



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas

DISEÑO COMO PROCESO: CREACIÓN Y APLICACIÓN DEL LOGOTIPO CONMEMORATIVO DE LOS CIEN AÑOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MÉXICO

Tesina

Que para obtener el Título de:
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta: Daniel Rodríguez Pérez

Director de Tesina: Licenciado Sabino Gaínza Kawano

México D.F., 2013



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

AGRADECIMIENTOS Y RECONOCIMIENTOS

*“¿Por qué debería preocuparme por la posteridad?
¿Qué ha hecho la posteridad por mí?”*

Groucho Marx

Para la culminación de la presente obra ha sido necesario un invaluable esfuerzo por un grupo de personas por las cuales profeso mucho más de lo que las siguientes palabras pueden expresar,

Para Delia, la gran impulsora de mi vida. Por sus esfuerzos, por brindarme una educación de calidad como la mayor herencia para mi vida. Los logros que he obtenido son éxitos también esencialmente de mi madre. Gracias. Te amo.

Para Javier, quien ha aportado esfuerzo para que sea el hombre que pretendo ser.

Para Andrés y Ana Katia, a quienes va dedicado especialmente este trabajo. Por quienes existe la motivación de salir adelante y alcanzar mayores metas. Si no existe con quien compartir los éxitos, no tienen sentido. Gracias por eso hermanos.

Para Gudelia, mi abuela, quien a pesar de no estar físicamente desde hace un tiempo resulta ser el estímulo y el aliento para convertirme en un hombre del cual se pueda sentir orgullosa.

Y para mi tío Arturo, segundo padre y quien siempre me empuja hacia adelante. Gracias a los dos por ser personas que me han brindado su apoyo incondicionalmente.

Para Oli, la mujer que amo y quien ha significado un salto cualitativo en todos los sentidos de mi vida. Compañera en las buenas y en las malas e impulsora incansable. Sabes que tienes un enorme mérito en este logro personal.

Para Miguel Ángel Ferrer, colega fiel y amigo inseparable durante mis primeros pasos en el ámbito laboral.

A mi maestro Sabino Gaínza, cuya aportación a formación académica y personal es realmente incalculable. Un antes y un después de tener el privilegio de compartir tiempo y espacio en las aulas de la Universidad.

Asimismo a los sinodales del proyecto: María Elena Martínez Durán, Cuauhtémoc García Rosas, Ruth López Pérez y Gerardo Clavel de Kruyff, cuya orientación durante este proceso y la carrera universitaria resultó clave.

A la Academia de San Carlos, donde he iniciado mi carrera profesional a través de maravillosos proyectos.

Por consiguiente a la maestra María Eugenia Quintanilla, maestra Laura Buendía y a Lety Cárdenas, sin cuyo apoyo no hubiera sido posible mi incursión al ámbito académico.

Al personal responsable del IISUE (Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación), de la Dirección General del Patrimonio Universitario y a la Comisión Universitaria para

los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional Autónoma de México, por aportar y poner al alcance preciada información acerca de la historia universitaria.

Un agradecimiento especial a Rectoría de la Universidad, en especial al ex Secretario General Sergio Alcocer Martínez de Castro, al Mtro. Lorenzo Sánchez Ibarra, y por supuesto al señor Rector José Narro Robles, por poner en alto el nombre de la Universidad y principalmente por hacer partícipes a los estudiantes universitarios en la realización de actos que serán legado para las generaciones futuras.

En general a la Universidad Nacional Autónoma de México, parte esencial de mi formación educativa y también personal. Institución grande e invaluable, la razón de ser de este trabajo en conmemoración a su historia y su identidad.

Finalmente, a la Escuela Nacional de Artes Plásticas, lugar donde forjé los inicios dentro de la disciplina a la cual he optado dedicar mi vida con compromiso y responsabilidad.

Si he omitido a alguien, saben que no es a propósito.

Esperando que este trabajo que culmina una etapa tan valiosa para mí sirva como herencia meritoria a todo el esfuerzo invertido por tanta gente para que esto ocurriera.

Gracias. Muchas gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....7

I. USUARIO: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.....11

1. Datos Generales

1.1. Descripción.....	12
1.2. Filosofía.....	12
1.3. Misión y Visión.....	13
1.4. Difusión Cultural.....	13
1.5. La Universidad en Números.....	14
1.6. Organización.....	18

2. Historia

2.1. Inmersión.....	22
2.2. Real y Pontificia Universidad de México.....	23
2.3. Pontificia y Nacional Universidad de México y Antecedentes.....	25
2.4. Universidad Nacional de México.....	26
2.5. Universidad Nacional Autónoma de México.....	29
2.6. Movimientos Sociales.....	30
2.7. Línea del tiempo ilustrada.....	31

3. Identidad

3.1. Definición de la Identidad Universitaria.....	43
3.2. Elementos de Expresión.....	45
3.3. Patrimonio Cultural.....	62

4. Comisión Universitaria para los Festejos de los Cien Años

4.1. Acuerdo de Creación de la Comisión.....	75
4.2. Convocatoria para Concurso de Logotipo.....	76
4.3. Ceremonia de Arranque.....	77

II. MARCO TEÓRICO: IDENTIDAD E IMAGEN INSTITUCIONAL.....79

1. Definiciones

1.1. ¿Qué se entiende por Identidad?.....	80
1.2. ¿Qué se entiende por Imagen?.....	80
1.3. Esquema Básico.....	81
1.4. Reflexiones sobre la construcción de la Identidad Institucional	82
1.5. Funciones.....	83
1.6. Los públicos.....	84
1.7. Componentes.....	85

2. Niveles de Identificación Institucional

2.1. Signos identificadores básicos.....	86
2.2. Sistema de identificación visual.....	98
2.3. Programas integrales.....	98

3. Identidad Conmemorativa

3.1. Conmemoración.....	100
3.2. Instituciones y Conmemoración.....	101
3.3. Beneficios Institucionales.....	101
3.4. Identidad e Imagen Conmemorativa.....	102
3.5. Conmemoración Universitaria.....	106

4. Metodología de Diseño

4.1. Procedimientos metodológicos aplicados al Diseño.....	108
4.2. Diseño como proceso creativo y de comunicación.....	109
4.3. Esquema gráfico de la cadena de comunicación.....	112

III. IMPLEMENTACIÓN: CREACIÓN Y APLICACIÓN DEL LOGOTIPO CONMEMORATIVO.....115

1. Planteamiento del problema

1.1. Aplicación del modelo metodológico.....	118
--	-----

2. Usuario/Consumidor

2.1. Datos de usuario.....	117
2.2. Público objetivo.....	118
2.3. Proyectos similares.....	119
2.4. Objetivos comunicacionales.....	121

3. Diseñador/Codificador

Etapas del Proceso Creativo

3.1. Documentación: pliego de peticiones.....	122
3.2. Incubación.....	123
3.3. Idea creativa.....	127
3.4. Verificación y desarrollo.....	128
3.5. Prototipo original.....	130
3.6. Difusión/Mensaje.....	132

4. Productos de Diseño

4.1. Normativización de la Identidad Gráfica.....	133
4.2. Medio Difusor/Aplicaciones.....	134

IV. CONCLUSIONES.....139

V. APÉNDICE.....141

VI. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE CONSULTA.....147

INTRODUCCIÓN

1. ANTECEDENTES

El poder evocar en una afirmación simple como es un logotipo, una realidad tan compleja, rica y variada como representa la historia de los cien años de la Universidad Nacional de México, es una tarea que se antoja realmente interesante y resulta un hermoso y apasionante desafío para cualquier comunicador visual.

Remontándonos en el tiempo, el año de 1910 tiene un especial significado para la historia de México. El 22 de septiembre de dicho año, dos meses antes de que iniciara el trascendente movimiento de la Revolución Mexicana, el historiador y político Justo Sierra encabezó y fue un decidido promotor de la inauguración de la Universidad Nacional, heredera indirecta de la Real y Pontificia Universidad de México, la cual, a su vez, tenía tras de sí tres siglos y medio de acumulación de elevados conocimientos y una extensa tradición cultural.

Realizando un salto temporal aún más prolongado hasta 1551, es que hallamos la fundación de la Universidad, siendo derivación inmediata del que puede ser considerado el primer fenómeno globalizador ocurrido en la historia del hombre, *“cuando el viejo mundo descubría al nuevo mundo, que en muchos aspectos era más antiguo y rico que el primero”*. (1)

(1) De la Fuente, Juan Ramón. “La UNAM a través de los años ¿Por qué México sería otro sin la Universidad?” El Universal. Edición Internet. 22/09/2010
URL: <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/6464.html>
Consulta: 23/06/2011.

A partir de este hecho, es que se cimentaron las bases de la Universidad Nacional, institución que hereda una tradición educativa y cultural de dilatado valor cuantitativo y cualitativo de conocimiento, lo cual significa una acumulación invaluable de saber e instrucción, así como fiel legado de la fusión cultural que significó para el país la prolífica y suntuosa época colonial.

Es por ello que la comunidad universitaria, incluso la sociedad mexicana en su totalidad, cuenta con motivos de sobra para conmemorar el Centenario de la Universidad Nacional, ya que se trata de la principal institución de educación media superior y superior, eje medular de la ciencia y la cultura, siendo también poseedora de un formidable acervo artístico esencial para la documentación histórica de la nación; además de tratarse del mayor centro de investigación, reflexión y encuentro entre México y el mundo.

De igual manera, cobra mayor significado como un elemento valioso de superación personal en lo individual; de movilidad y responsabilidad social en lo colectivo.

