: Vinilita sobre concreto

FECHA: 1952-1956

UBICACIÓN: Fachada Norte, Torre de Rectoría, C.U.

TÍTULO: "La Vida, La Muerte y los 4 Elementos"

AUTOR: Francisco Eppens

TÉCNICA: Mosaico de vidrio y cerámica

FECHA: 1952

UBICACIÓN: Fachada Poniente de la Facultad de Medicina, C.U.

TÍTULO: "Nuevo Emblema Universitario"

AUTOR: David Alfaro Siqueiros

TÉCNICA: Vinilita sobre concreto

FECHA: 1952-1956

UBICACIÓN: Fachada Oriente, Torre de Rectoría, C. Universitaria.

TÍTULO: "El Hombre Elevándose Cultural, Moral e Intelectualmente"

AUTOR: Francisco Eppens

TÉCNICA: Mosaico de vidrio

FECHA: 1952

UBICACIÓN: Muro Exterior de la Facultad de Odontología, C.U.

TÍTULO: "Representación Histórica"

AUTOR: Juan O' Gorman

TÉCNICA: Mosaico de piedras naturales y vidrio en losas precoladas

FECHA: 1952

UBICACIÓN: Fachadas y cubo de agua de la Biblioteca Central de C.U.

TÍTULO: "La Conquista de la Energía"

AUTOR: José Chávez Morado

TÉCNICA: Mosaico de vidrio veneciano

FECHA: 1952

UBICACIÓN: Frontispicio del Auditorio Alfonso Caso, C.U.



**La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM.**

TÍTULO: "El Regreso de Quetzalcóatl"
AUTOR: José Chávez Morado
TÉCNICA: Mosaico de vidrio veneciano
FECHA: 1952
UBICACIÓN: Patio Interior Ex-facultad de Ciencias, C.U.

TÍTULO: "La Ciencia y el Trabajo"
AUTOR: José Chávez Morado
TÉCNICA: Vinílica
FECHA: 1952

Diego Rivera

TÍTULO: "Escudo de la Universidad,
Mestizaje y Deporte en México"
AUTOR: Diego Rivera

TÉCNICA: Relieves policromados con piedras de colores y cerámica.
FECHA: 1952
UBICACIÓN: Estadio Olímpico "México 68", C.U.

UBICACIÓN: Costado Oriente del vestíbulo semi-exterior del Auditorio Alfonso Caso, C.U.

TÍTULO: Sin Título
AUTOR: Diego Rivera
TÉCNICA: Grabado sobre concreto
FECHA: 1952
UBICACIÓN: Palco del Rector, Estadio Olímpico "México 68". C.U.

Esculturas de Sebastián

El autor, en sus obras, sugiere mediante la forma y el volumen lo indescriptible, evoca el juego creador de la naturaleza, un ejemplo de ello es la obra denominada Cincuentenario de la Autonomía de la Universidad; de 14 metros de altura, la pieza tiene una base triádica que asciende de manera recta hasta anudarse en el remate de su parte superior.

El Arte Geométrico de Hersúa y Silva

Hersúa una de sus piezas más relevantes es Ave Dos, que emerge entre la vegetación del Paseo Escultórico y la integran varias triangulaciones orientadas hacia la infinidad celeste. La obra expresa claramente la vocación de su autor por el arte geométrico y las caprichosas formas a que éste puede dar origen.

Federico Silva realizó la obra La Plaza de las Dos Serpientes, a manera de flecha o de rosa de los vientos que apunta hacia el norte, y la otra, alusiva el Cincuentenario de la Autonomía de la UNAM, que se encuentra en el paso que comunica la Biblioteca y Hemeroteca Nacionales con la Zona Cultural. Así también Ocho conejo, es una pieza con formas de dinamismo aéreo, orientadas en dirección meridional, tiene un título que se refiere a la denominación en el antiguo calendario náhuatl del signo número 20, vinculado con el punto cardinal sur.



Carlos Mérida

TÍTULO: "Abstracción Integrada"
AUTOR: Carlos Mérida
TÉCNICA: Azulejo sobre muro
FECHA: 1967
UBICACIÓN: Insurgentes, Zona Cultural,
C.U.

Federico Silva

TÍTULO: "Historia de un Espacio
Matemático"
AUTOR: Federico Silva
TÉCNICA: Mixta
FECHA: 1980-1981
UBICACIÓN: Facultad de Ingeniería, C.U.

Benito Messeguer

TÍTULO: "La Creación Humana y la
Economía"
AUTOR: Benito Messeguer
TÉCNICA: Acrílico sobre asbesto-
cemento
FECHA: 1963
UBICACIÓN: Auditorio Narciso Bassols de
la Facultad de Economía C.U.

TÍTULO: "El Centro de las Formas"
AUTOR: Manuel Felguéz
TÉCNICA: Mixta
FECHA: 1978
UBICACIÓN: Auditorio Doctor Mario de la
Cueva,
Torre II de Humanidades, C.U.

Guillermo Ceniceros

TÍTULO: "Mensajes Ocultos"
AUTOR: Guillermo Ceniceros
TÉCNICA: Acrílico/Madera
FECHA: 1992
UBICACIÓN: Museo Universitario
Contemporáneo de Arte, C.U.

TÍTULO: "Huitzilopochtli"
AUTOR: Guillermo Ceniceros
TÉCNICA: Acrílico/Madera Circular
FECHA: 1992
UBICACIÓN: Museo Universitario
Contemporáneo de Arte, C.U.

E.N.P. DIRECCION GENERAL SAN IDELFONSO

TÍTULO: " Gabino Barreda"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN : Patio Principal

TÍTULO: "Justo sierra"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Patio Principal

FACULTAD DE ARQUITECTURA

TÍTULO: "Clara Porset"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Biblioteca

TÍTULO: "Estructuras Primigenias
Interactuantes"
AUTOR: Juan Luis Díaz
UBICACIÓN: Unidad Académica de
Diseño Industrial

FACULTAD DE INGENIERIA

TÍTULO: "Ing. Luis G. Valdez vallejo"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Patio Principal

TÍTULO: "Leonardita"
AUTOR: Sebastián
UBICACIÓN: Plaza del Bicentenario
1792-1992

FACULTAD DE MEDICINA PALACIO DE MEDICINA

TÍTULO: "San Lucas"
AUTOR: Martín Soriano
UBICACIÓN: Descanso de las escaleras
TÍTULO: "Dr. Francisco Fernández del
Castillo"
AUTOR: Castañeda
UBICACIÓN: Patio Norte

TÍTULO: "Claude Bernard"
AUTOR: Martín del campo
UBICACIÓN: Sala de Exposición



TÍTULO: "Hermann Helmholtz"
AUTOR: Martín del Campo
UBICACIÓN: Sala de exposición

TÍTULO: "Ivan P. Pavlov"
AUTOR: Martín del Campo
UBICACIÓN: Sala de Exposición

TÍTULO: William Harvey"
AUTOR: Martín del Campo
UBICACIÓN: Sala de Exposición

FACULTAD DE MEDICINA, VETERINARIA Y ZOOTECNIA

TÍTULO: "Sin Título"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Pasillo de la unidad de
obstetricia

FACULTAD DE ARQUITECTURA DE EST. PROFESIONALES

TÍTULO: "Morfología LeCorbusiana"
AUTOR: Alberto González Ayala
UBICACIÓN: Biblioteca

TÍTULO: "Cabeza de Caballo"
(reproducción)
AUTOR Juan Manuel Santana Pinal
UBICACIÓN: Biblioteca "Lino Picaseño"

TÍTULO: "María Antonieta"
(reproducción)
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN Biblioteca "Lino Picaseño"

TÍTULO: "Victoria de Samotracia"
(reproducción)
AUTOR: Juan Manuel Santana Pinal
UBICACIÓN: Descanso de la Escalera

TÍTULO: "Práctica de Vuelo"
AUTOR: Gilberto Aceves Navarro
UBICACIÓN: Entrada Principal

TÍTULO: "Mujer Sentada"
AUTOR: Alberto de la Vega
UBICACIÓN: Explanada

TÍTULO: "Cubos Incrustados"
AUTOR: Mathías Goeritz
UBICACIÓN: Jardín

TÍTULO: "Afrodita desnuda"
(reproducción)
AUTOR: Juan Manuel Santana Pinal
UBICACIÓN: Vestíbulo Interior

TÍTULO: "Doriforo o Canon de Policeto"
(reproducción)
AUTOR: Juan Manuel Santana Pinal
UBICACIÓN: Vestíbulo Interior

TÍTULO "Gladiador borghese"
(reproducción)
AUTOR: Juan Manuel Santana Pinal
UBICACIÓN: Vestíbulo Interior

TÍTULO: "Venus de Médicis"
(reproducción)
AUTOR: Juan Manuel Santana Pinal
UBICACIÓN: Vestíbulo Interior

TÍTULO: "Venus de Milo"
(reproducción)
AUTOR: Juan Manuel Santana Pinal
UBICACIÓN: Vestíbulo Interior

TÍTULO: "México. El siglo lleva tu
nombre"
DONACIÓN: Generación '54
UBICACIÓN Fachada Sur

TÍTULO : "Serpiente de Piedra"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Patio Interior

FACULTAD DE CIENCIAS, DIV. DE EST. PROFESIONALES

TÍTULO: "Prometeo"
AUTOR: Rodrigo Arenas Betancourt
UBICACIÓN: Explanada



TÍTULO: "Albert Einstein"
AUTOR: Gabriel Ponzanelli
UBICACIÓN: Jardín de la Biblioteca

**FACULTAD DE CONTADURIA Y
ADMINISTRACIÓN, DIV. DE EST.
PROFESIONALES**

TÍTULO: "La Flama de la Esperanza"
AUTOR: Leonardo Nierman
UBICACIÓN: Biblioteca

**FACULTAD DE DERECHO, DIV.
DE EST. PROFESIONALES**

TÍTULO: "Lic. Sebastián Lerdo de Tejada"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Jardín Interior

**FACULTAD DE FLOSOFÍA Y
LETRAS, DIV. DE EST.
PROFESIONALES**

TÍTULO: "Rosario Castellanos"
AUTOR: Tosía
UBICACIÓN: Jardín central

TÍTULO: "Alonso de la Veracruz"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Jardín Interior

TÍTULO: "Dante Alighieri"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Jardín Interior

**FACULTAD DE INGENIERÍA,
DE EST. PROFESIONALES**

TÍTULO: "Sin Título"
AUTOR: Rafael Aburto
UBICACIÓN: Biblioteca "Antonio Donali
Jaime"

**FACULTAD DE MEDICINA, DIV.
DE EST. PROFESIONALES**

TÍTULO: "Dr. Fernando Quiroz"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Anfiteatro

TÍTULO: "Esculapio"
(reproducción)
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Biblioteca "Valentín
Gómez Farías"

TÍTULO: "Hipócrates"
AUTOR: Castañeda V.
UBICACIÓN: Patio Central

TÍTULO: "Dr. José Torres"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"

TÍTULO: "Dr. Luis José Montaña"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio "Salvador
Allende"

TÍTULO: "Dr. Eduardo Liceaga"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"

TÍTULO: "Dr. Ignacio Alvarado"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"

TÍTULO: "Dr. Juan María Rodríguez"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"

TÍTULO: "Dr. Manuel Carpio"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"



TÍTULO: "Dr. Miguel Francisco Jiménez"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"

TÍTULO: "Dr. Pedro Escobedo"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"

TÍTULO: "Dr. Raúl Fournier Villada"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Vestíbulo Auditorio
"Salvador
Allende"

**FACULTAD DE ODONTOLOGIA,
DE EST. PROFESIONALES**

TÍTULO: "Justo Sierra"
AUTOR: B. Contreras
UBICACIÓN: Biblioteca

**INST. DE INVEST. BIBLIOGRÁF.
BIBLI. NAL. ANTIGÜO TEMPLO
DE SAN AGUSTIN**

TÍTULO: "Fernando de Alba Ixtlixochitl"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda exterior

TÍTULO: "Francisco Javier Clavijero"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda Exterior

TÍTULO: "Lucas Alaman"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda Exterior

TÍTULO: "Navarrete"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda Exterior

TÍTULO: "Nezahualcóyotl"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda Exterior

TÍTULO: "Peña y Peña"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda exterior

TÍTULO: "Veytia"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda Exterior

TÍTULO: "F. Tagle"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Barda Exterior

TÍTULO: "Manuel Carpio"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Columna de la Barda
Exterior

TÍTULO: "Fernando Ramírez"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Columna de Barda Exterior

TÍTULO: "Carlos de Sigüenza y Góngora"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Columna de Barda exterior

TÍTULO: "José Antonio Alzate"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Columna de Barda Exterior

TÍTULO: "José Bernardo Couto"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Columna de Barda Exterior

TÍTULO: "Manuel Nájera"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Columna de Barda exterior

TÍTULO: Leopoldo Río de la Loza
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Columna de barda exterior

TÍTULO: Alexander Von Humboldt"
AUTOR: Ernest Freesefer
UBICACIÓN: Jardín de Acceso
TÍTULO: "Aristoteles"
AUTOR: José María y Primitivo Miranda
UBICACIÓN: Nave Mayor



TÍTULO: "Cicerón"
AUTOR: Epitacio Calvo
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Confucio"
AUTOR: Revueltas
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Copérnico"
AUTOR: Cano
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Cuvier"
AUTOR: Miguel Schultz
UBICACIÓN: Nave Mayor
TÍTULO: "Dante"
AUTOR: Epitacio Calvo
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Descartes"
AUTOR: Luis Paredes
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Homero"
AUTOR: Gabriel guerra
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Humboldt"
AUTOR: Miguel Noreña
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Esafas"
AUTOR: Jesús Paredes
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "J: Luis de Alarcón"
AUTOR: Miguel Noreña
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Orígenes"
AUTOR: José María y Primitivo Miranda
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Platón"
AUTOR: Juan Bellido
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "San Pablo"
AUTOR: Juan Bellido
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Valmiki"
AUTOR: Fernández
UBICACIÓN: Nave Mayor

TÍTULO: "Virgilio"
AUTOR: Manuel Islas
UBICACIÓN: Nave Mayor

**INS. INVESTIG. BIBLIOGRÁFICAS,
EX. HEMEROTECA NACIONAL
ANTIGUO TEMPLO DE SAN
PEDRO Y SAN PABLO**

TÍTULO: "Dante Alighieri"
AUTOR: A. Ponzanelli
UBICACIÓN: Jardín

INSTITUTO DE BIOLOGÍA

TÍTULO: "Sin Título"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Jardín

INSTITUTO DE FÍSICA

TÍTULO: "Alejandra Jaider"
AUTOR: Juana Inés
UBICACIÓN: Auditorio

INSTITUTO DE GEOLOGÍA

TÍTULO: "Ezequiel Ordóñez"
AUTOR: Anónimo
UBICACIÓN: Jardín Central

**INSTITUTO DE GEOLOGÍA
MUSEO DE GEOLOGÍA**

TÍTULO: "Dr. José G. Aguilera"
AUTOR: M. Zamora
UBICACIÓN: Sala Central
INST. INV. BIBLI. BIBLIOTECA
NACIONAL
TÍTULO: "Dr. Antonio Martínez de
Castro"
AUTOR: Ignacio Asunsolo
UBICACIÓN: Biblioteca Nacional



TÍTULO. "Sin Título"

AUTOR: Arq. Orso Núñez y Francisco
Martínez

UBICACIÓN: Acceso al Fondo Reservado
TÍTULO. "La Unión de las Ciencias
Humanas"

AUTOR: Hersúa

UBICACIÓN. Interior Edificio

TÍTULO. 2Dino"

AUTOR: Federico Silva

UBICACIÓN. Interior del Edificio

TÍTULO. "Benito Juárez"

AUTOR: Ignacio Asunsolo

UBICACIÓN. Nave Central

TÍTULO. Franz Kafka"

AUTOR: Tosia

UBICACIÓN. Pasillo de Acceso

INST. INV. ANTROPOLÓGICAS

TÍTULO: "Estela Maya"

AUTOR: Anónimo

UBICACIÓN: Patio Principal

TÍTULO: "Petro Bosh -Gimpera"

AUTOR: T. Campos Castelló F.

UBICACIÓN: Patio Principal

INST. INV. BIOMÉDICAS

TÍTULO: " El Árbol del Conocimiento"

AUTOR: Carlos Larralde, Carlos Lupercio

UBICACIÓN: Jardín

INST. INV. ESTÉTICAS

TÍTULO: "Puerta de Monterrey"

AUTOR: Sebastián

UBICACIÓN: Primer Nivel



4.4 LA COORDINACIÓN DE DIFUSIÓN CULTURAL UNAM

"La Universidad, Germen de Humanismo y Sabiduría"

Rufino Tamayo

Esta frase pertenece a la obra que está colocada a un costado del edificio de la Coordinación de Difusión Cultural y es alusiva a la amplia tarea cultural de la universidad, como importante fuente de conocimiento en nuestra nación.

Referirnos a la Coordinación de Difusión Cultural, es definir al órgano encargado de difundir la cultura en la UNAM. Para ello, habrá que conocer cuando y como surgió; cuales son su filosofía, misión y objetivos; así como analizar el estado de su estructura actual. A continuación se presentara información sobre todos estos aspectos.

4.4.1 Antecedentes de la Coordinación de Difusión Cultural.

- En 1947, bajo la rectoría del doctor Salvador Zubirán se creó la Dirección General de Difusión Cultural, primer organismo encargado de esa tarea.
- En 1977, con el rector Guillermo Soberón, se transformó en Coordinación de Extensión Universitaria.
- En 1986, el rector Jorge Carpizo acordó la creación de la Coordinación de Difusión Cultural.
- En 1989, en la administración del rector José Sarukhán, se modificó la estructura administrativa de la Coordinación, incorporando a ella las direcciones generales de TV UNAM y de Radio UNAM.
- El 19 de mayo de 1993, el H. Consejo Universitario aprobó la creación del Consejo de Difusión Cultural para integrar las actividades de difusión cultural a la estructura que rige la vida académica de la institución.
- En 1997, la administración del doctor Francisco Barnés acordó que los centros de Enseñanza de Lenguas Extranjeras y de enseñanza para Extranjeros, se integraran al Subsistema de la Secretaría General y que el Centro de Investigación y Servicios Museológicos se transformara en la Dirección General de Artes Plásticas.



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM.

De acuerdo con el plan desarrollo de 1997, la Coordinación de Difusión Cultural se planteó, como objetivo prioritario, fortalecer y propiciar una mayor participación de los estudiantes en actividades artísticas y culturales, con el propósito de contribuir -con mayores elementos- a su formación integral.

Se reorganizaron las Secretarías Auxiliares, Administrativas y la de Vinculación. Durante 1998 se realizaron las sesiones para establecer el Plan de Desarrollo 1997-2000 y se presentó el informe de las actividades ese mismo año.

Se establecieron los Consejos de Programación de Actividades Musicales, Cinematográficas y Plásticas. También se instaló el Consejo Editorial de la Dirección de Literatura, así como los Consejos Asesores de la Dirección General de TV UNAM y del Centro Universitario de Teatro. Por su parte, la Comisión de Adquisición y Mantenimiento del Patrimonio Artístico de la UNAM trabajó en diversas reuniones, para definir sus lineamientos a futuro.

Reestructuración Administrativa

Como resultado de la reestructuración administrativa general de la Universidad, planteada por el Dr. José Sarukhán al principio de su primera gestión, las dependencias de Difusión Cultural se agruparon de la siguiente manera: reincorporación de Radio UNAM; incorporación de TV UNAM; adscripción a la Coordinación de Difusión Cultural de los recintos del Centro Cultural Universitario; desaparecieron la Coordinación y la Dirección General de Apoyo y Servicios a la Comunidad.

Actualmente se ha modificado la composición del subsistema en los siguientes puntos: desaparición del Proyecto Casa Tlalpan y del Departamento de Difusión en el Palacio de Minería; readscripción del Centro de Iniciación Musical a la escuela Nacional de Música; conversión de los Departamentos del Museo Universitario del Chopo y de la Casa del Lago en Direcciones; cambio de la Dirección de Actividades Musicales en Dirección General y adscripción del Antiguo Colegio de San Ildefonso.



4.4.2 Filosofía, Misión y Objetivos de Difusión Cultural.

Las tareas de la Coordinación de Difusión Cultural tienen su fundamento en el Estatuto General de la UNAM de 1945, que consigna como una de las funciones sustantivas de la Universidad Nacional la de "extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura".

Formación Integral de los Estudiantes

En colaboración con el Consejo Académico del Área de Humanidades y las Artes, el Subsistema de Difusión Cultural organizó el "I Encuentro Universitario de Humanidades y las Artes"; que llevó a cabo un Coloquio y una Muestra de Arte, en los que los estudiantes tuvieron la oportunidad de difundir sus principales obras.

El Encuentro contó con la participación de importantes escritores, la coordinación de la Facultad de Filosofía y Letras y una feria de Orientación Vocacional.

Organización de Actividades Artísticas y Culturales

Una de las tareas primordiales que cotidianamente emprende la Coordinación de Difusión Cultural, es la programación de las actividades del Centro Cultural Universitario del Antiguo Colegio de San Ildefonso. Para ello, cuenta con la colaboración del Centro de Imagen, de la Dirección General de Artes Plásticas y la Escuela Nacional de Música.

Políticas

La Coordinación tiene como políticas generales, las de ofrecer actividades que complementen la formación académica de estudiantes, maestros, investigadores y trabajadores, así como el público en general; asumiendo el compromiso de estimular la imaginación creadora y la sensibilidad, para el surgimiento de propuestas culturales y artísticas que se vinculen con el resto del país.



Promoción de Actividades y Producción Editorial

El Centro Cultural Universitario, el MUCA, el Museo Universitario del Chopo y la Casa del Lago, llevan a cabo una intensa promoción con la distribución de una Cartelera quincenal, que distribuye en todos los campus universitarios por medio del Subsistema de Difusión Cultural, el Corredor Metropolitano y el Circuito Museos del Sur.

Además, cuenta con un Programa de visitas guiadas, la transmisión de programas artísticos en colaboración con el Instituto Mexicano de la Radio y utiliza los tiempos otorgados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

Finalmente, mediante la revista Los Universitarios, editada por la Coordinación, realiza la difusión del acontecer artístico y publica una cartelera, en páginas centrales, con el análisis de los eventos que se han programado.

Diversificación De Las Fuentes De Financiamiento

La Coordinación tuvo participación en el establecimiento de los lineamientos y criterios para promover actividades de comercialización y para realizar gestiones de financiamiento, ante diversas empresas e instituciones con el fin de recaudar fondos que apoyen las actividades que se realizan.

Con el Consejo Directivo Patronal de la OFUNAM se planearon nuevas fuentes de financiamiento y la búsqueda de nuevos miembros para crear la Sociedad de Amigos de Difusión Cultural.

Cabe destacar que se han logrado considerables ingresos por la presentación de actividades artísticas y por el arrendamiento de los espacios culturales.



4.4.3 Estructura Actual

El Subsistema de Difusión Cultural, en la actualidad, está integrado por las siguientes dependencias:

- cinco Direcciones artísticas
- dos Direcciones de medios de comunicación
- dos Centros de difusión
- dos Centros de extensión

Direcciones artísticas:

Dirección General de Actividades
Cinematográficas
Dirección General de Actividades
Musicales
Dirección General de Artes Plásticas
Dirección de Literatura
Dirección de Teatro y Danza

Centros de Difusión:

Casa del Lago
Museo Universitario del Chopo

Medios de Comunicación

Dirección General de TV UNAM
Dirección General de Radio UNAM

Centros de Extensión:

Centro Universitario de Estudios
Cinematográficos
Centro Universitario de Teatro

Dirección General de Actividades Cinematográficas

La Dirección General de Actividades Cinematográficas tiene el propósito de conservar, restaurar, clasificar e incrementar el acervo filmico universitario, así como el rescatar cintas de gran valor histórico de la cultura cinematográfica mundial.

Dirección General de Actividades Musicales

La Dirección General de Actividades Musicales tiene como objetivo dar a conocer a la comunidad universitaria y al público en general, la cultura musical en sus diversas manifestaciones. La OFUNAM es una de las orquestas filarmónicas más antiguas y sólidas de América Latina, que mantiene la tradición de difundir la cultura musical universal entre la población universitaria y nacional, así como la de promover la creación, preservación y el estudio de la música mexicana.



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM.



Dirección General de Artes Plásticas

La Dirección General de Artes Plásticas es la responsable del estudio, clasificación, conservación y difusión de las diversas colecciones artísticas con que cuenta la Universidad, y de la presentación a la comunidad universitaria y al público en general, de artistas consagrados y reconocidos, así como de nuevos valores.

Actualmente el Museo Universitario de Ciencias y Artes cuenta con un importante acervo de más de 20,000 piezas, que comprenden pintura, escultura, grabado, fotografía, arte prehispánico y colecciones diversas. Constituye un espacio de gran tradición, a través de una gran cantidad de

Dirección de Literatura

Tiene como objetivo acercar a la comunidad universitaria y al público en general al ejercicio de la literatura, a través de la edición y distribución de diferentes colecciones editoriales, revistas, talleres, círculos de lectura, conferencias y encuentros.

"Voz viva de México" y "Voz viva de América Latina", constituyen un importante archivo de la Universidad que preserva, en la propia voz de los autores, la obra de los principales protagonistas de la cultura en nuestro país e hispanoamérica.

Dirección De Teatro y Danza

La Dirección de Teatro y Danza es la responsable de apoyar las propuestas teatrales y dancísticas, que surgen tanto de la comunidad universitaria como de los núcleos nacionales de vanguardia, que contribuyen a la formación y desarrollo de estas disciplinas en términos de calidad, experimentación y profesionalismo.

A través de diversos grupos de teatro y de una gran tradición dancística, se ofrece a la comunidad universitaria y al público en general, una sólida oferta cultural durante todo el año.

Centro Universitario de Estudios Cinematográficos

El Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), fundado en 1963, tiene como objetivo la enseñanza de la expresión y la técnica cinematográfica para formar cineastas en las ramas de: Realización, Guión, Cinematografía, Dirección Artística (escenografía, ambientación y vestuario), Sonido, Edición y Producción.

Centro Universitario de Teatro

La formación de actores, directores y técnicos teatrales que alimenten tanto al teatro universitario como al profesional, es el principal propósito del CUT.

Su plan de estudios contempla el trabajo de cuatro años en el aula, tres puestas en escena de verificación y una puesta en escena terminal, además de diversos programas de vinculación y enlace con la comunidad universitaria, que contribuyen a la difusión y al fortalecimiento del teatro.



Casa del Lago

Casa del Lago es el primer centro cultural de su tipo y uno de los primeros centros de extensión de la cultura establecido fuera del campus universitario, en donde se ofrece una programación cultural variada que da cabida a un gran número de universitarios y público en general.

Museo Universitario del Chopo

El Museo Universitario del Chopo es un centro cultural vivo, propositivo y de vanguardia, que difunde y promueve las diversas manifestaciones del arte joven, en un ambiente de apertura y pluralidad.

El Museo del Chopo reafirma la vocación universitaria de extender los beneficios de la cultura a través de una variada oferta cultural, que incluye una gran diversidad de actividades nacionales e internacionales.

Dirección General de TV UNAM

TV UNAM produce material como apoyo a la docencia para la difusión de los avances en la investigación y en la producción cultural y artística universitaria.

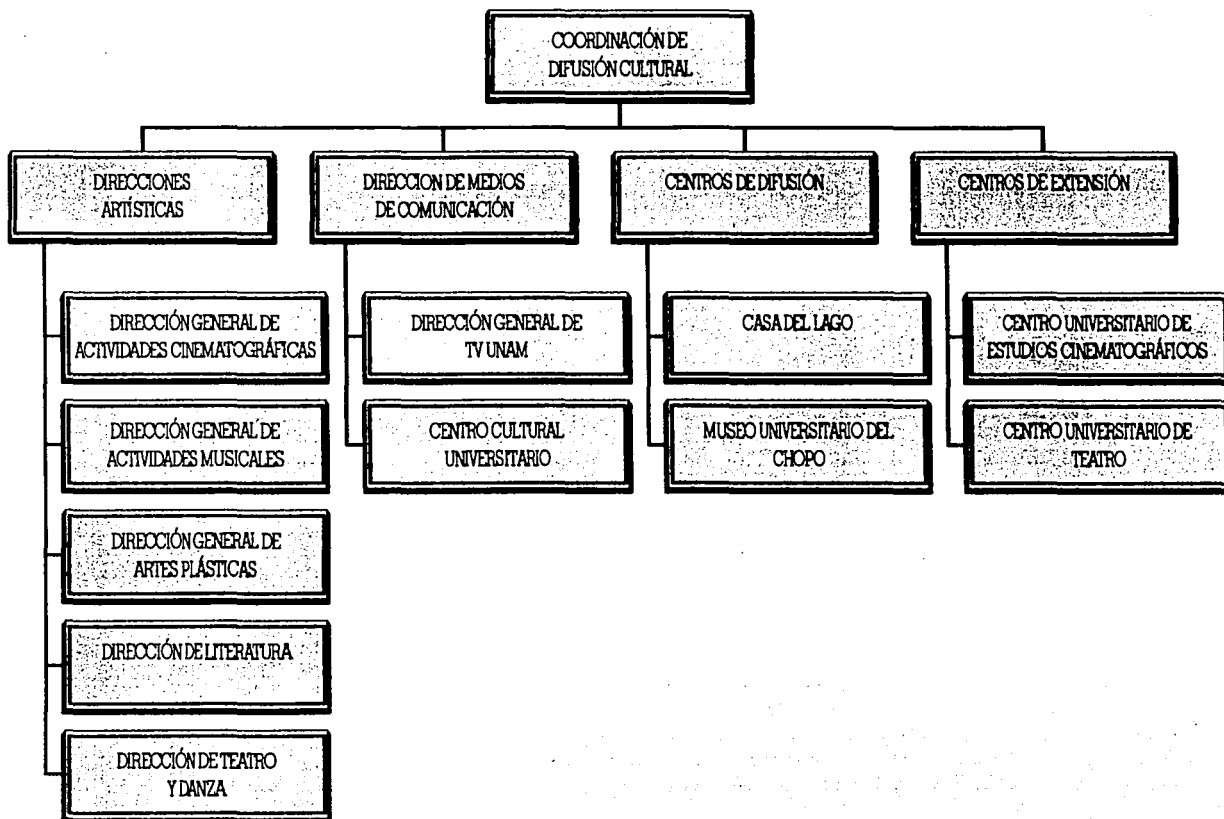
A pesar del poco tiempo transcurrido desde su fundación, TV UNAM posee un acervo de casi 20,000 horas de grabación y 4,500 programas elaborados. La transmisión de cursos y diplomados, por medio de video y teleconferencias, ha aumentado las posibilidades de utilización de este importante medio y se ha convertido en uno de los sistemas más utilizados para la difusión cultural.

Dirección General de Radio UNAM

Pionera de la radio cultural, Radio UNAM, desde 1937 divulga e informa sobre los acontecimientos y actividades de interés para la comunidad universitaria y la sociedad en general. Su variada programación incluye series de discusión académica, divulgación científica, literatura, arte e historia y es depositaria, a través de su fonoteca "Alejandro Gómez Aría", de 88,500 cintas que contienen una parte importante de la historia del México moderno.



El subsistema de difusión cultural está integrado actualmente de la siguiente manera:





4.5 EL CONSEJO DE DIFUSIÓN CULTURAL

Para conocer más sobre el trabajo que realiza la Coordinación, describiremos a continuación al Consejo de Difusión Cultural, que es parte esencial de ésta.

Para dar cumplimiento a su función sustantiva, plasmada en la Ley Orgánica, la Coordinación de Difusión Cultural inició en 1989 un proceso de academización tendiente a dotar al subsistema de una normatividad equivalente a la que rige las funciones de docencia e investigación.

El 19 de mayo de 1993, el H. Consejo Universitario aprobó el acuerdo para la creación del Consejo de Difusión Cultural para integrar las actividades de difusión cultural a la estructura que norma la vida académica de la institución. Este acuerdo entró en vigor el 21 de junio de 1994 y se dedicó -en primera instancia- a la redacción de su propio Reglamento Interno, para su posterior aprobación en el Consejo Universitario.

Para octubre de 1996 se habían celebrado doce sesiones, en las que sistemáticamente se sometieron a consideración del Pleno del Consejo los proyectos de trabajo y los informes anuales de las Direcciones del subsistema. Hoy las decisiones, en materia de política cultural, que toma la universidad se ventilan en un cuerpo colegiado.

La composición del Consejo es la siguiente: la Presidencia es asumida por el Coordinador de Difusión Cultural; son Consejeros los trece Directores de las dependencias de la Coordinación; participan un representante académico y un representante alumno, por cada uno de los Consejos académicos de área y de Bachillerato y un representante especialista designado por los Consejos técnicos o internos de las ocho dependencias afines a Difusión Cultural: la Facultad de Arquitectura, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la Facultad de Filosofía y Letras, La Escuela Nacional de Artes Plásticas, la Escuela Nacional de Música, la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, La Escuela Profesional de Estudios Superiores Aragón y el Instituto de Investigaciones Estéticas. De esta forma, se conforma el cuerpo de 32 integrantes del Consejo.

Uno de los primeros logros del Consejo fue la modificación y la consecuente agenda del Reglamento del "Reconocimiento al Mérito Universitario", relativo al "Premio Universidad Nacional" y al reconocimiento "Distinción Universidad Nacional para jóvenes Académicos", aprobada en sesión del Consejo universitario de fecha 12 de agosto de 1994, que permite al Consejo de Difusión Cultural proponer candidatos en el área de Aportación Artística y Extensión de la Cultura y expresa -para éstos- requerimientos diferenciados, respecto de aquellos que rigen al personal académico.



Capítulo V

*La Mercadotecnia como Vehículo de
Promoción, Difusión y Fomento de la
Cultura y las Artes en la UNAM*



Para poder hablar de mercadotecnia y sus medios de difusión, es necesario tener presente la conceptualización, desarrollo y estrategias que utilizan en esta área; por lo que en el transcurso de este capítulo se hace una muestra de los conceptos básicos, así como de estrategias que utiliza Difusión Cultural para difundir sus actividades.

5.1 CONCEPTOS GENERALES

CONCEPTO	WILLIAM J. STANTON	PHILIP KOTLER	APLICADA EN DIFUSION CULTURAL
MERCADOTECNIA	Es un sistema total de actividades comerciales cuya finalidad es planear, fijar el precio, promover y distribuir los productos satisfactorios de necesidades entre los mercados meta para alcanzar los objetivos corporativos	Proceso social y administrativo mediante el cual las personas y los grupos obtienen aquello que necesitan y quieren, creando productos y valores e intercambiándolos con terceros.	Es un conjunto de técnicas cuya finalidad es planear, fijar el precio, promover y distribuir las actividades artísticas y culturales permitiendo enriquecer el conocimiento cultural entre la comunidad Universitaria para alcanzar los objetivos de Difusión Cultural.
CONSUMIDOR	Persona o unidad corporativa que utiliza o consume un producto.	Todas las personas y hogares que compran o adquieren bienes o servicios para su consumo personal.	Se considera como consumidor a la persona que asiste y participa en las actividades culturales y artísticas de la UNAM.
CLIENTE	Es el individuo u organización que toma una decisión de compra.	Están compuestos por las personas y los hogares que adquieren bienes y servicios para su consumo personal.	Es la persona que toma la decisión en asistir y aprovechar, los servicios culturales que ofrece la UNAM.
MERCADO	Persona o grupo con los que un individuo u organización tenga o pueda tener una relación de intercambio.	Serie de todos los compradores reales y en potencia, de un producto o servicio.	Para fines de la temática de proyecto el mercado está segmentado en dos: el primero sería el externo formado por personas que no



MERCADO

tienen ningún vínculo formativo con la UNAM; y el segundo es el interno, conformado por la comunidad universitaria en su totalidad (alumnos, profesores, trabajadores).