La Universidad Nacional se trata de algo más que una institución educativa.

Es un proyecto en construcción y constante evolución que pretende abrir nuevos espacios de oportunidad y acertar soluciones para erradicar la desigualdad, la pobreza y la injusticia que azotan nuestra sociedad.

Por ello y mucho más, la conmemoración del primer centenario de la Universidad merece la mayor atención, análisis, interés y reflexión, así como una consideración superior por parte de la comunidad universitaria. Para que esto ocurra, el presente programa de diseño y comunicación (desarrollado para su integración) ostentará un papel relevante.

2. JUSTIFICACIÓN

En años recientes, la comunicación del tipo institucional constituye un objeto de creciente interés por parte del mundo profesional y de la comunidad académica.

En consecuencia, ha aumentado de manera significativa la participación comunitaria en los asuntos de comunicación pública, hasta el punto de que los mandos tradicionales se ven alentados a reforzar sus esfuerzos por medio de la implantación de programas de identidad visual.

Esto estimula la acción de quienes pretenden y buscan el modo de tomar parte de la esfera social, con el fin de que sus ideas y opiniones acerca del mundo que les rodea y la comunidad a la que pertenecen sean palpables.

Esta particular situación favorece el desarrollo de la comunicación institucional, cuyo objeto y fines han tratado de explicarse a través de doctrinas y prácticas como la propaganda, las relaciones públicas o la comunicación corporativa, entre otras.

Es un hecho innegable que existe la creciente necesidad de control de la implantación pública de los signos identificadores, lo cual crea un ambiente favorable al hecho de que cada día se preste más y mejor atención al sistema total de mensajes de identificación. De allí nacen los programas de imagen institucional consistentes en el diseño del conjunto de signos y de su modo de aplicación a la totalidad de soportes gráficos (papelería, ediciones) y de entorno (arquitectura, indumentaria).

El actual escrito pretende realizar un breve pero conciso acercamiento al papel de todas ellas en el desarrollo de la comunicación institucional con motivo del universo de signos creado para la conmemoración de un evento de gran magnitud para la Universidad, a través de un análisis histórico y conceptual de su evolución.

Para entender mejor la creación y evolución de la imagen institucional desarrollada para la conmemoración del primer centenario de la Universidad Nacional de México, es necesario conocer tanto el escenario y contexto de su producción como la argumentación teórica que sustenta dicho desarrollo.

De igual manera, el análisis del mismo y la exploración de los sustentos teóricos aplicados para el desarrollo del proyecto de diseño son de interés para la disciplina y se pretende constituir como una aportación especializada al estudio de la identidad e imagen institucional de la Universidad Nacional de México y a la integración de la identidad a la dinámica de comunicación pública.

El presente documento actuará como un fiel informe y testimonio de su trascendencia.

3. OBJETIVOS

El proyecto que implica la creación y aplicación del logotipo conmemorativo de los cien años de la Universidad Nacional de México comprende un programa de gran trascendencia social y cultural hacia el interior de la institución.

Por lo tanto la investigación que se presenta tiene como propósito básico la exposición, la argumentación y la revisión meticulosa del modelo metodológico de diseño aplicado para la obtención del producto requerido. A partir de esta premisa se desarrollarán los diversos objetivos que dictarán el rumbo del proyecto.

A continuación se desglosan:

GENERALES

- Definir al diseño como un proceso creativo y de comunicación bajo un punto de vista definido e innovador.
- Examinar y explicar contundentemente el doble proceso que implica el diseño: interno (creativo) y comunicacional (externo).
- Realizar un análisis sistémico del modelo metodológico aplicado para la creación y aplicación del logotipo conmemorativo.

ESPECÍFICOS

- Realizar una concisa revisión al vasto material gráfico originado de la expresión cultural universitaria durante su historia.
- Materializar el proceso de diseño a través de una investigación sustentable y su consecuente aplicación.

- Analizar y ejecutar los conceptos teóricos del diseño aplicados al logotipo conmemorativo.

- Presentar una investigación minuciosa para definir el término *logotipo* y sus implicaciones teóricas/argumentativas y prácticas.

- Configurar, a partir de la investigación, una guía de uso para la aplicación adecuada del logotipo conmemorativo y consolidar la organización del sistema gráfico originado.

- Verificar los resultados del proyecto en aras de generar nuevas propuestas de solución para la aplicación del logotipo conmemorativo.

- Representar un material de consulta como fuente de valiosa ayuda para la investigación del diseño desde su enfoque metodológico.

4. PROYECTO LOGOTIPO CONMEMORATIVO

La investigación realizada dentro del proyecto tiene como motivo principal el argumentar y sustentar teóricamente el diseño visual que configurará al logotipo conmemorativo de la Universidad Nacional de México para efectos prácticos.

Cabe señalar que la investigación no procura resultar en una abierta exploración a nuevos modelos metodológicos tanto de diseño como de proyectación, indagar en nuevos términos o realizar una exhaustiva documentación de la historia universitaria; lo que finalmente se persigue es proporcionar una útil herramienta para realizar una aproximación al proyecto en curso, además de constituirse como una fuente de consulta y formación de criterio para diseñadores que busquen incursionar en el amplio universo de la identidad institucional.

La totalidad del documento constará de tres secciones, lo cual pretende cubrir tanto aspectos de organización como facilitar la búsqueda de información para el usuario.

El primer segmento persigue realizar una ágil indagación a la misma Universidad, tanto en su historia como en su actualidad, sus significados y su trascendencia, con el fin de desembocar en sus aspectos culturales, desde la identidad universitaria, su patrimonio artístico, cultural y hasta sus signos, lo cual permitirá realizar un interesante rastreo de la gráfica desprendida a lo largo de su trayecto histórico.

Dentro de la segunda sección del documento se realiza una revisión precisa al marco teórico de la investigación.

Se repasará la terminología básica descriptiva de identificación gráfica y los nombres con que se indican los diferentes tipos de abstracción, de acuerdo a los elementos que le conforman.

De igual manera se aclarará la relación entre el diseño y la comunicación institucional, los niveles de identificación y sus elementos, las diversas funciones que comprenden y sus métodos de administración y gestión.

Todo lo anterior para converger precisamente en el modelo metodológico implementado en el desarrollo del actual proyecto, enunciado de una manera organizada y funcional que permitirá al usuario realizar un conciso análisis.

En el tercer y último segmento del documento se pone en marcha dicho proceso, activando las fases que deben sucederse para llegar al término del proyecto con un producto gráfico

eficiente y exitoso, se construyen las versiones más adecuadas y finalmente se expone el resultado obtenido de la metodología referida: la configuración final y aplicaciones prácticas del logotipo conmemorativo.

Es preciso señalar que se encuentra incorporado al programa el manual de uso del signo gráfico (para su consulta en línea), generado para regir su correcta práctica y aplicación a los múltiples y variados soportes, tanto impresos como electrónicos, lo cual permitirá realizar la verificación pertinente del alcance del proyecto y redirigir su rumbo con un enfoque innovador si es el caso.

Resulta necesario distinguir con precisión los beneficios de comprender al diseño no solo como el producto o mensaje, sino el proceso que conduce a la obtención de tal producto o mensaje. Dicho en otras palabras, definir al diseñador como codificador y enlace notable entre información y mensajes visuales.

Otro punto importante es acentuar que la propuesta no se encuentra dirigida simplemente a la creación precisa del logotipo, sino a la conformación de una identidad que le otorgue al proyecto una coherencia visual que permita favorecer su inserción al sistema gráfico del usuario, lo que por su parte fortalecerá su impacto y difusión.

Por último (pero no de menor significación), destacar la importancia de un acontecimiento tan valioso para la Universidad: la conmemoración por los primeros cien años de existencia, suceso que le relance hacia un futuro aún más relevante para el desarrollo de nuestro país y su sociedad.

Aunque el propósito de la tesina se trate de recopilar y presentar datos con respecto a la creación del logotipo conmemorativo, se pretende también entregar una lectura placentera que resulte en una experiencia interesante de aprendizaje para el lector y que culmine como apoyo a la difusión de la disciplina del Diseño y la Comunicación Visual.

I. USUARIO: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



El proyecto de diseño para la creación del logotipo conmemorativo tiene por objeto la creación de un producto que resuelva la necesidad concreta del usuario, como se le denomina en mucha documentación existente, en el caso actual la Universidad Nacional Autónoma de México, consiguiendo la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso posible.

El hecho de tomar como punto de partida al usuario de diseño, permitirá que adquiera forma como un proceso donde cada decisión estará basada en las necesidades, objetivos, expectativas, motivaciones y capacidades del usuario mismo, fundamentado en todo momento en una investigación minuciosa y fidedigna.

De esta manera, indispensablemente se arrojarán soluciones deseables de diseño (o lo más cercano a la óptima solución), que permita poner a prueba los resultados y cumpla con cometidos determinados.

Por otro lado, se busca explorar toda la información disponible con el fin de potenciar la capacidad innovadora del proceso.

1. DATOS GENERALES

Universidad Nacional Autónoma de México

En páginas siguientes se presenta una semblanza de los pasajes más importantes y se desglosan todos aquellos datos relevantes acerca de la Universidad Nacional, los antecedentes históricos y su identidad, lo cual permitirá comprender más profundamente su trascendencia y sobre los cuales se consolidará la propuesta final del proyecto.

1.1. DESCRIPCIÓN

El intentar explicar el significado de la Universidad Nacional Autónoma de México es equivalente a trazar a la institución educativa, pública, laica e independiente más grande e importante de la nación.

Sencillamente, el México moderno no puede describirse sin la Universidad Nacional, ya que dentro de su primer centenario ha aportado al país un caudal de conocimiento como ninguna otra institución académica y con una vocación de servicio público incansable.

Como universidad autónoma es un organismo público, descentralizado del Estado, basada en los principios de libertad de cátedra y de investigación, e inspirada en todas las corrientes del pensamiento, sin tomar parte en actividades militantes y omitiendo todo interés individual sobre el colectivo.

También representa un espacio de libertades, pues en ella se practica el respeto, la tolerancia y el diálogo. La pluralidad de ideas y de pensamiento es apreciada como gesto de su gran riqueza, ideales que promueven que la Universidad continúe siendo instrumento fundamental para la movilidad social en el país.

Precisamente, a nivel social es una institución sumamente compleja, siendo centro de grandes contrastes, contradicciones y convergencias,

“[...] del que han egresado desde científicos e intelectuales del más alto nivel, hasta el hombre más rico del mundo, el subcomandante de una rebelión indígena, cientos de servidores públicos y representantes populares, y miles de profesionistas que no encuentran empleo”. (2)

Figura no sólo como el espejo del desarrollo de la sociedad mexicana, sino que es uno de los centros académicos que es espejo para otras universidades de Latinoamérica y del mundo.

Prácticamente no hay un ámbito del conocimiento universal en el que la Máxima Casa de Estudios no tenga especialistas de primer nivel, desde los estudios medievales hasta la nanotecnología, pasando por las ciencias jurídicas, la odontología y la informática. Además de su dimensión académica, esta institución ha sido espacio de análisis y debate para los principales movimientos sociales y las propuestas de transformación nacional e internacional.

Al mismo tiempo, la Universidad ha fungido como un elemento inapreciable de superación personal en lo individual y de movilidad social en lo colectivo, y ha permitido que millones de estudiantes de origen humilde, hijos de campesinos, de obreros y de pequeños comerciantes,

ingresaran a la clase media, fenómenos que a su vez abonaron la estabilidad política y la gobernabilidad durante largas décadas.

1.2. FILOSOFÍA

La Universidad posee como propósito básico, fundamental y distinguido estar al servicio del país y de la humanidad en su totalidad, a través de la docencia y formación de profesionales que resulten valiosos para su sociedad, a su vez dedicada a la organización y desarrollo de la investigación y de la firme difusión del saber y la cultura.

A partir de estos cimientos es que la Universidad Nacional ha desempeñado un papel protagónico en la formación de la historia de México, respondiendo al presente y mirando al futuro como el proyecto cultural más importante del país, fomentando la exploración a las condiciones y problemas nacionales y extendiendo los beneficios que trae consigo la educación.

La siguiente frase, emitida por su mismo fundador, encierra la voluntad del proyecto de la Universidad dentro de un contexto nacional y mundial:

“Que nadie quiera salir de la Universidad creyéndose formado, si sólo sabe de su ciencia y de su técnica e ignora los problemas del mundo, particularmente los de su país”.

Justo Sierra, 1910

(2) Encinas Rodríguez, Alejandro. “100 años de la UNAM”. El Universal, Edición Internet. 28/09/2010
URL: <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/50036.html>
Consulta: 26/06/2011.



(IMG 1.2) Auditorio Alfonso Caso, Torre II de Humanidades, Mural de D. A. Siqueiros, Espacio Escultórico, de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream.

1.3. MISIÓN Y VISIÓN

La Universidad Nacional Autónoma de México tiene como misión impartir educación superior para formar profesionales, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, principalmente acerca de las condiciones y los problemas nacionales, así como extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura. Con ello procura dar validez a los resultados del proceso enseñanza-aprendizaje durante la vida académica de los alumnos en la institución, desde su ingreso hasta la conclusión de sus estudios.

Pretende también preservar, promover y difundir la cultura nacional y los grandes valores de la cultura universal para enriquecer la formación de sus alumnos, beneficiar lo más ampliamente posible a la sociedad mexicana y finalmente fortalecer la identidad nacional.

Ampliar las fronteras del conocimiento para apoyar sistemáticamente la formación de recursos humanos, aportar solución a problemas universales y nacionales, contribuir a sentar las bases del desarrollo sustentable y promover la creación y fortalecimiento de una cultura propia.

La Universidad Nacional *“no elige entre transmitir conocimiento o producir investigación; entre extender la cultura o preparar profesionales; entre formar élites intelectuales o garantizar la igualdad de oportunidades. Asume que hay que hacer bien una cosa y otra”*. (3)

La visión de la institución está enfocada en consolidar una Administración Escolar Institucional de calidad, dinámica y con reconocimiento de la comunidad universitaria y de la sociedad mexicana en su totalidad.

1.4. DIFUSIÓN CULTURAL

La finalidad sustancial de la UNAM es extender, con la mayor amplitud posible, los beneficios de la cultura. Así, diversos organismos universitarios se han dedicado en forma específica al cumplimiento de ese fin desde 1929, en especial en 1947, año en que se creó la Coordinación de Difusión Cultural, para propagar las corrientes más significativas de la cultura de los universitarios y del público en general.

(3) De la Fuente, Juan Ramón. *“La UNAM a través de los años ¿Por qué México sería otro sin la Universidad?”* El Universal, Edición Internet. 22/09/2010.
URL: <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/6464.html>
Consulta: 23/06/2011.

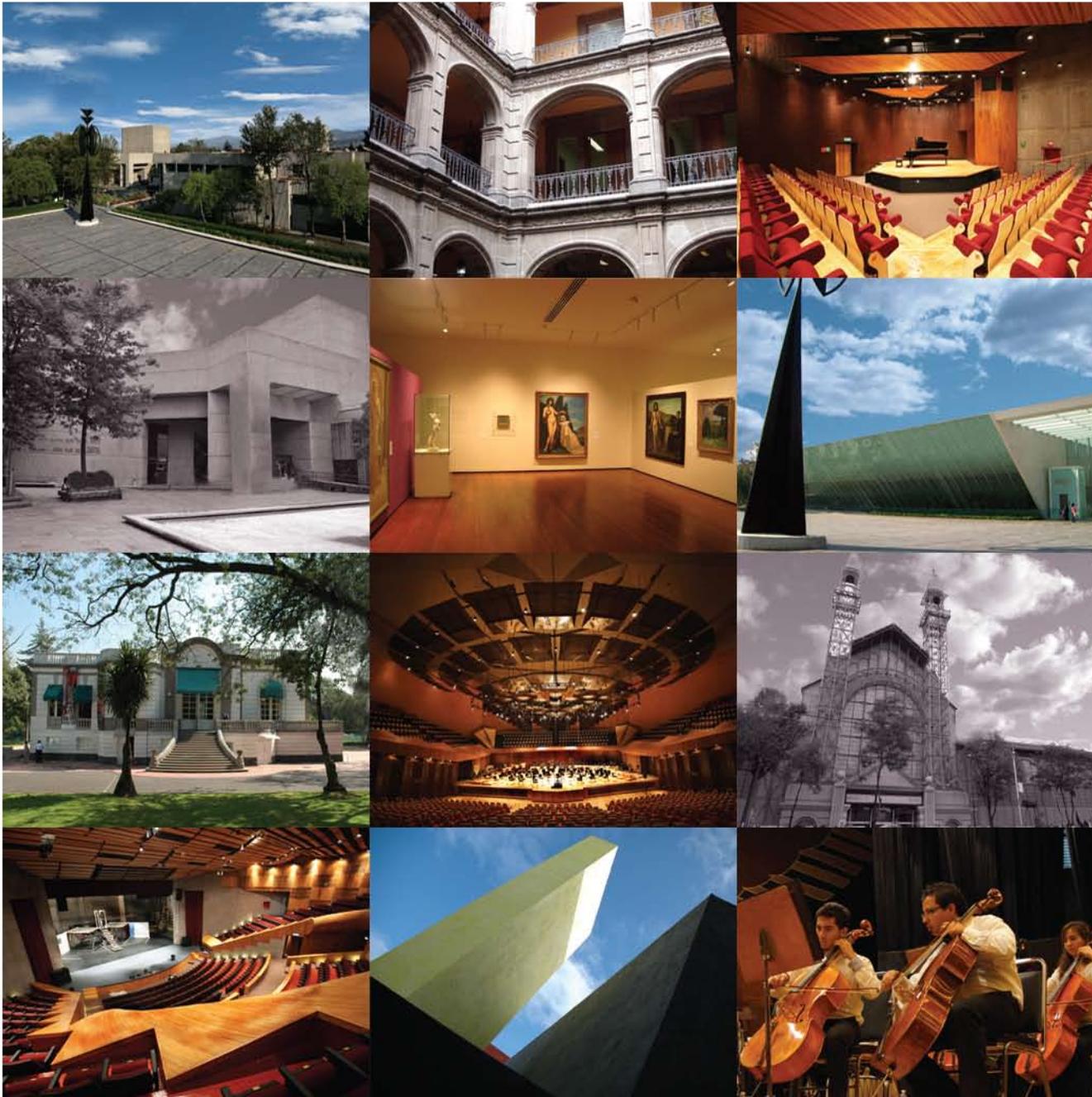
Su tarea es promocionar la cultura en todas sus expresiones teatrales, literarias, cinematográficas, musicales y plásticas, a través de conciertos, cine-clubes, exposiciones, mesas redondas, seminarios, publicaciones, conferencias, cursos, exhibiciones y concursos.