PRODUCTO

Es una serie de atributos conjuntados en forma reconocible.

Cualquier cosa que se puede ofrecer en el mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o anhelo. Incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

Son todas aquellas actividades culturales y artísticas que presenta la UNAM los cuales son considerados como beneficios que satisfacen necesidades de las personas que asisten a ellas.

PRECIO

Es la cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que requiere para adquirir un producto.

Monto de dinero cobrado por un producto o servicio o la suma de los valores que los consumidores intercambian por los beneficios de tener o de usar el producto o servicio.

Es la cantidad de dinero que se paga por asistir y disfrutar de las actividades culturales y artísticas de la Universidad. Cabe mencionar que muchas de las actividades son gratuitas y las que no lo son tienen un precio muy accesible para todo el público.

PLAZA

Lugar donde se hace llegar el producto a su mercado meta.

Es el foro universitario donde se presenta la actividad cultural para que las personas asistan en dicho foro.

PROMOCIÓN

Es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir y

Incentivos a corto plazo para fomentar la adquisición o las ventas de un producto

Es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir y



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM

PROMOCIÓN	recordarle al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.	o servicio.	recordarle a la comunidad Universitaria la existencia de los eventos, con el fin de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del Universitario.
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	Es la obtención, interpretación y comunicación de información orientada a las decisiones, la cual se emplea en el proceso estratégico de marketing.	Es la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el mercadólogo, por medio de problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadológico.	Es la obtención, interpretación y comunicación de información orientada a la satisfacción de necesidades de la comunidad Universitaria.
CAMPAÑA PUBLICITARIA	Está compuesta por todas las funciones necesarias para transformar un tema en un programa coordinado tendientes a cumplir determinada meta en favor de un producto o marca		Está compuesta por todas las funciones necesarias para motivar la asistencia de la comunidad Universitaria a participar y asistir en los eventos que difunde la UNAM.



5.2 ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

Para poder hablar de estrategias de difusión y promoción, es necesario hacer referencia a su tipología, permitiendo dar una herramienta sustentable para su aplicación y fácil comprensión dentro del desarrollo y aplicación de una campaña publicitaria.

Publicidad

Consta de todas las actividades necesarias para presentar a la comunidad universitaria un mensaje de información pagado por un patrocinador identificado, que se refiere a un servicio y organización.

Tipos de publicidad

1. *La audiencia meta*: ya sean los estudiantes y facultades de la UNAM. El anuncio se dirige a la comunidad universitaria; por tanto, es una publicidad dirigida a la UNAM, escuelas y público en general.
2. *Lo que se publicita*: un servicio o una institución. La publicidad del producto se centra en un servicio e instituciones. La publicidad institucional presenta información sobre el anunciante o bien trata de crear una actitud positiva hacia la Universidad.
3. *El objetivo*: lograr una mayor asistencia y participación de los Universitarios en las actividades culturales y artísticas que realiza la UNAM.

Promoción de ventas

Son los medios que estimulan la demanda y cuya finalidad es reforzar la publicidad y facilitar la asistencia de los Universitarios
Ejemplos: Descuentos, boletos, demostraciones, invitaciones, etc.

Estrategias promocionales

Al definir el significado de la promoción de ventas, se han identificado tres objetivos generales.

1. Estimular la demanda del servicio entre la comunidad Universitaria.
2. Mejorar el desempeño mercadológico de los eventos que realiza la UNAM.
3. Complementar la publicidad y facilitar la venta de boletos a los eventos.

Los objetivos promocionales.

- ➔ Realizar una prueba de un servicio nuevo o mejorado: Insertar periódicamente una muestra de un evento.
- ➔ Atraer nuevos asistentes: Demostraciones a los eventos
- ➔ Estimular la asistencia de la comunidad universitaria.



5.2.I Medios de Difusión

Para poder difundir y dar a conocer la información de nuestro servicio es necesario analizar la mezcla publicitaria y sus diferentes medios de comunicación para su correcta aplicación.

"Proceso en virtud del cual se dan a conocer los eventos que realiza la UNAM".

Medios publicitarios

Vehículos de comunicación (prensa, radio, revistas, trípticos, carteles, espectaculares y televisión) que transmiten publicidad, lo mismo que otro tipo de información y diversión.

Principales medios de difusión

Estos son medios principales para desarrollar una campaña promocional, que permita comunicar y difundir con precisión la vida artística de la UNAM, ajustándolos de acuerdo al objetivo del mensaje y a la factibilidad de cada medio para difundir la información.

- ➔ **Prensa:** Los periódicos son un medio publicitario de gran flexibilidad y oportunidad. Se puede insertar y cancelar anuncios en muy poco tiempo y podemos colocar desde pequeños avisos clasificados, hasta anuncios de varias planas.
- ➔ **Televisión:** Combina el movimiento, el sonido y efectos visuales especiales. Los servicios pueden ser demostrados y descritos en ella. La televisión brinda una gran cobertura geográfica y mucha flexibilidad en la presentación del mensaje. Sin embargo es un medio relativamente claro.
- ➔ **Correo directo:** Este medio, llamado también marketing directo, es el más personal y selectivo de todos. Se llega exclusivamente a las personas que el anunciante desea contactar por medio de una base de datos. Sin embargo, el hecho de llegar al prospecto no significa que el mensaje haya sido recibido. El correo directo es publicidad pura; no se acompaña de material editorial (a menos que el anunciante lo proporcione). Por tanto, el anuncio del correo directo debe atraer a sus propios lectores.
- ➔ **Radio:** Este medio sólo causa una impresión auditiva, basándose enteramente en la capacidad del radioescucha para retener la información oída y no vista. Por lo demás, la atención de la audiencia a menudo presenta un bajo nivel, porque la radio suele emplearse como un estímulo de fondo para trabajar, estudiar o realizar alguna otra actividad.
- ➔ **Revistas:** Son el medio que se utiliza cuando en un anuncio se desea una impresión de gran calidad y colorido. Puede llegar a toda la comunidad universitaria. Las revistas tienen una vida larga, de una semana a un mes, y pasan de un lector a otro.
- ➔ **Publicidad al aire libre:** El bajo costo por exposición constituye su ventaja más importante, aunque el costo total de una campaña nacional de espectaculares puede resultar muy cara.



Dada la naturaleza tan móvil de la comunidad universitaria, los anuncios al aire libre llegan a un gran porcentaje de la población. Pero como la gente lo ve fugazmente, es un tipo de publicidad adecuada únicamente para mensajes breves.

- **Publicidad de especialidades:** Se llama así a una mercancía impresa con el nombre, mensaje o logotipo del anunciante que se regala al público, desde plumas hasta tazas para café y calendarios, se utilizan en este medio publicitario. La publicidad de especialidades normalmente se usa junto con otras actividades promocionales, aunque en ocasiones la utilizan sólo las compañías cuyos presupuestos publicitarios son pequeños. Su ventaja principal es una vida larga. Cada vez que se utiliza un producto de especialidad, se repite el mensaje publicitario.
- **Medios emergentes:** Muchos anunciantes juzgan muy útiles algunos medios menos conocidos, sobre todo cuando se emplean junto con otros más conocidos, por ejemplo:
 - Páginas de la sección amarilla del directorio telefónico: un directorio impreso con los nombres de los principales foros y centros de la UNAM y sus números telefónicos.
 - Medios basados en lugares: Letreros colocados en lugares como los autobuses, los taxis, los aeropuertos, las cabinas telefónicas y hasta los pasillos de la Universidad.

5.3 ACCIONES Y ESTRATEGIAS DE LA COORDINACIÓN DE DIFUSIÓN CULTURAL UNAM

Es de gran importancia establecer un panorama general de los medios y formas por las cuales se difunden las actividades culturales dentro de la Universidad, así como algunas estrategias exitosas que se han desarrollado, permitiendo dar un panorama general de las acciones que se llevan a cabo dentro de la UNAM.

5.3.1 Antecedentes de publicidad en las labores culturales y artísticas de la UNAM

La Difusión de las actividades culturales y artísticas que ofrece la UNAM no es tarea fácil, pero la Coordinación de Difusión Cultural se ha esforzado en elaborar diversas campañas para promover tales eventos.



5.3.2 Estrategias Generales de Difusión y Promoción de la Coordinación de Difusión Cultural UNAM.

La UNAM dentro de su actividad cultural ha desarrollado estrategias importantes para difundir sus eventos, con el sentido de motivar a la comunidad universitaria a que conozca y participe de toda la riqueza cultural con la que cuenta.

Promoción de Actividades y Producción Editorial

El Centro Cultural Universitario, el MUCA, el Museo Universitario del Chopo y la Casa del Lago, llevan a cabo una intensa promoción con la distribución de una cartelera quincenal que distribuyen en todos los campus universitarios, por medio del Subsistema de Difusión Cultural, el Corredor Metropolitano y el Circuito Museos del Sur. Además cuenta con un Programa de Visitas Guiadas, transmisión de programas artísticos en colaboración con el Instituto Mexicano de la Radio y utiliza los tiempos otorgados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

Cuenta además con la revista Los Universitarios, editada por la Coordinación, que realiza difusión del ámbito artístico y en la que se publica una cartelera -en la página central- con un análisis de los eventos que se llevarán a cabo.

Sistemas de Información

En 1996 se gestó un sistema de Información para difusión cultural. Este proyecto surge de la necesidad de obtener apoyos y recursos externos para el mejoramiento y cumplimiento de las tareas de la Coordinación de Difusión Cultural, pero también responde a la urgencia de sistematizar la información y de modernizar los mecanismos de venta, reservación de boletos y atención al público.

Con las nuevas políticas gestadas en 1998 se trató de dar mayor promoción y elaborar más publicidad para promover los eventos a través de convenios o concesiones con empresas externas que proporcionaban facilidades de pago para tener una mayor cobertura.

Carro de Comedias

En la mejor tradición teatral, el carro de comedias nos recuerda el legendario grupo de "berraca" de Federico García Lorca, que recorría las provincias de la península Ibérica llevando obras representativas del teatro clásico español.

El carro de comedias hace recorridos por todas las instalaciones universitarias para llevar a las Escuelas y Facultades de la UNAM el mejor teatro del siglo de oro español, con la finalidad de fomentar e incrementar en los estudiantes el gusto por este género artístico y contribuir al enriquecimiento de sus tareas académicas.



En la actualidad, además de las instalaciones universitarias, el carro de comedias visita también Escuelas del sistema incorporado, plazas públicas, ferias regionales y ha asistido a festivales tanto nacionales como internacionales.

Libro Sobre Ruedas

Libro sobre ruedas es un acercamiento de las publicaciones de la Dirección de Literatura a la comunidad universitaria.

Este proyecto nace en 1997. Refuerza la distribución de las publicaciones de esta Dirección al llevarlas a los recintos a donde más se necesitan, para que los Universitarios puedan adquirirlas con el 50% de descuento.

Se trata de una librería ambulante que visita las facultades y escuelas de la Ciudad Universitaria y atiende también planteles del CCH y de la Escuela Nacional Preparatoria, visita además las Facultades de Estudios Superiores y las Escuelas Nacionales de Estudios Profesionales, que por su lejanía del campus de C.U. requieren de mayor atención.

Voz Viva

Cuando se escucha la voz de un escritor, asistimos al doble placer de la lectura y la presencia. El autor interpreta su texto de la misma forma en que lo haría un pianista, lo hace cantar. La voz nos acerca al autor, lo hace presente; es la manifestación inmediata de la lejanía del poeta, narrador o ensayista que no están con nosotros, ya sea por muerte o por ausencia, pero se manifiestan en la magia de la grabación.

La colección Voz Viva de la Dirección de Literatura de la UNAM, constituye un verdadero tesoro para la literatura en nuestra lengua. Fundada en 1958, con motivo de la aparición de "El deseo" de Alfonso Reyes a través de las colecciones Voz Viva de México y Voz Viva de América Latina, hoy pueden encontrarse algunas de las voces más representativas de la literatura mexicana e hispanoamericana del siglo XX. La difusión de la poesía, la narrativa y creación verbal a través de sus autores, constituye la vocación fundamental de Voz Viva.

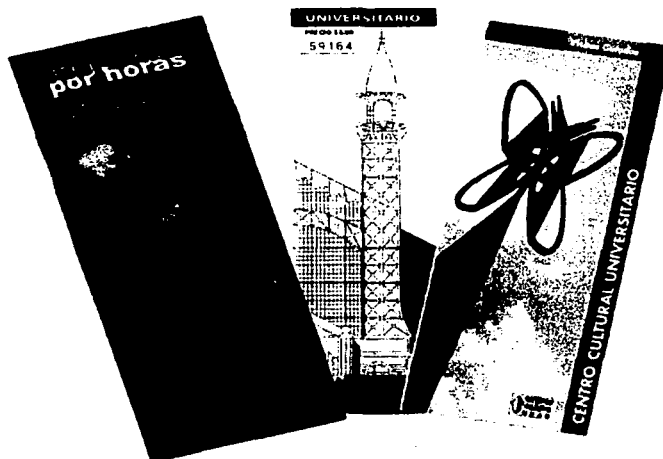


5.3.3 Utilización de Medios y Canales de Difusión

La Universidad cuenta con una enorme infraestructura, dedicada a coordinar el área de comunicación y al mismo tiempo en difundir toda la información de interés para la comunidad.

MEDIOS MÁS USADOS POR DIFUSIÓN CULTURAL

- Volantes
- Programas de mano
- Carteles
- Bípticos y trípticos
- Folletos
- Boletines de prensa
- Inserciones en prensa
- Espectaculares
- Inserción de la Cartelera en Revistas y Periódicos Universitarios.





ACTIVIDADES DE APOYO PARA LA DIFUSIÓN

- Emisión de programas de radio
- Promocionales en radio
- Promocionales en TV
- Cápsulas informativas en radio
- Conferencias de prensa

RADIO UNAM

Cápsulas Informativas y Culturales

En este terreno, arrancó un proyecto que resuelve la necesidad de informar cotidianamente a nuestra audiencia del quehacer de la Institución y de reportar diariamente, con criterio noticioso, tanto los avances en materia de investigación humanística y científica, como las contribuciones en los terrenos culturales y artísticos que lleva a cabo la comunidad universitaria.

Dentro de nuestra programación, se dedica el último lunes de cada mes, a la difusión de la obra de importantes personajes de la cultura universal, además de la producción que, con motivo del aniversario o muerte de autores prestigiados, se realiza y transmite en la fecha conmemorativa.

Difusión del Chopo

De las actividades especiales que realizó esta área, se cuenta con diversos patrocinadores tanto del ámbito de la producción de anuncios comerciales como de televisión y radio.

A través de un convenio con SOCICULTUR, antiguo órgano rector de la cultura en el D.F. se logró en 1998, obtener el préstamo, por un mes, de cuatro espectaculares ubicados en diversas zonas de la ciudad. La Unidad de Medios y Publicidad otorgó uno más.

La empresa NU VOX auspició el promocional y spot para televisión en los espacios que otorga la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía. Por otro lado, MULTIVISIÓN ofreció espacios en sus estaciones de televisión y radio.

La División Cultural del Núcleo Radio Mil patrocinó spots transmitidos en sus diferentes estaciones.

Por otro lado, para difundir la celebración del XXIII aniversario del Museo Universitario del Chopo, se contó con el apoyo de una campaña promocional en el Núcleo Radio Mil y la estación Cambio 14.40.



TV UNAM

TV UNAM produce material de apoyo a la docencia, para la difusión de los avances en la investigación y en la producción cultural, artística y universitaria, así como materiales cuya información interesa a los mismos universitarios y al público en general.

A pesar del poco tiempo transcurrido desde su fundación, TV UNAM posee un acervo de casi 20000 hrs. de grabación y 4500 programas elaborados.

La transmisión de cursos y diplomados, por medio de teleconferencias y videos, ha aumentado las posibilidades de utilización de este importante medio y se ha convertido en uno de los sistemas más utilizados para la difusión cultural, recordando que este depende de la Coordinación de Difusión Cultural, de la que a su vez va a depender la manera en que dicha difusión se lleve a cabo, así como su continuidad para realizarla y los medios para difundirla.

En entrevista realizada con la persona encargada de Medios en TV UNAM, pudimos percatarnos de algunos problemas que se encontraron en la administración de TV UNAM y la relación con la Coordinación de Difusión Cultural:

- A cada dependencia se le asigna un presupuesto del que va a disponer de acuerdo a sus necesidades. En este caso, en muchas ocasiones la Coordinación de Difusión Cultural seleccionará el medio que mejor le convenga para llevar a cabo dicha difusión
- TV UNAM produce sus propio programas culturales
- No existe mucha difusión de los eventos culturales a través de TV UNAM (eventos que se pudieran dar a conocer con un formato tipo cartelera, como las obras de teatro, cine, danza, música, etc.)
- Existen spots cuyos promocionales hacen énfasis en los eventos más importantes, dejando a un lado las demás actividades culturales que se tienen en la UNAM

REVISTA ¿CÓMO VES?

Publicación de la UNAM que promueve la ciencia entre los jóvenes, editada por la Dirección General de Divulgación de la Ciencia.

El propósito de la Revista es ofrecer una imagen realista de la ciencia, con sus logros y tropiezos y, con ello, fomentar el desarrollo del pensamiento crítico provocando el interés para su estudio. Para lograrlo, pone énfasis en los métodos y procedimientos que se utilizan en la investigación, la manera en que se valida el conocimiento científico y cómo éste es esencialmente dinámico. Busca presentar la información en un contexto amplio, que permita a



los lectores establecer su importancia para la vida social e individual y sobre todo comunicar el placer de conocimiento.

En esta publicación se han presentado temas de diversas áreas de las ciencias naturales, tecnología e incluso de las ciencias sociales.

Originalmente "¿Cómo ves?" contenía, además de los artículos principales, ocho secciones fijas, entre ellas *Aquí estamos*, página en la que escriben estudiantes de bachillerato; *¿Quién es?* Entrevista con un investigador universitario y *¿Qué leer?* reseñas de libros de divulgación. Actualmente, el aumentar el número de páginas le ha permitido crear tres nuevas secciones: *Enrédate*, recomendaciones de páginas web sobre ciencia en español, *Mira bien* reseñas de películas con temática científica y *Así fue*, episodios y protagonistas de la historia de la ciencia y la tecnología

REVISTA LOS UNIVERSITARIOS

Publicación de la UNAM que promueve la cultura entre los jóvenes. Su propósito es ofrecer a los lectores materiales ricos en conocimientos e inducir los valores culturales, para infundir el amor y la fe por el saber. Trata de transmitir a los jóvenes el asombro por lo existente, para generar la consecuente curiosidad en sus mentes y, posteriormente, construir en conjunto la respuesta a esas interrogantes.

En las páginas centrales de cada edición, la Revista publica cada mes, una amplia cartelera con todos los eventos culturales y artísticos que se llevan a cabo en los foros de la UNAM, estructurada de la siguiente manera:

- ◆ Música
- ◆ Teatro
- ◆ Danza
- ◆ Literatura
- ◆ Exposiciones
- ◆ Cine
- ◆ Cursos y Talleres
- ◆ Varios
- ◆ Radio
- ◆ Televisión



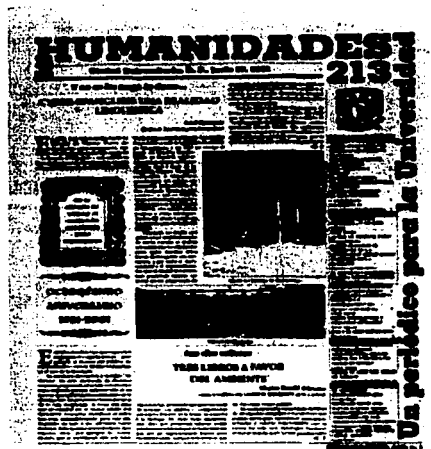
El tiraje de "Los Universitarios" es de 17000 ejemplares mensuales que son repartidos, en paquetes de 25 revistas, a las diversas facultades, escuelas, dependencias y centros con los que cuenta la UNAM.



PERIODICO HUMANIDADES

Periódico de la UNAM que es editado por la Coordinación de Humanidades, impreso y distribuido por la Dirección General de Información, cuya publicación es quincenal, con un tiraje de 12000 ejemplares, distribuidos en facultades, centros de la UNAM y —específicamente— la Ciudad Universitaria.

Esta publicación se encarga de difundir las noticias más relevantes sobre cultura, política, historia y ciencia entre la comunidad universitaria, así como de mantenerla al tanto de las últimas publicaciones de la UNAM y reportajes sobre cultura en general , además de contener crucigramas y sopa de letras con la finalidad de que el lector aprenda divirtiéndose.



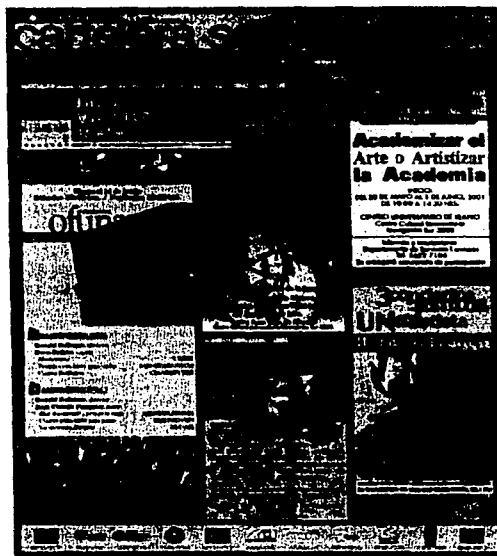


LA CARTELERA

Publicación quincenal, elaborada por Difusión Cultural, que consta de una hoja tamaño oficio a color, impresa por ambos lados, en la cual se publican los eventos más importantes de cada foro a realizarse en ese lapso de tiempo.

La Cartelera tiene un tiraje de 2,500 ejemplares y llegan a los Universitarios a través de la distribución que se hace en las Facultades y en:

- Foros y Espacios Culturales de la UNAM.
- Librerías
- Librerías y espacios de CONACULTA.

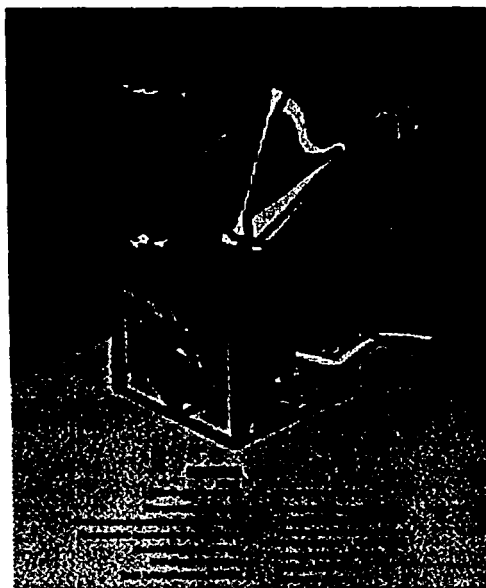




CARTELES

Los Carteles que la Coordinación de Difusión Cultural distribuye en los diferentes foros e instalaciones universitarias, son elaborados por la propia dependencia y maquilados por empresas externas con las cuales se tienen convenios.

Tales empresas deben ser suficientemente flexibles para recibir sus pagos, ya que el cobro está sujeto a un presupuesto y a determinados trámites. Anteriormente se realizaban reseñas de los eventos en los carteles, pero resultaba muy caro.





GACETA UNIVERSITARIA

Gaceta UNAM es, desde su primera edición el 23 de agosto de 1954, resultado de un trabajo profesional con una premisa concreta, mostrar a la universidad como una parte viva, fundamental de la inteligencia y del saber nacional, su importancia como informadora, difusora y divulgadora es vital, no sólo la comunidad universitaria sino la sociedad en general se acercan a la investigación científica y humanística, a las expresiones artísticas y culturales, por medio de ella.

Este medio informa de las investigaciones y reconocimiento a sus docentes y científicos, de las conferencias, conciertos, exposiciones, representaciones teatrales, mesas redondas, seminarios, entrevistas, programas de radio y reportajes sobre Ciudad Universitaria. Además de las sesiones y acuerdos del consejo Universitario, presupuestos instructivos para alumnos, reglamentos de inscripciones, de pagos, becas, planes de estudio, entre muchos otros aspectos.





5.3.4 Información Estadística

La información estadística se utiliza como una muestra informativa de la variedad de actividades culturales y artísticas, su demanda, la variedad de asistencia en los eventos, tipo de públicos, foros más aprovechados, los medios más utilizados, dando niveles numéricos para su comparación y análisis dentro de la Universidad.

Durante el primer semestre se han ofrecido 1669 actividades diferentes en el Centro Cultural Universitario, a las que asistieron 160938 espectadores

Se han presentado 120 conciertos en las salas Nezahualcóyotl y Carlos Chávez del CCU, con una asistencia de 71007 personas.

En el teatro Juan Ruiz de Alarcón y los foros Sor Juana Inés de la Cruz y del Centro Universitario de Teatro se han presentado tres obras de teatro en 144 funciones con una asistencia de 10768 personas.

A las 145 funciones de danza ofrecidas en la Sala Miguel Covarrubias ha asistido un público de 21778.

Se han proyectado un total de 188 películas en 1183 funciones con una asistencia de 39851 personas en las salas José Revueltas y Julio Bracho.

A las 145 funciones de danza ofrecidas en la Sala Miguel Covarrubias ha asistido un público de 21778.

En los recintos del Centro Cultural Universitario la asistencia a conferencias, talleres, homenaje, presentación de discos compactos y pláticas de la OFUNAM fue de 11512 asistentes durante el primer semestre del año en curso.



ACTIVIDADES DEL CENTRO CULTURAL UNIVERSITARIO

FOROS	FUNCIONES	ASIENTOS OCUPADOS	CAPACIDAD ANUAL A LOS EVENTOS	ASISTENCIA A LOS EVENTOS
Foro Sor Juana Inés de la Cruz	92	250	23,000	5,299
Sala Carlos Chávez	88	163	14,344	4,155
Sala José Revueltas	580	260	150,800	15,170
Sala Julio Bracho	603	345	208,035	24,681
Sala Miguel Covarrubias	145	724	104,980	26,864
Sala Nezahualcóyotl	64	2311	147,904	74,819
Teatro Juan Ruiz de Alarcón	97	430	41,710	9,950
TOTAL	1,669	4053	690,773	160,938

COMENTARIO: Dentro del siguiente cuadro se puede apreciar la capacidad de asistentes anuales que tiene cada foro considerando la cantidad de funciones que se programan; permitiendo al mismo tiempo hacer el comparativo con la realidad de personas que asisten.

Subsistema de Difusión Cultural

- ◆ Se han realizado 438 funciones de teatro para 40880 espectadores.
- ◆ Se han ofrecido 214 funciones de danza para 26036 espectadores
- ◆ Se han proyectado 2066 funciones de cine para 55344 espectadores.
- ◆ Se han realizado 262 conciertos para 83871 espectadores.
- ◆ Se han realizado 103 exposiciones diversas en artes plásticas para 149352 personas.
- ◆ Se han publicado libros, catálogos, materiales de lectura y revistas conformando una producción editorial de 23 títulos con un tiraje de 23300.
- ◆ Se han transmitido 339 programas por vía satélite y canal abierto, siendo el total de horas de transmisión de 328.
- ◆ La producción de materiales audiovisuales de la Dirección General de TV UNAM, en el primer semestre, fue de 141 programas con 73 horas de producción, y comprende programas de serie fija, programas sin serie, cápsulas, spots, demos y teleconferencias. De estos 77 fueron producidos y 64 coproducidos.



- ◆ La Dirección General de Radio UNAM ha producido durante el primer semestre del año 1903 programas y coproducido 1221. Asimismo ha transmitido 1973 horas de programación musical.
 - ◆ La Casa del Lago ha sido visitada, en diversas actividades por 43618 personas.
 - ◆ El Museo Universitario del Chopo, a través de diversas actividades, ha atendido a 35782 visitantes.
 - ◆ El acervo de la Fonoteca de Radio UNAM es de 5350 discos con un crecimiento anual de 800 entre donaciones y compras.
 - ◆ La Filmoteca de la UNAM cuenta con un acervo total de 25000 títulos.
- El acervo bibliográfico y videográfico de las Bibliotecas del Centro Universitario de Teatro CUT y del CUEC es de 10383 títulos.
- ◆ El subsistema de Difusión Cultural ha llevado a cabo 4007 actividades culturales en las que ha atendido a 401213 personas.

TIPO DE ACTIVIDAD	FUNCIONES	ASISTENCIA
CONCIERTOS	262	83,871
OBRAS DE TEATRO	438	40,880
OBRAS DE DANZA	214	26,036
OBRAS FILMICAS Y/O VIDEOS	2,066	55,344
EXPOSICIONES	103	14,9352
ACTIVIDADES LITERARIAS**	213	10,614
TALLERES	126	3,285
CONFERENCIAS	66	2,638
CURSOS	42	187
VISITAS GUIADAS	372	10,300
OTRAS ACTIVIDADES	97	12,954
ARRENDAMIENTOS	8	6,022
TOTAL	4,007	40,1213

** Círculos de lectura, lecturas de cuento y de poesía, reseñas literarias y presentaciones de discos compactos y libros.

◆ Planteles visitados con "Libros sobre ruedas", cursos, festivales, homenajes, develaciones de placa, mesas redondas, muestras, seminarios, y conferencias.



ACERVOS ARTISTICOS

DEPENDENCIA	ACTIVIDAD	NUMERO DE EJEMPLARES
CUEC	ACERVO EN BIBLIOTECA	7,172
CUT	ACERVO EN BIBLIOTECA	3,211
DIR. GENER. DE ACTIV. CI NEMATOGRAFICAS	ACERVO EN FILMOTECA	25,000
RADIO UNAM	ACERVO EN FONOTECA	88,500
RADIO UNAM	ACERVO EN DISCOTECA	5,350
TOTAL		129,233

Comentario: Aquí se puede apreciar algunos datos sobre el acervo artístico con el que cuenta la UNAM, por medio de algunas de sus dependencias, quienes ponen a disposición de los estudiantes el material que quieran consultar.

PRODUCCION EDITORIAL

	NUMERO	TIRAJE
CATALOGOS	4	3,300
LIBROS	14	16,000
MATERIALES DE LECTURA	2	2,000
REVISTAS	3	2,000
TOTAL	23	23,300

Comentario: Esta tabla muestra cual es el material editorial que realiza la UNAM, para la lectura de su comunidad universitaria.

ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN 1998

DIRECCION GENERAL DE RADIO UNAM

I. PROGRAMAS	II. NUMERO ^a	III. HORAS TRANSMISION ^b
PRODUCIDOS	2,295	2.296
COPRODUCIDOS	5,555	3.114
PROGRAMACION MUSICAL	3,210	2.339
PROGRAMAS DE CONVENIOS INTERNACIONALES	1,251	568
TOTAL	13,011	8,347

Comentario: Aquí se muestran cual es la cantidad y las horas de transmisión de los programas que ha realizado la universidad, por medio de Radio UNAM.

(a) Incluye retransmisiones

(b) Transmitidos por frecuencia de AM, FM y onda corta



DIRECCION GENERAL DE TV UNAM

	PRODUCIDOS	CO-PRODUCIDOS	TOTAL
PROGRAMAS	348	62	410
SPOTS c	72	36	108
CAPSULAS INFORMATIVAS	14	5	19
TELECONFERENCIAS	3	94	97

Comentario: Aquí se muestran cual es la cantidad de programas que ha realizado la universidad, por medio de TV UNAM.

DIRECCION GENERAL DE TV UNAM

TRANSMISION DE PROGRAMAS	PROGRAMAS	EMISIONES	TIEMPO
CANAL ABIERTO	740	1,047	987:00:00
VIA SATELITE	1,114	1,133	1,113:30:00
TOTAL	1,854	2,180	2,100:30:00

Comentario: Esta tabla muestra de una manera general como TV UNAM transmite sus programas, cuantas emisiones ha tenido y el tiempo completo que cubren todos los programas los cuales son medidos en horas y minutos.

- (a) Incluye retransmisiones
- (b) Transmitidos por frecuencias de AM, FM y onda corta
- (c) Incluye promociones, cortinillas y demos



5.4 MERCADOTECNIA APLICADA A LA CULTURA.

Hasta hace poco, la mercadotecnia y las artes parecían dos términos imposibles de mezclar, ya que el temor a industrializar las actividades culturales ha hecho que promotores y organizaciones artísticas, se mantengan al margen de los posibles beneficios que trae consigo el uso de estrategias mercadológicas.

5.4.I Mercadotecnia Cultural

Se tiene la creencia de que, la posible industrialización de la cultura trae -como consecuencia inevitable- detrimento en la calidad de los eventos que se ofrecen, sin embargo "los estándares de calidad artísticos no están comprometidos cuando las decisiones de mercadotecnia son tomadas"¹ y es posible encontrar un justo equilibrio, el cual depende de cómo se manejen ambos conceptos. Por ello, "para evitar convertir la cultura en un producto, los profesionales de artes deben volverse más, en lugar de menos, deben estar muy involucrados en que decisiones se toman en el proceso de mercadotecnia, cuando éstas afectan las áreas de las cuáles ellos son responsables".²

En últimas fechas la cultura y las artes enfrentan una gran crisis, provocada en parte por la falta de apoyo gubernamental, la gran oferta de actividades de esparcimiento y por los escasos esfuerzos dirigidos a aumentar la demanda de actividades culturales. Este hecho ha ocasionado que muchas organizaciones artísticas, comiencen a considerar la mercadotecnia como un recurso para atraer públicos y generar ingresos, pero cuidando siempre no caer en la comercialización de la cultura y las artes.

Algunos críticos sociales creen que la crisis de las artes esta ocurriendo porque "la oferta ha superado la demanda en el sector cultural y otros creen que las organizaciones artísticas han hecho muy pocos esfuerzos para acomodar la demanda que existe actualmente"³. Teniendo en cuenta que la mercadotecnia, por su propia naturaleza, busca el mercado adecuado en el cual un producto puede ser demandado y exitoso, no resulta extraño que la cultura voltee sus ojos a la mercadotecnia como un recurso útil; sin embargo hay que tener presente que "la mercadotecnia puede ser una herramienta valiosa para los administradores de arte, pero la más sofisticada mercadotecnia no puede triunfar con un producto que no es demandado"⁴.

Es por ello que se vuelve sumamente importante analizar al público, ya que comercializar involucra un intercambio y las organizaciones artísticas deben prepararse para ofrecer "algo" que el consumidor quiere a cambio. Desgraciadamente las instituciones encargadas de la difusión cultural pocas veces estudian al público, sin considerar que el público es la razón de ser

¹ Robert F. Kelly, "The Enemy Within... Marketing in the Arts,

² *Ibidem*

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM

de todo proyecto cultural, por ello es indispensable -al pensar en cualquier proyecto cultural- que se conozca quien va dirigido y a quien puede satisfacer o interesar.

Las estrategias mercadológicas pueden ayudar para que un proyecto cultural sea exitoso. Para lograrlo, el experto en mercadotecnia debe preguntarse primero "qué es lo que necesita ser ofrecido; por tanto, es necesario estudiar el mercado e identificar cuáles son y en que consisten las ofertas existentes"⁵.

Sin embargo, el visualizar las actividades artísticas y culturales como una oferta comercial, es lo que inquieta a las organizaciones artísticas, ya que la creación de un artista no puede depender de lo que el mercado demande, porque de esa manera se limitaría la creatividad; " el objetivo entonces, es mostrar trabajos culturales distintos, más visionarios y ejemplificativos"⁶ con la conciencia de que todo proyecto cultural debe ser dirigido a un público que se siente satisfecho en la medida que se le ofrece la oportunidad de recrearse, sentirse a gusto y festejar a la vez que le ofrece una confrontación crítica con el arte y el tema abordado.

Finalmente, podemos concluir que las organizaciones artísticas y culturales pueden confiar en la mercadotecnia, como una herramienta que puede ayudarles desde el análisis del mercado, o la creación de públicos, hasta la creación de una promoción y difusión adecuada en la que, tanto los espectadores como las organizaciones artísticas, resulten beneficiadas.

5.4.2 Casos Actuales de Mercadotecnia Cultural.

A continuación mencionaremos algunos casos en los que la mercadotecnia ha sido usada exitosamente en la promoción y difusión de eventos culturales.

Oregon Beach Festival

Eugene, Oregon

Director del Proyecto: Neil Archer Roan.

Para el "Oregon Beach Festival" la mercadotecnia y la labor de desarrollo de público estuvieron intensamente ligados en el proyecto Spirituality in Music (Espiritualidad en la Música), realizado con apoyo del programa Arts Partners. El Festival desarrolló estrategias de mercado que, en algunos casos, sirvieron como herramientas para el desarrollo de un público.

El reto de la estrategia de mercadeo era conservar al núcleo de seguidores que se había formado anteriormente, incluir a otros miembros de la comunidad y ubicar al Festival como un recurso de la comunidad. Una parte fundamental de este esfuerzo, fue la sección del Festival llamada Creative Journeys (Viajes Creativos), que consistió en actividades y publicaciones destinadas a involucrar en el proyecto al público activo y a públicos potenciales desde mucho antes del inicio del Festival.

5 José Antonio Meyer, Planeación Financiera y Mercadotecnia Cultural.

6 Ibidem.



Estrategia

La estrategia clave es ofrecer diferentes niveles de participación, para que sea más fácil lograr un compromiso. Cada elemento también tendría impacto en la promoción de otras actividades de Creative Journeys y estimularía la participación de un nivel más alto.

Plan de Implantación:

- Insertar boletines.
- Línea de teléfono directa y exclusiva
- Imprimir carteles,
- Anuncios en Prensa.
- Grabaciones y Publicaciones
- Volantes anunciando la serie de conferencias.
- Folletos del Festival enviados por correo.
- Encuentros públicos cada dos semanas.
- Segundas inserciones en prensa.
- Tarjeta de evaluación por parte de los suscriptores.

Theather Artaud San Francisco Ping Chong & Co. Nueva York

Theather Artaud de San Francisco y Ping Chong & Co. De Nueva Cork, planearon el desarrollo de un proyecto para analizar aspectos de la cultura, la historia y la identidad panasiática desde una perspectiva global.

Los socios planearon documentar todo el proyecto, coleccionando materiales impresos y mediante videos, audio o transcripción de cintas.

Las posibilidades para material impreso incluían notas de reuniones, artículos, críticas, el libreto, la documentación de la presentación, el programa, un catálogo de los elementos de artes visuales del proyecto, transcripciones de las actividades de residencia. Cartas a la comunidad, notas de evaluación e informes finales.

Los medios que podían documentar el desarrollo del trabajo, de las actividades de la residencia y las presentaciones, incluían video y fotografía, además de materiales de la cobertura por radio y televisión. Estos materiales también podrían ser utilizados en la promoción impresa, de radio y televisión del trabajo.

Theather Artaud planeó la utilización de los siguientes mecanismos para medir el impacto del proyecto:



- Encuestas de público, insertadas en los programas de mano y recogidos en el vestíbulo por voluntarios, bilingües.
- Informes del gerente del teatro con datos acerca de la demografía y características del público.
- Un evento comunitario/fiesta de agradecimiento/sesión de evaluación.
- Entrevistas con personas que no asistieron a las actividades de la residencia y/o a las presentaciones.
- Sesiones de evaluación/grupos de análisis con el comité de asesores de la comunidad.
- Sesiones de evaluación acerca de los componentes artísticos, de desarrollo de público y componentes administrativos.
- Evaluación del impacto del proyecto en la organización por los miembros de Theater Artaud y el consejo de directores.

**Rutgers University
Estrategias de Comunicación
Lance Olson**

La residencia de Alwin Nikolais y Murray Louis, en Rutgers University, fue diseñada para desarrollar técnicas apropiadas para ampliar el público de la danza. Si bien dicha residencia artística fue muy exitosa, no podemos decir que haya sido fácil. Lance Olson, Decano Asistente de Arts Programing de la Universidad, describe su experiencia de la siguiente manera:

"Establecimos contacto con más de cincuenta líderes de otras comunidades, invitándolos a participar. La mayoría de ellos respondió cortésmente, pero cuando se les presionó para que participaran, algunos de ellos respondieron diciendo que Rutgers nunca había colaborado con ellos".

"Lo volvimos a intentar. Esta vez pedimos apoyos con aspectos específicos de la programación que aportarían un mayor servicio a sus comunidades. Agregar gente al Comité de programación es una técnica común que obtuvo el resultado usual: algún tipo de participación durante un período corto, pero ningún compromiso real con el éxito del evento".

"Sin embargo, encontramos un socio verbalmente entusiasta que no participó tan activamente como esperábamos, pero que sí pareció interesarse y siguió asistiendo a las reuniones. En la actualidad tenemos un proyecto de colaboración en el que este socio tiene un compromiso financiero importante. Ambos se benefician de los resultados y ambos están tratando de llegar a comunidades específicas con resultados específicos en mente. Ambos comparten el objetivo de impulsar la conciencia cultural, impulsando, generalizando de lo específico a lo cultural. El artista conoce nuestros objetivos y ha sido un tercer socio que sugiere y facilita las formas para alcanzarlos".



"El trabajo es muy intenso, estoy aprendiendo que una buena colaboración tiene:

- Compromiso financiero tan fuerte que nos impacta.
- Comunicación desde el principio y constante.
- Desacuerdos, trauma, miedo.
- Objetivos comunes definidos y por escrito.
- Gente buena, dispuesta a luchar por su visión.
- Resultados suficientemente importantes para justificar el extraordinario esfuerzo desplegado".

"Esto, es una especie de curso que podríamos llamar *Presenting 101* (Principios Básicos de Promoción Cultural):

- Manténgase en contacto con su mercado.
- Elija programaciones atractivas para la gente a la que se interesa llegar.
- Prevea los próximos años, tenga en cuenta los últimos cinco años.
- Escuche ahora.
- Sígale la pista al dinero.
- Escoja a sus colaboradores cuidadosamente
- Sea honesto con usted mismo.
- Hable de lo que está haciendo y por qué lo hace, tan a menudo como pueda, con cualquiera que quiera escuchar.
- Diga la verdad, asuma las consecuencias, comparta".

Michigan Opera Theater

Para este caso el Marketing fue una herramienta indispensable para poder lograr los fines y metas que se habían propuesto, ya que la Michigan Opera Theater, es una sociedad no lucrativa, que buscaba brindar un servicio más satisfactorio hacia su cliente, por medio de instalaciones y presentaciones con artistas de talla internacional.

La Michigan Opera Theater como sociedad no lucrativa desarrollo dos programas de marketing:

- Obtener fondos para la edificación de nuevas instalaciones
- Atraer públicos a sus representaciones

Estos programas los realizó eficientemente, ya que al captar los fondos necesarios por parte de personas o grupos encargados en esta actividad, daban a conocer al público los beneficios que obtendrían al contar con un inmueble de calidad y el prestigio que tendría la ciudad al realizar este tipo de eventos, puesto que la Michigan Opera Theater es actualmente una de las más prestigiadas a nivel mundial



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM

Como resultado de realizar presentaciones con artistas de talla internacional, la asistencia ha aumentado día con día, sin ser un problema como antes lo era.

**Instituto nacional de Bellas Artes.
Estrategias de Difusión.**

Uno de los casos que podemos mencionar en nuestro país es el del Instituto Nacional de Bellas Artes que, en materia de comunicación, ha desempeñado una importante labor de difusión; sin embargo, se ha limitado al uso de los medios tradicionales. Para llevar las estrategias de información a un óptimo nivel, el INBA explora más a fondo el perfil de su público destinatario y emprende una tarea de sistematización de los criterios que sirven de soporte a su comunicación institucional.

Los públicos del INBA se han definido como una población tradicionalmente sensible a las manifestaciones artísticas, prácticamente cautiva en lo que a su disposición a la cultura se refiere. La creación de nuevos públicos es, justamente una de las grandes asignaturas pendientes de la Institución y la tarea debe emprenderse en varias vertientes, enriqueciendo por un lado la oferta y utilizando, por el otro, las técnicas especializadas para convocar a nuevos asistentes.

Posicionamiento del Palacio de Bellas Artes.

El Palacio de Bellas Artes reafirmará y revitalizará su posición como uno de los más importantes centros culturales de México; ofrecerá una programación nacional e internacional de excelencia artística, que confirme y amplíe su gran capacidad de convocatoria en los diversos sectores de la sociedad.

Por lo anterior se está intentando desarrollar un proyecto integral que, en beneficio de sus públicos, involucre a los museos, salas Manuel M. Ponce, Adorno Boari y la explanada y que, mediante la optimización de recursos, permita ofrecer -de manera permanente- servicios de excelencia.

En coordinación con la Dirección de Difusión y Relaciones Públicas, se busca mejorar la difusión del programa de actividades del Palacio de Bellas Artes, mediante el aumento del tiraje de sus publicaciones, la utilización de medios electrónicos y nuevas estrategias publicitarias. Además será instrumentado un nuevo concepto de publicidad acorde al espacio, la programación y el público del palacio de Bellas Artes.



Capítulo VI

Investigación de

Mercados



6.I METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS.

Con el fin de conocer la opinión de la comunidad universitaria, así como el interés que manifiesta y el nivel de su participación en los eventos culturales y artísticos que realiza la UNAM, se realizará una Investigación de Mercados.

6.II Objetivos de la Investigación.

Para que la Investigación de Mercados sea una herramienta útil en la realización de este Proyecto, describiremos los objetivos que pretende cubrir:

- Obtener el grado de conocimiento de la comunidad universitaria, acerca de los espacios, servicios y beneficios que le ofrece la Universidad en el ámbito cultural.
- Investigar las causas y razones por las que los miembros de la comunidad universitaria no asisten a los eventos culturales y artísticos que les ofrece la UNAM.
- Investigar la percepción que puede existir en los diferentes Foros y Espacios por cuanto a la asistencia de la comunidad universitaria a las diversas actividades que presentan.
- Investigar el punto de vista de la Coordinación de Difusión Cultural en relación al nivel cultural, en promedio y por segmentos, de la comunidad universitaria.
- Obtener sustentos para la realización de la Campaña Publicitaria.



6.1.2 Determinación de la Muestra.

Para determinar la muestra es necesario establecer primero cuál es nuestro universo o población a investigar. En este caso estamos hablando del total de la comunidad universitaria; es decir estudiantes, académicos, investigadores y personal administrativo que hay en todas las instalaciones de la UNAM. (Consultar Cap. II)

DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN.

Cuestionario 1.

El primer cuestionario será aplicado a estudiantes, personal académico y personal administrativo.

- ESTUDIANTES

Jóvenes Universitarios. Personas que se encuentren realizando estudios a nivel licenciatura en la Universidad Nacional Autónoma de México, campus Ciudad Universitaria (C.U)

- PERSONAL ACADÉMICO Y ADMINISTRATIVO

En este rango incluimos a todo el personal docente especializado en la formación académica de los estudiantes universitarios y al personal encargado de llevar a cabo la organización y procedimientos administrativos, para la supervisión y control de las actividades universitarias.

Cuestionario 2.

- PERSONAL ENCARGADO DE DEPENDENCIAS QUE OFRECEN SERVICIOS CULTURALES

Incluye a todo el personal especializado, encargado de alguna dependencia que difunda todas aquellas actividades culturales y artísticas que ofrece la universidad.

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS.

Cuestionario 1

ESTUDIANTES.

- ◆ Hombres y Mujeres
- ◆ Que tengan de 18 a 25 años.
- ◆ Que realicen estudios en las Facultades e Institutos de Ciudad Universitaria

PERSONAL ACADÉMICO Y ADMINISTRATIVO.

- ◆ Hombres y Mujeres.
- ◆ Que presten algún servicio en Ciudad Universitaria
- ◆ Con rango de edad indefinido.



6.13 TAMAÑO DE LA MUESTRA

"Una muestra es un segmento de una población, seleccionado como representativo de la población entera."¹ Lo ideal es que la muestra sea lo bastante representativa como para permitir estimar con exactitud las opiniones y los comportamientos de la población correspondiente.

Questionario 1

La muestra se determinó con la fórmula para calcular muestras de poblaciones finitas, que es la siguiente:

$$n = \frac{\sigma^2 Npq}{e^2 (N-1) + \sigma^2 pq}$$

σ = Nivel de confianza.

p = Probabilidad a favor.

q = Probabilidad en contra.

N = Universo o Población.

n = Número de elementos (tamaño de la muestra).

e = Error de Estimación (precisión en los resultados).

Para la determinación de la muestra se consideró un grado de precisión de 5% para un nivel de confianza del 95%, suponiendo después de un análisis previo de la situación, que la participación de estudiantes, académicos y personal administrativo en los eventos culturales es de un 25 %.

El tamaño de la muestra se determinó de la siguiente manera:

σ = 1.96

p = 75%

q = 25%

e = 5%

N = 331.638²

n = tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1.96)^2 (331.638) (0.25) (0.75)}{(0.05)^2 (331.638 - 1) + (1.96)^2 (0.75)(0.25)}$$

$$n = \frac{(3.84) (333.638) (0.1875)}{(.0025) (331.637) + (3.84) (0.1875)} = \frac{238,779.36}{829.8125} = 287.75098$$

n = 288 cuestionarios a aplicar.

¹ Philip Kotler, "Mercadotecnia", Pag. 139

² Universo obtenido sumando el total de estudiantes, personal académico y administrativo. (Ver La UNAM en Cifras, Cap. II)



Cuestionario 2

Para el cuestionario No. 2 (Recintos y Foros que difunden la cultura) se considera una muestra obtenida a través de la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{\sigma^2 Npq}{e^2 (N-1) + \sigma^2 pq}$$

σ = Nivel de confianza

N = Universo o Población.

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

n = Número de elementos (tamaño de la muestra)

e = Error de Estimación (precisión en los resultados).

$$n = \frac{(1.96)^2 (23) (0.26) (0.74)}{(.05)^2 (23-1) + (1.96)^2 (0.26) (0.74)}$$

$$n = \frac{3.84 (4.4252)}{(.0025) (22) + (3.84) (.1924)} = \frac{16.9927}{.7938} = 21.40$$

σ = 1.96

N = 23

p = 26 %

q = 74%

e = 5%

n = Número de elementos



6.1.4 Método de Muestreo Probabilístico.

En este caso deseamos que la muestra sea representativa de la población, por lo cual emplearemos métodos de muestreo probabilístico en ambos cuestionarios.

Cuestionario 1

El método utilizado en el muestreo es el estratificado, debido a que la muestra está conformada por grupos homogéneos, es decir estudiantes que asisten a Ciudad Universitaria.

Para este método es necesario formar grupos llamados estratos, que en este caso serán formados basándose en el área de estudios a la cual pertenecen. Las cuatro áreas establecidas como los estratos para nuestra investigación son:

1. Físico-Matemáticas e Ingenierías
2. Ciencias de la Salud.
3. Ciencias Sociales.
4. Humanidades y Artes

ESTRATOS	PORCENTAJE	No. CUESTIONARIOS
1. FISICO-MATEMATICAS E INGENIERIAS Ciencias Ingeniería Arquitectura	23 %	66
2. CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD. Medicina Química Psicología Veterinaria Odontología	27 %	78
3. CIENCIAS SOCIALES Contaduría Y Admón. Economía	41 %	118
4. HUMANIDADES Y ARTES Derecho Ciencias Políticas Filosofía Trabajo Social	9 %	26

Los porcentajes fueron obtenidos de acuerdo al porcentaje total de la población estudiantil universitaria que se encuentra en cada uno de los estratos.
Las cifras están redondeadas a números enteros.



Cuestionario 2

El método de muestreo utilizado en este cuestionario es el aleatorio simple, que se selecciona a modo de que cada miembro de la población tenga la misma oportunidad de pertenecer a la muestra.

El cuestionario 2 será aplicado en los siguientes foros culturales:

- ◆ Sala José Revueltas y Julio Bracho.
- ◆ Centro Universitario de Teatro (CUT)
- ◆ Sala Carlos Chávez
- ◆ Teatro Juan Ruiz de Alarcón
- ◆ Teatro Sor Juana Inés de la Cruz
- ◆ Sala Miguel Covarrubias
- ◆ Sala Nezahualcoyotl
- ◆ Antigua Colegio de San Ildefonso
- ◆ Museo Universitario de Ciencias y Artes (MUCA)
- ◆ MUCA Roma
- ◆ Casa del Libro
- ◆ Casa de los Mascarones
- ◆ Academia de San Carlos
- ◆ Palacio de Minería
- ◆ Teatro Santa Catarina
- ◆ Casa del Lago
- ◆ Salón "El Generalito"
- ◆ Teatro Arquitecto Carlos Lazo.



6.1.5 Mapas de Localización de la Muestra (CUESTIONARIO I)





Mapas de Localización de la Muestra (Cuestionario 2)



LOCALIZACIÓN CASA DEL LAGO



COLONIA SANTA MARÍA LA RIBERA COLONIA CUAUHTÉMOC





6.1.6 Elaboración de Cuestionarios.

Para que la información que se obtendrá mediante la investigación de mercados sea útil, las series de preguntas que conformen los cuestionarios deben ser congruentes con los objetivos de la información.

CUESTIONARIO I

Tipo de Pregunta	Descripción	Tipo de información obtenida	No. De preguntas realizadas
Introductorias	Tienen por finalidad atraer la atención de los entrevistados	Datos generales	Sexo Facultad Ocupación Edad
Abiertas	Preguntas que el encuestado puede responder prácticamente a su voluntad.	Amplitud de información acerca de los eventos culturales	Pregunta 1 Pregunta 4 Pregunta 24 Pregunta 25 Pregunta 27 Pregunta 28 Pregunta 30 Pregunta 31
Cerradas O Dicotómicas	Son aquellas en las que su posible respuesta se limita por contener en su texto, las posibles alternativas de respuesta.	Conocer un dato específico sobre el conocimiento y gusto por los eventos.	Pregunta 2 Pregunta 9 Pregunta 14 Pregunta 23 Pregunta 26 Pregunta 29 Pregunta 32
Opción Múltiple	Preguntas que ofrecen tres o más opciones de respuesta, que se encuentran casi exhaustivamente previstas, pero dejan abierta la posibilidad de que el entrevistado se refiera a un extremo distinto de los predeterminados	Permite conocer diversas conductas y opiniones de los encuestados, acerca de: -Medios de comunicación -Frecuencia de usos -Preferencias.	Pregunta 3 Pregunta 5 Pregunta 6 Pregunta 10 Pregunta 11 Pregunta 12 Pregunta 13 Pregunta 15 Pregunta 16 Pregunta 17 Pregunta 18 Pregunta 19 Pregunta 20
Escala de Evaluación	Una escala que califica un atributo. En ella se pide al encuestado que exprese un juicio de valor.	Evaluar en impacto de la publicidad y sus medios para difundirla.	Pregunta 7 Pregunta 8

**La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM**

CUESTIONARIO 2

Tipo de Pregunta	Descripción	Preguntas realizadas	Tipo de información obtenida
Introdutorias	Tienen por finalidad atraer la atención de los entrevistados		Foro Cultural
Abiertas	Preguntas en las que la persona puede responder prácticamente a su voluntad.	Pregunta 1 Pregunta 9	Conocimiento de eventos Acciones tomadas para incrementar la asistencia.
Cerradas	Son aquellas en las que su posible respuesta se limita por contener en su texto, las posibles alternativas de respuesta.	Pregunta 6	Opinión acerca de posibles mejoras en cartelera.
Escala de Evaluación	Una escala que califica un atributo. En ella se pide al encuestado que exprese un juicio de valor.	Pregunta 5 Pregunta 7	Influencia de la publicidad. Evaluación de la asistencia de la comunidad Universitaria.
Respuesta Múltiple	Preguntas que ofrecen tres o más opciones de respuesta, que se encuentran casi exhaustivamente previstas, pero dejan abierta la posibilidad de que el entrevistado se refiera a un extremo distinto de los predeterminados	Pregunta 3 Pregunta 4 Pregunta 8 Pregunta 10 Pregunta 11	Conocer la demanda de los eventos. Conocer los medios publicitarios más empleados. Conocer los factores de inasistencia. Conocer los beneficios ofrecidos a la comunidad. Conocer que tanto los foros conocen la demanda de cada tipo de evento.



CUESTIONARIO 3

Tipo de Pregunta	Descripción	Preguntas realizadas	Tipo de información obtenida
Introductorias	Tienen por finalidad atraer la atención de los entrevistados	Foro Sexo Edad Ocupación	Saber quién asiste a los eventos
Abiertas	Preguntas en las que la persona puede responder prácticamente a su voluntad.	Pregunta 6	Sugerencias que proponen los asistentes
Cerradas	Son aquellas en las que su posible respuesta se limita por contener en su texto, las posibles alternativas de respuesta.	Pregunta 1	Conocimiento de participación.
Escala de Evaluación	Una escala que califica un atributo. En ella se pide al encuestado que exprese un juicio de valor.	Pregunta 5	Evaluación del evento
Respuesta Múltiple	Preguntas que ofrecen tres o más opciones de respuesta, que se encuentran casi exhaustivamente previstas, pero dejan abierta la posibilidad de que el entrevistado se refiera a un extremo distinto de los predeterminados	Pregunta 2 Pregunta 3 Pregunta 4	Demanda de eventos Frecuencia de participación Conocer los medios de comunicación con más impacto



6.2 ANALISIS DE RESULTADOS

Cuestionario 1

El análisis de este cuestionario está basado en la opinión de cada área de estudio, con el objetivo de conocer cuál de ellas asiste con mayor regularidad a los eventos culturales y artísticos. Así mismo, permite realizar un diagnóstico sobre el grado de conocimiento de los medios de difusión que maneja actualmente la Coordinación de Difusión Cultural; al mismo tiempo que nos permite conocer las inquietudes de los diferentes tipos de estudiantes que conforman la comunidad universitaria.

Cuestionario 2

Este cuestionario analiza la percepción que tienen los directivos y administrativos de los foros culturales, sobre el servicio que prestan, y la asistencia de los universitarios a las actividades culturales y artísticas. También permite conocer los medios de difusión por los cuales informan a la comunidad universitaria de los eventos.

Análisis Comparativo

Este análisis muestra las diferencias de evaluación, por tipo de evento, entre el prestador del servicio cultural (foros universitarios) y su mercado potencial (comunidad universitaria). Cabe señalar que este análisis mostrará sólo los eventos a los que la comunidad universitaria asiste con mayor frecuencia que son: cine, danza, música, teatro



6.2.I Tabulación

A continuación presentaremos la tabulación de las preguntas de los cuestionarios aplicados.

CUESTIONARIO I

¿CONOCES LOS EVENTOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES DE LA UNAM?

			AREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
CONOC	Si	Número de Casos	65	58	86	22	231
		Porcentaje por Área	98.5%	74.4%	72.9%	84.6%	80.2%
	No	Número de Casos	1	20	32	4	57
		Porcentaje por Área	1.5%	25.6%	27.1%	15.4%	19.8%
TOTAL	Número de Casos	66	78	118	26	288	
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Mas de la mitad de la comunidad universitaria encuestada en las cuatro áreas en estudio si conocen los eventos culturales y artísticos que realiza la UNAM, se puede apreciar que:

- El 98.5% del área 1 conoce los eventos culturales y artísticos que difunde la UNAM.
- Los estudiantes pertenecientes al área 2, el 74.4% conoce los eventos.
- El 72.9% de los universitarios pertenecientes al área 3, si conocen a los eventos que presenta la UNAM.
- La comunidad universitaria pertenecientes al área 4 de humanidades y artes conoce los eventos 84.6%.

COMENTARIO: En esta tabla se puede ver cuales son las áreas que conocen mas la cultura y las artes, siendo la de Humanidades y Artes la que mayor numero de alumnos asisten a dichos eventos, este gusto se debe porque se sienten mas identificados con esos temas debido a su formación que tienen en sus carreras, ante esto la Coordinación de Difusión Cultural, debe de poner mayor interés en las otras tres áreas no afines a la cultura y las artes para captar mayor asistencia.



ASISTENCIA A LOS EVENTOS

		ÁREA				Total
		Físico Matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
Si	Número de Casos	24	23	44	12	103
	Porcentaje por Área	36.4%	29.5%	37.3%	46.2%	35.8%
No	Número de Casos	42	55	74	14	185
	Porcentaje por Área	63.6%	70.5%	62.7%	53.8%	64.2%
TOTAL	Número de Casos	66	78	118	26	288
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Mas de la mitad de la comunidad universitaria encuestada en las cuatro áreas en estudio no asisten a los eventos culturales y artísticos que realiza la UNAM, se puede apreciar que:

- El 63.6% del área 1 no asiste mientras que solo un 36.4% si asiste a los eventos.
- Los estudiantes pertenecientes al área 2, el 70.5% no asiste a los eventos, en contraste con solo el 29.5% que si les gusta asistir a los eventos.
- El 62.7% de los universitarios pertenecientes al área 3 no asisten a las actividades culturales y artísticas, mientras que solo un 37.3% si lo hacen.
- La comunidad universitaria pertenecientes al área 4 de humanidades y artes no asiste el 53.8% mientras que si asiste el 46.2%.

COMENTARIO: En esta tabla se puede ver cuales son las áreas que participan mas en la cultura y las artes, siendo la de Humanidades y Artes la que mayor numero de alumnos aporta a dichos eventos. Este interés se debe porque se sienten mas identificados con esos temas debido a su formación que tienen en sus carreras, ante esto la Coordinación de Difusión Cultural, debe de poner mayor interés en las otras tres áreas no afines a la cultura y las artes para captar mayor asistencia.



¿QUÉ TAN IMPORTANTES CONSIDERAS QUE SON LA CULTURA Y LAS ARTES?

		ÁREAS				TOTAL
		Físico Matemáticas e Ingeniería	Ciencias Biológicas y de la Salud	Ciencias Sociales	Humanidades y Artes	
Muy Importantes	Número de Casos	10	5	33	18	66
	Porcentaje por área	15.2%	6.4%	28.0%	69.2%	22.9%
Relativamente Importantes	Número de Casos	11	20	45	8	84
	Porcentaje por área	16.7%	25.6%	38.1%	30.8%	29.2%
Poco Importantes	Número de Casos	12	29	37		78
	Porcentaje por área	18.2%	37.2%	31.4%		27.1%
No son Importantes	Número de Casos	33	24	3		60
	Porcentaje por área	50.0%	30.8%	2.5%		20.8%
Total	Número de Casos	66	78	118	26	288
	Porcentaje por área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: La comunidad Universitaria considera que la cultura y las artes son Medianamente Importantes en su formación profesional. Sin embargo esta importancia varia según el área de estudio de la que se este hablando, de esta manera:

a) El 50% de la muestra que pertenece al área 1 Físico-Matemáticas e Ingenierías, considera que la cultura y las artes no son importantes para su formación profesional. Mientras que sólo el 15% lo considera importante en la formación.

b) Los estudiantes del área 2, consideran la cultura y las artes poco importantes para su formación en un 37.2%, pero sólo el 6.4% considera que son muy importantes en su formación.

c) En el área 3 (Sociales), el 38.1 % de la muestra recabada opinó que la cultura y las artes son relativamente importantes en la formación profesional, porcentaje que es muy parecido a la población que considera estos aspectos pocos importantes. No obstante, sólo un pequeño porcentaje (2.5%) considero que no son importantes.

d) El área 4, considera en su gran mayoría (69.2%) que la cultura y las artes son muy importantes en su formación profesional. Es importante señalar que en la muestra recaba de Humanidades y Artes no menciona las opciones poco importante y no es importante.

COMENTARIO: La Coordinación debe crear estrategias distintas para cada segmento del mercado, y poner más énfasis en el área 1 y 2 que son las que dan menos importancia a los aspectos culturales y artísticos dentro de su formación profesional.



¿QUÉ DEBERÍA HACER LA UNAM PARA DESPERTAR TU INTERÉS Y PARTICIPACIÓN A LOS EVENTOS?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
ACCIONES	Mayor Difusión	Número de Casos	37	41	48	7	133
		Porcentaje por Área	90.2%	74.5%	64.9%	50.0%	72.3%
	Mejores precios para académicos y estudiantes	Número de Casos	1	4	5	3	13
		Porcentaje por Área	2.4%	7.3%	6.8%	21.4%	7.1%
	Más horarios	Número de Casos		5	17	4	26
		Porcentaje por Área		9.1%	23.0%	28.6%	14.1%
	Otros	Número de Casos	3	5	4		12
		Porcentaje por Área	7.3%	9.1%	5.4%		6.5%
Total	Número de Casos	41	55	74	14	184	
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Como puede apreciarse en las tablas para los estudiantes universitarios la UNAM debería aumentar la Difusión; aunque para el área 3 y 4 otra acción significativa es crear mejores horarios.

- En el área 1, el 90.2% de la población opina que necesita mayor difusión.
- El 74.5% de la población menciona que se requiere mayor difusión para que participen en los eventos.
- El 64.9 % de los universitarios del área 3, dicen que se requiere de mayor difusión en sus escuelas y facultades para asistir a los eventos.
- En el área de Humanidades y Artes, el 50% de los encuestados mencionan que se requiere de mayor difusión para enterarse de los eventos.

COMENTARIO: Como se puede ver, la mayoría de la población considera insuficiente la difusión que se está manejando actualmente para la difusión de las actividades culturales y artísticas. Sin embargo, este indicativo puede ser engañoso, ya que existen muchos medios de comunicación y difusión de las actividades.

Esto nos lleva a inclinarnos porque la falta de interés y la baja percepción de la importancia de la cultura y las artes por parte de los alumnos, es la real causa de su escasa participación en ellas.



¿CONSIDERAS QUE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN UNAM SON?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
EVALUACIÓN	Muy Malos	Número de Casos	28	8	7	1	44
		Porcentaje por Área	42.4%	10.3%	5.9%	3.8%	15.3%
	Malos	Número de Casos	16	13	21	1	51
		Porcentaje por Área	24.2%	16.7%	17.8%	3.8%	17.7%
	Regulares	Número de Casos	17	39	65	17	138
		Porcentaje por Área	25.8%	50.0%	55.1%	65.4%	47.9%
	Buenos	Número de Casos	5	16	24	7	52
		Porcentaje por Área	7.6%	20.5%	20.3%	26.9%	18.1%
	Muy Buenos	Número de Casos		2	1		3
		Porcentaje por Área		2.6%	.8%		1.0%
TOTAL	Número de Casos	66	78	118	26	288	
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: La tabla muestra la evaluación de los medios según la opinión de la comunidad universitaria.

- El 42.2% de los alumnos de área 1 dicen que los medios son Muy Malos.
- El 50% de los universitarios encuestados del área 2 mencionan que los medios que se utilizan son Regulares.
- Mientras que el 55.1% de los universitarios del área 3 dicen que los medios son Regulares.
- En el área 65.4% de la población también coinciden con las evaluaciones de la áreas 2 y 3 y los evalúa como Regulares.

COMENTARIO: Como se puede ver los universitarios en general e incluso el área 4 consideran que la universidad debe de mejorar la utilización de los medios informativos que utiliza para difundir sus actividades culturales y artísticas.



**¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN TE INFORMAS DE LOS EVENTOS QUE
REALIZA LA UNAM?**

MEDIOS		ÁREA				TOTAL
		ÁREA 1 Físico Matemáticas	ÁREA 2 Ciencias Biológicas	ÁREA 3 Sociales	ÁREA 4 Humanidades y Artes	
Radio	No. de Respuestas	7	6	14	3	30
	% por Área	9.9%	7.8%	9.3%	7.3%	8.8%
Televisión	No. de Respuestas	5	12	18	5	40
	% por Área	7.0%	15.6%	12.0%	12.2%	11.8%
Revistas	No. de Casos	5	8	11	3	27
	% por Área	7.0%	10.4%	7.3%	7.3%	8.0%
Gacetas	No. de Casos	17	17	35	7	76
	% por Área	23.9%	22.1%	23.3%	17.1%	22.4%
Periódicos	No. de Casos	5	9	13	6	33
	% por Área	7.0%	11.7%	8.7%	14.6%	9.7%
Carteles	No. de Casos	17	12	34	9	72
	% por Área	23.9%	15.6%	22.7%	22.0%	21.2%
Compañeros	No. de Casos	11	4	13	3	31
	% por Área	15.5%	5.2%	8.7%	7.3%	9.1%
Profesores	No. de Casos	0	6	4	3	13
	% por Área	0%	7.8%	2.7%	7.3%	3.8%
Internet	No. de Casos	4	2	3	2	11
	% por Área	5.6%	2.6%	2.0%	4.9%	3.2%
Otros	No. de Casos	0	1	5	0	6
	% por Área	0%	1.3%	3.3%	0%	1.8%
TOTAL	No. de Casos	71	77	150	41	339
	% por Área	20.9%	22.7%	44.2%	12.1%	100%

NOTAS: La comunidad estudiantil en su mayoría se informa de los eventos culturales a través de gacetas un 22.4% y por medio de carteles un 21.2%, poniendo de manifiesto que hay un total desconocimiento por los otros medios de difusión.

- En el área 1 el medio más utilizado por los universitarios es la gaceta y los carteles con un 23.9% los dos casos.
- Los estudiantes del área 2, el 22.1% consultan la gaceta, mientras otro 15.6% consultan los carteles.
- Los universitarios encuestados pertenecientes al área 3, el 23.3% consulta la gaceta, mientras que el 22.7% recurre a los carteles para enterarse.
- En el área 4 el 22% recurre a los carteles en primer instancia, seguidos por un 17.1% los cuales leen carteles.

COMENTARIO: Como se puede apreciar los medios más utilizados por los estudiantes para conocer los eventos que se presentan en la universidad, son los carteles y la gaceta universitaria, esto ocasionando por el desconocimiento de la existencia de otros medios informativos.