Según datos oficiales, se tiene registro de haber realizado, entre otras, 8,700 actividades artísticas y culturales con una asistencia de 1,650,000 personas en 2010, entre los que se encuentran:

- **Actividades y programas de fomento**
- **Artes plásticas**
- **Actividades musicales**
- **Teatro y danza**
- **Cine**

Los múltiples espacios que albergan la cultura y conforman la Coordinación son 20 museos, 18 recintos históricos y un incalculable número de obra resguardada en acervos especializados: más de 385,000 grabaciones de cintas y discos musicales o sonoros, títulos filmicos, piezas de arte y material videográfico.

Algunos se ilustran en la página siguiente.



MUSEOS

- Museo Universitario de Ciencias y Arte
- Museo Experimental El Eco
- Museo Universitario del Chopo
- Museo Universitario de Arte Contemporáneo
- Museo del Antiguo Colegio de San Ildefonso

MÚSICA

- OFUNAM
- Orquesta Sinfónica de Minería
- Sala Nezahualcóyotl
- Sala Carlos Chávez
- Anfiteatro Simón Bolívar

MEDIOS de COMUNICACIÓN

- TV UNAM
- Radio UNAM

RECINTOS CULTURALES

- Centro Cultural Universitario
- Centro Cultural Tlatelolco
- Casa del Lago

TEATRO

- Teatro Juan Ruiz de Alarcón
- Foro Sor Juana Inés de la Cruz
- Teatro Santa Catarina

CINE

- Filмотeca de la UNAM
- Salas Julio Bracho y José Revueltas
- Salón Cinematográfico Fósforo
- Cinematógrafo del Chopo

DANZA

- Sala Miguel Covarrubias

(IMG 1.3) Espacios Culturales UNAM,
fotos por Barry Domínguez.

1.5. LA UNIVERSIDAD EN NÚMEROS

La Universidad Nacional asume cabalmente el mandato de su Ley Orgánica: realiza docencia, lleva a cabo investigación y extiende la cultura a muchos mexicanos. Para percibir la magnitud de la tarea vale la pena repasar algunas cifras que ilustran lo mucho que aporta a la nación. Si hubiera que reducir a la Universidad a unos cuantos números, tendrían que anotarse, entre otras, las siguientes:

ESTUDIANTES

- 316 mil 356 en el ciclo escolar 2010-2011
- 180,530 en licenciatura.
- 25,167 cursan un posgrado.
- 109,530 de bachillerato.
- 362 a nivel técnico.
- 767 en propedéutico de la Escuela Nacional de Música.

(IMG 1.4) Estudiantes CU, de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream.



ACADÉMICOS

- 36,172 académicos (11,683 de tiempo completo).
- 3,577 investigadores (Por su calidad y productividad 35% de los miembros del Sistema Nacional de Investigadores son académicos de la UNAM).
- 5,391 profesores de carrera.
- 4,003 técnicos académicos.
- 4,333 ayudantes.
- 26,739 profesores de asignatura.
- 96% de los investigadores y 72% de los profesores de educación superior cuentan con un posgrado.

(IMG 1.5) Adolfo Sánchez Vázquez, profesor emérito de la Facultad de Filosofía y Letras. Cortesía Boletín UNAM-DGCS-196. 3/04/2011.



PLANES & PROGRAMAS DE ESTUDIO

• Posgrado

- 40 programas de posgrado con 83 planes de estudio de maestría y doctorado.
- 35 programas de especialización con 190 orientaciones.

• Licenciatura

- 89 carreras en 162 planes de estudio, distribuidas en 18 Facultades, 4 Escuelas Nacionales, 5 Sedes Foráneas en sistema escolarizado a distancia.
- Educación media superior
- 3 planes de estudio de bachillerato impartidas en 14 planteles: 9 de la Escuela Nacional Preparatoria y 5 de la Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades.
- 2 carreras técnicas (enfermería y música).

• Titulación

- 25,219 egresados de bachillerato en 2010.
- 18,598 titulados de licenciatura en 2010, 66% por medio de opciones distintas a la tradicional (tesis o tesina y examen profesional).
- 7,055 especialistas, maestros y doctores graduados en 2010.

• Becas

- 107,000 becarios en 2010 para apoyar a los alumnos más necesitados y que demuestran empeño y compromiso con sus estudios.

• Extensión universitaria

- 303 mil 888 personas utilizan los servicios y cursos que se imparten a través de la modalidad de extensión universitaria.

INFRAESTRUCTURA

La UNAM se caracteriza por tener infraestructura para la investigación y desarrollo tecnológico que ninguna otra institución mexicana pública o privada posee. La lista incluye:

- 2,391,970 m² de área construida
- 2,125 edificios
- 3,884 aulas,
- 3,734 cubículos
- 2,802 laboratorios
- 420 talleres
- 134 bibliotecas con un acervo de 1,097,721 títulos y 6,412,023 volúmenes
- 66,116 computadoras conectadas a Red UNAM
- Capacidad de supercómputo de 7,266 millones de operaciones aritméticas por segundo
- Un canal de televisión
- Una estación de radio
- Una casa editora
- 23 campus en la Ciudad de México
- Instalaciones en 21 Entidades Federales
- Escuelas de extensión en Estados Unidos y Canadá
- 4 reservas ecológicas
- Centro Nacional de Prevención de Desastres Naturales
- Dos buques oceanográficos:
 - El Puma
 - Justo Sierra
- Plataformas de investigación oceanológicas
- Observatorio Astronómico Nacional
- Observatorio de Centelleo Interplanetario
- Gran Telescopio de Isla Canarias
- Detector de antimateria a bordo de la Estación Espacial Internacional
- Reactores nucleares
- Aceleradores de partículas subatómicas
- Satélites artificiales diseñados, construidos y puestos en órbita
- Microscopios electrónicos de alta resolución
- El Jardín Botánico Nacional más completo
- Herbario Nacional
- Una Ciudad Universitaria que ha sido declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad.



(IMG 1.6) Servicios Bibliotecarios, de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream.

SERVICIOS

- **Custodia bienes inmuebles, ediciones y edificios de gran valor arquitectónico e histórico**
 - Biblioteca Nacional
 - Hemeroteca Nacional
- **Servicios bibliotecarios**
 - 6.4 millones de volúmenes de libros
 - 12,515 suscripciones a revistas
 - 23,246 revistas electrónicas de texto completo
- **Cómputo**
 - 30,500 microcomputadoras
 - 1,280 servidores RISC y estaciones de trabajo
 - 2 supercomputadoras, entre ellas KanBalam, la supercomputadora más poderosa de América Latina, con una capacidad de procesamiento de 7.113 Teraflops
 - Ixtli, Observatorio de Visualización mediante Realidad Virtual Inmersiva
 - Un superservidor para servicio académico
- **Servicio Sismológico Nacional**
- **Red Mareográfica Nacional**
- **Vigilancia del Popocatepetl**
- **Observatorio Nacional**
- **Colecciones Biológicas**

ACCIONES EN FAVOR DEL ENTORNO SOCIAL

- Coordina cerca de 5,000 programas de servicio social
- Servicios de salud
- Brigadas de atención odontológica
- Centros comunitarios de servicios psicológicos
- Más de 58,000 servicios técnicos por año en las clínicas veterinarias
- Servicio de los bufetes jurídicos



(IMG 1.7) www.ciudadania-express.com por Shinji Harper, 09/02/2010.

PROYECTOS DE VINCULACIÓN CON LA INDUSTRIA

- Mega proyecto “Excelencia global” con el Instituto Mexicano del Petróleo
- Proyectos Multinacionales de la Agencia Internacional de Energía de la OCDE
- Alianza Battelle Memorial Institute (BMI)-IMP-UNAM para ampliar las fronteras de la ciencia y la tecnología
- Asesoría a grandes empresas como PURINA, Jugos del Valle, Grupo Desc, Bimbo



(IMG 1.8) www.vertigopolitico.com, 13/02/2012.

CONVENIOS CON ORGANISMOS NACIONALES & INTERNACIONALES

- Secretaría de Energía
- Sistema Educativo Quintanarroense
- Institutos Nacionales de Pediatría
- ITESM- CAMPUS Guaymas
- Convenios de colaboración con España, Francia, Cuba, Argentina y Estados Unidos



(IMG 1.9) www.morenovalleblog.com 15/02/2011.

PRESUPUESTO

- 29,233 millones de pesos en 2011

60.5%
Docencia

26.1%
Investigación



8.3%
Extensión
Universitaria

5.1%
Gestión Institucional

Los datos anteriores, sin embargo, no alcanzan a describir el profundo orgullo, la más grande honra y la máxima gratitud que sentimos las millones de personas que hemos transitado por la Universidad, en la que hemos estudiado, trabajado o nos encontramos de alguna forma vinculados a lo largo de nuestras vidas.

(Datos correspondientes al ciclo escolar 2010-2011)
Cortesía del Portal de Estadísticas Universitarias.
URL: <http://www.estadistica.unam.mx/numeralia>
Consulta: 12/06/2011.

1.6. ORGANIZACIÓN

Como se ha descrito en líneas anteriores, hoy en día la Universidad Nacional Autónoma de México tiene enormes retos como institución pública educativa. La organización que le dirige se encuentra estructurada de acuerdo al diagrama que ilustra la figura 1.10.