**¿POR QUÉ RAZÓN NO ASISTES A LOS EVENTOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS QUE
OFRECE LA UNAM?**

RAZONES		ÁREA				TOTAL
		ÁREA 1 Físico- Matemáticas	ÁREA 2 Ciencias Biológicas	ÁREA 3 Sociales	ÁREA 4 Humanidades y Artes	
No me agrada	No. de Respuestas	15	8	0	0	23
	% por Área	15.6%	8.7%	0%	0%	6.8%
No conoce o no se entera	No. de Respuestas	59	46	70	9	184
	% por Área	61.5%	50.0%	54.7%	42.9%	54.6%
No tengo tiempo	No. de Casos	18	33	33	8	14
	% por Área	18.8%	25.8%	25.8%	38.1%	4.2%
Falta de costumbre	No. de Casos	4	25	20	1	84
	% por Área	4.2%	27.2%	15.6%	4.8%	24.9%
Otros	No. de Casos	0	6	5	3	32
	% por Área	0%	6.5%	3.9%	14.3%	9.5%
TOTAL	No. de Casos	96	92	128	21	
	% por Área	28.5%	27.3%	38.0%	6.2%	100.0%

NOTAS: La comunidad universitaria contempla varias razones por las cuales no puede asistir a las actividades culturales y artísticas, sobresaliendo la razón de No conoce o no se entera un 54.6 del total de la población.

- a) Las cuatro áreas en estudio peculiarmente coincidieron en la misma razón, el 61.5% de su población pertenece al área 1, del área 2 el 50% tuvieron dicha razón, mientras que el 54.7% pertenece al área 3 y un 42.9 fue del área de Humanidades y Artes.

COMENTARIO: La razón de no conoce o no se entera, es la que predomina sobre las demás razones, debido al poco interés de los universitarios hacia estos temas, además de contar con escasos medios informativos para enterarse de los eventos.



¿QUÉ DEBERIA HACER LA UNAM PARA DESPERTAR TU INTERÉS PARA ASISTIR A EVENTOS?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
ACCIONES	Mayor Difusion	Número de Casos	37	41	48	7	133
		Porcentaje por Área	90.2%	74.5%	64.9%	50.0%	72.3%
	Mejores precios para academicos y estudiantes	Número de Casos	1	4	5	3	13
		Porcentaje por Área	2.4%	7.3%	6.8%	21.4%	7.1%
	Más horarios	Número de Casos		5	17	4	26
		Porcentaje por Área		9.1%	23.0%	28.6%	14.1%
	Otros	Número de Casos	3	5	4		12
		Porcentaje por Área	7.3%	9.1%	5.4%		6.5%
	Total	Número de Casos	41	55	74	14	184
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Como puede apreciarse en la tabla, para los estudiantes universitarios la UNAM debería aumentar su Difusión; aunque para el área 3 y 4 otro acción significativa es crear más o mejores horarios.

- En el área 1, el 90.2% de la población dice que se necesita mayor difusión.
- El 74.5% de la población menciona que se requiere mayor difusión para que asistan a los eventos.
- El 64.9% de los universitarios de la área 3, dicen que requieren de mayor difusión en sus carreras para asistir a los eventos.
- En el área de Humanidades y Artes el 50% de los encuestados mencionan que requieren de mayor difusión para enterarse de los eventos.

COMENTARIO: Como se puede ver la mayoría de la población considera insuficiente la difusión que se esta manejando actualmente para la difusión de las actividades culturales y artísticas.



¿CONSIDERAS QUE LOS MEDIOS DE DIFUSION UNAM SON?

			AREA				TOTAL
			Fieico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
EVALUACIÓN	Muy Malos	Número de Casos	28	8	7	1	44
		Porcentaje por Área	42.4%	10.3%	5.9%	3.8%	15.3%
	Malos	Número de Casos	16	13	21	1	51
		Porcentaje por Área	24.2%	16.7%	17.8%	3.8%	17.7%
	Regulares	Número de Casos	17	39	65	17	138
		Porcentaje por Área	25.8%	50.0%	55.1%	65.4%	47.0%
	Buenos	Número de Casos	5	16	24	7	52
		Porcentaje por Área	7.6%	20.5%	20.3%	26.9%	18.1%
	Muy Buenos	Número de Casos		2	1		3
		Porcentaje por Área		2.6%	.8%		1.0%
TOTAL		Número de Casos	66	78	118	26	288
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: La tabla muestra la evaluación de los medios según la opinión de la comunidad universitaria.

- El 42.4% de los alumnos del área 1 dicen que los medios son Muy Malos.
- El 50% de los universitarios encuestados del área 2 mencionan que los medios que se utilizan son Regulares.
- Mientras que el 55.1% de los universitarios del área 3 dicen que los medios son Regulares
- En el área 4 el 65.4% de la población también coinciden con las evaluaciones de las áreas 2 y 3 y los evalúa como Regulares.

COMENTARIO: Como se puede ver la Universidad debe de mejorar la utilización de los medios informativos que utiliza para difundir sus actividades culturales y artísticas y sobre todo poner mayor atención en el área 1, quien evalúa los medios como muy malos.



¿ESCUCHAS RADIO UNAM?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
Sí	Número de Casos	8	12	17	5	42	
	Porcentaje por Área	12.1%	15.4%	14.4%	19.2%	14.6%	
No	Número de Casos	58	66	101	21	246	
	Porcentaje por Área	87.9%	84.6%	85.6%	80.8%	85.4%	
TOTAL	Número de Casos	66	78	118	26	288	
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: La mayor parte de la comunidad universitaria no conoce donde se transmite Radio UNAM.

- El 87.9% de los alumnos del área 1 dicen que no conocen la estación.
- El 84.6% de los universitarios encuestados del área 2 mencionan que la sintonía de la estación es desconocida por ellos
- Mientras que el 85.6% de los universitarios del área 3 dicen que la estación no ha tenido difusión en los estudiantes.
- En el área 4 el 80.8% de la población no escucha la estación debido al conocimiento de la estación.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural debe de dar a conocer la sintonía y horarios en que se transmite la estación para que los universitario la escuchen, pero sobre todo, este dato debe alertar a todos los interesados en que este medio sirva los objetivos para los cuales fue creado.



¿VES LOS PROGRAMAS QUE PRODUCE TV UNAM?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
VES	Sí	Número de Casos	16	30	37	12	95
		Porcentaje por área	24.2%	38.5%	31.4%	46.2%	33.0%
	No	Número de Casos	50	48	81	14	193
		Porcentaje por área	75.8%	61.5%	68.6%	53.8%	67.0%
TOTAL		Número de Casos	66	78	118	26	288
		Porcentaje por área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: La mayor parte de la comunidad universitaria no conoce en que canales y en que horarios se transmite TV UNAM.

- a) El 75.8% de los alumnos del área 1 dicen que no conocen la programación de TV UNAM.
- b) El 61.5% de los universitarios encuestados del área 2 mencionan que la programación es desconocida por ellos.
- c) Mientras que el 68.6% de los universitarios del área 3 dicen que la televisora no ha tenido difusión para que los estudiantes la conozcan.
- d) En el área 4 el 53.8% de la población no ven la programación de TV UNAM.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural debe de dar a conocer la programación y horarios en que se transmiten los programas artísticos y culturales, para que los universitarios los puedan disfrutar.



**CONSIDERAS QUE LA CARTELERA MOTIVA TU ASISTENCIA A LOS EVENTOS
CULTURALES Y ARTÍSTICOS**

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
MOTIVA	Sí	Número de Casos	22	38	54	10	124
		Porcentaje por Área	33.3%	48.7%	45.8%	38.5%	43.1%
	No	Número de Casos	44	40	64	16	164
		Porcentaje por Área	66.7%	51.3%	54.2%	61.5%	56.9%
TOTAL	Número de Casos	66	78	118	26	288	
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: La comunidad universitaria coincide, no importando el área, en que la cartelera no es motivante para su asistencia, ya que el formato no es atractivo y la información es difícil de leer debido a que contiene demasiada información:

- En el área 1, el 66.7% de la población dice que se necesita mayor información en las carteleras
- El 51.3% de la población menciona que se requiere mayor información en la cartera, para que asistan a los eventos.
- El 54.2% de los universitarios de la área 3, dicen que requieren de mayor información en la difusión de los eventos.
- En el área de Humanidades y Artes el 50% de los encuestados mencionan que requieren de mayor información para asistir a los eventos.

COMENTARIO: Como se puede ver la mayoría de la población considera insuficiente la información que se esta manejando actualmente en las carteleras culturales.



¿ES NECESARIO INCLUIR UNA RESEÑA DE LOS EVENTOS EN LA CARTELERA PARA MOTIVAR TU ASISTENCIA?

		ÁREA				TOTAL	
		Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes		
ES NECESARIO	SI	Número de Casos	56	67	108	24	255
		Porcentaje por Área	84.8%	85.9%	91.5%	92.3%	88.5%
	No	Número de Casos	10	11	10	2	33
		Porcentaje por Área	15.2%	14.1%	8.5%	7.7%	11.5%
TOTAL		Número de Casos	66	78	118	26	288
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: El 88.5% de la comunidad universitaria, nos mencionó que la cartelera requiere de mayor información para despertar el interés en los estudiantes, para asistir a los eventos.

- En el área 1, el 84.8% de la población, dice que se necesita mayor información las carteleras.
- 9% de la población menciona que se requiere de una pequeña reseña de cada evento en la cartelera, para que asistan a los eventos.
- El 91.5% de los universitarios de la área 3, dicen que los eventos requieren de una reseña los eventos.
- En la área de Humanidades y Artes el 92.3% de los encuestados mencionan, que se requieren de mas información para conocer los eventos.

COMENTARIO: Como se puede ver la mayoría de la población considera insuficiente la información que se esta manejando actualmente en las carteleras culturales.



¿CONOCES LA REVISTA "LOS UNIVERSITARIOS"?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
CONOCES	Sí	Número de Casos	3	24	20	5	52
		Porcentaje por Área	4.5%	30.8%	16.9%	19.2%	18.1%
	No	Número de Casos	63	54	98	21	236
		Porcentaje por Área	95.5%	69.2%	83.1%	80.8%	81.9%
TOTAL		Número de Casos	66	78	118	26	288
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: El 81.9% de la comunidad universitaria encuestada no conoce la Revista Universitarios

- El 95.5% de los alumnos del área 1 dicen que no conocen la revista.
- El 69.2% de los universitarios encuestados del área 2 mencionan que la revista es desconocida por ellos.
- Mientras que el 83.1% de los universitarios del área 3 dicen que la revista no ha tenido difusión en los estudiantes.
- En el área 4 el 80.8% de la población no conoce la revista debido al desconocimiento de la revista.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural debe de dar a conocer la revista, con el fin de que los universitarios conozcan mas sobre los aspectos culturales que se acontecen en la Universidad.



¿CONOCES EL PERIÓDICO "HUMANIDADES"?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
¿CONOCES	SI	Número de Casos	4	13	19	5	41
		Porcentaje por Área	6.1%	16.7%	16.1%	19.2%	14.2%
	No	Número de Casos	62	65	99	21	247
		Porcentaje por Área	93.9%	83.3%	83.9%	80.8%	85.8%
TOTAL		Número de Casos	66	78	118	26	288
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: El 85.8% de la comunidad universitaria encuestada no conoce el Periódico Humanidades.

- El 93.9% de los alumnos del área 1 dicen que no conocen el periódico Humanidades.
- El 83.3% de los universitarios encuestados del área 2 mencionan que el periódico es desconocido por ellos.
- Mientras que el 83.9% de los universitarios del área 3 dicen que el periódico no ha tenido difusión en los estudiantes.
- En el área 4 el 80.8% de la población no conoce el periódico.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural debe de dar a conocer el periódico Humanidades ante la comunidad universitaria, con el fin de que este enterado de las noticias culturales y artísticas de la UNAM.



¿CONOCES LA PÁGINA DE INTERNET DE DIFUSIÓN CULTURAL?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
CONOCE	Si	Número deCasos	34	14	32	7	87
		Porcentaje por Área	51.5%	17.9%	27.1%	26.9%	30.2%
	No	Número deCasos	32	64	86	19	201
		Porcentaje por Área	48.5%	82.1%	72.9%	73.1%	69.8%
TOTAL		Número deCasos	66	78	118	26	288
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Mas de la mitad de la comunidad universitaria no conoce o no accesa a la pagina de la UNAM.

- El 51.5% de los alumnos del área 1 si conocen la pagina de la UNAM.
- El 82.1% de los universitarios encuestados del área 2 mencionan que no accesan a la pagina de Internet de la UNAM
- Mientras que el 72.9% de los universitarios del área 3 dicen que no conocen la dirección de la pagina cultural de la UNAM.
- En el área 4 el 73.1% de la población no conoce la pagina de Internet de la UNAM debido a la poca difusión de la pagina.

COMENTARIO: Se sugiere que la Coordinación de Difusión Cultural debe de dar a conocer la dirección de su pagina de Internet en toda la publicidad que maneje, con el fin de que los universitarios conozcan quien es el encargado de difundir sus actividades culturales y artísticas.



¿CONOCES LOS BENEFICIOS CON LOS QUE CUENTAS PARA ASISTIR LOS
EVENTOS?

			ÁREA				TOTAL
			Físico matemáticas e Ingenierías	Biológicas y de la Salud	Sociales	Humanidades y Artes	
CONCOCE	Si	Número de Casos	61	60	78	16	215
		Porcentaje por Área	92.4%	76.9%	66.1%	61.5%	74.7%
	No	Número de Casos	5	18	40	10	73
		Porcentaje por Área	7.6%	23.1%	33.9%	38.5%	25.3%
TOTAL		Número de Casos	66	78	118	26	288
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: La mayor parte de los estudiantes conoce los beneficios que obtiene al asistir a los eventos culturales y artísticos que realiza la UNAM, pero dichos beneficios los conocen solamente como descuentos, así que:

- El 92.4% de la comunidad del área 1 conoce como beneficio los descuentos.
- En el área 2 el 76.9% de la comunidad estudiantil, si conoce los beneficios con los que cuenta al asistir a los eventos culturales.
- El 66.1% de los estudiantes del área 3, conoce como único beneficio los descuentos que se le dan en la compra de boletos.
- El 61.5% de los universitarios pertenecientes al área 4, saben que tienen descuentos al asistir a las actividades culturales y artísticas.

COMENTARIO: En general, los estudiantes solo conocen como único beneficio el de los descuentos, ante esto se sugiere que la Coordinación de Difusión Cultural, informe que no solo los descuentos son beneficios, además se encuentran; la utilización de las instalaciones y el mas importante y los aportes que la cultura y las artes ofrecen a su desarrollo.



CUESTINARIO 2

¿QUÉ TIPO DE PÚBLICO ASISTE CON MAYOR FRECUENCIA?

(Clasificados por orden de importancia)

(1ª OPCIÓN)

		Número de Casos	Porcentaje
Público	Estudiantes	8	44.4
	Público en General	10	55.6
	TOTAL	18	100.0

(2ª OPCIÓN)

		Número de Casos	Porcentaje
Público	Estudiantes	7	38.9
	Maestros	5	27.8
	Público en General	6	33.3
	TOTAL	18	100.0

3ª OPCIÓN

		Número de Casos	Porcentaje
Público	Estudiantes	1	5.6
	Maestros	12	66.7
	Personal Administrativo	3	16.7
	Público en General	2	11.1
	TOTAL	18	100.0

COMENTARIO: De acuerdo al estudio de tipo de públicos que asiste con mayor frecuencia a los foros, se concluye que: Público en General se encuentra en la primera opción, los estudiantes se encuentran en la segunda opción, mientras que el tercer lugar lo ocupan los maestros.



*La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM*

¿QUÉ TIPO DE EVENTOS SE PRESENTAN EN LOS FOROS?

FOROS CULTURALES

EVENTO	Sala Carlos Chavez	Teatro Juan Ruiz de Alarcón	Foro Sor Juana Ines de la Cruz	FORO del Centro Universitario de Teatro	MUSEO Universitario del Chopo	Casa del Lago	Teatro Carlos Lazo	MUCA	MUCA ROMA
CINE									
Infantil (A)					X	X			
Adolescentes (B)					X	X	X		
Adultos (C)					X	X	X		
TEATRO									
Infantil		X	X			X			
Adultos		X	X	X	X	X	X		
DANZA									
Danza Folklórica					X	X	X		
Danza Contemporánea					X	X	X		
Ballet Clásico							X		
Baile de Salón					X		X		
CURSOS Y TALLERES									
Infantiles						X			
Especiales						X			
Arte					X	X			
Teatro					X	X			
Jardinería						X			
Dibujo					X	X			
Fotografía					X				
Pintura					X	X			
Otros					X	X			
MUSICA									
Clásica	X					X			
Popular	X					X			
Otros						X			
POESIA	X				X				
EXPOSICIONES									
Escultura					X			X	X
Pintura					X			X	X
Histórica					X			X	X
Instrumentos					X			X	X
Otros					X			X	X
VISITAS GUIADAS									X
CONFERENCIAS						X	X		X
LIBRO CLUB						X			
EVENTOS INFANTILES						X			
LITERATURA									
Redacción									
Creación Literaria									
Seminario de Literatura									
Lenguas									



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM



¿QUÉ TIPO DE EVENTOS SE PRESENTAN EN LOS FOROS?

FOROS CULTURALES

EVENTO	Salas Jose Revueltas y Julio Bracho	San Ildefonso	Sala Nezahualcóyotl	Sala Miguel Covarrubias	Casa Universitaria del Libro	Palacio de Minería	Academia Nacional de San Carlos	Casa de los mascarones	Teatro Santa Catarina
CINE									
Infantil (A)	X								
Adolescentes (B)	X								
Adultos (C)	X								
TEATRO									
Infantil				X					X
Adultos				X					X
DANZA									
Danza Folklórica				X					
Danza Contemporánea				X					
Ballet Clásico				X					
Baile de Salón									
CURSOS Y TALLERES									
Infantiles									
Especiales								X	
Arte									
Teatro									
Jardinería									
Dibujo									
Fotografía									
Pintura									
Otros									
MUSICA									
Clásica			X	X					
Popular			X						
Otros			X						
POESIA									
EXPOSICIONES									
Escultura		X					X		
Pintura		X					X		
Histórica		X				X	X		
Instrumentos		X				X	X		
Otros		X				X	X		
VISITAS GUIADAS		X				X	X		
CONFERENCIAS						X			
LIBRO CLUB					X				
EVENTOS INFANTILES									
LITERATURA									
Redacción					X				
Creación Literaria					X				
Seminario de Literatura					X				
Lenguas					X				



¿QUÉ TANTO INFLUYE LA PUBLICIDAD EN LA ASISTENCIA A LOS EVENTOS?

		Número de Casos	Porcentaje
Cómo Influye	Poco	1	5.6
	Mucho	17	94.4
	TOTAL	18	100.0

COMENTARIO: Como puede apreciarse en la tabla, todos los foros coinciden en que la publicidad es un factor que influye de sobremanera la asistencia a los eventos.

PUBLICIDAD EMPLEADA PARA DIFUNDIR LOS EVENTOS

CINE

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Revistas	3	33.3%
Carteles	3	33.3%
Internet	3	33.3%
TOTAL RESPUESTAS	9	100.00%

TEATRO

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Radio	1	5.6%
Revistas	6	33.3%
Periódicos	2	11.1%
Carteles	5	27.8%
Internet	4	22.2%
TOTAL RESPUESTAS	18	100.00%

DANZA

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Revistas	4	36.4%
Carteles	4	36.4%
Internet	3	27.3%
TOTAL RESPUESTAS	11	100.00%



CURSOS Y TALLERES

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Radio	2	13.3%
Televisión	1	6.7%
Revistas	4	26.7%
Periódicos	3	20.0%
Carteles	2	13.3%
Internet	3	20.0%
TOTAL RESPUESTAS	15	100.00%

EVENTOS DE MUSICA

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Radio	1	8.3%
Televisión	2	16.7%
Revistas	2	16.7%
Carteles	4	33.3%
Internet	3	25.0%
TOTAL RESPUESTAS	12	100.00%

LITERATURA

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Revistas	1	33.3%
Carteles	1	33.3%
Internet	1	33.3%
TOTAL RESPUESTAS	3	100.00%

EXPOSICIONES

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Radio	1	5.3%
Televisión	1	5.3%
Revistas	6	31.6%
Periódicos	4	21.1%
Carteles	2	10.5%
Internet	5	26.3%
TOTAL RESPUESTAS	19	100.00%

CONFERENCIAS

MEDIOS	NUM. DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Radio	1	8.3%
Televisión	2	16.7%
Revistas	3	25.0%
Periódicos	1	8.3%
Carteles	2	16.7%
Internet	3	25.0%
TOTAL RESPUESTAS	12	100.00%



COMENTARIO:

El impacto sobre los diferentes medios de comunicación utilizados para difundir los eventos, es totalmente variado; tal como lo muestran las tablas va a depender del tipo de evento que se difunda, por ejemplo:

CINE: El grado de importancia en revistas, carteles e internet es equitativo al 33.3%.

TEATRO: Solo las revistas tienen mayor influencia en el conocimiento de los eventos con un 33.3%.

DANZA: Es importante la equidad que se tiene entre carteles y revistas para este evento, ya que se mantiene a un 36.4%.

CURSOS Y TALLERES: El medio informativo más utilizado para estos eventos son las revistas con un 26.7% respecto a los otros.

EVENTOS DE MÚSICA: Es importante el grado de porcentaje que tienen los carteles para informar sobre los eventos de música, con un 33.3%.

LITERATURA: Este evento tiene un nivel parejo del 33.3% entre revistas, carteles e Internet.

EXPOSICIONES: El mayor grado de comunicación para exposiciones es otorgado a revistas con un 31.6%.

CONFERENCIAS: De igual manera el medio masivo son las revistas con un 25% de impacto.



¿POR QUÉ RAZÓN CREE QUE LOS UNIVERSITARIOS NO ASISTEN A LOS
EVENTOS?

RAZONES		ÁREA		
		Número de Respuestas	Porcentajes de respuesta	Porcentaje de casos
No les agrada asistir	No. de Respuestas	4	13.3%	22.2%
No conocen los eventos	No. de Respuestas	9	30.0%	50.0%
No se enteran de los eventos	No. de Casos	9	30.0%	50.0%
La ubicación de los foros no es accesible	No. de Casos	6	20.0%	33.3%
Otros	No. de Casos	2	6.7%	11.1%
TOTAL	No. de Casos	30	100%	116.7%

COMENTARIO: Los resultados en las razones por las que no asisten a los eventos necesitan de un análisis detenido para su interpretación, debido a que son respuesta múltiple que en dos o más casos cae en el mismo rango; tal como lo refleja la tabla en donde las razones de -No conocen los eventos y -No se enteran de los eventos tienen un nivel del porcentajes equitativos por el 50.0% haciendo como factores primordiales a considerar.



**¿QUÉ HAN HECHO PARA INCREMENTAR EL INTERÉS Y PARTICIPACIÓN
DE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA EN LOS EVENTOS?**

ACCIONES		ÁREA	
		Número de Respuestas	Porcentajes de respuesta
Mayor Difusión	No. de Respuestas	18	58.1%
Mejores Precios	No. de Respuestas	1	3.2%
Mejorar la Publicidad	No. de Casos	11	35.5%
Otorgar Cortesías	No. de Casos	1	3.2%
TOTAL	No. de Casos	31	100.00%

COMENTARIO: Dentro del factor de acciones a considerar para mejorar la asistencia a los eventos se analizan aspectos muy importantes que reflejan a primera vista las necesidades del mercado, tal es el caso de la tabla que muestra como primer grado de importancia mayor difusión en los eventos por un porcentaje del 58.1 comparándolo con el menor rango de mejores precios y otorgar cortesía que se encuentra el 3.2% haciendo una diferencia bastante amplia.



¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS QUE LE OTORGAN A LOS UNIVERSITARIOS?

BENEFICIOS		ÁREA	
		Número de Respuestas	Porcentajes de respuesta
Descuentos	No. de Respuestas	17	60.7 %
Prioridad de la Compra	No. de Respuestas	2	7.1%
Instalaciones y ubicación de los foros	No. de Casos	6	21.4%
Incrementar la Cultura	No. de Casos	2	7.1%
Otros		1	3.6%
TOTAL	No. de Casos	28	100.00%

COMENTARIO: Dentro de la tabla de beneficios el grado de respuesta es totalmente clara, ya que los descuentos es el factor más alto por el 60.7% permitiendo así considerar cual es el grado de conocimiento sobre las oportunidades que tienen los Universitarios para asistir a los eventos de Difusión Cultural y tomar alternativas de solución.



ANÁLISIS COMPARATIVO DEL SERVICIO

A continuación se presentan tablas, divididas por tipo de eventos, que confrontan la opinión foros con la Comunidad Universitaria acerca del servicio que se presta.

CINE

Lugares

			ÁREA DE CONOCIMIENTO		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
CINE	C.C.U	Número de Casos	12	43	55
		Porcentaje por Grupo	100.0%	49.4%	55.6%
	CHOPO	Número de Casos		1	1
		Porcentaje por Grupo		1.1%	1.0%
	C. LAZO	Número de Casos		9	9
		Porcentaje por Grupo		10.3%	9.1%
	FACULTADES	Número de Casos		34	34
		Porcentaje por Grupo		39.1%	34.3%
	TOTAL	Número de Casos	12	87	99
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 55.6% del total de la población, dice que la mayor asistencia al cine se realiza en el Centro Cultural Universitario, seguido por el cine presentado en las facultades, con un 34.3%.

- El 100% de la percepción de los directivos de los foros es de que los universitarios asisten al cine en el Centro Cultural Universitario.
- El 49.4% la comunidad universitaria, dicen que asisten al Centro Cultural Universitario, con mayor regularidad.

COMENTARIO: Es notable que el Centro Cultural Universitario, es un lugar transcurrido en lo que respecta al cine, pero la Coordinación de Difusión Cultural debe de poner mas atención en la promoción de los otros foros con los que cuentan para esta actividad.



Precio

			GRUPO		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
PRECIO	Alto	Número de Casos		1	1
		Porcentaje por Grupo		1.1%	1.0%
	Normal	Número de Casos	2	26	28
		Porcentaje por Grupo	16.7%	29.5%	28.0%
	Bajo	Número de Casos	10	61	71
		Porcentaje por Grupo	83.3%	69.3%	71.0%
TOTAL		Número de Casos	12	88	100
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 71% del total de la población, dice que los precios en los cines de la UNAM son accesibles.

- a) El 83.3% de la percepción de los directivos de los foros es, de que los precios que tienen las actividades culturales y artísticas son muy bajos.
- b) El 69.3% la comunidad universitaria, dicen que los precios de los eventos culturales son muy accesibles.

COMENTARIO: La ventaja de asistir a estas funciones de cine, es que el precio es muy bajo a comparación de otras salas no pertenecientes a la UNAM.



Calidad

		ÁREA DE CONOCIMIENTO			
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL	
CALIDAD	Excelente	Número de Casos	12	42	54
		Porcentaje por Área	100.0%	47.2%	53.5%
	Buena	Número de Casos		32	32
		Porcentaje por Área		36.0%	31.7%
	Regular	Número de Casos		14	14
		Porcentaje por Área		15.7%	13.9%
	Deficiente	Número de Casos		1	1
		Porcentaje por Área		1.1%	1.0%
TOTAL	Número de Casos	12	89	101	
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 53.5% del total de la población, dice que la calidad en las funciones de cine son excelentes.

- El 100% de la percepción de los directivos de los foros es de que la calidad de los cines universitarios es excelente para que lo disfruten los universitarios.
- El 47.2% de la comunidad universitaria, dicen que la calidad de las funciones en los cines es excelente.

COMENTARIO: Se debe de poner mayor importancia en las opiniones de los universitarios, ya que contrasta su evaluación de la calidad, con la que le dan los directivos de los foros universitarios a este aspecto.



Frecuencia

		ÁREA DE CONOCIMIENTO		
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
FRECUENCIA	Una vez por semana	Número de Casos	15	15
		Porcentaje por Área	16.9%	14.9%
	De 2 a 3 veces al mes	Número de Casos	36	36
		Porcentaje por Área	40.4%	35.6%
	Una vez al mes	Número de Casos	12	44
		Porcentaje por Área	100.0%	43.6%
	Una vez cada dos meses	Número de Casos	4	4
		Porcentaje por Área	4.5%	4.0%
	Otro	Número de Casos	2	2
		Porcentaje por Área	2.2%	2.0%
TOTAL		Número de Casos	12	89
		Porcentaje por Área	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 43.6% del total de la población, dice que la frecuencia de asistir a los cines universitarios es una vez al mes, seguida muy de cerca por los que asisten de dos a tres veces por mes con un 35.6%.

- a) El 100% de la percepción de los directivos de los foros es, que los universitarios asisten cuando menos una vez al mes a los cines universitarios.
- b) El 40.4% de la comunidad universitaria, dicen que asisten cuando menos de dos a tres veces al mes al cine, y un 36% solo asisten una vez al mes.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural, debe de proyectar mayor cine de arte en sus salas, para que los estudiantes puedan disfrutar de películas de gran contenido cultural.



TEATRO

Frecuencia

			GRUPO DE REFERENCIA		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
FRECUENCIA	Una vez por semana	Número de Casos		2	2
		Porcentaje por Grupos		6.7%	4.9%
	De 2 a 3 veces al mes	Número de Casos	2	11	13
		Porcentaje por Grupos	18.2%	36.7%	31.7%
	Una vez al mes	Número de Casos	8	13	21
		Porcentaje por Grupos	72.7%	43.3%	51.2%
	Una vez cada dos meses	Número de Casos	1	3	4
		Porcentaje por Grupos	9.1%	10.0%	9.8%
	Otro	Número de Casos		1	1
		Porcentaje por Grupos		3.3%	2.4%
TOTAL	Número de Casos	11	30	41	
	Porcentaje por Grupos	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 51.2% del total de la población, dice que la frecuencia de asistir a los teatros universitarios es una vez al mes, seguida muy de cerca por los que asisten de dos a tres veces por mes con un 31.7%.

- El 72.7% de la percepción de los directivos de los foros es, que los universitarios asisten al teatro cuando menos una vez al mes.
- El 43.3% de la comunidad universitaria, dicen que asisten cuando menos una vez al mes al cine, y un 36.7% asisten dos a tres veces al mes.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural, debe de presentar mayor teatro en sus salas, para que los estudiantes puedan disfrutar de obras de teatro.



Lugares

		GRUPO DE REFERENCIA			
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL	
LUGARES	C.C.U	Número de Casos	10	17	27
		Porcentaje por Grupo	90.9%	56.7%	65.9%
	CUC	Número de Casos		1	1
		Porcentaje por Grupo		3.3%	2.4%
	C. LAZO	Número de Casos		7	7
		Porcentaje por Grupo		23.3%	17.1%
	FACULTADES	Número de Casos		4	4
		Porcentaje por Grupo		13.3%	9.8%
	UNIVERSUM	Número de Casos		1	1
		Porcentaje por Grupo		3.3%	2.4%
	SANTA CATARINA	Número de Casos	1		1
		Porcentaje por Grupo	9.1%		2.4%
	TOTAL	Número de Casos	11	30	41
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 65.9% del total de la población, dice que la mayor asistencia al teatro se da en el Centro Cultural Universitario, seguido por el teatro Carlos Lazo con un 23.3% de asistencia.

- El 90.9% de la percepción de los directivos de los foros es de que los universitarios asisten a los teatros del Centro Cultural Universitario.
- El 56.7% la comunidad universitaria, dicen que asisten a los teatros del Centro Cultural Universitario, con mayor regularidad.

COMENTARIO: Es notable que el Centro Cultural Universitario, es un lugar transcurrido en lo que respecta al teatro, ante esto la Coordinación de Difusión Cultural debe de poner mas atención en la promoción de los otros foros con los que cuenta para esta actividad, para lograr mayor asistencia en ellos.



Calidad

			GRUPO DE REFERENCIA		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
CALIDAD	Excelente	Número de Casos	11	19	30
		Porcentaje por Grupo	100.0%	63.3%	73.2%
	Buena	Número de Casos		11	11
		Porcentaje por Grupo		36.7%	26.8%
TOTAL		Número de Casos	11	30	41
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 73.2% del total de la población, dice que la calidad en las funciones de teatro son excelentes.

- a) El 100% de la percepción de los directivos de los foros es de que la calidad de los teatros universitarios es excelente, para que los universitarios disfruten de las obras puestas en escena.
- b) El 63.3% de la comunidad universitaria, dicen que la calidad de las funciones en los teatros es excelente.

COMENTARIO: Se debe de poner mayor importancia en las opiniones de los universitarios, ya que contrasta su evaluación en cuanto a la calidad, con la evaluación que le dan los directivos de los foros universitarios a este aspecto.



Precio

			GRUPO DE REFERENCIA		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
PRECIO	Alto	Número de Casos		1	1
		Porcentaje por Grupo		3.3%	2.4%
	Normal	Número de Casos	2	12	14
		Porcentaje por Grupo	18.2%	40.0%	34.1%
	Bajo	Número de Casos	8	17	25
		Porcentaje por Grupo	72.7%	56.7%	61.0%
	Gratuito	Número de Casos	1		1
		Porcentaje por Grupo	9.1%		2.4%
TOTAL		Número de Casos	11	30	41
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 61% del total de la población, dice que los precios en los teatros de la UNAM son accesibles.

- a) El 72.7% de la percepción de los directivos de los foros, es de que los precios que tienen las actividades culturales y artísticas son muy bajos.
- b) El 56.7% la comunidad universitaria, dicen que los precios de los eventos culturales son muy accesibles.

COMENTARIO: La ventaja de asistir a las obras de teatro, es que el precio es muy bajo a comparación de otras salas no pertenecientes a la UNAM.



DANZA

Lugares

			GRUPO DE REFERENCIA		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
LUGARES	C.C.U	Número de Casos	11	23	34
		Porcentaje por Grupo	91.7%	57.5%	65.4%
	C. LAZO	Número de Casos	1	14	15
		Porcentaje por Grupo	8.3%	35.0%	28.8%
	4	Número de Casos		3	3
		Porcentaje por Grupo		7.5%	5.8%
TOTAL	Número de Casos	12	40	52	
	Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 65.4% del total de la población, dice que la mayor asistencia a la danza se realiza en el Centro Cultural Universitario, seguido por el teatro Carlos Lazo con un 28.8% de asistencia.

- a) El 91.7% de la percepción de los directivos de los foros es de que los universitarios asisten a los eventos dancísticos en el Centro Cultural Universitario.
- b) El 57.5% la comunidad universitaria, dicen que asisten a los eventos de danza en el Centro Cultural Universitario, con mayor regularidad.

COMENTARIO: Es notable que el Centro Cultural Universitario, es un lugar transcurrido en lo que respecta a la danza, ante esto la Coordinación de Difusión Cultural debe de poner mas atención en la promoción de los otros foros con los que cuenta para esta actividad, para lograr mayor asistencia en ellos.



Frecuencia

			GRUPO DE REFERENCIA		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
FRECUENCIA	Una vez por semana	Número de casos		8	8
		Porcentaje por Grupos		20.0%	15.4%
	De 2 a 3 veces al mes	Número de casos		7	7
		Porcentaje por Grupos		17.5%	13.5%
	Una vez al mes	Número de casos	12	18	30
		Porcentaje por Grupos	100.0%	45.0%	57.7%
	Una vez cada dos meses	Número de casos		3	3
		Porcentaje por Grupos		7.5%	5.8%
	Otro	Número de casos		4	4
		Porcentaje por Grupos		10.0%	7.7%
TOTAL	Número de casos	12	40	52	
	Porcentaje por Grupos	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 57.7% del total de la población, dice que la frecuencia de asistir a los teatros universitarios es una vez al mes.