La Administración Central actual (año 2011) se encuentra compuesta por:

Dr. José Narro Robles
RECTOR

Dr. Eduardo Bárzana García
SECRETARIO GENERAL

Lic. Enrique Del Val Blanco
SECRETARIO ADMINISTRATIVO

Mtro. Javier de la Fuente Hernández
SECRETARIA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

M.C. Ramiro Jesús Sandoval
SECRETARIA DE SERVICIOS A LA COMUNIDAD

Lic. Luis Raúl González Pérez
ABOGADO GENERAL

Dra. Estela Morales Campos
COORDINADORA DE HUMANIDADES

Dr. Carlos Arámburo de la Hoz
COORDINADOR DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Mtro. Sealtiel Alatríste
COORDINADOR DE DIFUSIÓN CULTURAL

Dr. Jaime Martuscelli Quintana
COORDINADOR DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO

Enrique Balp Díaz
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En próximos puntos se hará la revisión específica y precisa de cada uno de los componentes más relevantes y destacados de la organización que preside a la Universidad.

1.6.1. RECTOR

El Rector o Rector magnificus (de su nombre en latín) es la máxima autoridad académica de una universidad o institución educativa y ostenta su más noble representación.

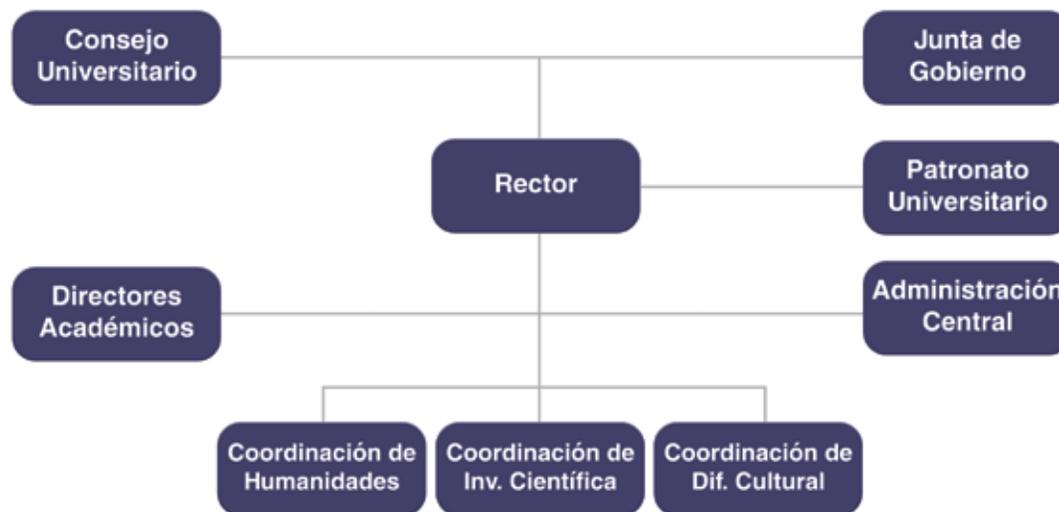
En el caso de la UNAM, el rector es el jefe nato de la Universidad, su representante legal y presidente del Consejo Universitario. Es designado por la Junta de Gobierno de la institución y dura en el cargo cuatro años con la posibilidad de ser reelegido una sola ocasión.

Para ser rector se requiere ser mexicano por nacimiento, mayor de 35 y menor de 70 años, poseer un grado superior al de bachiller, por lo menos contar con 10 años de servicios docentes o de investigación en la UNAM, haberse distinguido en su especialidad y ser persona honorable y prudente.

Entre sus facultades y obligaciones principales están las de cuidar el exacto cumplimiento de la Ley Orgánica, de las disposiciones de la Junta de Gobierno y de las resoluciones que dicte el Consejo Universitario; formar las ternas de entre las cuales la Junta de Gobierno designa a los directores de facultades, escuelas e institutos; nombrar a los directores de los centros -previa exploración de la opinión de las comunidades correspondientes-; ejercer la dirección general del gobierno de la Universidad en materias no reservadas al Patronato, así como velar por el estricto cumplimiento de las normas que rigen la vida institucional, para lo cual procurará que el orden académico no se interrumpa.

1.6.2. JUNTA DE GOBIERNO

Este órgano fue creado en 1945 y se integra por quince distinguidos miembros de la comunidad académica elegidos por el mismo Consejo



(IMG 1.10) Organigrama completo de la UNAM
URL: <http://www.unam.mx/acercaunam/es/organizacion/index.html>
Consulta: 23/06/2011.

Universitario y, en ocasiones específicas, por la propia Junta. Entre sus licencias está la de nombrar al Rector y a los directores de facultades, escuelas e institutos, así como designar a los miembros del Patronato.

Para ser miembro de la Junta de Gobierno es necesario ser mexicano por nacimiento, mayor de 35 y menor de 70 años, poseer grado universitario superior al de bachiller, haberse distinguido en su especialidad, prestar o haber prestado servicios docentes o de investigación a la UNAM o haber mostrado en otra forma interés en los asuntos universitarios y gozar de estimación general como persona prudente y honorable. La ley orgánica de la UNAM establece que el cargo debe ser honorario y que el Consejo Universitario elegirá anualmente a un miembro de la Junta que sustituya al de más antigua designación.

La Junta celebra sesiones ordinarias una vez por mes y se reúne también cuando es convocada por su presidente, por el Rector o por cinco de sus miembros. Sesiona válidamente con la asistencia de la mitad más uno de sus miembros y toma sus decisiones por mayoría absoluta de votos de los concurrentes, salvo casos especiales como la elección de Rector, en la cual se requerirá una mayoría calificada de diez votos, o la designación de directores de facultades, escuelas e institutos, en la cual es indispensable una mayoría de ocho votos.

Tradicionalmente, la Junta ha estado integrada por los más importantes personajes académicos del país en los distintos campos del saber; baste recordar que la primera Junta la integraron Jesús Silva Herzog, Mario de la Cueva, Mario Hernández, José Torres Torija, Manuel Gómez

Morín, Ricardo Caturegli, Manuel Sandoval Vallarta, Antonio Martínez Báez, Alejandro Quijano, Ignacio Chávez, Alfonso Reyes, Gabino Fraga, Abraham González Ayala, Fernando Ocaranza y Federico Mariscal.

Los Miembros actuales (2011) de la Junta de Gobierno se enlistan a continuación en orden cronológico según su designación:

- Francisco Bolívar Zapata (1/4/2002)
- María Elena Medina-Mora Icaza (20/6/2003)
- Olga Elizabeth Hansberg Torres (5/3/2004)
- David Kershenobich Stalnikowitz (31/3/2005)
- Francisco Casanova Álvarez (31/3/2005)
- Alonso Gómez-Robledo Verduzco (9/12/2005)
- Elizabeth Guadalupe Luna Traill (29/9/2006)
- Octavio Paredes López (29/9/2006)
- Luis Alberto Zarco Quintero (9/3/2007)
- Jorge Borja Navarrete (17/8/2007)
- María Teresa Uriarte Castañeda (28/3/2008)
- Alejandro Mohar Betancourt (19/6/2008)
- René Millán Valenzuela (27/3/2009)
- Irene Cruz-González Espinosa (26/3/2010)
- Mario Luis Fuentes Alcalá (31/03/2011)

1.6.3. CONSEJO UNIVERSITARIO

El Consejo Universitario es la autoridad colegiada responsable de expedir todas las normas y disposiciones generales encaminadas a la mejor organización y funcionamiento técnico,

docente y administrativo de la Universidad; conocer de los asuntos que de acuerdo con las normas y disposiciones generales, antes señaladas, le sean sometidos, y las demás que la Ley Orgánica de la Universidad le otorga, y, en general, conocer de cualquier asunto que no sea de la competencia de alguna otra autoridad universitaria.

Está integrado por el Rector y el Secretario General; los directores de facultades, escuelas e institutos; representantes propietarios y suplentes de profesores y de alumnos de cada una de las facultades y escuelas, así como de los investigadores de los institutos que realizan docencia; un representante propietario y otro suplente de los centros de extensión universitaria, cuatro representantes propietarios y cuatro suplentes de los alumnos de los programas de posgrado, y por un representante propietario y otro suplente del personal administrativo de la Universidad.

El Rector se constituye como Presidente del Consejo Universitario y el Secretario General de la Universidad, es el Secretario.

La ley orgánica de la UNAM confiere a este órgano facultades para emitir las normas y disposiciones generales encaminadas a la mejor organización y funcionamiento de la Institución.

El Consejo funciona en pleno o en comisiones, en sesiones ordinarias y extraordinarias.

Para que funcione en pleno requiere un quórum de la mitad más uno de sus miembros, salvo que se trate de asuntos cuya aprobación requiera de una mayoría especial.

1.6.4. ESTUDIANTES

¿Cómo es el alumno de la Universidad Nacional Autónoma de México?, ¿qué le motiva?, ¿cuál es su papel dentro de su sociedad?, ¿qué le distingue de sus similares en otras instituciones educativas, sean públicas o privadas?

Quisiera ofrecer una interesante perspectiva para responder tales interrogantes según los parámetros subjetivos que ello conlleva y por lo tanto siempre bajo una alusión al “deber ser”, no bajo un marco jurídico, sino bajo un sentido ético, es decir, fundamentalmente referido a principios que pueden ser entendidos como universalmente válidos.

Existe una enorme diferencia entre la obligación formal del estudiante y la obligación ética implícita en la expresión “ser universitario”, al menos, cuando es referida específicamente al estudiante de la UNAM, lo cual le distingue de cualquier otra institución supuestamente homóloga, aún cuando en estas se imparta igualmente educación superior y otorguen los títulos que corresponden. Aquello que le diferencia se encuentra inscrito en su misma denominación, en su calidad de nacional, de autónoma y quizás de México.