- El 100% de la percepción de los directivos de los foros, es que los universitarios asisten a la danza cuando menos una vez al mes.
- El 45% de la comunidad universitaria, dicen que asisten cuando menos una vez al mes a los eventos dancísticos.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural, debe de presentar mayor es eventos artísticos de este genero en sus salas.



Calidad

		GRUPO DE REFERENCIA			
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL	
CALIDAD	Excelente	Número de Casos	12	23	35
		Porcentaje por Grupo	100.0%	57.5%	67.3%
	Buena	Número de Casos		17	17
		Porcentaje por Grupo		42.5%	32.7%
TOTAL		Número de Casos	12	40	52
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 73.2% del total de la población, dice que la calidad en las funciones de teatro son excelentes.

- El 100% de la percepción de los directivos de los foros es de que la calidad de los teatros universitarios es excelente, para que los universitarios disfruten de las obras puestas en escena.
- El 63.3% de la comunidad universitaria, dicen que la calidad de las funciones en los teatros es excelente.

COMENTARIO: Se debe de poner mayor importancia en las opiniones de los universitarios, ya que contrasta su evaluación en cuanto a la calidad, con la evaluación que le dan los directivos de los foros universitarios a este aspecto.



Precio

		GRUPO DE REFERENCIA			
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL	
PRECIO	Alto	Número de Casos		4	4
		Porcentaje por Grupo		10.0%	7.7%
	Normal	Número de Casos	2	16	18
		Porcentaje por Grupo	16.7%	40.0%	34.6%
	Bajo	Número de Casos	10	20	30
		Porcentaje por Grupo	83.3%	50.0%	57.7%
TOTAL	Número de Casos	12	40	52	
	Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 61% del total de la población, dice que los precios en los teatros de la UNAM son accesibles.

- a) El 72.7% de la percepción de los directivos de los foros, es de que los precios que tienen las actividades culturales y artísticas son muy bajos.
- b) El 56.7% la comunidad universitaria, dicen que los precios de los eventos culturales son muy accesibles.

COMENTARIO: La ventaja de asistir a las obras de teatro, es que el precio es muy bajo a comparación de otras salas no pertenecientes a la UNAM.



MUSICA

Lugares

			GRUPO DE REFERENCIA		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
LUGARES	C.C.U	Número de Casos	11	29	40
		Porcentaje por Grupos	84.6%	90.6%	88.9%
	PALACIO DE MINERÍA	Número de Casos	2		2
		Porcentaje por Grupos	15.4%		4.4%
	FACULTADES	Número de Casos		3	3
		Porcentaje por Grupos		9.4%	6.7%
TOTAL	Número de Casos	13	32	45	
	Porcentaje por Grupos	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTA:

En el caso de eventos musicales, la comunidad universitaria (90.6%) coincide con los foros (84.6%) en que el lugar más concurrido para escuchar música, es el Centro Cultural Universitario, lo cual no es de extrañarse si consideramos que ahí se encuentra albergada la Sala Nezahualcóyotl, que cuenta con un público fiel que generalmente sigue las presentaciones de la OFUNAM.



Calidad

		GRUPO DE REFERENCIA			
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL	
CALIDAD	Excelente	Número de Casos	13	20	33
		Porcentaje por Grupo	100.0%	62.5%	73.3%
	Buena	Número de Casos		12	12
		Porcentaje por Grupo		37.5%	26.7%
TOTAL		Número de Casos	13	32	45
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTA:

El 100% de la muestra recabada en foros opina que la calidad de los eventos de música es excelente; El 62.5% de la comunidad universitaria comparte su opinión, mientras que el 37.5% la considero buena. Cabe señalar que este evento no fue calificado con una calidad menor de buena.



Frecuencia

		GRUPO DE REFERENCIA			
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL	
FRECUENCIA	Una vez por semana	Número de Casos	3	3	
		Porcentaje por Grupo	9.4%	6.7%	
	De 2 a 3 veces al mes	Número de Casos	4	4	
		Porcentaje por Grupo	12.5%	8.9%	
	Una vez al mes	Número de Casos	12	24	
		Porcentaje por Grupo	92.3%	37.5%	53.3%
	Una vez cada dos meses	Número de Casos	1	4	
		Porcentaje por Grupo	7.7%	9.4%	8.9%
	Otro	Número de Casos		10	10
		Porcentaje por Grupo		31.3%	22.2%
TOTAL	Número de Casos	13	32	45	
	Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTA:

Aun cuando en ambos grupos el porcentaje más representativo pertenece a la opción: Una vez al mes, en la frecuencia de los eventos musicales, es importante señalar que el 31.3% de la comunidad universitaria considero la opción Otros, la cual contempla frecuencias menores a las establecidas en las otras opciones.



EXPOSICIONES

Lugares

			GRUPO DE REFERENCIA		
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL
LUGARES	MUCA	Número de Casos	12	22	34
		Porcentaje por Área	75.0%	57.9%	63.0%
	CHOPO	Número de Casos		3	3
		Porcentaje por Área		7.9%	5.6%
	SAN ILDEFONSO	Número de Casos	1	4	5
		Porcentaje por Área	6.3%	10.5%	9.3%
	FACULTADES	Número de Casos		5	5
		Porcentaje por Área		13.2%	9.3%
	UNIVERSUM	Número de Casos		4	4
		Porcentaje por Área		10.5%	7.4%
	SAN CARLOS	Número de Casos	2		2
		Porcentaje por Área	12.5%		3.7%
	PALACIO DE MINERÍA	Número de Casos	1		1
		Porcentaje por Área	6.3%		1.9%
TOTAL	Número de Casos	16	38	54	
	Porcentaje por Área	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTA: Se puede apreciar en esta tabla que el 63% del total de la población, dice que la mayor asistencia en las exposiciones se realiza en el MUCA

- El 75% de la percepción de los directivos de los foros es de que los universitarios asisten a las exposiciones del MUCA-C.U.
- El 57.9% la comunidad universitaria, dicen que asisten a las exposiciones presentadas en el MUCA.

COMENTARIO: Es notable que el MUCA es el museo mas asistido por los universitarios, pero la Coordinación de Difusión Cultural debe de poner mas atención en la promoción de los otros foros donde se presenten otras exposiciones.



Frecuencia

			GRUPO DE REFERENCIA		TOTAL
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	
FRECUENCIA	Una vez por semana	Número de Casos		6	6
		Porcentaje por Grupo		15.0%	10.7%
	De 2 a 3 veces al mes	Número de Casos		9	9
		Porcentaje por Grupo		22.5%	16.1%
	Una vez al mes	Número de Casos	11	17	28
		Porcentaje por Grupo	68.8%	42.5%	50.0%
	Una vez cada dos meses	Número de Casos	4	2	6
		Porcentaje por Grupo	25.0%	5.0%	10.7%
	Otro	Número de Casos	1	6	7
		Porcentaje por Grupo	6.3%	15.0%	12.5%
	Total	Número de Casos	16	40	56
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 50% del total de la población, dice que la frecuencia de asistir a las exposiciones es una vez al mes.

- a) El 68.8% de la percepción de los directivos de los foros es, que los universitarios asisten a las exposiciones, cuando menos una vez al mes.
- b) El 42.5% de la comunidad universitaria, dicen que asisten cuando menos una vez al mes a una exposición universitaria.

COMENTARIO: La Coordinación de Difusión Cultural, debe de difundir con mayor fuerza los demás foros universitarios en donde se presenten exposiciones, para que los estudiantes puedan disfrutar de exposiciones de gran contenido cultural.



Calidad

		GRUPO DE REFERENCIA			
		FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	TOTAL	
CALIDAD	Excelente	Número de Casos	16	23	39
		Pocentaje por Grupo	100.0%	57.5%	69.6%
	Buena	Número de Casos		15	15
		Pocentaje por Grupo		37.5%	26.8%
	Regular	Número de Casos		2	2
		Pocentaje por Grupo		5.0%	3.6%
TOTAL	Número de Casos	16	40	56	
	Pocentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%	

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 69.6% del total de la población, dice que la calidad en las exposiciones realizadas por la UNAM, cuenta con una excelente calidad.

- a) El 100% de la percepción de los directivos de los foros es de que la calidad de las exposiciones es excelente.
- b) El 57.5% de la comunidad universitaria, dicen que la calidad de las exposiciones es excelente.

COMENTARIO: Se debe de poner mayor importancia en las opiniones de los universitarios, ya que contrasta su evaluación de la calidad, con la que le dan los directivos de los foros universitarios a este aspecto.



Precio

			GRUPO DE REFERENCIA		TOTAL
			FOROS	COMUNIDAD UNIVERSITARIA	
PRECIO	Alto	Número de Casos		2	2
		Porcentaje por Grupo		5.3%	3.7%
	Normal	Número de Casos	1	10	11
		Porcentaje por Grupo	6.3%	26.3%	20.4%
	Bajo	Número de Casos	11	25	36
		Porcentaje por Grupo	68.8%	65.8%	66.7%
	Gratuito	Número de Casos	4	1	5
		Porcentaje por Grupo	25.0%	2.6%	9.3%
TOTAL		Número de Casos	16	38	54
		Porcentaje por Grupo	100.0%	100.0%	100.0%

NOTAS: Se puede apreciar en esta tabla que el 66.7% del total de la población, dice que los precios en las exposiciones de la UNAM son accesibles y en muchas de ellas la entrada es gratuita.

- a) El 68.8% de la percepción de los directivos de los foros es, de que los precios que tienen las actividades culturales y artísticas son muy bajos o son gratuitos.
- b) El 65.8% la comunidad universitaria, dicen que los precios de los eventos culturales son muy accesibles o gratuitos.

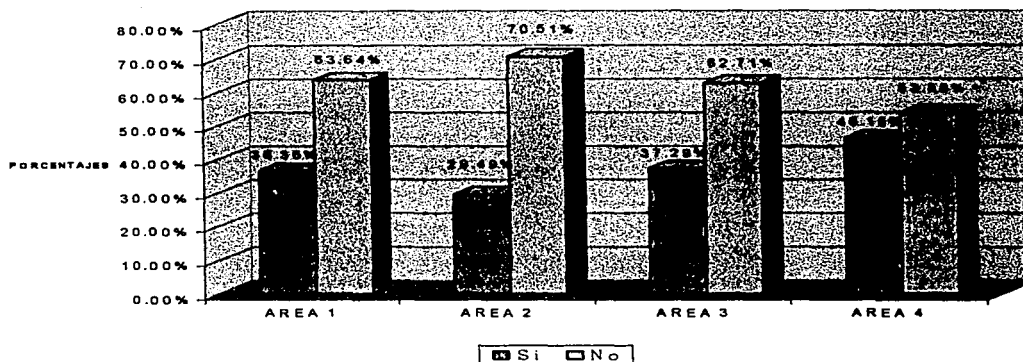
COMENTARIO: La ventaja de asistir a estas exposiciones, es que el precio es muy bajo a comparación de otras exposiciones no pertenecientes de la UNAM.



6.2.2 Gráficas

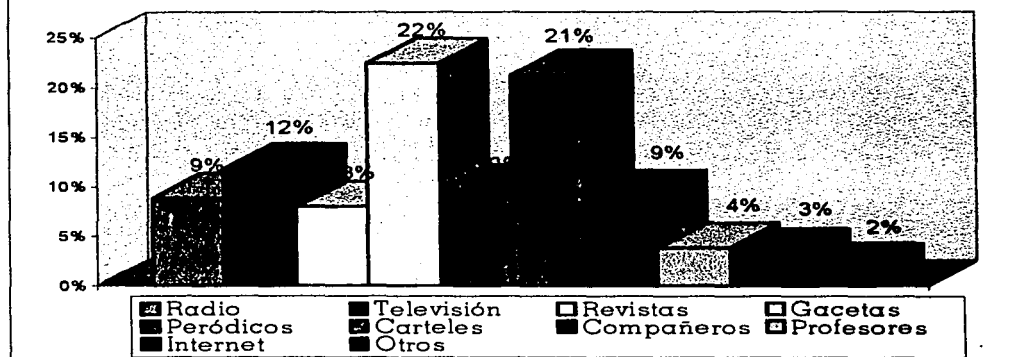
A continuación se presentan las gráficas con los datos más representativas de la investigación de mercados.

¿ASISTES A EVENTOS CULTURALES Y ARTÍSTICOS EN LA UNAM?



OBSERVACIONES: Se puede ver que el índice de los universitarios que no asisten a los eventos

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN TE INFORMAS DE LOS EVENTOS QUE REALIZA LA UNAM?



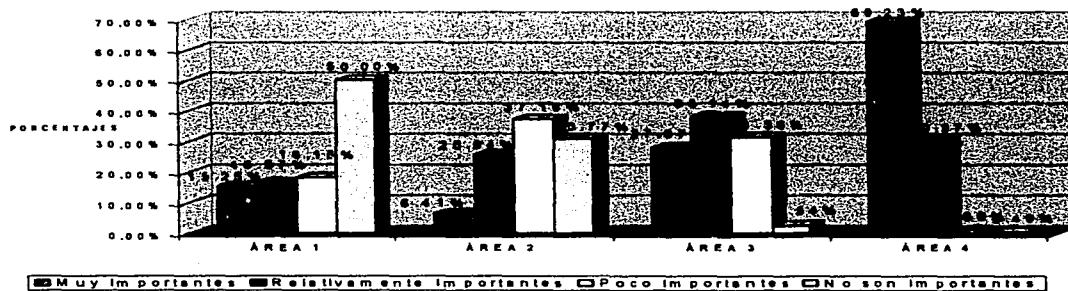
culturales y artísticos en las cuatro carreras, es muy alto y contrastaste al que si asisten.

OBSERVACIONES: Los estudiantes en su mayoría se enteran de los eventos culturales y artísticos de la UNAM, por medio de la gaceta universitaria en primer lugar seguida muy de cerca por los carteles, así también se puede ver el desconocimiento de los otros medios con los que cuenta la universidad para realizar su difusión.

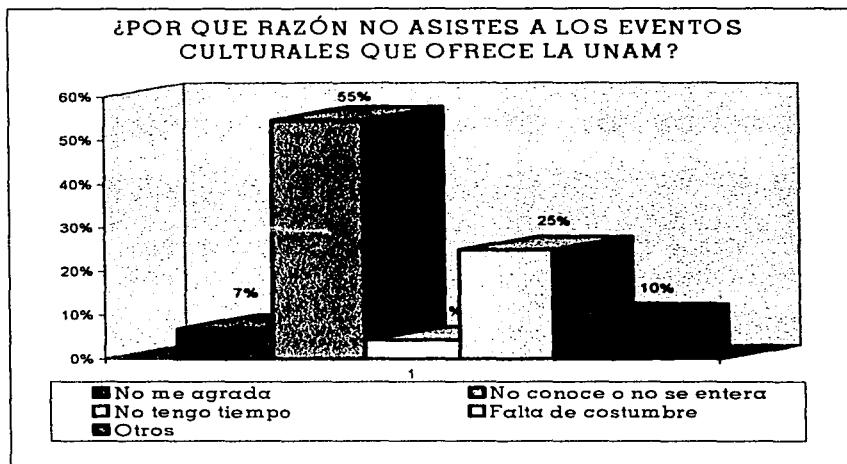


OBSERVACIONES: En su mayoría los estudiantes piensan que la cultura nos hacen mejores personas y que es importante la formación del universitario, pero la realidad es de que no asisten a los eventos culturales y artísticos que se realiza la UNAM.

¿QUÉ TAN IMPORTANTES CONSIDERAS QUE SON LA CULTURA Y LAS ARTES PARA TU FORMACIÓN PROFESIONAL?

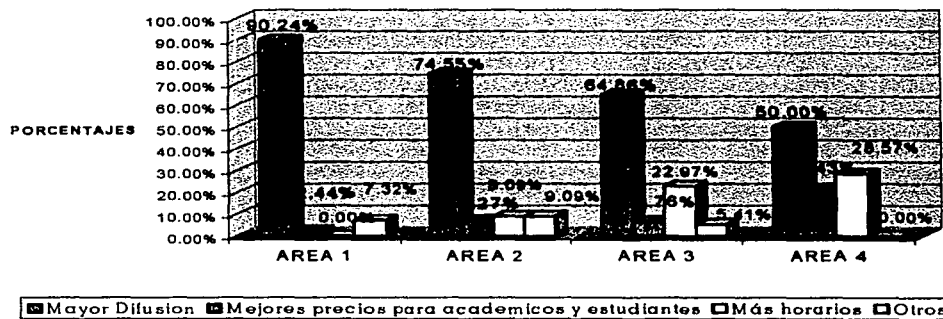


COMENTARIO: Como se puede ver, el área 4 considera muy importante a la cultura y las artes, debido a que en su carrera llevan una formación más afín a estos aspectos.

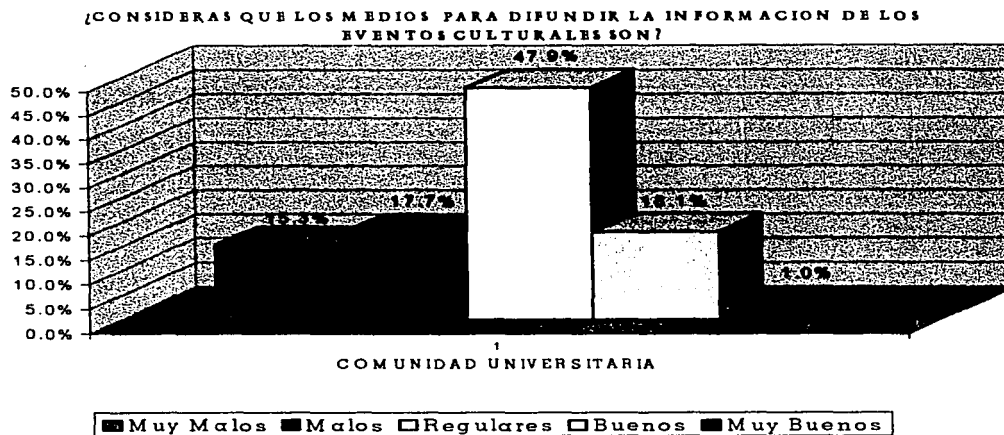


OBSERVACIONES: Los estudiantes no asisten a los eventos culturales, debido a que no conocen o no se enteran a tiempo de dichos eventos.

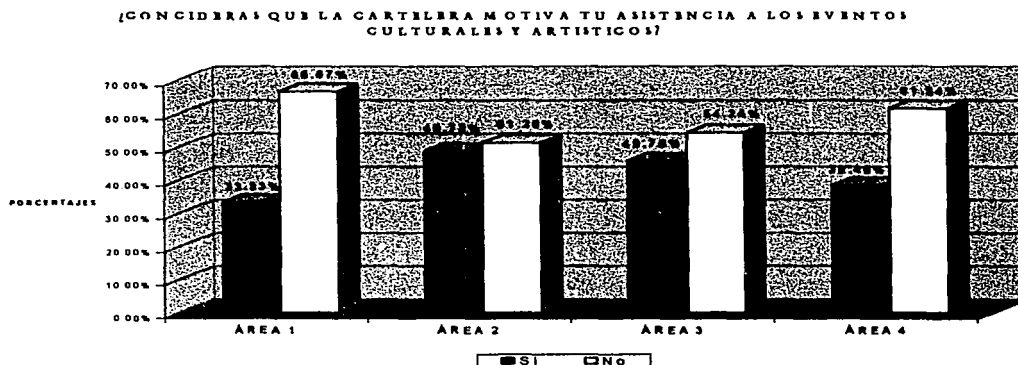
¿QUÉ DEBERÍA HACER LA UNAM PARA DESPERTAR TU INTERÉS PARA ASISTIR A EVENTOS?



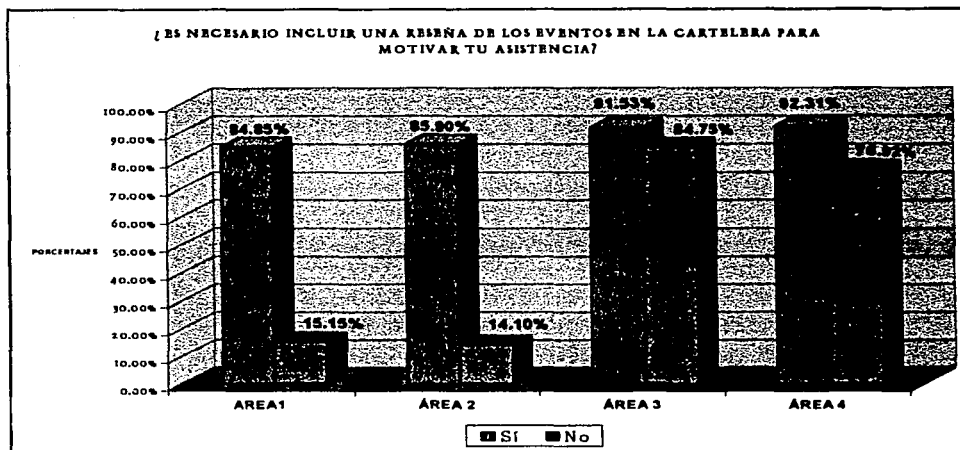
OBSERVACIONES: Se puede apreciar que en las cuatro áreas, se tiene la percepción de que se necesita mayor difusión para que conozcan los eventos y puedan asistir.



OBSERVACIONES: La mayoría de la comunidad universitaria evalúa en un término regular a los medios de difusión de los eventos culturales y artísticos de la UNAM.



OBSERVACIONES: Como se puede ver la respuesta que sobresale en todas las carreras es la de no consideran motivante la cartelera, sobresaliendo el área 1 y el área 4.



OBSERVACIONES: Los universitarios del área 1 y la 2 requieren de mayor información en las carteleras para conocer un poco más los eventos que realiza la UNAM.



6.2.3 Matriz de Percepciones y Realidades

PERCEPCION (INVESTIGACION DE CAMPO)	REALIDAD UNAM(COORDINACION DE DIFUSION CULTURAL)	DIFERENCIA ENTRE PERCEPCION Y REALIDAD	ASPECTOS A REFORZAR CON LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
1. La comunidad universitaria no considera que la cultura y las artes son parte de su formación.	La UNAM considera parte fundamental de la educación, a la cultura y las artes.	Solo los estudiantes de carreras con corte humanista consideran parte fundamental de su formación la cultura. Por lo cual la UNAM no ha logrado fomentar en su población estudiantil este aspecto.	Crear conciencia, sobre la importancia y beneficios que trae consigo la cultura y las artes en la formación integral del universitario, sobre todo en aquellos estudiantes que pertenecen a Escuelas y Facultades de corte no humanista.
2. La comunidad universitaria sabe que la UNAM realiza eventos culturales y artísticos, sin embargo la mayoría desconoce la oferta cultural, debido a que los medios son escasos.	La UNAM por medio de la Coordinación de Difusión Cultural afirma que son suficientes los medios empleados para difundir los eventos y por ello los universitarios conocen y asisten regularmente a los eventos artísticos y culturales.	En su mayoría los universitarios, no conocen ni asisten a los eventos que se ofrecen.	Informar, mejorar la difusión y despertar el interés para que los universitarios asistan a los eventos.
3. Los universitarios que asisten a los eventos, dicen que los carteles y la gaceta, son los medios por los que se enteran de los eventos.	La Coordinación de Difusión Cultural dice que todos los medios de comunicación son efectivos; carteles, revista universitarios, gaceta, periódico humanidades, Internet, carteleras, radio y televisión UNAM.	La percepción del universitario se encuentra limitada a solo el conocimiento de carteles y la gaceta, ya que los otros medios de difusión son desconocidos por ellos.	Informar cuales son los medios de comunicación, utilizados por la universidad para difundir sus actividades
4. Los universitarios no se enteran a los eventos, debido a la poca difusión de los mismos.	En entrevista con el Secretario Técnico de la Coord. de Difusión Cultural menciona que la difusión no es ningún problema, la problemática se encuentra en la indiferencia de los universitarios.	Los medios de difusión que existen son limitados y no logran despertar el interés de los universitarios.	Proponer alternativas más versátiles al utilizar los medios de difusión.



*La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM*



PERCEPCION (INVESTIGACION DE CAMPO)	REALIDAD UNAM(COORDINACION DE DIFUSION CULTURAL)	DIFERENCIA ENTRE PERCEPCION Y REALIDAD	ASPECTOS A REFORZAR CON LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
5. La mayoría, de los universitarios, no escuchan Radio UNAM	Este medio es considerado como un vínculo entre la universidad y el universitario.	Existe un desconocimiento, ya que los universitarios no conocen la sintonía en que se transmite Radio UNAM.	Informar y resaltar la importancia de este medio de comunicación que es propio de la universidad.
6. La mayoría, de los universitarios, no ven los programas de TVUNAM.	Este medio presenta programas de los aspectos más importantes en nuestra máxima casa de estudios en los temas de docencia, investigación, deporte y cultura.	Existe un conocimiento limitado, ya que los universitarios no conocen en que canales y en que horarios pasan los programas	Informar y resaltar la importancia de este medio de comunicación que es propio de la universidad, y hacer que se utilice en la difusión de la cultura y las artes.
7. La gaceta es la única publicación de la UNAM en la que los alumnos se informan de los eventos culturales y artísticos.	Existen además de la gaceta, la revista Los Universitarios, el Periódico Humanidades, la Cartelera Quincenal.	Existe un conocimiento limitado, de otras publicaciones emitidas por la UNAM, pero esto se debe a la poca información sobre dichas publicaciones y mala distribución de las mismas.	Informar a los universitarios de la existencia y lugar de adquisición de publicaciones en donde, además de consultar la cartelera cultural pueden leer artículos de importancia trascendental en el ámbito cultural y artístico.
8. La cartelera no es atractiva ni motiva la asistencia y participación de los universitarios en los eventos.	La Coordinación de Difusión Cultural considera que la cartelera que presenta es adecuada.	Los universitarios esperan cambios en las carteleras, inclusión de objetos, colores vistosos, reseña de eventos; algo que llame mas su atención.	Destacar la importancia que tiene la cartelera, así como mejorar el aspecto informativo de las actividades.
9. Hacen falta carteles de Difusión Cultural que informen de los eventos en las facultades y escuelas.	Los carteles que distribuye la Coordinación no son leídos por la comunidad, porque su tiempo de duración es limitado. Los estudiantes no respetan los carteles que se colocan.	El medio de difusión por el que los estudiantes se enteran más de las actividades y eventos son los carteles, que generalmente son leídos en los pasillos de las escuelas y facultades.	Carteles más atractivos y mejor colocados con la información oportuna de todas las actividades y eventos de difusión cultural.



*La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM*



PERCEPCION (INVESTIGACION DE CAMPO)	REALIDAD UNAM(COORDINACION DE DIFUSION CULTURAL)	DIFERENCIA ENTRE PERCEPCION Y REALIDAD	ASPECTOS A REFORZAR CON LA CAMPAÑA PUBLICITARIA
10. La mayoría de los universitarios encuestados no consulta la página de la Coordinación de Difusión Cultural en Internet, en la cual difunde sus eventos.	Este medio electrónico es uno de los más completos con los que cuenta la universidad, en la promoción y difusión de sus eventos culturales.	El desconocimiento de la dirección en Internet y la información no oportuna, ocasiona la consulta limitada.	Informar y reforzar la existencia de la pagina cultural de la Coordinación de Difusión Cultural.
11. Los universitarios consideran como único beneficios de asistir a los eventos, los descuentos,	La UNAM además de otorgar descuentos especiales a toda la comunidad universitaria y preferencia en la utilización de sus instalaciones, considera como beneficio fundamental el crecimiento humano.	Los estudiantes no consideran como beneficio el crecimiento humano	Enfatizar en todos los beneficios que se obtendrán al ser participe en las actividades culturales y artísticas.



6.2.4 Comprobación de Hipótesis

Para analizar los resultados de la investigación de mercado, es necesario retomar las hipótesis planteadas en el Capítulo I, relacionadas con la investigación de mercados.

Para el análisis que deseamos realizar, "la suposición que deseamos probar recibe el nombre de hipótesis nula y se representa con H_0 "¹ Si los resultados de la muestra no apoyan la hipótesis nula, debemos concluir que no son verdaderos. "Cada vez que rechazamos una hipótesis nula, la conclusión que aceptamos se llama hipótesis alternativa y se representa mediante H_1 "². De esta manera, nuestras hipótesis son:

HIPÓTESIS 1:

H_0 : La comunidad universitaria considera importante la cultura y las artes, independientemente del área de estudio en la que se encuentren.

H_1 : La comunidad universitaria no considera importante la cultura y las artes, independientemente del área de estudio en la que se encuentren.

HIPÓTESIS 2

H_0 : La comunidad universitaria conocen cuál es la oferta de la Coordinación de Difusión Cultural.

H_1 : La comunidad universitaria desconoce cuál es la oferta cultural y artística de la Coordinación de Difusión Cultural.

HIPÓTESIS 3

H_0 : Un alto porcentaje de la comunidad universitaria no asiste a las actividades culturales y artísticas que ofrece la Universidad.

H_1 : Un alto porcentaje de la comunidad universitaria asiste a las actividades culturales que ofrece la Universidad.

HIPÓTESIS 4

H_0 : Los universitarios no consideran como parte fundamental de su formación el aspecto cultural y artístico.

H_1 : Los universitarios consideran como parte fundamental de su formación el aspecto cultural y artístico.

¹ Richard Levin "Estadística para administradores" Pag. 396

² *Ibidem*.



HIPÓTESIS 5

H₀: La comunidad estudiantil desconoce los beneficios que trae consigo el asistir a los eventos culturales y artísticos.

H₁: La comunidad estudiantil conoce los beneficios que trae consigo el asistir a los eventos culturales y artísticos.

HIPÓTESIS 6:

H₀: La UNAM ha descuidado el aspecto cultural en la formación de sus profesionistas, aún cuando la cultura es uno de sus objetivos primordiales (contemplado dentro de su ley orgánica).

H₁: La UNAM cuida el aspecto cultural en la formación de sus profesionistas, ya que la cultura es uno de sus objetivos primordiales (contemplado dentro de su ley orgánica).

HIPÓTESIS 7:

H₀: El mercado meta para la Coordinación de Difusión Cultural son sus estudiantes.

H₁: El mercado meta para la Coordinación de Difusión Cultural son sus estudiantes.

HIPÓTESIS 8:

H₀: Los medios empleados por la UNAM para difundir sus eventos no han logrado despertar el interés de la comunidad universitaria para asistir a tales eventos.

H₁: Los medios empleados por la UNAM para difundir sus eventos no han logrado despertar el interés de la comunidad universitaria para asistir a tales eventos.

HIPÓTESIS 9:

H₀: Los estudiantes sólo acuden a los eventos que les proporciona su facultad, sin considerar toda la oferta cultural que su Universidad les proporciona en los diferentes foros con los que cuenta.

H₁: Los estudiantes no sólo acuden a los eventos que les proporciona su facultad, también consideran toda la oferta cultural que su Universidad les proporciona en los diferentes foros con los que cuenta.

HIPÓTESIS 10:

H₀: Los estudiantes desconocen los medios y las publicaciones de la Coordinación de Difusión Cultural.

H₁: Los estudiantes conocen los medios y las publicaciones de la Coordinación de Difusión Cultural.



No. DE HIPÓTESIS	RESULTADO	TIPO DE HIPÓTESIS	JUSTIFICACIÓN
Hipótesis 1	Se rechaza H_0	Hipótesis Alternativa	Debido a la formación que se imparte en las diferentes áreas, nos hemos percatado que en el área 4 la cultura es fundamental, a diferencia de las otras áreas.
Hipótesis 2	Se acepta H_0	Hipótesis Nula	La Comunidad Estudiantil tiene conocimientos de los eventos más comunes. (cine, teatro, danza, música)
Hipótesis 3	Se acepta H_0	Hipótesis Nula	Aun cuando la Comunidad tiene conocimientos de los eventos, la mayoría no asiste a dichos eventos.
Hipótesis 4	Se acepta H_0	Hipótesis Nula	A pesar de que la UNAM considera como uno de los objetivos principales difundir la cultura y las artes a los estudiantes, éstos no lo perciben de la misma manera.
Hipótesis 5	Se rechaza H_0	Hipótesis Alternativa	Los universitarios de antemano reconocen como beneficios solamente los descuentos y promociones, sin considerar el posible desarrollo humano que les puede traer consigo la cultura y las artes.
Hipótesis 6	Se acepta H_0	Hipótesis Nula	El alejamiento de la cultura en la formación de los profesionistas universitarios, se ve reflejado en la formación técnica de los estudiantes y la falta de un vínculo que enlace la educación con la cultura.
Hipótesis 7	Se rechaza H_0	Hipótesis Alternativa	El público que regularmente asiste a los eventos culturales y artísticos de la UNAM es en su mayoría externo.
Hipótesis 8	Se acepta H_0	Hipótesis Nula	Los medios de difusión empleados por la UNAM para difundir sus eventos, no han logrado despertar el interés de los universitarios, quienes los evalúan como regulares.
Hipótesis 9	Se rechaza H_0	Hipótesis Alternativa	Los estudiantes que asisten regularmente a los eventos, acuden a diferentes foros. Solamente en cine predomina la asistencia en Facultades.
Hipótesis 10	Se acepta H_0	Hipótesis Nula	La Mayoría de los estudiantes, desconoce medios como: Revista "los Universitarios", Periódico Humanidades, Radio y TV UNAM, Página de Difusión Cultural. Debido a que la Universidad no ha informado de la existencia de dichos medios, ni tampoco ha mejorado sus canales de distribución.



Capítulo VII

Propuestas



7.I CAMPAÑA PUBLICITARIA

7.I.I Fundamentos para la realización de una campaña publicitaria que despierte el interés de los Universitarios hacia las actividades culturales y artísticas que les ofrece la UNAM.

Debido al entorno mundial en el que actualmente nos desenvolvemos y por los efectos sociales de la globalización, en la actualidad los mercados laborales requieren, primordialmente, de técnicos especializados.

Este fenómeno ha afectado de manera significativa a la educación superior, que en los últimos años se ha orientado hacia la formación técnica, restándole espacios al fomento de las humanidades y las artes.

Las variantes a los métodos formativos, aplicadas en las Instituciones Educativas, para poder satisfacer la demanda de profesionistas -con marcados perfiles tecnológicos- en el campo del trabajo, están afectando a la porción humanística de los estudiantes. Uno de los primeros síntomas que manifiesta la comunidad universitaria, es su escaso interés por las actividades culturales y artísticas.

Ante esta realidad, las Universidades no pueden permanecer estáticas ya que por su naturaleza, la educación a nivel superior debe plantearse como una conjunción de ciencia, tecnología y humanidades y artes. Por ello es necesario que la UNAM ponga mayor énfasis en el desarrollo cultural y artístico de sus Universitarios.

Como se pudo apreciar en los capítulos anteriores, quien se encarga de coordinar y difundir las actividades culturales y artísticas de la UNAM es la Coordinación de Difusión Cultural, cuyo objetivo es dar la cultura la más amplia difusión posible. Se considera de gran importancia que esa Coordinación desarrolle, constantemente, estrategias dirigidas a la comunidad universitaria, para que esta se interesara en las actividades que se presentan en nuestra casa de estudios.

En este punto, la mercadotecnia puede ser una herramienta muy útil, ya que parte importante de esa estrategia con la que se logrará mayor interés y participación, es una campaña publicitaria dirigida a la comunidad universitaria y, de manera específica, a los estudiantes que -con su participación- podrán alimentar y orientar su sensibilidad, punto de apoyo para no extraviarse en la frialdad técnica.



Actualmente existen otros organismos encargados en difundir la cultura (CONACULTA, CNA, CENART, ICCM, entre ellos) que se preocupan porque el público asista, invirtiendo en sus tareas los medios y recursos necesarios. A partir de esos ejemplos, a Coordinación de Difusión Cultural debe redoblar esfuerzos, para dar a conocer las actividades que realiza.

Aún cuando la Universidad cuenta con una gran infraestructura y talentosos artistas, la participación de los estudiantes en las actividades que se presentan es mínima.

En el transcurso de esta investigación, la comunidad universitaria ha manifestado desinterés por las actividades culturales y artísticas. Por ello, se necesita una estrategia que logre, captar su interés primero, y mostrarle los beneficios del servicio después, y consideramos que, en esta labor, la elaboración de una campaña publicitaria, cuyo objetivo principal sea despertar entre la comunidad universitaria el interés por las actividades culturales y artísticas que programa la UNAM y estimular su participación en los eventos que se realizan, dentro y fuera del campus universitario, es una excelente opción para mejorar esta problemática.

Mercado Meta

Dimensión demográfica: Hombres y mujeres que sean estudiantes universitarios. Con un promedio de edad de 18 a 25 años.

El mercado meta al que va dirigida esta campaña, es la comunidad Estudiantil Universitaria de Nivel Superior. Específicamente a los estudiantes que no pertenecen a carreras de corte humanista, es decir estudiantes de las áreas 1, 2 y 3.

Marco de Referencia

La poca participación de los estudiantes en las actividades culturales y artísticas que realiza la UNAM, así como el desconocimiento que la comunidad universitaria tiene de los medios utilizados por la Coordinación de Difusión Cultural para difundir sus eventos, además del papel secundario que juega la cultura en la formación de los universitarios.

Hechos Importantes

- La Coordinación de Difusión Cultural es el órgano universitario que se encarga de "extender los beneficios de la cultura" entre la comunidad universitaria.
- Los estudiantes universitarios no consideran importantes como parte de su formación profesional los aspectos culturales y artísticos.
- Los medios de difusión no han logrado despertar el interés de los universitarios por participar en los eventos.



- La cultura y las artes no son consideradas en la actualidad como una actividad complementaria del ser humano.
- Problemas que la comunicación puede ayudar a resolver.
- Necesidad de incorporar a la educación profesional las actividades culturales y artísticas.
- Reforzar los beneficios que trae consigo la cultura.
- Crear conciencia de la importancia de la cultura y las artes como parte integral del individuo.
- Dar a conocer los medios de comunicación con los que cuenta la Coordinación de Difusión Cultural para difundir los eventos.
- Lograr un acercamiento entre los estudiantes y la cultura y las artes.

Beneficios

La UNAM, a través de la Coordinación de Difusión Cultural, ofrece eventos culturales y artísticos con el fin de contribuir a la formación integral de los universitarios. De esta manera la comunidad universitaria tiene una inigualable oportunidad al poder disfrutar la cultura.

Razonamiento

Porque con la cultura y las artes somos mejores personas, integra la cultura y las artes a tu formación profesional.

Foco de Atención

Destacar los beneficios de la cultura, con el fin de motivar tu participación.

ESTRATEGIA CREATIVA

Beneficio Básico

La cultura y las artes te dan la oportunidad de tener una formación integral.

Foco de Venta

"Porque al participar en los eventos culturales y artísticos, logro divertirme, desarrollarme y complementar mi formación universitaria".



REQUISITOS EJECUCIONALES

- Hacer mención de que la cultura ayuda al desarrollo humano e integral de los individuos.
- Que la cultura es parte integral de la formación Universal
- Destacar la importancia de que la comunidad universitaria asista a las actividades culturales y artísticas.
- Reforzar la identidad universitaria.
- Destacar las facilidades que ofrece la UNAM para disfrutar de la cultura.
 - ✓ Instalaciones
 - ✓ Precios accesibles
 - ✓ Variedad de eventos
 - ✓ Desarrollar tu capacidad analítica y crítica
 - ✓ Es un foro de expresión
- Informar sobre el festival permanente con el que cuenta la UNAM.
- Dar a conocer la función principal de la Coordinación de Difusión Cultural.
- Crear un vínculo más cercano entre el universitario y la cultura.
- Destacar que todas las Direcciones de la Coordinación de Difusión Cultural, son foros abiertos para comunidad universitaria.

7.1.2 Ejecución de Carteles

La campaña publicitaria que se propone, esta integrada por tres fases:

PRIMERA FASE

El objetivo de esta primera etapa es el de captar la atención de la comunidad universitaria por medio del manejo de mensajes invertidos para crear controversia y expectación.

IDEA CREATIVA:

**... Por que así lo quieres
"La Cultura y las Artes Estorban"**

Esta fase estará conformada por carteles que serán distribuidos en las diferentes facultades y escuelas de nivel superior pertenecientes a la UNAM. Debido a que son mensajes inconclusos, terminarán su mensaje con el cartel correspondiente en la segunda fase.



SEGUNDA FASE

Ya lograda la controversia del público, enviando mensajes negativos de la cultura y las artes; en esta segunda etapa el objetivo es hacer reflexionar a la comunidad de la importancia que tienen la cultura y las artes en la formación Universitaria, destacando los beneficios que el Universitario tendrá al participar en los eventos.

**IDEA CREATIVA: ... Por que así lo queremos
"La Cultura y las Artes nos Engrandecen"**

La segunda fase estará conformada por carteles que serán colocados exactamente en el mismo lugar que su correspondiente de la primera etapa, cubriendo por completo el primer cartel y comunicando el nuevo mensaje.

Además de los carteles se incluirá 1 guión para radio, con la finalidad de que sean elaborados y transmitidos por Radio UNAM. También un Spot de televisión, con la finalidad de que sea producido y transmitido por TV UNAM.

TERCERA ETAPA:

En esta última etapa, se pretende informar a la comunidad que le ha dado un seguimiento a esta campaña sobre los medios en los que puede consultar los eventos culturales y artísticos, como son:

- Revista "Los Universitarios".
- Periódico Humanidades.
- Pagina de Internet de Difusión Cultural
- TV UNAM
- Radio UNAM

La etapa concluyente de la campaña tiene el objetivo de mantener un vínculo cercano entre la comunidad universitaria y la Coordinación de Difusión Cultural. Esta etapa pretende cubrir la limitante informativa, con la cuál se han encontrado los estudiantes, razón por la que no se enteran de los eventos culturales y artísticos que realiza la UNAM.

Esta etapa se conforma nuevamente con carteles que serán colocados al lado del segundo cartel; con la finalidad de que los estudiantes tengan a la vista ambos carteles y refuercen el mensaje positivo.



7.1.3 Carteles

CARTELES DE LA PRIMERA ETAPA

Universitario

¡Si eres observador encuentra la falla!

Si elegiste el Laberinto de la
Sociedad de Octavio Paz
¡Te felicitemos!
Sabes ver, pero no sabes LEER

...Porque así lo quieres...

La Cultura y las Artes Estorban

CULTURA ES TODO AQUELLO QUE:

- No entiendo y...
- Solo gente rara...
- Me aburre a morir...
- Me hace perder a...
- No me ayuda en mi...
- profesional
- Me aleja de mis cu...
- Me distrae de las ac...
- profesión.
- No me sirve para...
- trabajo.

...Porque así lo quieres...

La Cultura y las Artes Estorban

SE BUSCA

- Organiza el contenido
- Estructura el mensaje
- Crea un lenguaje claro y conciso
- Utiliza palabras sencillas de
- entender y evita el uso de
- palabras innecesarias

**SI LO ENCUENTRAS
¡ ALEJÁTE DE ÉL!**

...Porque así lo quieres...

La Cultura y las Artes Estorban



*La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM*

CARTELES DE LA PRIMERA ETAPA

Universitarios

10 PRINCIPIOS BÁSICOS PARA ESTUDIAR LA CULTURA EN LA UNAM

1. Amarás a la técnica por sobre todas las cosas.
2. No asistirás a los eventos de Difusión Cultural.
3. Quemarás los libros de literatura que encuentres a tu paso.
4. No escucharás conciertos de la OFUNAM.
5. No organizarás eventos artísticos en tu Facultad.
6. Te burlarás de tus profesores cuando te inviten a que asistas a un evento artístico.
7. Evitarás el contacto con cualquier medio de Difusión Cultural.
8. No formarás parte la comunidad artística.
9. No te interesarás en el trabajo de Difusión Cultural.
10. Señalarás a los estudiantes que asistan a eventos culturales y artísticos (aunque sean tus cuates).

...Porque así lo quieres...

Las Artes Estorban

Universitario

No te preocupes por asistir a las actividades culturales y artísticas en la UNAM

Porque...¿A quién le interesa?

...Porque así lo quieres...

La Cultura y las Artes Estorban



En examen de cultura y artes

1. ¿Qué función tiene actualmente la Casa de los Mascarones?
 Escuela de Música
 Monumento histórico
 Centro de Dirección General de Computo Académico
2. ¿Quién fue el Primer Director de Casa del Lago?
 Carlos Fuentes.
 Carlos Monsivais
 Juan José Arreola
3. ¿Qué celebran anualmente la Sala José Revuelta y Julio Bracho?
 Opera
 Exposiciones
 Conferencias
 Cine Internacional
4. ¿Dónde se encuentra ubicado el foro Juan Ruiz de Alarcón?
 Facultad de Filosofía y Letras
 Ciencias Políticas y Sociales
 Centro Cultural Universitario
 Facultad de Ingeniería
5. ¿En donde se imparte instrucción sobre arte teatral y danza?
 Teatro Juan Ruiz de Alarcón
 Centro Universitario de Teatro
 Teatro Carlos Lazo
6. ¿De qué Museo forma parte el Foro del Dinosaurio?
 Museo Universitario de Antropología
 Museo Universitario de Historia Natural
 Museo Universitario del Chopo.
7. ¿Quién pintó el primer mural en el Antiguo Colegio de San Ildefonso?
 David Alfaro Siqueiros
 José Clemente Orozco
 Diego Rivera
8. Lugar en el que se presenta el Taller Coreográfico de la UNAM
 Casa del Lago
 Teatro Arquitecto Carlos Lazo
 Sala Miguel Covarrubias
9. ¿Para qué fue usado inicialmente el Palacio de Minería?
 Escuela de Medicina
 Escuela de Ingenieros
 Escuela Preparatoria
10. ¿Quién pintó el mural que se encuentra en la biblioteca Central?
 O'Gorman
 Diego Rivera
 José Clemente Orozco
11. ¿Qué publicación no pertenece a la UNAM?
 Revista ¿Cómo Ves?
 Periódico Humanidades
 Hoy en la Cultura
12. ¿Qué edificio histórico fue sede de la Escuela de Medicina?
 Palacio de la Inquisición
 Palacio de Minería
 Museo de la Medicina Mexicana
13. ¿Qué obra forma parte del espacio escultórico?
 Las Serpientes del Pedregal
 El regreso de Quetzalcóatl
 Estela Maya
14. ¿En qué foro puedes disfrutar música de cámara?
 Museo del Chopo
 Casa del Lago
 José Revueltas
15. ¿Qué es la Real y Pontificia Universidad de México?
 Edificio Histórico
 Foro Cultural
 Escuela


90 % REPROBARON
Si eres parte de ese porcentaje
!!! FELICIDADES!!!
¿A quién le interesa saber esto?

...Porque así lo quieres...

LA CULTURA Y LAS ARTES ESTORBAN




CARTELES DE LA SEGUNDA ETAPA




Universitarios

1. Complementa tus conocimientos técnicos con actividades culturales y artísticas.
2. Asiste a los eventos que ofrece Difusión Cultural.
3. Enriquezca tus capacidades con lecturas literarias y adquiere las publicaciones de la UNAM.
4. Asiste a los concierto musicales de la OFUNAM.
5. Promueve eventos artísticos y culturales dentro de tu facultad.
6. Escucha y atiende las recomendaciones artísticas que te hacen tus profesores y amigos.
7. Consulta los carteles que aparecen en las publicaciones de la UNAM y los carteles para que estés al día en la información cultural y artística.
8. Participa en un grupo artístico o lleva a cabo una actividad cultural.
9. Enriquece con tu opinión y crítica al trabajo de Difusión Cultural.
10. Haz todo lo posible para que tus colegas asistan a los eventos culturales.



Propuestas de la segunda etapa

La Cultura y las Artes nos Engrandecen



Universitario

¿ A quién le interesas?

- Los **ARTISTAS**
Que necesitan tu participación y asistencia para seguir expresándose.
- La **SOCIEDAD**
Que requiera seres humanos completos y sensibles.
- Tu **UNIVERSIDAD**
Que se enriquezca con alumnos críticos y propositivos.
- Las **EMPRESAS**
Que requieran de valores humanistas y personas multidimensionales
- A **NOSOTROS** mismos
Que queramos ser individuos capaces, destacados y sobre todo valiosos.

Propuestas de la segunda etapa

La Cultura y las Artes nos Engrandecen

NO CULTIVEMOS LA IGNORANCIA

- ¿Qué función tiene actualmente la Casa de los Mascarones?
 Escuela de Música
 Monumento histórico
 Centro de Dirección General de Computo Académico
- ¿Quién fue el primer director de Casa del Lago?
 Carlos Fuentes
 Carlos Monsiváis
 Juan José Arreola
- ¿Qué celebran anualmente la Sala José Revueta y Julio Bracho?
 Opera
 Exposiciones
 Conferencias
 Cine Internacional
- ¿Dónde se encuentra ubicado el foro Juan Ruiz de Alarcón?
 Facultad de Filosofía y Letras
 Ciencias Políticas y Sociales
 Centro Cultural Universitario
- ¿En donde se imparte instrucción sobre arte teatral y danza?
 Teatro Juan Ruiz de Alarcón
 Centro Universitario de Teatro
 Teatro Carlos Lazo
- ¿De qué Museo forma parte el Foro del Dinosaurio?
 Museo Universitario de Antropología
 Museo Universitario de Historia Natural
 Museo Universitario del Chopo
- ¿Quién pintó el primer mural en el Antiguo Colegio de San Ildefonso?
 David Alfaro Siqueiros
 José Clemente Orozco
 Diego Rivera
- Lugar en el que se presenta el Taller Coreográfico de la UNAM
 Casa del Lago
 Teatro Arquitecto Carlos Lazo
 Sala Miguel Covarrubias
- ¿Para qué fue usado inicialmente el Palacio de Minería?
 Escuela de Medicina
 Escuela de Ingenieros
 Escuela Preparatoria
- ¿Quién pintó el mural que se encuentra en la biblioteca Central?
 O'Gorman
 Diego Rivera
 José Clemente Orozco
- ¿Qué publicación no pertenece a la UNAM?
 Revista ¿Cómo Ves?
 Periódico Humanidades
 Cultura
- ¿Qué edificio histórico fue sede de la Escuela de Medicina?
 Palacio de la Inquisición
 Palacio de Minería
 Museo de la Medicina Mexicana
- ¿Qué obra forma parte del espacio escultórico?
 Las Serpientes del Pedregal
 El regreso de Quetzalcóatl
 Estela Maya
- ¿En qué foro puedes disfrutar música de cámara?
 Museo del Chopo
 Casa del Lago
 José Revueltas
- ¿Qué es la Real y Pontificia Universidad de México?
 Edificio Histórico
 Foro Cultural
 Escuela

Porque así lo quieres...

La Cultura y las Artes nos Engrandecen



Carteles de la 3ª Etapa

**¿Cómo participar y enriquecernos
con las actividades culturales y
artísticas de la UNAM?**

Inscríbete a talleres:

- Redacción
- Redacción e introducción a la literatura
- Periodismo cultural
- Apreciación cinematográfica
- Sexualidad y Sociedad
- Mejor salud y sexualidad
- Guitarra
- Teatro
- Danza contemporánea
- El dancing en México
- Movimientos artísticos del siglo
XX
- Iniciación a las Artes Plásticas
- Modelado en barro
- Historia del arte
- Talleres infantiles:
- Iniciación de los artes plásticos
- Modelado
- Teatro infantil
- Ballet Clásico.

Informes en Coordinación de Difusión
Cultural

Porqué así lo queremos
La Cultura / los Artes nos Engrandecen

**¿Cómo participar y enriquecernos
con las actividades culturales y
artísticas de la UNAM?**

**Infórmate de los beneficios
con los que cuentas, al asistir
a los eventos culturales y
artísticos:**

- Descuento del 50% con credencial Vigente, en todos los eventos de la UNAM.
- Descuento especial al asistir 4 personas a los eventos del Centro cultural Universitario (aplica también a público no perteneciente a la UNAM)
- Descuento del 50% con credencial de Ex-alumno, en todos los eventos de la UNAM.
- Instalaciones de calidad.
- Obtendrás un beneficio cultural y artístico, creándote mayor identidad con tu universidad.

Porqué así lo queremos
La Cultura / los Artes nos Engrandecen



CARTELES DE LA TERCERA ETAPA

¿Cómo participar y enriquecernos con las actividades culturales y artísticas de la UNAM?

Entérate de las actividades culturales y artísticas a través de....

Periódico Humanidades

Revista Universitarios

Gaceta UNAM

Carteleras

Carteles

TV UNAM Canal 22, 9, 11

Radio UNAM 96.1 FM

Porqué así lo queremos

La Cultura y las Artes nos Engrandecen

¿Cómo participar y enriquecernos con las actividades culturales y artísticas de la UNAM?

Involúcrate como representante de tu facultad en el Consejo de Difusión Cultural

Porqué así lo queremos

La Cultura y las Artes nos Engrandecen



7.1.3 Ejecuciones de Radio

Campaña:
Guión de Radio
Guionista: Carlos Giles Serna
Duración: 30 Segundos

OPERADOR	Entra tema musical de fondo
LOCUTOR 1	¿Sabías que en el Museo de San Ildefonso Diego Rivera pintó su primer mural?
FX	Silencio TOTAL
LOCUTOR 2	¿Sabías que la Sala Nezahualcoyotl es considerada como la sala de conciertos más importante en América Latina?
OPERADOR	Silencio TOTAL
LOCUTOR 1	¿Sabías que año con año la UNAM es sede de la Muestra Internacional de Cine?
FX	Silencio TOTAL
LOCUTOR 2	¿Estas seguro que conoces tu Universidad?
LOCUTOR 1	No te quedes en el silencio y descubre todo lo que la UNAM tiene para ti.
LOCUTOR 1	PORQUE ASI LO QUEREMOS..
LOCUTOR 2	LA CULTURA Y LAS ARTES NOS ENGRANDECEN..
FX	Música OFUNAM.
LOCUTOR 3	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

LOCUTOR 1: Voz de mujer juvenil.

LOCUTOR 2: Voz de hombre joven .

LOCUTOR 3: Voz de hombre maduro



7.1.4 Ejecuciones de Televisión

Campana:

SPOT TELEVISIVO

Duración: 20 Segundos

STORY BOARD

IMAGEN	TEXTO	EFECTOS DE AUDIO
OFUNAM tocando con sala llena.	Esto es parte de lo que puedes disfrutar si eres universitario.	Música Clásica
Audiencia (estudiantes) que poco a poco desaparece de la Sala.	Depende de ti si quieres aprovecharlo.	Música que disminuye de volumen poco a poco a medida que la audiencia se aleja.
OFUNAM que deja de tocar angustiados.	Silencio Total	Silencio Total
Grupo de estudiantes que poco a poco regresa a la Sala.	NO le des la espalda a la cultura y disfruta de todo lo que la UNAM tiene para ti.	Música Clásica de fondo, que aumenta su volumen a medida que la imagen crece.
OFUNAM que termina la pieza musical con un público entusiasta que disfruta del concierto.	Porque así lo queremos... LA CULTURA Y LAS ARTES NOS ENGRANDECEN.	Música de fondo.
Logo de la Coordinación de Difusión Cultural, acompañado de la dirección de Internet de la Pagina de Difusión Cultural.	Acude a la Coordinación de Difusión Cultural UNAM e infórmate de los eventos.	Cortinilla de aparición



Narrativa del ambiente del Spot Televisivo.

La imagen es a color, con colores muy vivos. Se inicia con una toma cerrada de la Sala Nezahualcoyotl, y a lo lejos se escucha música clásica; poco a poco la toma se va abriendo dejando ver un concierto de la OFUNAM con una audiencia a una $\frac{3}{4}$ partes de la capacidad de la Sala, que disfruta del concierto, sus semblantes reflejan gozo, disfrute; al mismo tiempo que una voz masculina dice "Esto es parte de lo que puedes disfrutar si eres universitario"

De pronto la toma percibe de lejos que la audiencia comienza a desalojar la sala poco a poco al tiempo que la música comienza a disminuir en forma proporcional a la audiencia, mientras el locutor dice "De ti depende si quieres aprovecharlo". A medida que la audiencia desaparece por completo, la imagen se vuelve blanco y negro y la orquesta cesa de tocar. En este lapso de tiempo hay silencio total y la escena se paraliza

Después de unos segundos, la audiencia regresa poco a poco así como el color y la música al tiempo que se escucha "No le des la espalda a la cultura y las artes y disfruta todo lo que la UNAM tiene para ti".

Escena de la OFUNAM terminando un concierto de forma exitosa, con música clásica de volumen medio, insertando la frase: **Porque así lo queremos... "La Cultura y las Artes nos Engrandecen"**.

Toma lejana de la Sala Nezahualcoyotl, que poco a poco se convierte en una toma general del Centro Cultural Universitario, al tiempo que aparece el Logotipo de la Coordinación de Difusión Cultural con un texto que dice "Acércate a la Coordinación de Difusión Cultural y entérate de los eventos que ofrece" al mismo tiempo que aparece la Dirección de la página de Internet "www.difusioncultural.com.mx" y se finaliza con una toma del logotipo "Orgullosamente UNAM".



7.2 LA MERCADOTECNIA COMO MULTIPLICADOR ESTRATEGICO Y POTENCIADOR DE LA PROMOCION FOMENTO Y DIFUSION DE LA CULTURA Y LAS ARTES EN LA UNAM

Es importante señalar que la mercadotecnia es un conjunto de técnicas que no se cubren sólo con la elaboración de una campaña de tipo publicitario, sino que requiere de otras estrategias y programas que apoyen el fin de generar el interés y la participación de los estudiantes universitarios en las actividades culturales y artísticas. Es por ello que a continuación presentamos algunas consideraciones que se deben tomar en cuenta.

- Es indispensable que en su estrategia de difusión cultural la Coordinación este consciente que la comunidad estudiantil universitaria es un mercado conformado por cuatro segmentos, representados por sus áreas de conocimiento. Por lo tanto cada segmento tiene necesidades y gustos artísticos diferentes; por lo cual debe emplear estrategias distintas para lograr que los estudiantes participen en los eventos.
- Considerando que el cliente potencial de la Coordinación de Difusión Cultural, es el estudiante Universitario, el trabajo cultural debe ser dirigido principalmente a este sector, para ello deben llevarse a cabo diagnósticos de públicos y con base en el resultado de los mismos; modificar, complementar y reformular sus programas y acciones con el fin de conocer quienes asisten, para poder satisfacer sus necesidades.
- Un buen medio de difusión y promoción para la Coordinación de Difusión Cultural pueden ser los profesores. Por ello es fundamental que como parte de la cátedra que estos imparten consideren fomentar en la comunidad estudiantil universitaria la participación en las actividades culturales y artísticas.
- Crear módulos de información cultural en todas las Facultades y espacios Universitarios con información oportuna acerca de:
 - Tipo de eventos.
 - Ubicación de foros.
 - Precios y descuentos.
 - Horarios.



- Cabe mencionar que los puntos a reforzar con la Campaña expuestos en la Matriz de Percepciones y Realidades (Cap. VI) no logran cubrirse con la campaña publicitaria expuesta con anterioridad, por ello se sugiere a la Coordinación de Difusión Cultural, que realice en conjunción con el Consejo de Difusión Cultural campañas que den seguimiento a estos y otros puntos que se detecten, capten la atención de la comunidad estudiantil y la motiven a participar en las actividades ofrecidas por todas las direcciones que la conforman (Dirección General de Actividades Cinematográficas, Dirección General de Actividades Musicales, Dirección General de Artes Plásticas, Dirección de Literatura y Dirección de Teatro y Danza.

- Respecto a la Campaña, es importante señalar que el guión de radio y el spot televisivo, podrían ampliar su transmisión a las cadenas locales, incluso la Coordinación de Difusión Cultural, podría obtener patrocinios para cubrir los presupuestos especificados en el Anexo 4.

- La publicidad de los eventos debe ser atractiva y motivante para los Universitarios. Un letrero electrónico colocado en los pasillos principales de cada facultad, tal como sucede en la Facultad de Filosofía y Letras, informaría de manera de rápida y concreta, los eventos culturales y artísticos que se realizan a lo largo del día. Este medio sería manejado por cada uno de los Departamentos de Difusión Cultural de las Facultades, en conjunción con la Coordinación de Difusión Cultural.

- Evaluar el real alcance de la imagen, estructura y conformación de la cartelera de Difusión Cultural.

- Una de las herramientas de la mercadotecnia que puede ser empleada en la Coordinación, para conocer los gustos y necesidades de los estudiantes universitarios, es la Investigación de Mercados.

La información recabada, puede ser similar a la que obtuvimos en la investigación de mercados realizada en este proyecto:

- Detectamos un desconocimiento por parte de los universitarios de los medios de comunicación utilizados por la UNAM, que difunden sus eventos culturales. De ahí la importancia de informar a la comunidad cuáles son esos medios.

- Se debe de dar un mayor interés en las otras publicaciones que tiene la UNAM como lo son: la revista Universitarios, el periódico Humanidades, y la cartelera Quincenal, ya que el



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM



desconocimiento de los mismos es alarmante. Una buena opción sería aumentar el tiraje de estas publicaciones, o mejorar los canales de distribución. Respecto a este punto la colocación de exhibidores fijos con las publicaciones UNAM, en los pasillos de las facultades serían una buena alternativa, para que dichas publicaciones lleguen a manos de los universitarios y así conozcan que eventos se realizan dentro y fuera de la universidad.

- Los foros también deben crear indicadores para establecer mejores horarios, con la finalidad de brindar un mejor servicio a los universitarios, ya que a través de la misma investigación, pudimos constatar la molestia de los asistentes al Museo Universitario del Chopo, que suspende sus actividades de 2:00 PM a 3:00 PM desalojando a los asistentes. Cabe señalar que no es el único foro en el que sucede esta situación.

Estos resultados justifican, el porque es sumamente importante que se realicen, en un lapso de seis meses y un año, lecturas de mercado permanentes; así como diagnósticos de públicos. Una buena forma de hacer los diagnósticos en el público asistente, es mediante encuestas insertadas en los programas de mano y recogidos en el vestíbulo por voluntarios.

Por lo antes mencionado, creemos que si bien la mercadotecnia no representa la solución a todas las deficiencias encontradas en la Coordinación de Difusión Cultural, sí puede ayudar a mejorar las estrategias dirigidas a la comunidad universitaria, para potenciar su interés y participación en las actividades culturales y artísticas universitarias.



7.3. OTRAS PROPUESTAS

Además de las anteriores propuestas consideramos pertinente que:

- La Universidad ponga mayor interés en la difusión de la cultura y en el desarrollo humanista de su comunidad universitaria.
- Sé de a conocer ante la comunidad universitaria el trabajo que la Coordinación de Difusión Cultural realiza en conjunción con el Consejo de Cultura.
- Difusión Cultural UNAM cuente con un plan estratégico, que no sólo garantice el cumplimiento de sus metas y objetivos en materia cultural, sino que plantee cuales son las carencias y necesidades reales en este rubro.
- La UNAM restablezca la importancia que anteriormente se le concedía a la cultura y las artes, así también debe de dar a conocer a sus universitarios, el objetivo sustancial que habla del aspecto cultural.
- Se cree una conciencia, entre la comunidad universitaria, sobre la importancia y beneficios que trae consigo la cultura y las artes en la formación integral del universitario
- La Coordinación de Difusión Cultural tenga claramente definidos y expresados por escrito, su misión, objetivos y políticas culturales, poniéndolos a disposición de quien los necesite consultar.
- Las inquietudes expresadas al seno del Consejo de Difusión Cultural lleven a la ejecución de acciones que beneficien y extiendan el objetivo cultural de la Universidad.
- La Coordinación de Difusión Cultural, brinde más apoyo a universitarios que busquen desarrollar algún proyecto de investigación dirigido a la cultura y las artes, para que puedan contribuir al mejoramiento de las actividades de la Coordinación de Difusión Cultural



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM

- La universidad considere la inserción de materias optativas con el fin de fomentar la educación integral de su comunidad estudiantil. De esta manera la formación de los universitarios no se centrara solo en el conocimiento de técnicas especializadas, sino que también fomentará el desarrollo integral del alumno. Cabe mencionar que algunas facultades, como la Facultad de Contaduría y Administración, realizan Talleres Extracurriculares de actividades culturales y artísticas, buscando un desarrollo más integral en sus alumnos.(Ver Anexo 5)
- En el diseño curricular de cada una de las carreras se analice y considere como parte fundamental del desarrollo profesional, la cultura y las artes.
- Cada Facultad establezca lazos permanentes de trabajo con Difusión Cultural, para crear programas propios de fomento, promoción y difusión de la cultura y las artes.
- Se realicen programas conjuntos de actividades artísticas y culturales entre las Facultades para impulsar la creatividad, sensibilidad y la inquietud artística de los estudiantes
- Se fomente la participación diversa de su comunidad a través de invitarlos a formar grupos de arte.
- Se establezcan vínculos con otras Universidades e instituciones de educación superior, e Instituciones mundiales, nacionales y locales dedicadas a la promoción, difusión y fomento de la cultura y las artes. Por medio de esta medida se pretende alimentar la política cultural UNAM.



Capítulo VIII

Conclusiones



8. CONCLUSIONES

En el desarrollo de esta investigación nos percatamos, que la falta de interés -por parte de la comunidad estudiantil universitaria- en participar en las actividades culturales y artísticas, es un problema que se sustenta en muchos elementos.

Actualmente el mercado demanda profesionistas especializados. Las escuelas y Universidades se enfocan sólo a la formación "tecnócrata"; en la que los estudiantes profesionistas, sean capaces de resolver solo problemas técnicos especializados, en lugar de brindarle las herramientas que le permitan tomar decisiones de una manera trascendental y con una visión más abierta hacia el entorno político, social, económico y cultural que los rodea.

La labor realizada por las Universidades para fomentar el gusto por la cultura y las artes se ha dejado a un lado, aún cuando debería ser una parte sustancial en la formación de profesionistas. Una Institución como la UNAM, marca el punto de partida, que muchas otras instituciones de educación superior toman como referencia, para difundir aspectos culturales y artísticos entre sus estudiantes para que estos logren un desarrollo más integral.

Para poder contar con toda la información que sustenta la propuesta dada en este proyecto, fue elemental realizar un recuento de toda la historia de la UNAM y su evolución. Así también fue necesario destacar la importancia de la cultura tanto en el sector gubernamental como educativo, en el cual el desarrollo tecnológico esta dominando sobre el enfoque humanista. Por ello, pusimos énfasis en los beneficios que la cultura y las artes brindan al desarrollo de todo ser humano.

Al hablar de la Coordinación de Difusión Cultural, el principal objetivo fue conocer su estructura y función, así como sus fortalezas y debilidades con las que cuenta, lo cual nos llevo a dar sugerencias para posibles mejoras en dichas funciones.

Desde la perspectiva de nuestra profesión, consideramos que la mercadotecnia puede ser una herramienta fundamental para crear una estrategia dirigida a la comunidad estudiantil, que permita despertar el interés por participar en las actividades culturales y artísticas. Un ejemplo de ello es la investigación de mercados, la cual nos ayudo a estructurar la campaña publicitaria propuesta.

Al realizar este proyecto tratamos de abarcar todos los aspectos que estuvieran relacionados de alguna manera a la cultura y las artes, sin embargo nuestra principal limitante fue el desconocimiento del tema, debido a nuestra formación que esta basada en conocimientos economicos-administrativos.



Otra de las limitantes con las que nos enfrentamos, fue el no poder contar con la participación del encargado del Organismo Rector de Cultura en la UNAM, de quien su punto de vista hubiese complementado la información en nuestro proyecto. (Se anexa cuestionario de entrevista cancelada, Anexo 1.6). Sin embargo el apoyo por parte de otros integrantes de dicho Organismo nos ayudo a cubrir parte de la información faltante en cuanto a la Coordinación de Difusión Cultural se refiere.

El haber realizado este proyecto nos permitió conocer la gran variedad de actividades culturales y artísticas de la Universidad. También descubrimos publicaciones Universitarias, como la revista los Universitarios y el periódico Humanidades que en el transcurso de nuestra vida académica pasaron desapercibidos. Asimismo, al integrarnos a los eventos nos dimos cuenta del valor artístico y cultural que tiene la Universidad y su enorme infraestructura. Confirmando que al tener contacto con la cultura y las artes desarrollamos nuestro sentido crítico y analítico.

Es por ello de este investigación consiste en realizar una campaña publicitaria que tiene como objetivo que los estudiantes despierten la inquietud para integrarse a los aspectos culturales y artísticos, conozcan la oferta cultural, así como los medios por los que se pueden mantener en contacto con la institución encargada de cultura en la UNAM. Sin embargo, la campaña publicitaria no es suficiente y el objetivo real de este proyecto solo se alcanzará si la campaña es apoyada con acciones y estrategias que persigan el mismo interés.

Algunos de los puntos de mayor relevancia al desarrollar este proyecto son los siguientes:

- Desde sus inicios, la UNAM ha considerado importante fomentar el aspecto cultural y artístico dentro de su comunidad universitaria, mediante la creación de Centros e Instituciones, para ofrecerle distintas actividades como son: cine, teatro, danza, música, exposiciones, cursos y talleres, poesía, literatura, visitas guiadas, conferencias, entre otras actividades.
- Como toda institución académica la UNAM ha evolucionado con el paso del tiempo en el aspecto cultural y artístico, pero en la actualidad y ante la poca participación de los estudiantes en los eventos que se realizan, la Universidad necesita de una estrategia global de difusión, que comunique e informe los beneficios que aportan la cultura y las artes en la formación de los profesionistas, buscando desarrollar el lado humano de sus universitarios.
- Nos dimos cuenta de la importancia de tomar las políticas de instituciones como la UNESCO, a nivel mundial, o como CONACULTA y el ICCM a nivel nacional y local que aporten las bases de las políticas que permitan seguir líneas de acción equitativas para



la sociedad, establecer acuerdos de educación así como fomentar la cultura y las artes desde la educación básica.