Otras instituciones no necesariamente cumplen todas o cada una de tales particularidades, mientras que la UNAM sí y además debe ser ostensible en cada una de sus capas, desde su realidad hasta su comunicación, todo tipo de mensajes y expresiones.

Cabe mencionar que dicho concepto será retomado y desarrollado más adelante para definir las características del usuario (en su totalidad) que serán codificadas gráficamente.

Pero retomando el perfil íntegro del significado de ser estudiante y sus motivaciones como tal, conviene realizar el análisis a partir de la misma elección de serlo. Aquel aspirante que como tal se proyecta dentro de la institución ideal, sea midiendo sus posibilidades según alternativas meramente geográficas (cercanía o acceso), o dilemas cualitativos (prestigio) o aspectos económicos. Si bien la preocupación individual por alcanzar ciertas metas difícilmente desemboca en la apropiación automática de los objetivos de la institución, en la UNAM se consigue la reflexión de empatar las metas que persigue la institución a las personales.

Si bien la Universidad diseña sus planes y programas de estudio en función del mercado de trabajo en que han de desempeñarse sus egresados, su preocupación fundamental es mucho más trascendente. Su existencia se justifica en asumir la responsabilidad de ofrecer al país planteamientos específicamente universitarios de solución a la variada problemática que concurre en torno a las diversas disciplinas que en ella se imparten.

Volviendo al punto correspondiente a la distinción entre instituciones educativas, es preciso reconocer que no es el criterio de calidad ni el cuantitativo lo que determina la diferencia entre instituciones aparentemente similares. Ninguno de estos criterios puede servir de base para la comprensión de la responsabilidad específica del universitario de la UNAM.

Será justo y necesario revisar cuidadosamente su denominación (UNAM), para determinar con precisión el enorme compromiso que éste implica, interesante exploración que será desarrollada con detenimiento en la definición de la Identidad Universitaria (pág. 43).

Para ser estudiante de esta institución habrá que entender que la UNAM no es simplemente un organismo público más donde se imparte educación a nivel superior. No es solamente la universidad más grande e importante del país o la institución donde se genera un altísimo porcentaje de la investigación a nivel nacional. Esencialmente, la UNAM constituye el proyecto más significativo que se da el país en aras de hallar propuestas universitarias de solución a su compleja problemática. Es el espacio donde la autonomía universitaria es y se convierte en mandato. Es el lugar donde confluyen obligatoria e irrenunciablemente la búsqueda de la universalidad, la crítica y la reflexión, la ciencia, la pluralidad y el humanismo.

El universitario de la UNAM, por su parte, no es otra cosa que la encarnación de dicha encomienda. No es sólo sus instalaciones o sus órganos de decisión. La UNAM se debe cumplir en cada universitario.

La obligación real del universitario se debería seguir al menos de la lectura, exploración y asimilación a principios éticos de su nombre. Ahí está implícito lo que constituye el mínimo del deber ser del universitario. Pertenecer a la UNAM, atendiendo sólo al contrato que uno firma al adscribirse como académico o al inscribirse como estudiante, implica ser sólo legalmente universitario, lo cual es otra cosa. (4)

En términos del quehacer diario, el estudiante universitario no es aquél que aprueba exámenes, consigue un empleo y después cierra todos los libros. Es aquel que procura estudiar, pero

(4) Basado en: Pérez Delgado, Jorge “Deber Ser del Universitario de la UNAM”. Artículo publicado en Paedagogium.com, 2008. URL: www.paedagogium.com/NumerosAnteriores/treintayuno/03.html Consulta: 09/05/2011.

principalmente comprender los fenómenos que componen los hechos que ocurren a su alrededor: la situación económica del país, los contextos sociales, la expresión de la cultura, se interroga sobre el futuro, la finalidad de los estudios, los ámbitos donde con su trabajo se incrustará para aportar sus conocimientos.

El alumno tampoco percibe a su Universidad como simples instalaciones y bellos murales, sino un enorme cúmulo de saber y experiencias contenidas en la comunidad.

Se rige bajo una premisa que se inculca a diario y que se define como responsabilidad social. No sólo como retribución a la educación gratuita recibida, sino por un compromiso con la sociedad de la cual es parte, de la cual es consciente y a la cual puede aportar el conocimiento adquirido en aras de resolver las problemáticas que le aquejan y consolidar un proyecto colectivo.

El alumno universitario percibe un privilegio en cierto sentido, ya que es mucho más que haber ganado el derecho de ocupar un lugar en un

aula de alguna de sus facultades para cursar una carrera universitaria.

Se trata de acceder a una gran cantidad de oportunidades que fuera de ella difícilmente se presentan: primero, la posibilidad de formarse en un espacio de libertad que abre las puertas al conocimiento amplio y diverso; de desarrollar una vocación y de ejercerla incluso en el ámbito académico.

En palabras sinceras de un alumno: “[...] *He aprendido lo que es la solidaridad, el significado del compañerismo y de la amistad, la equidad y el orgullo de pertenencia a una comunidad. Si cada mexicano pasara por lo menos tres meses de su vida en la UNAM, este país sería otro, mil veces mejor; porque cada una de esas personas sería también mil veces mejor: la universidad transforma, y esa transformación es positiva*”. (5)

(5) Deerfanz, Nora. “La UNAM, un privilegio. Ensayo sobre la Universidad. *Visión desde el académico*”. s/f. Artículo electrónico. URL: www.serviciosalacomunidad.unam.mx/index.php/participantes/Deerfanz,Nora
Consulta: 16/06/2011.

El estudiante está inscrito según la identidad misma de la Universidad, que responde a su misión como institución educativa pero igual como impulsora del proyecto de nación.

La expectativa de la sociedad no es tan simple como la de solo permitir la preparación de profesionistas de excelencia para los mercados de trabajo existentes. El egresado tiene muchas más responsabilidades que la de ocupar espacios de trabajo vacantes.

De él se debe esperar fundamentalmente un compromiso correspondiente al que se deriva de la autonomía universitaria: creatividad, iniciativa, innovación, búsqueda y afán perfeccionador incesantes.

Para poder ahondar más en ello, será preciso adentrarse en lo que significa este enorme compromiso de grandes implicaciones, que se justifica por medio de la herencia histórica y la identidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.



(IMG 1.11) IISUE/AHUNAM/Colección Concurso de fotografía, doc 2



(IMG 1.12) Estudiantes de Ciudad Universitaria, de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream.



(IMG 1.13) Mariana Chávez Pesqueira, estudiante de posgrado del Instituto de Ecología. Boletín UNAM-DGCS-609 14/10/2011

2. HISTORIA

Universidad Nacional Autónoma de México

Una de las instituciones sociales con mayor presencia en la construcción del México actual es la Universidad Nacional. El papel que ha desempeñado en la formación de profesionales, así como en el desarrollo y la difusión del conocimiento y la cultura, constituye un activo fundamental en la vida nacional. Sin embargo, su contribución no sólo se limita a su quehacer en la actualidad ni tampoco dentro del siglo que conmemora la fundación de la Universidad Nacional de México, sino que su aportación a la nación surge con muchos años de antelación y siendo inclusive partícipe de las transformaciones que dan resultado al México actual.

Para poder comprender lo anterior, será necesario conocer el surgimiento, desarrollo y consolidación de la denominada Máxima Casa de Estudios, para lo cual se presentan a continuación sus pasos simultáneos al transcurso de la historia de México.

2.1. INMERSIÓN

Las primeras noticias acerca del interés del arzobispo fray Juan de Zumárraga de que la Nueva España contara con una universidad datan de 1536. Pronto se sumó a esta iniciativa el virrey Antonio de Mendoza y la Corona dio una respuesta positiva en 1547.

De tal forma que los orígenes de la Universidad Nacional Autónoma de México se remontan a septiembre de 1551, año en que Felipe II emitió las cédulas que certificaron que México, Santo Domingo y Lima incorporaron a su acervo una de las instituciones culturales más importantes desarrolladas por la Europa Medieval: la Universidad.

Organizada a la imagen y semejanza de las universidades europeas de tradición escolástica, particularmente la de Salamanca, desde entonces en la naciente institución quedaron plasmados y condensados los valores de las culturas prehispánicas, los principios de la filosofía aristotélica y del derecho romano, y las esclarecedoras ideas del Renacimiento.

A través de la Universidad llegaron a nuestro país los principios renovadores de la Enciclopedia, de la Independencia de los Estados Unidos y de la Revolución Francesa.

Al sobrevenir la época independiente, se suprimiría el título de Real, ya que el rey de España dejó de tener soberanía en el país. En medio de la lucha entre liberales y conservadores en el siglo XIX, la Universidad quedó atrapada y se convirtió en una institución que no supo entender la dinámica de un país alterado por las discordias en el poder. Sólo así se explica que durante dicha época fuera clausurada por figuras tales como Maximiliano, o la reabrieran personajes tan disímboles como Antonio López de Santa Anna y Benito Juárez.

El final de dicha etapa culminó en 1867, cuando el doctor Gabino Barrera estableció la Escuela Nacional Preparatoria, cuyo plan de estudios estaba completamente inspirado en el pensamiento positivista de Augusto Comte. Este hecho y su puesta en marcha extinguieron los restos de educación colonial que habían sobrevivido hasta el siglo XIX. No obstante, aquel

injerto de una cultura ajena que en su origen fue la Universidad Real y Pontificia, se convirtió en un fenómeno oficial cada vez más propio, hasta volverse fundamental en el espíritu de la patria.

Un siglo después la Universidad, con carácter nacional, volvió a surgir con fuerza al tiempo que estalló la Revolución Mexicana, siendo este momento crucial en el porvenir de la historia anexa que forjarían el país y la institución. 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.

Pero no se puede afirmar sino hasta el año de 1910, *“en medio de necesidades no resueltas y esperanzas seculares inspiradas en ideales democráticos, de justicia e igualdad, que se entrelazaron dos grandes movimientos: uno con las armas de la guerra, otro con las armas aurales de la educación”*. (6)

(6) De la Fuente, Juan Ramón. *“La UNAM a través de los años ¿Por qué México sería otro sin la Universidad?”* El Universal, Edición Internet. 22/09/2010.
URL: <http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/6464.html>
Consulta: 23/06/2011.



(IMG 1.14) Daguerrotipo "Monumento a Carlos IV" 1840. Claustro Principal del edificio de la Real y Pontificia Universidad de México



(IMG 1.15) Fray Juan de Zumarraga
Fotografía dominio público.



(IMG 1.16) Vista de la antigua Universidad "Real y Pontificia"
<http://www.poderlegislativo.gob.mx/antecedentes/sedes>

Bajo este panorama es que se gestaron tanto la Revolución Mexicana como la Universidad Nacional de México, orientada por los nuevos objetivos de las ciencias y las humanidades. Se trata del momento preciso en que se comienza la construcción del México que ahora vivimos, e inicia la más reciente historia de la Universidad que, con sus permanentes luchas, se ha consumado como la más importante institución educativa de México.

Es evidente que la Universidad ha tenido que lidiar y alternarse con las ocupaciones del Estado, con el que ha confrontado situaciones de indiferencia e incluso excesos de su parte. Por lo tanto, en tiempos actuales, cuando la Universidad resulta ser una institución plural y compleja, sus misiones resultan nuevamente objetos de discusión e intervención, e incluso de admiración, siendo que el reconocimiento a su labor para con el país es más que patente, puesto que ha transitado tanto por etapas de cambio y consolidación, desplegando su actividad entre la tradición y la modernidad.

En páginas siguientes el lector podrá hacer una revisión puntual a una breve pero muy concreta crónica de la historia universitaria.

Cabe destacar que los subtítulos se encuentran divididos de acuerdo a los períodos que resultan más relevantes en la evolución histórica de la Universidad, desde su fundación en las épocas virreinales hasta fechas presentes. Con ello se procura realizar un viaje por los pasajes históricos que permitan gestar un concepto general a partir de los datos que proporcionará la investigación, el cual posteriormente pueda ser traducido a una imagen que condense la multitud de valores y significados recorridos y acumulados en cientos de años de historia e innumerables hechos que constituyen hoy en día a la Universidad Nacional Autónoma de México.

2.2. REAL Y PONTIFICIA UNIVERSIDAD DE MÉXICO

En contexto del tiempo posterior a la Conquista Española, en el territorio que más adelante sería designado como mexicano, el arzobispo fray Juan de Zumárraga promovió la creación de la Real y Pontificia Universidad de México y gestionó la introducción de la imprenta en la Nueva España.

En el año de 1538, ya durante el gobierno del primer virrey, nos referimos a Antonio de

Mendoza, quien llegó en octubre de 1535, había conseguido impresor, prensa y molino de papel para aquella que sería la primer imprenta en América, hecho sumamente relevante dentro de la historia venidera.

Sin embargo, para comprender mejor el funcionamiento de la institución dentro de su entorno histórico específico y en relación directa a las formas de pensamiento de la época, cabe señalar una breve reflexión.

En nuestros días, suele entenderse por universidad al conjunto de escuelas, facultades y a veces también institutos, dirigidos por un rector y por directores, a donde regularmente acuden profesores y estudiantes. Para captar las peculiaridades de la institución universitaria que corresponde a la época colonial, se necesita prescindir de esa imagen, válida en lo general para hoy, pero que no responde a las concretas circunstancias del pasado.

La Universidad no estaba constituida por un gran conjunto de aulas, sino por un cuerpo privilegiado de escolares con licencia para organizar un estudio, en cuyas aulas se impartían los saberes correspondientes a las diversas

facultades, y para certificar, mediante el útil otorgamiento de grados académicos, que determinados estudiantes habían cursado sus lecciones.

Ello explica el por qué el rey autorizó, en su cédula de 1551, la creación del “*Estudio e Universidad*” en la Ciudad de México. Esta nueva fundación gozaba de los mismos privilegios que la Universidad de Salamanca, misma de la que todos los ministros presentes en México eran graduados, dándole a la nueva institución una estructura análoga a la de su alma mater. La nueva fundación novohispana se gobernaría a sí misma a través de claustros, es decir, de diversas juntas de universitarios.

Así pues, con la Universidad de México surgieron el claustro de rector y consiliarios, el de diputados y el claustro en pleno. Una vez aclarado el punto, la Real y Pontificia Universidad de México se encuentra reputada como una de las primeras universidades fundadas en el Continente Americano y la más antigua de México.

Las primeras instituciones educativas de nivel superior en tiempos del Virreinato de la Nueva España eran los seminarios, instituciones con las que contaban las principales ciudades del reino y donde se preparaba a los sacerdotes.

Como se ha sugerido, fueron Fray Juan de Zumárraga y el virrey don Antonio de Mendoza los personajes que inician las gestiones para la fundación de la primera universidad en la Nueva España. Sus intenciones, que le fueron entregadas al rey de España, fueron para educar a los recién convertidos, meta que no se cumpliría cabalmente debido a que la educación en esta universidad se centraría y dirigiría a las clases privilegiadas de la colonia (criollos).

En consecuencia, la Real y Pontificia Universidad de México es creada por autorización del Rey Felipe II en 1545, y posteriormente refrendada por medio de la Cédula Real expedida por Felipe II el 21 de septiembre de 1551, inaugurando sus cursos el 25 de enero de 1553, siendo virrey don Luis de Velasco. La denominación de “pontificia” se adquirió a través de una bula del Papa Clemente VIII. Esta bula se pierde en 1595 y hasta el siglo XVII no se volvió a expedir.

En un principio, esta universidad sería un conglomerado muy complejo de funciones, pues resultó una “copia” de la Universidad de Salamanca en los estatutos, de la Universidad de Bolonia en lo administrativo y de la Universidad de París en lo educativo, en cuanto a la división de los estudios se refiere.

Seguiría una metodología didáctica tradicional (medieval-escolástica) y en ella existiría la figura del rector que, para su elección, participaban todos los alumnos. El rector era aquel encargado de intervenir en pleitos y reclamaciones. Sin embargo dentro de la ley de Indias se establecía que la máxima autoridad era el rey (“árbitro supremo”).

Inicialmente contó con pocos estudiantes, por lo que el prestigio de sus egresados era muy grande. Los egresados eran religiosos, profesionales y académicos de la teología, derecho y medicina. El saber estaba agrupado para su estudio según el Medievo: en trívium (gramática, retórica y lógica) y en cuadrívium (aritmética, geometría, música y astronomía). El idioma de estudio fue el latín. Debido a la denominación de “pontificia”, para que se pudieran otorgar de manera legal los grados académicos, era necesario que el *magister scholarum* asistiera a otorgarlos en nombre del Papa.

De forma manifiesta, los estudiantes gozaban de algunos privilegios ante el gobierno colonial, como el no pagar impuestos o diezmos. Sin embargo se dice que la colegiatura era muy cara y que un joven podría entrar a la universidad desde los 14 años de edad.

Se cuenta que existían muchas leyes de etiqueta y protocolos para las ceremonias académicas. Esta educación era enfocada a los hombres debido a que la educación femenina se consideraba que no necesitaba de grandes conocimientos, motivo por el cual fue destinada a los conventos y orfanatos en la colonia. Los grados que se otorgaban era: bachiller (se podía ser maestro), licenciado y doctor.

Durante el tiempo del Virreinato en nuestro país, la Universidad Pontificia fue el Centro Superior de Cultura, institución donde estudiaron algunos de los personajes más distinguidos que diera la Nueva España.

El edificio que ocupó por primera vez la Real y Pontificia Universidad de México se localiza en el Centro Histórico de la Ciudad de México, en la actual calle de Moneda, frente a la Catedral Metropolitana de la Ciudad de México.

Poco tiempo después el Papa Paulo IV confirma a la Universidad como Pontificia, concediéndole gozar de los privilegios de la Universidad de Salamanca (1555). Dicha Universidad conservó este nombre hasta el año de la Independencia (1821), después del cual se llamó Pontificia y Nacional Universidad de México.

En las postrimerías del siglo XVIII se crearon muchas otras instituciones de educación superior, con funciones semejantes a las de la Real y Pontificia Universidad de México, entre las que

se pueden citar la Real Escuela de Cirugía, que fue fundada en el año de 1778, el Real Colegio de Minería en 1792 y dos años más tarde la Academia de San Carlos de Bellas Artes.

2.3. PONTIFICIA Y NACIONAL UNIVERSIDAD DE MÉXICO Y ANTECEDENTES

Hacia finales del siglo XVIII, al tiempo que se sentaron las bases para la creación del Estado moderno, se establecieron paralelamente los principios del sistema educativo mexicano.

El primer cambio significativo en la estructura educativa se presentó en 1833, once años después de iniciada la etapa independiente de México, cuando el presidente Gómez Farías, inspirado en el pensamiento de José María Luis Mora, lanzó la primera reforma educativa.