- La UNAM cuenta con una de las infraestructuras culturales más grandes dentro del país, sin embargo, al parecer no existe una estrategia mercadológica clara que se utilice en la difusión cultural para generar la asistencia y participación de los universitarios a las actividades culturales y artísticas que se realizan.
- En la actualidad la universidad, parece haber descuidado uno de sus tres objetivos sustanciales, que se refiere a, "difundir los beneficios de la cultura lo mas ampliamente posible en la universidad", ya que es clara la falta de interés y participación por parte de la comunidad universitaria en estos aspectos.
- Un gran sector universitario no se interesa en la cultura y las artes, ya que éstas no son consideradas como parte de su desarrollo profesional. A sí mismo desconoce el papel cultural y artístico que ha desempeñado la universidad a lo largo de su existencia y desconocen la función real de la Coordinación de Difusión Cultural y el Consejo de Difusión Cultural.
- No existe un vínculo importante entre las Coordinación de Difusión Cultural y algunas escuelas y facultades de la UNAM, para alcanzar las metas que sobre cultura tiene la UNAM a través de la Coordinación de Difusión Cultural.
- En entrevista realizada a un integrante del Consejo de Difusión Cultural, nos reafirmo la percepción que se tenía acerca de la Coordinación de Difusión Cultural, ya que expresa -de acuerdo a su experiencia como Consejero- que se desconocen totalmente la existencia de lineamientos por parte de esa instancia, puesto que si contaran con ellos, los pondrían al alcance de la comunidad Universitaria.
- La comunidad universitaria considera que los medios utilizados para difundir los eventos culturales y artísticos son malos y escasos. A este respecto, nuestra conclusión, es que no son deficientes los medios, sino que son usados de manera poco efectiva, y no logran captar la atención de los estudiantes o motivarlos a que participen en la gran oferta de actividades permanentes que les ofrece su Universidad.
- Si bien la Coordinación de Difusión Cultural reporta haber realizado un diagnóstico, no lo proporciona ni lo da a conocer. Tampoco es palpable la existencia de éste en el trabajo de la Coordinación, ya que no existen datos cuantitativos y cualitativos que lo sustenten.
- Consideramos pertinente, que la Coordinación de Difusión Cultural, realice lecturas permanentes de públicos, con la finalidad de conocer el sentir de la comunidad universitaria respecto a las actividades culturales y artísticas que se presentan, y satisfacer sus necesidades.



- También nos percatamos que existe un gran desaprovechamiento de los recursos culturales con los que cuenta la Universidad por parte de su comunidad estudiantil, debido al escaso fomento cultural dentro de toda la organización universitaria.

Creemos que ante tales circunstancias, La Universidad Nacional Autónoma de México debe recuperar su tercer objetivo sustancial, haciendo énfasis en el fortalecimiento del espíritu de la cultura y las artes, tratando de interrelacionar este aspecto con el científico y tecnológico, logrando así profesionales con una formación más humana.

Respecto a lo anterior, el rector Juan Ramón de la Fuente, en su discurso con motivo de los 450 años de la UNAM, menciona: "La Universidad como institución formadora de los cuadros humanos constructores de lo mejor del México actual y como el venero de óptimas manifestaciones docentes, de investigación y de difusión de la cultura, sino también y fundamentalmente, como defensora infatigable de los principios de la libertad, la solidaridad, la democracia, la verdad y la justicia".

Por ello queremos compartir este trabajo con todos aquellos que se encuentra alejados de la vida cultural Universitaria y de esta manera contribuir a que todo aquel que lea este trabajo conozca los eventos y foros y sobre todo despierten un interés por ser parte de las actividades culturales y artísticas de la UNAM.

Así mismo pretendemos que las ideas expuestas en este proyecto sean consideradas para generar dentro de la Coordinación de Difusión Cultural cambios encaminados a incrementar el interés a la comunidad universitaria en las actividades que se realizan, destacando la importancia y beneficios de la cultura y las artes, ya que creemos que esta es la única forma para lograr la participación de la comunidad universitaria.



Anexos



ANEXOS

ANEXO I: Entrevistas

I.1 Coordinación de Difusión Cultural

Persona Entrevistada: Francisco Figueroa.

Secretario Técnico de la Coordinación de Difusión Cultural.

Fecha de la Entrevista: 14 de enero del 2002

☐ ¿Qué es cultura?

La cultura es una concepción muy amplia, es toda actividad del hombre; es todo aquello que el hombre transforma; diferenciado del concepto naturaleza.

Partiendo de esto se puede hablar de niveles culturales y se consideran como manifestaciones creadas directamente por el hombre para su propio beneficio: la música, literatura, pintura, etc.

☐ ¿Cuál es el papel de la UNAM en la cultura y las artes?

La UNAM tiene tres funciones sustantivas:

1. Investigación
2. Docencia
3. Difusión de la cultura. Expresamente: difundir con mayor amplitud los beneficios de la cultura

☐ ¿Cuál es la tarea principal de la Coordinación de Difusión Cultural?

Fundamentalmente debe ser parte de la formación integral de los alumnos; no se puede hablar de un buen físico, químico, médico, contador si no ha tenido por lo menos contacto con la cultura.

Para la coordinación es importante poner al alcance de toda la comunidad Universitaria la cultura y en un segundo plano al público en general.

La tarea de la difusión cultural tiene dos vertientes:

- Hacia la comunidad Universitaria (interior de la Universidad)
- Público en general (lo que la Universidad produce esta al servicio de la sociedad).

☐ ¿Existe un Plan General o Programa de todas las actividades que lleva a cabo la Coordinación de Difusión Cultural?

Si. (Proporcionar).



Anualmente se presenta un plan de trabajo que muchas veces no es publicado por ser documentos de trabajo (internos).

Se tienen 11 dependencias en la coordinación de difusión cultura, los dos medios de comunicación radio UNAM y TV UNAM, dos pequeñas escuelas el CUT y el CUEC, dos centros culturales el Chopo y La Casa del Lago, y cinco direcciones generales, literatura, teatro y danza actividades musicales y artes plásticas, en cada una de estas anualmente se presentan al consejo de difusión cultural (órgano rector) sus planes e informes. Sólo en los casos de teatro y danza rebasa el año. La programación de teatro y danza es muy complicada debido a la variedad de los eventos.

La coordinación justifica que no cuentan con este plan porque son elementos que tienen un formato definido ya que no se cuenta con la estimación temporal de la puesta de los eventos.

☐ ¿Bajo qué criterios se eligen las actividades culturales y artísticas de la UNAM?

Existe un lineamiento general por actividad, por ejemplo el plan que tiene el Centro Cultural para la comunidad (carro de comedias, libros sobre ruedas). Sin embargo la orquesta filarmónica se determina según su demanda, y en el caso de teatro la programación se determina con el objetivo de contribuir a la formación estudiantil.

Las actividades no se programan de acuerdo a la demanda, la fórmula mágica sería tener los espacios llenos, pero no es posible ya que, para lograrlo se debería contar con programas totalmente populares como la novena sinfonía de Beethoven todo el tiempo. El principal motivo de la oferta es la vocación de la Universidad. La formación constante desde el punto de vista cultural es la detonante de la programación anual.

☐ ¿Cuáles serían los beneficios que los estudiantes y el público en general, obtendrían al participar en la cultura y las artes?

La cultura tiene un papel preponderante en la formación Universitaria, ya que permite obtener beneficios como:

- Crecimiento personal
- Desarrollarnos y fortalecer el concepto de pertenecer a la Universidad.
- La actitud ante la vida
- Nos permite desarrollarnos y fortalecernos como personas de manera integral y no quedarse en el aspecto técnico.
- Gozar de las instalaciones con que cuenta la Universidad



☐ ¿Cuál es su opinión acerca del interés y participación de la comunidad universitaria (estudiantes, académicos, investigadores y personal administrativo) en las actividades culturales y artísticas que realiza la UNAM?

Es muy variable, el problema es cuando los alumnos no aprenden bien, el maestro se siente mal, cuando los alumnos no acuden a la cultura masivamente, sería necesario una revisión de los métodos que se tienen para ofrecer y ofertar, para hacer que los alumnos se acerquen a la cultura, (se inventan cosas, se tratan de adecuar al tiempo, a la tecnología, todo ello en un cambio constante).

Se trata de mejorar la cartelera para fomentar la asistencia tanto de personal académico, estudiantil y administrativo presentado las mejores obras..

☐ ¿Existe alguna forma en que la Coordinación mida sus resultados cualitativamente y cuantitativamente?

La forma inmediata siempre son las audiencias, ya que se cuenta con un centro cultural, el cual funge como escaparate directo de las cinco dependencias académicas, en el cual la respuesta inmediata la hace el público, como cualquier actividad artística considerada como indicador y podemos hablar de parámetros del consejo de división cultural, el cual esta conformado por los directores las representantes de escuelas, facultades y afines, que externan opiniones de la gente que esta encargada de las ares, aportando opiniones y que ayudan a mantener la programación de cada uno de los directores y la comunidad universitaria constantemente es requerida a través de las publicaciones por ejemplo la revista los universitarios. Existe una retroalimentación con todos los encargados de difusión en cada una de las Escuelas; y Facultades han hecho el análisis de públicos para conocer el tipo de personas que asisten. Por ejemplo, teatro, música artes plásticas, literatura, son parámetros fijos que no se pueden cambiar.

Sin embargo no consideran que exista una forma rígida o fijas, porque las condiciones son muy cambiantes dentro de la Universidad. Se tienen que considerar todos los sectores de la UNAM el académico, estudiantil, investigación y administrativos.

☐ A la fecha, ¿Cuáles son los resultados más importantes que ha logrado la Coordinación de Difusión Cultural?

Existe uno fundamental, particularmente por lo que ha vivido la Universidad en los últimos años, que ha sido la reconciliación o puente para reconciliar una comunidad Universitaria dividida por un año de huelga, aspectos que fueron considerados como puente para poder trabajar armónicamente. La cultura ha sido preponderante en el desarrollo del país, siendo compacta a lo largo de la historia. Estos logros los podemos mantener abiertos, es la sensación directa.



☐ ¿Cuáles son las limitantes que tiene la Coordinación de Difusión Cultural, en comunicar las actividades y que asistan a ellas?

- Poca participación del alumno (trabajo que se tiene por hacer y convencerlos de la importancia que tiene la cultura)
- La participación activa de cada escuela o facultad
- Justificar que "El hombre es más hombre con cultura" Es el mejor antídoto contra la violencia.
- Presupuesto económico

☐ De acuerdo a una investigación previa al público que acude a los diferentes foros de la UNAM, nos hemos percatado que la asistencia de la comunidad universitaria es escasa. ¿Esta Ud. de acuerdo?

Sí, totalmente. La asistencia en música y danza es el perfil que se tiene con la gente que asiste de afuera, por ejemplo en un domingo 50% del público es externo 50 % Universitario, mientras que los sábados los Universitarios son mayoría. Sin embargo, esto no ha tenido el resultado que quisieran, ya que se han triado los mejores grupos para que los Universitarios participen, y resulta que llena las salas es gente externa.

☐ ¿Existe alguna estrategia que tenga como objetivo, mayor participación de la comunidad universitaria en las actividades que ofrece la Coordinación?

- Sí, ¿Cómo se lleva a cabo?
- No, ¿No le es considerado importante?

Sí, se inicio una campaña a largo plazo aumento el tiraje de la cartelera (la cual es la que esta llegando más directo a los alumnos), espectáculos más atractivo, modernización del centro cultural, ofertas, programación tendiente a atraer más a los alumnos, así también se ha pensado aumentar el tiraje en el boletaje de los conciertos, todo esto se ha hecho con el objetivo de atraer un mayor numero de Universitarios

☐ ¿A qué público está dirigido el trabajo de la Coordinación de Difusión Cultural? ¿Alguna vez se ha propuesto incrementar el interés de los universitarios en la cultura y las artes por medio de los planes de estudio?

Sería interesante poner una materia no obligatoria (optativa) relacionada a la cultura, por ejemplo redacción; pero esto tiene pros y contras, primero porque los planes de estudio pueden estar muy saturados de materias y segundo porque se obligaría al estudiante, ya que la finalidad es convencer de algo que va ha beneficiar. Por lo tanto se tiene que llegar a una forma de "Entusiasmar" a los alumnos, debido a que no se puede obligarlos ha que asistan

Se han hecho más visitas para invitar a la comunidad, por ejemplo las visitas a las ENEP. Así también se ha tratado de hacer más promociones, debido a la limitantes del presupuesto no se han logrado.



- ¿A qué público está dirigido el trabajo de la Coordinación de Difusión Cultural?
- Externo
 - Interno
- ¿En qué porcentaje se manejaría el trabajo de públicos, hacia la comunidad Universitaria?
- Depende de la actividad, el teatro sería un 70% a favor del público Universitario, y en música se estaría perdiendo un 55%
- ¿Cómo se realiza el diagnóstico de públicos?
- Se contratan compañías, a veces se hacen trabajos de estudiantes o encuestas directas, se solicitan opiniones de la gente, dependencias que hacen estudios de mercados.
- ¿En qué se basa para establecer sus metas y objetivos?
- En la Ley Orgánica de la Universidad como primera instancia para cumplir con las funciones sustantivas de la UNAM, y posteriormente en la participación de la comunidad a través del Consejo de Difusión cultural, que es el grupo que puede establecer una política de difusión cultural general..
- ¿Utilizan estrategias mercadológicas?
- Si. ¿Nos podría mencionar algunas?
- No. ¿No las consideran efectivas?
- Sí, se tiene una Secretaría de Comunicación que maneja todo lo que es difusión ante medios, fundamentalmente periódicos o medios impresos como la cartelera, debido al bajo presupuesto la comunicación ante medios, periódicos o revistas.
- ¿Son efectivos los medios empleados actualmente para dar a conocer a la comunidad universitaria las actividades de la Coordinación?
- La cartelera y los anuncios en periódicos, no tienen mal desempeño (modificándose constantemente)
- ¿La Coordinación se preocupa por conocer los comentarios o sugerencias del público asistente en los diferentes foros?
- Sí. Mencionar algunos de ellos, los cuales hallan sido mejorados.
- No. No le es relevante la información.



-
- Constantemente, durante una época se ofrecieron en la Sala Nezahualcoyolt y en los teatros, tratando de que fueran encuestas pequeñas de cinco minutos, además existen buzones de opinión, ya que de ellas depende para tener éxito.

☐ ¿Qué tipo de campañas ha realizado la Coordinación con el fin de obtener mayor asistencia?

- Se comenzó con una serie de aumentar el Tiraje de la cartelera
- Campañas publicitarias como tal no se han llevado a cabo, sólo se han aprovechado grandes acontecimientos, como la visita de la Sinfónica de Nueva York
- Exposiciones muy relevante, que se han hecho en San Ildefonso.



1.2 Universidad del Claustro de Sor Juana

Persona Entrevistada: Lic. Roberto Sánchez Valencia
Director del Colegio de Arte y Cultura
Fecha de la Entrevista: 25 de Octubre del 2001

☐ ¿Cuál es la importancia de incluir el humanismo en todas las carreras?

En el claustro de Sor Juana las carreras son de corte humanista, algunas carreras muchos dicen que no lo son, por ejemplo; gastronomía y comunicación, pero no obstante el plan de estudios de éstas carreras cumplen con varias materias de corte humanista las cuales sensibilizan a los alumnos hacia la apreciación del arte. El propósito del Claustro es que la cultura sea muy cercana con la formación de la persona, lo cual sensibiliza al individuo a respetar y reconocer en el otro antes que nada a un ser humano. Se cree muy importante el vincular al humanismo con lo práctico de las carreras.

☐ ¿Porqué se considera que las universidades hoy en día forman tecnócratas y no humanistas?

La UNAM es un valuarte de las humanidades, solamente que le falta mayor difusión de ellas, en el Claustro se distingue por ser humanista al contrario de muchas universidades las cuales se distinguen por carreras muy prácticas y especializadas, pero lo que se ha visto muy tristemente es que éstas carreras desligan al individuo de la sociedad ya que lo vuelve altamente competitivo, ya que son muy especializados en lo que hacen lo cual es muy reconocido también, pero al mismo tiempo se alejan de los demás individuos, ya que se vuelven intolerantes ante las acciones de los demás. Actualmente se puede ver el auge en lo tecnológico ya que esto responde a las necesidades de la época actual y no necesita hacer uso de la historia de eventos pasados.

☐ ¿Qué se necesita para implantar en la educación de nivel superior un programa que contemple la formación humanista el cual permita el desarrollo del espíritu y la identidad y no sólo se enfoque en la técnica?

Muchos consideran que con las humanidades no se pueden hacer negocios, pero si se puede sólo que sobresale la típica frase "de que con esto no me voy a hacer rico". Ante esto las universidades que se van a dedicar a impartir el humanismo, saben que no van a contar con un auditorio grande, pero al mismo tiempo la institución es responsable y asume este compromiso social, primero con la sociedad en donde se encuentre, después con su país y por último a nivel mundial, en este sentido se puede ver lamentablemente que muchas instituciones están dispuestas a tener un compromiso real con su sociedad y más lo ven como una cuestión económica de mercadotecnia, "en que me puede dejar más si abro una universidad de estudios contables por ejemplo o una humanista", muchas de éstas universidades ven sus intereses en un orden económico y no como un orden y necesidad social.



Se considera que en las instituciones no deben olvidar el lado humano y deben de invertir sus recursos para introducir en sus planes de estudios materias de corte humanista para que las personas sean más perceptivas a los cambios de la sociedad.

Actualmente en un mercado laboral las humanidades no son competitivas, ya que apela al valor humano y el cual es igual para todos. El lema del Claustro de Sor Juana es "somos antes que nada humanistas".

Se considera que la UNAM le da un valor humano a sus profesionistas poniendo todos sus recursos culturales con los que cuenta, pero la cuestión es ¿porqué últimamente se ha dado mayor énfasis en la formación de especialistas?. La UNAM le da importancia a las humanidades ya que a su planta docente y a sus estudiantes se les invita a cursos para que éstos se involucren a áreas a las cuales no pertenece, fomentando así la formación humana. Aunque es lamentable que no todos los profesores aprovechen toda la riqueza cultural que les brinda la UNAM.

En la asistencia de los estudiantes en los eventos influye quizás que no haya una buena planeación de difusión de sus eventos, ya que en muchas ocasiones ésta no llega más allá de la UNAM.

☒ ¿Cuál fue el mayor interés para la universidad del Claustro de Sor Juana crear la carrera "ciencias de la cultura"?

Toda universidad particular al hacer una carrera se registra en la S.E.P. la cual otorga una validez oficial si justifica que son necesarias para la sociedad y que brinden un perfil del egresado. La universidad dedicó una investigación e donde encontró la necesidad de que alguien administrara, promoviera, presentara, difundiera y vendiera a la cultura y se dio cuenta que era de lo que más urgía en la ciudad de México. La universidad del Claustro abrió esta carrera debido a la carencia de la cultura en la sociedad. Actualmente la demanda de la licenciatura ha ido en aumento debido a la calidad con la que cuentan los egresados.

En todo el país es la única universidad en dar la carrera Ciencias de la Cultura, la cual nació a partir de una necesidad social.



I.3 Escuela Bancaria Comercial

Persona Entrevistada: Lic. Ma. Teresa. Quintana Rocha
Directora de Diseño Curricular EBC
Fecha de la Entrevista: 14 de Septiembre del 2001

■ ¿Que papel considera que juega la cultura y las artes actualmente en la formación del profesionista?

La cultura y las artes juega un papel importante ya que el universitario que es complementado con estos temas desarrolla otras capacidades que lo pueden ayudar en el plano laboral, como puede ser mayor capacidad de auto análisis y critica mas acertada, a diferencia de las personas que solo dominan las técnicas, aunque la realidad es otra, ya que son pocas las instituciones que se interesan en difundir estos aspectos.

Por ello es imperante recuperar el pensamiento humanista que nos permita replantear nuestros valores, continuar con un a tradición que sirve al hombre para diferenciarlo del animal, para proporcionare un espacio de reflexión sobre su existencia y sobre su papel en el mundo como creador y transformador. Porque el humanismo contribuye a despejar todas las dudas que surgen a todo hombre y a toda sociedad, le permite dar sentido a su existencia, buscar el progreso, satisfacer el espíritu, sus necesidades no sólo material sino afectivas; *"lo lleva también a la satisfacción de necesidades espirituales por medio de la cultura y el arte, en concreto lo lleva a encontrar la felicidad en una mejor sociedad.*

■ ¿Cuál es la importancia de incluir en todas las carreras materias de corte cultural y artístico, y cuales serian los beneficios que se obtendrían de ello?

Esta propuesta es un poco complicada de realizarse, pero si se podrían tomar acciones alternas para difundir la cultura y las artes en los estudiantes, como por ejemplo ir introduciendo algunas materias opcionales con estos temas, al igual que la EBC lo ha estado haciendo, logrando poco a poco la aceptación e interés de los estudiantes. En lo que respecta a los beneficios que obtendría el estudiante, el mas importante de ellos seria el beneficio cultural que trae consigo el consumo de dichos conocimientos.

■ ¿Considera hoy en día que las universidades están enfocadas a la formación de tecnócratas?

Tristemente las universidades han tenido una separación inminente con los aspectos culturales y artísticos, ya que estos son considerados aspectos de menor relevancia en la formación de sus profesionales, y ante esto se toma mayor importancia al lado especializado o técnico ya que esto es lo que se piensa que es más redituable para el universitario.



El papel de las instituciones de educación superior no es sólo crear profesionistas en cuanto a dotarlos de las herramientas técnicas, sino también formar hombres mediante el desarrollo de su espíritu, sensibilidad y capacidades.

▣ ¿Cuáles son las consecuencias de excluir las humanidades y las artes de las carreras que no tienen nada que ver con esas áreas de estudio?

Una de ellas es que estas carreras son poco demandadas debido a que los temas no son muy conocidos por la gente, otra de ellas es la percepción que el público tiene sobre estas carreras en donde lo más común que se menciona es, "de esto de que voy a vivir", por lo general la gente quiere una carrera más técnica o especializada en algo, ya que esto es más remunerativo para ellos.

▣ ¿Qué se necesitaría para implantar en la educación de nivel superior un programa que contemple la inclusión de materias de corte cultural y artístico, las cuales permitan el desarrollo humano de la persona y no solo se enfoque en la técnica?

Se necesita una acción general de la SEP conjuntando esfuerzos con la ANUIES, para que se contemple esta posibilidad de inclusión de la cultura y las artes en los planes de estudio de las carreras universitarias haciendo ver todos los beneficios que traerían consigo estos aspectos.

▣ ¿Considera usted que la UNAM le da un lugar importante al desarrollo humano de sus universitarios, explotando todos los recursos culturales con los que cuenta, o solo forma profesionistas especializados?

Actualmente se ha visto una separación en inculcar la cultura y las artes directamente en las carreras de los universitarios, esto lo comento porque yo también estudié en la UNAM y puedo darme cuenta que la universidad ha perdido la dirección humanista que antes tenía en la educación, lo cual era la diferencia con las demás universidades, por eso yo creo que no ha puesto del todo sus recursos culturales con los que cuenta para reforzar estos aspectos culturales, lo cual ha traído como consecuencia en el aumento de profesionistas más técnicos y con graves carencias en su lado humanista.

▣ ¿Ha realizado usted un programa o un proyecto que promueva la inclusión de las humanidades y las artes en la formación de los profesionistas?

Directamente he participado en la coordinación de las actividades culturales y artísticas de la EBC, he dado sugerencias para el mejoramiento de algunas actividades culturales, pero no he desarrollado un proyecto personal para la formación de estos temas. Aunque si me gustaría ya que considero estos temas parte integral del ser humano.



I.4 Consejo de Difusión Cultural

Persona Entrevistada: Consejero Estudiantil.

Fecha de la Entrevista: 24 de Enero del 2002

■ ¿Cuál es el origen del Consejo de Difusión Cultural?

Surge por iniciativa del Consejo Universitario, en el año de 1997, representado por consejos académicos

■ ¿Cuáles son los objetivos del Consejo de Difusión Cultural?

El Consejo genera el intercambio entre cuerpos colegiados y académicos de la Coordinación de Difusión Cultural.

Se encarga de analizar las iniciativas que se obtengan en las reuniones del Consejo y la Coordinación de Difusión Cultural.

■ ¿Cuál es la relación que tiene el consejo con la Coordinación de Difusión Cultural?

Se tiene reuniones en las cuales son presentados informes que se discuten y analizan en el Consejo de Difusión Cultural.

■ ¿Cuál es el papel del Consejo de Difusión Cultural dentro de la UNAM?

Cabe señalar que el Consejo solo tiene impacto dentro de la Coordinación de Difusión Cultural la cual es presidida por Ignacio Solares quien realiza las reuniones con todos los directores de las instancias de Difusión Cultural, en donde se discuten las acciones emprendidas por los directores de la Coordinación..

■ ¿Cómo se conforma el consejo, cuantos son y como se eligen?

La elección la realiza la junta de gobierno, ya que es la encargada de tomar este tipo de decisiones al designar a los representantes de cada dirección.

■ ¿Cuánto tiempo duran los integrantes del Consejo de Difusión Cultural? ¿y se pueden reelegir?

Se supone que duran cuatro años pero esta ocasión la duración fue de cinco años, ya que ocurrió el conflicto en la UNAM, y en lo que se refiere a la reelección ésta no se puede dar.

■ ¿Cuál debe ser el perfil de los integrantes del Consejo de Difusión Cultural?

En si no hay un perfil específico pero se puede notar que son personas a las cuales les interesa participar en el proceso de postulación para representar a su dirección. Un ejemplo sería el representante del área de humanidades y artes quien siempre ha sido el director de la escuela de música, a mí se me hizo llegar la invitación por el cuerpo académico para pertenecer a dicho consejo de difusión cultural, más que nada sólo te piden como requisito lo indispensable que te guste y conozcas acerca del tema.



■ ¿Cuáles son los logros más importantes en el tiempo que llevas en el Consejo de Difusión Cultural?

Los logros se pueden medir en que tanto se han reflejado los intercambios entre consejos académicos y cuerpos colegiados. Pero en el último año y medio, se ha visto una respuesta bastante clara por parte de t.v. y radio UNAM, que al escuchar las propuestas, una de ellas es partir de lo que tiene la UNAM en el interior y exterior de la universidad.

Se ha visto también mayor participación del CUT (Centro Universitario de Teatro) y el CUEC (Centro Universitario de Estudios Cinematográficos), por mostrar lo que tienen, la temporada de música en la UNAM en la sala Carlos Chávez y Nezahualcóyotl. Ha mejorado la difusión debido a la utilización de sus propios universitarios para este fin, desde hace cuatro años con "la música vive en tu universidad", carro de comedias, etc.

Pero al no haber una política cultural definida la comunidad empieza a cuestionar el porqué de éstas actividades. En tanto no haya una iniciativa general no se darán los resultados, ya que no se dan esfuerzos en conjunto sino solamente individuales, por ejemplo el CUEC con sus óperas primas realizadas por ex-universitarios -rito terminal y más recientemente un mundo raro-.

■ ¿Cómo Consejo de Difusión Cultural cómo se definen la Cultura y las Artes?

Les puedo decir que en el tiempo que llevo dentro del Consejo nunca se me ha entregado alguna lista de preceptos, políticas o iniciativas culturales, y creo que esto es algo importante ya que no puede faltar en esta instancia cultural, pero también creo que la encargada de realizar esto debe ser la Coordinación de Difusión Cultural ya que es el eje central al difundir la cultura dentro de la universidad.

■ Se han realizado algunas entrevistas en la Coordinación de Difusión Cultural y se les ha preguntado si conocen sus objetivos y políticas y nos hemos dado cuenta que éstas personas ignoran de esto. ¿porqué este problema?

Es interesante esto ya que yo en lo personal también hice lo mismo ya que iba a pertenecer al Consejo y pensaba documentarme más sobre el tema, y en sí no las tienen y si existen nadie sabe dónde están, creo que la encargada de esto sería la dirección pero no ha puesto mayor importancia en ello.

■ Se le pidió a la Coordinación su programa de actividades el cual realiza cada año, pero dicen que no lo tienen a la vista ya que éste programa se encuentra en archivo. ¿qué opinas acerca de esto?

Es un hecho que el coordinador Ignacio Solares no ha puesto una mayor importancia por tener y exponer estos lineamientos, los cuales debes estar a disposición de quienes quieran conocer que es lo que realizan en la Coordinación, y si existen estos lineamientos se escribieron hace mucho tiempo. Creo que esto es el deber ser de esta Coordinación y no son atribuciones pertenecientes al Consejo de Difusión Cultural.



☐ ¿La mercadotecnia es un herramienta utilizada por el Consejo de Difusión Cultural para promover la Cultura?

Por supuesto pero cabe señalar que la herramienta es utilizada en diferentes formas, esto depende de la iniciativa y conocimiento de cada director, para aplicar de una manera más eficiente esta herramienta.

☐ ¿Cuáles han sido las carencias en Cultura y arte que ha detectado el Consejo de Difusión Cultural?

Se reconoce la problemática de la vinculación, esto se discute con los directores, pero no se ha dado una solución satisfactoria, por ejemplo Casa del Lago y el Chopo, son lugares fuera de la universidad, los cuales tienen que realizar estrategias por su cuenta y a veces teniendo que recurrir a patrocinadores como lo hace el Chopo debido a los costos de la restauración del inmueble, ya que lo que está destinado por parte de la Coordinación de Difusión Cultural no les alcanza. Otro ejemplo es el teatro de la UNAM, en donde el director está en planes para trabajar con Azteca Teatro, para la realización de producciones en el año, esto se está dando cada vez más lo cual se supone no se debe hacer pero a veces los recursos destinados no alcanzan.

☐ ¿Tienen elaborado el Consejo algún plan estratégico para difundir la Cultura en la UNAM?

Como Consejo no, como instancia de la Coordinación de Difusión Cultural si, desde el carro de comedias, los buzones en cuanto a publicaciones de la UNAM, es involucrar no sólo a los estudiantes para comentar y disputar sino para que publiquen, cada dirección tiene una estrategia distinta que persiguen interés de todo pero sería mejor que fuera un interés de la Coordinación que fuera un aprobamiento del Consejo pero la realidad es otra el Consejo no tiene la importancia que debería tener.

Como consejero puedo ver que no se da el trabajo en conjunto, hay algunas excepciones ya que algunos de los directores son de mente abierta y saben escuchar pero esto no se da en su conjunto lo cual sería lo ideal.

☐ ¿Piensas que es necesario fomentar a los alumnos que son técnicos la Cultura y las Artes?

Por supuesto, ya que esto los hace ser personas más completas, pero no solamente en cultura y arte sino que nos hace ser una persona multidisciplinaria.

☐ ¿Existe una real política cultural dentro de la UNAM?

No existe, ya que cada quien busca sus estrategias e intereses individuales.



☐ ¿Desde tu punto de vista cuáles son las carencias de la Coordinación de Difusión Cultural?

La vinculación, presupuestos los cuales deberían ser analizados y autorizados por el Consejo de Difusión Cultural, con el fin de buscar mayor participación de la comunidad universitaria.

También no hacer mención de la importancia de asistir a los eventos culturales de la universidad dentro de su comunidad universitaria, se podría hacer algunas visitas en las facultades para invitar a que participen en dichos eventos.

☐ ¿Cuáles han sido los principales problemas que se han detectado en la Difusión de la Cultura?

Principalmente en estructura, en la metodología y forma de las reuniones porque no hay una participación tan real de los cuerpos académicos, o sea el mismo problema que se ha mencionado anteriormente el cual es la vinculación que no se da satisfactoriamente.

☐ ¿El Consejo de Difusión Cultural tiene vínculos con instituciones culturales externas?

El Consejo no tiene ese tipo de vínculos ya que su principal labor, es comentar y analizar el que se puede hacer para lograr el intercambio cultural.

☐ ¿Quiénes se benefician del trabajo artístico cultural que genera la UNAM?

La comunidad interna y externa de la UNAM y los que están vinculados de alguna manera en la universidad (ex-alumnos).

☐ ¿Hasta qué punto es importante incluir en los planes de estudio materias artístico culturales?

Es importante pero creo que al dar una materia de este tipo en licenciatura no te hará condecorador de la noche a la mañana, un ejemplo sería aprender a tocar algún instrumento musical en pocas clases pero si despertaría el interés por conocer de que trata el tema, más que nada como dijo Ignacio Solares, esto debe tener un seguimiento desde la enseñanza básica para que se puedan desarrollar satisfactoriamente en estos temas.

Yo creo que es importante que existan estas materias ya que nunca es tarde, pero serían materias de divulgación transcultural, o sea transcodificar la información de unos a otros, para ser comprendida más fácilmente.

☐ ¿Existen trabajos de diagnóstico sobre el trabajo cultural que realiza la UNAM?

No, no se realizan este tipo de investigación cultural dentro de la UNAM y si se realizara algo de este tipo la Coordinación de Difusión Cultural nos lo haría saber en los informes que presenta al Consejo de Difusión Cultural.

☐ ¿Entonces forzosamente cualquier acción que haga cualquier dirección de difusión el Consejo se debe de enterar?

Por supuesto, dicha acción se comenta y se analiza en las reuniones que tiene el Consejo y la Coordinación.



■ ¿La coordinación de Difusión Cultural realiza algún tipo de diagnóstico de públicos?
No, para nada los más que ha realizado un control de públicos, pero un estudio de públicos con todo lo que implica nunca se ha realizado por investigadores de la UNAM, ni tampoco externamente por empresas especializadas en dichos estudios.

Cabe aclarar que si se llegara a realizar este tipo de estudios se entregaría un reporte y se tendría en el Consejo de Difusión Cultural.



1.5 Revista Los Universitarios

Persona Entrevistada: Lic. Sandra Morales
Fecha de la Entrevista: 14 de Septiembre del 2001

☐ **¿Cómo se enteran los estudiantes universitarios de los eventos que ofrece la Coordinación de Difusión Cultural?**

Mediante carteles, la Cartelera Quincenal y la Cartelera publicada en diversas publicaciones de la UNAM.

☐ **¿Quién realiza los carteles y dónde son colocados?**

Un diseñador presenta los vocetos; empresas externas maquilan los carteles con concesión y son llevados a una imprenta, que debe ser flexible en el pago. Los carteles se distribuyen en todas las instalaciones universitarias, generalmente en pasillos, pero su tiempo de duración es limitado, ya que los mismos universitarios los despegan.

☐ **¿Cómo llega la cartelera a los estudiantes universitarios?**

Generalmente la cartelera se distribuye por fajos en todas las facultades y también es publicada en los medios de la propia Universidad.

☐ **¿En qué lugares se publica la cartelera?**

Algunas veces la cartelera es publicada en medios externos a la UNAM, pero para que esto suceda, tales medios deben tener un convenio con la Universidad. Sin embargo la cartelera es publicada en:

Periódicos UNION y Humanidades.

Revistas ¿Cómo ves? Y Los Universitarios

Gacetas UNAM y la propia de cada facultad.

☐ **¿Cómo escogen los eventos que aparecen en la cartelera de la revista?**

Cada departamento escoge sus eventos y programación, y la envía a nuestras oficinas. La programación de los eventos se hace con un mínimo de un mes de anticipación, nosotros seguimos la indicación directa de cada foro o de la Coordinación. Los eventos se seleccionan por importancia y se procura incluir un evento de cada dependencia.

☐ **¿Cuáles considera que son las razones de los estudiantes para no asistir a la s actividades culturales y artísticas?**

Un punto importante es la información. Los estudiantes no tienen referencias de los eventos y de esa manera es difícil que se interesen. Además la ubicación de Foros como el Chopo u otros que se encuentran lejanos al campus, no permiten mayor asistencia.



También es importante mencionar la calidad de los eventos, ya que no todos son buenos y por último la mala selección del personal cargo, que muchas veces no prestan un buen servicio.

☐ **¿Por qué razón no se incluye una reseña de eventos en la cartelera?**

Anteriormente se realizaban reseñas de los eventos, pero desafortunadamente todo está sujeto a un presupuesto y cambiar |o realizar otro tipo de publicidad sería muy caro.

☐ **¿Cuál es el tiraje de la revista y la cartelera?**

La Cartelera Quincenal tiene un tiraje de 2,500 publicaciones cada quince días y la revista de 10, 000 a 7,000, dependiendo el presupuesto con el que se cuenta cada mes.

☐ **¿Cómo escogen los eventos que aparecen en la cartelera de la revista?**

Cada departamento escoge sus eventos y programación, y la envía a nuestras oficinas. La programación de los eventos se hace con un mínimo de un mes de anticipación, nosotros seguimos la indicación directa de cada foro o de la Coordinación. Los eventos se seleccionan por importancia y se procura incluir un evento de cada dependencia.

☐ **¿Cuáles son los canales de distribución de la Revista Los Universitarios?**

Las revistas son empaquetadas en grupos de 25 revistas. Al interior de C.U, estos paquetes son distribuidos en cada una de las facultades. Además la revista se distribuye en :

- Librerías Educal
- Librerías Gandhi
- Foros y dependencias universitarias
- Conaculta.
- Fondo de Cultura Económica.

Actualmente existe la posibilidad de suscribirte gratuitamente. Sin embargo hay muchas suscripciones, por lo cual la revista tarda un poco en llegar a todos nuestros suscriptores y muchas veces la revista llega en la segunda o tercera semana del mes, momento en el que la cartelera ya no es útil, debido a que la mayoría de eventos ya pasarán.

Propuestas para aumentar el interés y participación de la comunidad estudiantil universitaria en las actividades culturales y artísticas.

Manejar más difusión en Radio y TV UNAM.
Mayor apoyo del gobierno



1.6 Entrevista con el Maestro (¿?) Ignacio Solares

Entrevista preparada especialmente para ser aplicada al Coordinador de Difusión Cultural, la cual fue suspendida.

Sabemos que para incrementar la participación de la comunidad universitaria en las actividades que ofrece la coordinación han llevado a cabo entre otras cosas:

- Aumento en el Tiraje de la Cartelera
- Presentación de espectáculos más atractivos
- Modernización del Centro Cultural
- Aumento del boletaje de descuentos

☐ ¿Tienen conocimiento del resultado de estas acciones en la participación de la comunidad universitaria? Por ejemplo ¿Aumentado el número de asistentes? ¿Qué otras cosas han cambiado con esas nuevas estrategias? (Pedirle en esta y en cualquier pregunta sobre resultados, que les proporcione materiales)

☐ Tenemos entendido que se realizan estudios de diagnósticos de públicos a través de compañías especializadas, estudiantes y solicitudes de opinión. ¿Podría platicarnos un poco más de ello? Es decir, comentarnos con que periodicidad se realizan, que resultados se han arrojado, y que estrategias y acciones han tomado a partir de los resultados?

☐ Para nosotros sería importante contar con esos datos para complementar nuestra investigación de mercados. Es decir, contar con cualquier diagnóstico e indicadores con relación al logro del objetivo que tienen la Coordinación de Difusión Cultural ("poner al alcance de toda la comunidad universitaria a la cultura")

☐ De la misma forma nos gustaría contar con las políticas, lineamientos y el Plan General de Actividades Culturales y Artísticas de Difusión Cultural. Sabemos que esta información no la tienen contemplada ustedes para mostrársela al público en general, pero quisiéramos que considerara que ésta nos sería muy útil para orientar nuestra investigación y propuesta general.

☐ ¿Cómo considera usted que se aplica la mercadotecnia en los procesos tendientes a cumplir con el objetivo de difundir la cultura en la Universidad? ¿Que estrategias y herramientas se han aplicado con este respecto?

☐ ¿Podría explicarnos la estructura y funcionamiento del Consejo de Cultura que preside?



☐ De acuerdo a su conocimiento de la situación actual con relación a la Difusión de la Cultura en la UNAM así como de la opinión de los miembros del Consejo de Difusión Cultural, ¿qué considera usted que hace falta o requiere la coordinación a su cargo, o las mismas facultades (sobretudo de las carreras no humanistas en dónde hemos contabilizado a un 70% de poco o nulo interés de los miembros de la comunidad) para atraer y motivar al gran público faltante, a interesarse o participar en los programas y acciones que se relacionan en materia de difusión cultural?

☐ ¿Porque considera usted que existe un alto porcentaje de estudiantes que no les interesa participar o asistir a las actividades culturales y artísticas de la UNAM?

☐ ¿Porque cree usted que es importante que estudiantes como nosotros o mejor expresado, estudiantes que no sean del área de humanidades, asistamos y participemos en las actividades que programa difusión cultural?

☐ ¿Cuál es su punto de vista acerca de incluir en los planes de estudio, materias de corte cultural y artístico en las carreras que no pertenecen a el área de humanidades?

☐ Por último, ¿Sería posible que alguien de la coordinación nos auxiliara para confirmar que nuestros esquemas y organigramas de la Coordinación y el Consejo de Cultura estén presentados de manera correcta antes de imprimir nuestra investigación?

Muchas Gracias, etc. etc.



ANEXO 2: Cuestionarios

2.1 CUESTIONARIO I

(Estudiantes y Maestros)

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la opinión de los universitarios acerca de los eventos culturales, artísticos y de recreación que ofrece la UNAM.

Buenos (días/tardes) soy _____, estudiante de la UNAM y estamos haciendo una investigación con fines académicos acerca de los eventos culturales, artísticos y de recreación que ofrece la UNAM y nos gustaría contar con tu valiosa colaboración.

Sexo: (F) (M) Facultad : _____ Edad: _____

Estudiante () Profesor ()

1. ¿Conoces cuáles son los eventos que ofrece la UNAM?

a) Sí ¿Cuáles? _____

b) No ¿Por qué? _____

2. ¿Asistes a eventos de la UNAM?

a) Sí b) No

Si contestó No, pasar a la pregunta 5.

3. ¿Por qué medios de comunicación te informas de los eventos que realiza la UNAM?

Especifique

a) Radio _____

b) Televisión _____

c) Revistas _____

d) Gacetas _____

e) Periódicos _____

f) Carteles _____

g) Compañeros _____

h) Profesores _____

i) Internet _____

j) Otros, ¿Cuáles? _____

4. ¿Qué tan importante consideras que son la cultura y las artes para tu formación profesional?

a) Muy importantes

b) Relativamente importante

c) Poco importante

d) No es importante



La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM



4. ¿A qué tipo de eventos, que ofrece la UNAM, asistes?

EVENTO	LUGAR (ES)	FRECUENCIA Veces al mes	DÍA Sem.	(Mostrar	(Mostrar
				tarjeta 2)	tarjeta 3)
CALIDAD	PRECIO				
<u>Cine</u> Infantil (A) Adolescentes (B) Adultos (C)					
<u>Teatro</u> Infantil Adultos					
<u>Danza</u> Danza Folclórica Danza Contemporánea Ballet Clásico Baile de Salón					
<u>Talleres</u> Adolescentes y Adultos Infantiles Especiales					
<u>Cursos</u> Arte Teatro Jardinería Dibujo Fotografía Pintura					
<u>Música</u> Clásica Popular Otros					
<u>Poesía</u>					
<u>Exposiciones</u> Escultura Pintura Históricas Instrumentos Otras					
<u>Visitas Guiadas</u>					
<u>Conferencias</u>					
<u>Libro Club</u>					
<u>Eventos Infantiles</u>					
<u>Literatura</u> Redacción Creación Literaria Seminario de Literatura. Lengua					

Pasar a la pregunta 7.



6. ¿Por qué razón no asistes a los eventos culturales que ofrece la UNAM?.

- a) No me agrada asistir
- b) No conozco los eventos
- c) Los precios no son accesibles
- d) No me entero de los eventos.
- e) La ubicación de los foros no es accesible
- f) No tengo tiempo.
- g) Falta de costumbre.
- h) La información que se difunde acerca de los eventos no es suficiente.
- i) Otros _____.

7. ¿Qué debería hacer la UNAM para interesarte y lograr que asistieras a algún evento?

- a) Mayor difusión.
- b) Mejores Precios para académicos y estudiantes
- c) Más horarios.
- d) Otros _____.

8. ¿Considera usted que los medios para difundir la información de los eventos culturales en la UNAM es adecuada.?

- a) Sí.
- b) No ¿Por qué? _____
_____.

9. ¿Escuchas Radio UNAM?

- a) Sí ¿En qué estación? _____
- b) No ¿Por qué? _____.

(Si contesto Sí, pasar a la pregunta 10)

(Si contesto No, pasar a la pregunta 11)

10. ¿Con qué frecuencia escuchas Radio UNAM? (Mostrar tarjeta 3)

- a) Una vez por semana
- b) De 2 a 3 veces por semana
- c) Dos veces al mes
- d) Una vez al mes
- a) Musicales



11. ¿Acostumbas ver los programas que produce TV UNAM?

a) Sí ¿Qué canal? _____

b) No ¿Por qué? _____

(Si contestó Sí, pasar a la pregunta 12)

(Si contestó No, pasar a la pregunta 13)

12. ¿Con qué frecuencia ves los programas de TV UNAM? (Mostrar tarjeta 3)

a) Una vez por semana

b) De 2 a 3 veces por semana

c) Dos veces al mes

d) Una vez al mes

13. ¿En donde acostumbras leer los carteles que la UNAM realiza para difundir sus eventos?

Menciona Algunos

a) Pasillos de las facultades

b) Foros y espacios de la UNAM

c) El metro

d) Parabuses

e) Espectaculares

f) No los leo. ¿Por qué? _____

14. ¿En qué periódicos y/o revistas de la UNAM haz visto publicada la Cartelera Cultural?

a) Gaceta Universitaria

b) Gaceta de Facultades

c) Revista "Como Ves"

d) Revista "Los Universitarios"

e) Periódico "Humanidades"

f) Otros ¿Cuál? _____

g) Nunca la he visto publicada.



22. ¿Cuál es tu opinión acerca de la misma?

23. ¿Conoces los beneficios que tienes como universitario para asistir a este tipo de eventos?.

a) Sí ¿Cuáles? _____.

b) No ¿Por qué? _____.

GRACIAS POR TU COLABORACIÓN.



2.2 CUESTIONARIO 2

OBJETIVO: Conocer en qué grado y con qué frecuencia asisten los universitarios a los eventos culturales, así como los medios de difusión empleados en los diferentes espacios y foros culturales.

Buenos (días/tardes) soy _____, estudiante de la UNAM y estamos haciendo una investigación con fines académicos acerca de los eventos culturales que ofrece la UNAM y nos gustaría contar con tu valiosa colaboración.

Foro Cultural: _____

1. ¿Cuáles son los eventos que se realizan en este foro?

2. ¿Qué tipo de público asiste con mayor frecuencia?

a) Estudiantes b) Maestros c) Personal Admtivo. d) Público en Gral.

Clasificar por orden de importancia

Hombres ()	Hombres ()	Hombres ()	Hombres ()
Mujeres ()	Mujeres ()	Mujeres ()	Mujeres ()
Niños ()	Niños ()	Niños ()	Niños ()

3. ¿De acuerdo a los eventos que ofrecen, a cuál asisten con mayor frecuencia los estudiantes y maestros?

Clasificar por orden de importancia.

- a) Cursos y Talleres
- b) Exposiciones
- c) Teatro
- d) Música
- e) Danza
- f) Poesía
- g) Cine
- h) Conferencias
- i) Visitas Guiadas

j) Otros Cuál? _____



4. ¿Cuál es la publicidad utilizada para difundir los eventos ofrecidos por este foro?

EVENTO	(Mostrar tarjeta 4)	(Mostrar tarjeta 5)
	MEDIOS DE DIFUSIÓN Clasificar por orden de importancia	FRECUENCIA
Cine Infantil (A) Adolescentes (B) Adultos (C)		
Teatro Infantil Adultos		
Danza Danza Contemporánea Ballet Clásico Baile de Salón		
Talleres Adolescentes y Adultos Infantiles Especiales		
Cursos Arte Teatro Jardinería Dibujo Fotografía Pintura		
Poesía		
Exposiciones Escultura Pintura Históricas Instrumentos Otras		
Visitas Guiadas		
Conferencias		
Libro Club		
Eventos infantiles		
Literatura Redacción Creación Literaria Seminario de Literatura. Lengua		



5. ¿Qué tanto influye la publicidad en la asistencia a este tipo de eventos?

a) No influye b) Poco c) Mucho Porcentaje _____

6. ¿Considera que es necesario que la cartelera incluya una reseña de cada evento para motivar la asistencia de los estudiantes?

a) Sí ¿Por qué? _____

b) No ¿Por qué? _____

7. ¿Considera que la asistencia de los estudiantes y maestros a estos eventos es? :

a) Nula b) Poco frecuente c) Regular d) Muy frecuente

8. ¿Por qué razón cree que no asisten los universitarios?

a) No están interesados. b) No conocen los eventos c) Los precios son altos

a) Los medios de comunicación
no son suficientes. c) La distancia de los foros

f) Otras ¿Cuáles? _____

9. Si conocen tales razones, ¿Qué han hecho en los últimos años para aumentar la asistencia de estudiantes y maestros?

10. ¿Qué beneficios se ofrecen a los universitarios para asistir a estos eventos?

a) Descuentos. b) Prioridad en la compra c) Instalaciones y ubicación
de boletos de los foros culturales

d) Otros ¿Cuáles? _____



11. De los siguientes eventos, (*Mostrar tarjeta No. 6*) ¿cuáles crees que son los más demandados por la comunidad universitaria?

(*Mostrar tarjeta 1*) (*Mostrar tarjeta 2*)

EVENTO	LUGAR (ES)	FRECUENCIA Veces al mes	DÍA Sem.	CALIDAD	PRECIO
Cine Infantil (A) Adolescentes (B) Adultos (C)					
Teatro Infantil Adultos					
Danza Danza Folclórica Danza Contemporánea Ballet Clásico Baile de Salón					
Talleres Adolescentes y Adultos Infantiles Especiales					
Cursos Arte Teatro Jardinería Dibujo Fotografía Pintura					
Música Clásica Popular Otros					
Poesía					
Exposiciones Escultura Pintura Históricas Instrumentos Otras					
Visitas Guiadas					
Conferencias					
Libro Club					
Eventos Infantiles					
Literatura Redacción Creación Literaria Seminario de Literatura. Lengua					



2.3 CUESTIONARIO 3

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la opinión de los asistentes a los eventos culturales, artísticos y de recreación que ofrece la UNAM.

Sexo: (F) (M) Foro _____ Edad: _____

Ocupación: _____ Escuela: _____

1. ¿Habías asistido a este foro antes?
a) Sí b) No

2. ¿A que tipo de eventos asiste con mayor frecuencia?
a) Cursos y Talleres f) Poesía
b) Exposiciones g) Cine
c) Teatro h) Conferencias
d) Música i) Visitas Guiadas
e) Danza
j) Otros Cuál? _____

3. ¿Con que frecuencia asistes a los eventos de la UNAM?
a) Una vez por semana
b) De 2 a 3 veces por semana
c) Dos veces al mes
d) Una vez al mes

4. ¿Por qué medios de comunicación te informas de los eventos que realiza la UNAM?
a) Radio
b) Televisión
c) Revistas
d) Gacetas
e) Periódicos
f) Carteles
g) Compañeros
h) Profesores
i) Internet
j) Otros, ¿Cuáles? _____



5. Evalúe el evento de acuerdo a las siguientes características.

CARACTERISTICAS	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
Calidad					
Precio					
Instalaciones					
Atención					
Horarios					
Publicidad del evento					

6. ¿Qué sugerencias darías para poder lograr una mayor asistencia a los eventos que realiza la UNAM?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



TARJETA No. 1 Calidad

- | | |
|----|------------|
| a) | Excelente |
| b) | Buena |
| c) | Regular |
| d) | Deficiente |

TARJETA No. 2
Precios

- | | |
|----|--------|
| a) | Alto |
| b) | Normal |
| c) | Bajo |

TARJETA No. 3 Frecuencia

- | | |
|----|---------------------------|
| a) | De 1 a 3 veces por semana |
| b) | Una vez por semana |
| c) | Dos veces al mes |
| d) | Una vez al mes |
| e) | No escucho Radio UNAM |
| f) | No veo TV UNAM |



TARJETA No. 4
Medios de Difusión.

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Revistas
- d) Gacetas
- e) Periódicos
- f) Carteles
- g) Maestros y alumnos
- h) Internet
- i) Todas las anteriores.

TARJETA No. 5
Frecuencia de la Publicidad

- a) Más de una vez por semana
- b) Cada quince días
- c) Una vez al mes.
- d) De dos a cinco veces al año.
- e) Una vez al año.

TARJETA No. 6 Eventos

a) Cursos y Talleres	f) Cine
b) Exposiciones	a) Poesía
c) Teatro	b) Visitas Guiadas
d) Música	c) Conferencias
e) Danza	d) Libro Club



Anexos 3: SPSS

SPSS para Windows es un programa de computador que se utiliza para realizar una gran variedad de análisis estadísticos, desde los más sencillos hasta los más extensos; y ofrece un sistema eficiente, integrado, potente y fácil de usar para organizar y analizar datos. También se emplea para confeccionar informes y tablas numéricas. Por tanto es uno de los programas estadísticos más utilizados tanto en el mundo académico como en el de los negocios en todo el mundo.

www.spss.com

SPSS[®] 9.0 for Windows

- Install SPSS
- Install SmartViewer
- Setup Instructions
- Evaluate SPSS products
- Quick Tour
- Sample Interactive Training
- What's New
- Browse the CD-ROM
- Exit

© 1999 SPSS Inc. All rights reserved.

SPSS[®]
Real Stats. Real Easy.[™]

¿Para que sirve SPSS?

SPSS es un sistema que facilita la interpretación de grandes conjuntos de datos, variedad de análisis estadísticos que facilitan la toma de decisiones.



¿Por qué lo estamos utilizando?

Mediante este sistema estadístico, logramos ordenar de una manera más práctica y real los datos obtenidos en nuestra investigación de mercados, ya que el control de los datos en el sistema hace comparativos estadísticos de manera descriptiva, para poder mostrar la información de una manera fluyente y más clara.

Así también hace que los resultados obtenidos puedan aplicarse de manera muy práctica en proyectos como:

- Análisis de bases de datos
- Marketing y análisis de ventas
- Mejora de calidad
- Evaluación para nuevos proyectos
- Evaluación del sistema

Muestra tablas y gráficos profundos de datos que permiten ver claramente las comparaciones entre los grupos informativos, respuestas múltiples y relacionados.



ANEXO 4: PRESUPUESTO DE SPOTS EN CADENAS DE RADIO NACIONAL

MÓDULO EFICIENCIA NOTICIAS

FÓRMULA NACIONAL	DÍAS	HORARIO	ESTACIÓN	SIGLAS	10'	20'	30'	40'	60'
Cúpula Empresarial O. Mario Beteta	Lu - Vi	06:00 - 09:30	970 AM	XERFR-AM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Cúpula Empresarial O. Mario Beteta	Lu - Vi	06:00 - 10:00	103.3 FM	XERFR-FM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Joaquín López Dóriga	Lu - Do	13:30 - 15:30	970 AM	XERFR-AM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Joaquín López Dóriga	Lu - Vi	13:30 - 15:30	103.3 FM	XERFR-FM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Cúpula Empresarial Oscar Mario Beteta	Lu - Vi	15:30 - 16:00	970 AM	XERFR-AM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Cúpula Empresarial Oscar Mario Beteta	Lu - Vi	15:30 - 16:00	103.3 FM	XERFR-FM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Infórmula Jorge Berry	Lu - Vi	16:00 - 16:30	970 AM	XERFR-AM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Infórmula Jorge Berry	Lu - Vi	16:00 - 16:30	103.3 FM	XERFR-FM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Fórmula de la Tarde Ciro Gómez Leyva	Lu - Vi	16:30 - 17:00	970 AM	XERFR-AM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
Fórmula de la Tarde Ciro Gómez Leyva	Lu - Vi	16:30 - 17:00	103.3 FM	XERFR-FM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
José Cárdenas Informa	Lu - Sa	18:00 - 21:00	970 AM	XERFR-AM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000
José Cárdenas Informa	Lu - Sa	18:00 - 21:00	103.3 FM	XERFR-FM	19,000	27,000	40,500	54,000	81,000



*La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM*



FÓRMULA RADIO UNO	DÍAS	HORARIO	ESTACIÓN	SIGLAS	10*	20*	30*	40*	60*
Eduardo Ruiz Healy	Lu - Do	08:00 - 10:00	104.1 FM	XEDF-FM	10,500	15,000	22,500	30,000	45,000
Eduardo Ruiz Healy	Lu - Do	06:00 - 10:00	1500 AM	XEDF-AM	10,500	15,000	22,500	30,000	45,000
Infórmula Jorge Berry	Lu - Do	13:00 - 14:00	1500 AM	XEDF-AM	10,500	15,000	22,500	30,000	45,000
Fórmula de la Tarde Ciro Gómez	Lu - Vi	17:00 - 18:00	1500 AM	XEDF-AM	10,500	15,000	22,500	30,000	45,000
Con Valor y con Verdad G. Rentería	Lu - Do	18:00 - 19:30	1500 AM	XEDF-AM	10,500	15,000	22,500	30,000	45,000

FÓRMULA METRÓPOLI	DÍAS	HORARIO	ESTACIÓN	SIGLAS	10*	20*	30*	40*	60*
Periodismo y Algo Más Cristina Pacheco	Lu - Vi	13:30 - 15:00	1470 AM	XEAI-AM	4,400	6,000	9,000	12,000	18,000
En Voz Alta Flor Berenguer	Lu - Vi	17:00 - 18:00	1470 AM	XEAI-AM	4,400	6,000	9,000	12,000	18,000
Voz Pública Francisco Huerta	Lu - Vi	18:00 - 21:00	1470 AM	XEAI-AM	4,400	6,000	9,000	12,000	18,000
					293,700	417,000	625,500	834,000	1,251,000



**La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM**



TARIFAS NACIONALES	# SPOTS	MÓDULO NOTICIAS	PATROCINIOS DE SECCIÓN NACIONAL
10"	20	127,500	Incluye créditos de entrada y salida y dos comerciales de 20"
20"	20	182,000	Cadena Fórmula Nacional 50,000
30"	20	273,000	Cadena Fórmula Radio Uno 30,000
40"	20	364,000	Cadena Fórmula Metrópoli 15,000
60"	20	546,000	

OBSERVACIONES

- * Tarifas por spot rotativo en cada una de las Fórmulas. Los spots se distribuirán proporcionalmente.
- * La tarifa del " Módulo Eficiencia Noticias " corresponde a un spot nacional en la duración seleccionada, en cada uno de los 20 noticieros.
- * " Módulo Eficiencia " Ciudad de México (20 comerciales), descontar 15%.
- * Contratación en horario específico, tendrá recargo del 50%.
- * El tiempo mínimo de contratación de los " Patrocinios de Sección " es de lunes a viernes por 6 meses.
- * Publicidad integrada al contenido del programa, comentarios comerciales y menciones, tendrán un incremento del 100%.
- * Tarifas comisionables a agencias de publicidad, sujetas a descuentos por volumen y forma de pago. Tarifas antes I.V.A.
- * Las tarifas no incluyen elementos de producción, grabación, derechos de autor, estudios, Controles remotos, programas especiales y patrocinios, se cotizarán individualmente.
- * Contrataciones nacionales sin Ciudad de México y locales, favor de contactar a RAMSA.
- * Radio Fórmula se reserva el derecho de rechazar publicidad que no cumpla con las normas de transmisión.
- * Todas las contrataciones están sujetas a disponibilidad de horarios.
- * Nota: Las transmisiones de López Dóriga de Sábado y Domingo, son de 15:00 a 16:00.
- * El programa " Con valor y Con Verdad " se transmite de 19:00 a 20:00 los Sábados y Domingos.



PRESUPUESTO DE SPOTS EN TELEVISIÓN NACIONAL

PRECIO DE UN SPOT DE 20 SEGUNDOS EN LA COMPRA DE TIEMPO A TARIFA POR PROGRAMA

I. PLAN TRADICIONAL

Condiciones

El cliente envía un número de spots que solicite por adelantado.

Conciliación por número de spots por programa.

LUNES A VIERNES

HORA	I TRIMESTRE		II TRIMESTRE		III TRIMESTRE		IV TRIMESTRE	
	AZTECA 13	AZTECA 7	AZTECA 13	AZTECA 7	AZTECA 13	AZTECA 7	AZTECA 13	AZTECA 7
7 α 8	17.400	9.000	18.800	9.800	19.800	10.300	22.100	11.500
8 α 9	17.400	9.000	18.800	9.800	19.800	10.300	22.100	11.500
9 α 10	12.400	9.000	13.400	9.800	14.200	10.300	15.800	11.500
10 α 11	12.400	9.000	13.400	9.800	14.200	10.300	15.800	11.500
11 α 12	12.400	9.000	13.400	9.800	14.200	10.300	15.800	11.500
12 α 13	12.400	9.000	13.400	9.800	14.200	10.300	15.800	11.500
13 α 14	12.400	9.000	13.400	9.800	14.200	10.300	15.800	11.500
14 α 15	18.800	10.000	20.300	10.800	21.300	11.400	23.700	12.700
15 α 16	32.500	10.000	35.100	10.800	36.900	11.400	41.000	12.700
16 α 17	44.400	10.000	48.000	10.800	50.400	11.400	56.000	12.700
17 α 18	46.900	18.400	50.700	19.900	53.300	20.900	59.200	23.300
18 α 19	73.800	24.000	79.800	26.000	83.800	27.400	93.100	30.500
19 α 20	83.500	37.400	90.200	40.400	94.700	42.400	105.200	47.200
20 α 21	98.200	64.500	106.100	69.800	111.500	73.300	123.800	81.400
21 α 22	131.900	75.000	142.500	81.000	149.700	85.100	166.200	94.470
22 α 23	141.900	84.400	153.300	91.200	161.000	95.800	178.800	106.400
23 α 24	115.000	75.000	124.300	81.000	130.600	85.100	145.000	94.500
Hechos Noche 7 y 13	237.500		256.500		269.400		299.100	



PRECIO DE UN SPOT DE 20 SEGUNDOS EN LA COMPRA DE TIEMPO A TARIFA POR PROGRAMA

I. PLAN TRADICIONAL

Condiciones

El cliente envía un número de spots que solicite por adelantado.

Conciliación por número de spots por programa.

SABADO Y DOMINGO

HORA	I TRIMESTRE		II TRIMESTRE		III TRIMESTRE		IV TRIMESTRE	
	AZTECA 13	AZTECA 7	AZTECA 13	AZTECA 7	AZTECA 13	AZTECA 7	AZTECA 13	AZTECA 7
7 α 8	11.300	6.000	12.300	6.600	13.000	7.000	14.500	7.800
8 α 9	11.300	6.000	12.300	6.600	13.000	7.000	14.500	7.800
9 α 10	8.200	6.000	8.900	6.600	9.400	7.000	10.500	7.800
10 α 11	8.200	6.000	8.900	6.600	9.400	7.000	10.500	7.800
11 α 12	8.200	6.000	8.900	6.600	9.400	7.000	10.500	7.800
12 α 13	8.200	6.000	8.900	6.600	9.400	7.000	10.500	7.800
13 α 14	8.200	6.000	8.900	6.600	9.400	7.000	10.500	7.800
14 α 15	12.300	6.500	13.400	7.100	14.200	7.500	15.800	8.400
15 α 16	21.200	6.500	23.100	7.100	24.400	7.500	27.200	8.400
16 α 17	28.900	6.500	31.400	7.100	33.100	7.500	36.800	8.400
17 α 18	30.500	12.000	33.100	13.100	34.900	13.900	38.800	15.500
18 α 19	48.000	15.600	52.100	17.000	55.000	18.000	61.200	20.000
19 α 20	54.300	24.400	59.000	26.500	62.200	28.000	69.200	31.200
20 α 21	63.800	42.000	69.300	45.600	73.100	48.100	81.300	53.500
21 α 22	85.800	48.800	93.100	53.000	98.200	55.900	109.200	62.200
22 α 23	92.300	54.900	100.200	59.600	105.700	62.900	117.500	69.900
23 α 24	74.800	48.800	81.200	53.000	85.600	55.900	95.200	62.200
DeporTV	143.800		155.300		163.100		181.100	

Comentario: Estos dos cuadros presentan la última información que se obtuvo sobre las tarifas por spot de 20 segundos televisado en los diferentes horarios que se tienen.

Fuente: Página de la televisora TV AZTECA www.tvazteca.com.mx.



5. Otros Anexos

UNAM
COORDINACIÓN
DIFUSIÓN CULTURAL

01 DE 10

México D.F., a 6 de diciembre del 2001.

OFICINA
COORDINACIÓN

CIUDAD UNIVERSITARIA

MAESTRO IGNACIO SOLARES

COORDINADOR DE DIFUSIÓN CULTURAL

Estimado Maestro Ignacio Solares:

Por este medio le enviamos un cordial saludo; somos egresados de la carrera de Administración de la FCA y nos encontramos realizando un proyecto de titulación sobre las actividades culturales y artísticas de la UNAM. Hasta la fecha y a través de diferente personal de la Coordinación, hemos podido recopilar ciertos datos referentes a las labores que realiza el órgano coordinador a su cargo y sin embargo, no hemos podido completar nuestros requerimientos informativos para hacer de nuestro trabajo un estudio serio y sólido, sobre la materia en cuestión.

Es por ello que acudimos personalmente a usted para solicitarle su apoyo en lo siguiente:

1. La obtención de documentos referentes a:
 - a) Objetivos
 - b) Políticas
 - c) Estrategias y planes
 - d) Información estadística actualizada

Todo lo anterior relacionado a los programas y acciones de la Coordinación de Difusión Cultural UNAM.



02-01-01 14112

FEELNET

DEFUSION CULTURAL

0201

COORDINACIÓN DE DIFUSIÓN CULTURAL

El presente es de fecha 20/01/2001
 Cód. Postal: 04510
 C. P. (Calle Postal): 04510
 Tel. (011) 52 56 22 11 11
 Fax: 011 52 56 22 11 11

Fax

Para: SR. ALFREDO ORIA

De: ENT. ROSA ALBERTHA VÁZQUEZ

CARRILLO

Fax: 56 56 22 11 11

Fecha: 1 de marzo de 2001

Telef.:

Pago: 2 dólares mexicanos

02-01-01 14112

FEELNET

DEFUSION CULTURAL

0201

**COORDINACIÓN DE DIFUSIÓN CULTURAL
 SECRETARÍA TÉCNICA**

DEPARTAMENTO DE VINCULACIÓN



OFICIO Núm. CODC/ST/DV/024/2001

ASUNTO: Se confirma visita guiada al Centro Cultural Universitario

SR. CARLOS GILLES SERNA
 ALUMNO DE LA FACULTAD DE
 CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
 PRESENTE

Estimado Sr. Gues:

En atención a su solicitud para recorrer el Centro Cultural Universitario usted y dos alumnos más de la Facultad de Contaduría y Administración, el próximo viernes 2 del presente a las 13:00 hrs., me es plato informarle que se han girado las instrucciones necesarias para que esta sea atendida según su petición; por tal motivo luego a usted su inusual estancia para poder dar cumplimiento al Programa de Visitas Guiadas.

En caso de cualquier duda o información sobre el recorrido por el Centro Cultural Universitario, usted lo puede solicitar en el número **sobre el recorrido por el Centro Cultural**



*La Mercadotecnia como Herramienta para Potenciar el Interés y Participación
de los Estudiantes Universitarios por las Actividades Culturales y Artísticas de la UNAM*



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
SECRETARÍA DE RELACIONES
DIFUSIÓN CULTURAL



SEMANA CULTURAL EN LA FCA

Fin de Cursos de Talleres



Del 18 al 22 de febrero de 2002

PROGRAMA



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
SECRETARÍA DE RELACIONES
DIFUSIÓN CULTURAL



CURSOS-TALLERES

EXTRACURRICULARES

del 15 de abril al 12 de julio de 2002



"La cultura es toda una aventura;
ánimate y aventúrate con nosotros"

DOCUMENTO DE DIFUSIÓN CULTURAL
Biblioteca P. Miguel Alemán
2002. 15. 22. 2002
www.difusioncultural.unam.mx



Fuentes de Consulta



BIBLIOGRAFÍA

1. Dirección General de Estadística y Desarrollo Institucional., "Agenda Estadística 1999"., UNAM
2. KOTLER, Philip., Marketing Social., Ediciones Díaz de Santos., Madrid, España., 1992.
3. "Programa Nacional de Extensión de la Cultura y Servicios" No. 11., Ed. ANUIES., 1995
4. Instituto de Cultura de la Ciudad de México., Experiencias Culturales en la Ciudad de México.
5. "Programa Nacional de Cultura 2001-2006"., La Cultura en tus manos.
6. EISENSTARK Tilghma, Romalyn., El desarrollo de un Público., 1994.
7. OCHOA Sandi Gerardo., Política Cultural ¿Qué hacer?., 2001.
8. STANTON
9. CAMACHO Rosales Juan., "Estadística con SPS para Windows"., Versión 9., México, 2001., 394 paginas.
10. ROJAS Soriano Raúl., "Guía para realizar investigaciones sociales"., 7ª Edición., UNAN., México, 1992
11. "SPSS para Windows": Análisis Estadístico., Editorial Mc Graw Hill., México, 2001.
12. COORDINACIÓN de Difusión Cultural/UNAM "Crónica 1989-1992"., México, 1992., 254 paginas.
13. COORDINACIÓN de Difusión Cultural/UNAM "Crónica 1993-1996"., México, 1992., 254 paginas.
14. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO "UNAM Siglo XXI, Espíritu en Movimiento., 1ª Edición, Agosto 2001.

HEMEROGRAFÍA

ARTÍCULOS

- MEYER Rodríguez José Antonio "Planeación Financiera y mercadotecnia Cultural". Diplomado en acción y desarrollo cultural.
- JIMENEZ Lucina. "Formación y participación de los públicos"; Diplomado en acción y desarrollo cultural.



ARTÍCULOS

- KELLY Robert F. "The Enemy Within... Marketing in the Arts.
- COORDINACION de Difusión Cultural "La UNAM en la Cultura"
- COORDINACIÓN de Difusión Cultural "Nuestra Universidad: Joven de espíritu y dueña de su destino" en Los Universitarios. Núm. 9 Mayo 2001.
- COORDINACIÓN de Difusión Cultural "Apuntes sobre cultura" en Los Universitarios. Núm. 13 Octubre 2001.

REVISTAS Y PERIÓDICOS UNIVERSITARIOS

- Periódico Humanidades
- Gaceta UNAM
- Revista Los Universitarios
- Revista Universidad

CONSULTAS ELECTRÓNICAS

- www.estadística.unam.mx
- www.crim.unam.mx
- www.unesco.org.mx
- www.conaculta.gob.mx
- www.cna.gob.mx
- www.unam.mx
- www.difusioncultural.unam.mx
- www.jornada.com.mx
- www.universitarios.unam



ENTREVISTAS

- Lic. Sandra Morales., Suscripciones y distribución., Revista los Universitarios.
- Dra. Guadalupe Salcedo de Sambrano., Directora Periódico Humanidades.
- Lic. Maria Teresa Quintana Rocha., Coordinadora General de Diseño Curricular., Escuela Bancaria Comercial.
- Mtro. Roberto Sánchez Valencia., Director Colegio de Arte y Ciencias de la Cultura., Universidad del Claustro de Sor Juana
- Lic. Francisco Figueroa y Navarro., Secretario Técnico., Coordinación de Difusión Cultural.
- Consejero estudiantil, Consejo de Difusión Cultural.