Ciertamente, tal acción pretendía desplazar la educación clerical e impulsar una nueva educación científica y abierta al progreso, acción que suscita la clausura de la institución, no siendo la única, puesto que fue cerrada más adelante en los años de 1833, 1857, 1861 y definitivamente en 1865.

Al desaparecer la Universidad, quedaron establecimientos para el estudio de la medicina, la ingeniería, la teneduría de libros, la arquitectura y la jurisprudencia, a los que se sumó posteriormente la Escuela de Agricultura. Así surgieron las nuevas sedes para estudios superiores.

Con el triunfo de la República hacia 1867, se promulgó la Ley de Orgánica de Instrucción Pública y con ella nació la Escuela Nacional Preparatoria.

Debido a tal situación, y aunque en México también existe un establecimiento denominado Universidad Pontificia de México, instalada oficialmente el 29 de junio de 1892, a instancias de Javier Lozano Barragán, entre otros obispos mexicanos, es que no puede considerarse a ciencia cierta como continuación de la Real y Pontificia Universidad de México. A diferencia de la Universidad Nacional de México, instalada con esta denominación el 22 de septiembre de 1910, la cual ocupa aún algunas de las instalaciones originales del Barrio Universitario en el centro de la Ciudad de México.

Es por ello que los antecedentes inmediatos de la universidad mexicana moderna datan del proyecto presentado por Don Justo Sierra en la Cámara de Diputados el 11 de febrero de 1881 y no precisamente de la Universidad Pontificia de México. En abril siguiente, lo refrendó ante la Cámara, con el apoyo de las diputaciones de los Estados de Aguascalientes, Jalisco, Puebla y Veracruz.

Como es sabido, su proyecto no prosperó, pero Sierra jamás abandonó la idea de establecer en México una Universidad Nacional.

En dicho proyecto, Sierra incluyó a las escuelas de Bellas Artes, de Comercio y de Ciencias Políticas, de Jurisprudencia, de Ingenieros y de Medicina, a la Escuela Normal, a la de Altos Estudios y a la Escuela Nacional Preparatoria y la Secundaria de Mujeres.

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.



(IMG 1.17) Fachada del edificio que albergó la Escuela Nacional de Medicina, hoy Palacio de Medicina, s/f IISUE/AHUNAM/colección Universidad, doc 2694



(IMG 1.18) Patio del edificio que albergó la Escuela Nacional de Bellas Artes, hoy Academia de San Carlos, s/f IISUE/AHUNAM/colección Universidad, doc 2714

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 separada 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 del Centenario de la Independencia, anunció que el presidente de la 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 Universidad sería posteriormente fundada el en el año de 1910, siendo este sí, por fin, el inicio de la institución como la conocemos hoy en día.

2.4. UNIVERSIDAD NACIONAL DE MÉXICO

El 22 de septiembre de 1910, como parte del programa de los festejos del centenario de la Independencia de México, se creó la Universidad Nacional, la cual correspondió a la imagen de progreso y civilización que del país se quería forjar hacia el exterior.

El proyecto de creación de la Universidad, aunque sin un resultado inmediato, fue propuesto por Justo Sierra en 1881, siendo diputado y con la intención de contrarrestar el problema educativo. El propósito de Sierra se materializó

en 1910 con el acto inaugural de la Universidad Nacional de México, justo en el anfiteatro de la Escuela Nacional Preparatoria. En esta época, siendo secretario de Instrucción Pública y Bellas Artes, Justo Sierra expresó en su discurso que el objetivo educador y científico que la Universidad Nacional debía concentrar, sistematizar y difundir entre el pueblo mexicano era el de preparar a su ciudadanía para el porvenir del siglo que iniciaba.

Por fin, después de aprobado el proyecto, el 22 de septiembre tuvo lugar la inauguración solemne de la Universidad Nacional. Fueron “madrinas” de la nueva universidad mexicana las de Salamanca, París y Berkeley.

La nueva institución estaría constituida por cinco Escuelas Nacionales: Jurisprudencia, que contaba con 18 profesores y 229 alumnos, Medicina con 54 educadores y 443 estudiantes, Ingenieros con una relación de 27 y 232, Bellas Artes (Arquitectura) con 21 y 31 y la de Altos Estudios con 43 alumnos.

El resultado más significativo ante este hecho fue que se dio un paso definitivo para dejar atrás la educación confesional promovida desde la Real y Pontificia Universidad de México fundada en 1553 y se consolidaba el proyecto liberal iniciado en 1867 con la creación de la Escuela Nacional Preparatoria.

De acuerdo al pensamiento de su fundador, se superaba un modelo educativo engendrado por la Conquista, basado en los fallos de la autoridad de la Iglesia, para dar lugar a una Universidad cuya acción educadora resultaría de la ciencia, cultivando el amor a la verdad y el interés por la patria.

Espíritu que fue refrendado en años subsiguientes, específicamente en 1929 cuando, tras una intensa movilización de la comunidad universitaria, logró su autonomía, que otorgaba la independencia del gobierno para los universitarios y la garantía del libre examen de las ideas: la libertad de cátedra. (7)

2.4.1. CEREMONIA

La ceremonia que inauguraba la institución se organizó en la Escuela Nacional Preparatoria, concretamente en el anfiteatro construido por el arquitecto Samuel Chávez para tan digno evento.

La concurrencia fue numerosa, entre profesores, alumnos, integrantes de las universidades invitadas, directores de institutos y varios miembros de la élite porfiriana que se dieron cita a la fiesta inaugural que dio comienzo a las 10 y media, justo a la hora que llegó el presidente Porfirio Díaz y el primer rector de la Universidad Nacional, Joaquín Eguía Lis.

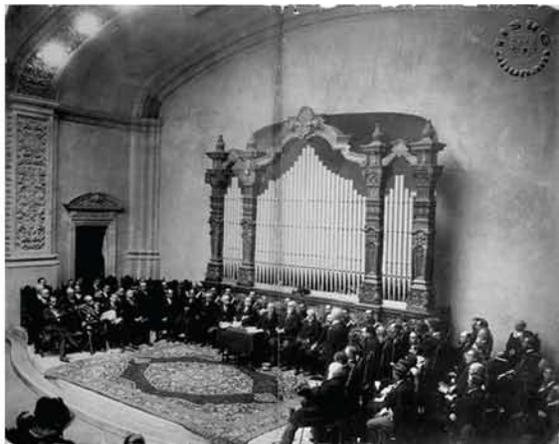
La solemne inauguración culminó a la una de la tarde con la Procesión Universitaria, que partía del anfiteatro hacia las oficinas de la que sería la nueva institución. (8)

(7) Textos históricos basados en:

Garcíadiego, Javier, *“El proyecto universitario de Justo Sierra: circunstancias y limitaciones”*, en *Cultura y política en el México Posrevolucionario*, México, INEHRM, 2006, pp. 23-40.

Datos proporcionados por el Portal Oficial de los Festejos de los cien años de la Universidad Nacional Autónoma de México. URL: <http://www.100.unam.mx/index> Consulta: 12/06/2011.

(8) Basado en: CESU. (1990). *“La Universidad Nacional de México 1910”*. México. UNAM. Segunda edición facsimilar. p. 125.



(IMG 1.19) Ceremonia de Inauguración, Anfiteatro Simón Bolívar IISUE/AHUNAM/Colección Universidad, s/n

2.4.2. DISCURSO INAUGURAL

El discurso inaugural fue pronunciado por Justo Sierra, entonces ministro de Instrucción Pública, quien, como se ha destacado, resulta ser el personaje al cual se le debe la creación de la Universidad Nacional y cuyo principal objetivo se sustentaría en la idea de lograr una educación que emane de la acción científica y cultural en favor del porvenir y unificación del país.

De igual manera manifestó la importancia de la acción educadora, cultural y científica de la recién creada Universidad Nacional.

El discurso de Sierra enfatiza la transformación y evolución de una sociedad partiendo de la revaloración de su pasado y de la creación de hábitos morales y físicos, que orienten a la juventud en la lucha por el porvenir y unificación de la patria; insiste en que los derechos y la libertad de un pueblo nacen del progreso de su sistema de educación nacional.

Algunos de los pasajes relevantes del discurso citado se presentan a continuación, fragmentos que han sido seleccionados minuciosamente y que buscan ilustrar la concepción a partir de la cual renace la Universidad y que en muchos sentidos prevalece hasta la actualidad, rigiendo sus bases más profundas y delimitando su identidad, asunto que atañe a esta obra:

“Se inicia... esta ímproba labor, que ha consistido en emancipar definitivamente la instrucción general de la dirección eclesiástica, en convertirla en instrucción pública, en hacerla sustancialmente laica, en considerarla como un ramo administrativo de primera importancia, en transformar sus métodos para hacer surgir de ella la educación nacional”

“Y como si mucho habéis hecho por la patria, ella, que os ha seguido siempre, que os ha apoyado siempre, que os ha creído siempre, ha hecho por vuestro prestigio y por vos más de lo que habéis hecho por ella; ella aplaude hoy esta soberana obra vuestra, segura de que será fecunda, porque fía en que todos los árboles que sembráis crecen frondosos, porque conocen el secreto del éxito constante de vuestras empresas: vuestro amor íntimo y profundo al pueblo, vuestro padre, y vuestra fe genuina e irreductible en el progreso humano”.

“Realizando esta obra inmensa de cultura y de atracción de todas las energías de la República, aptas para la labor científica, es como nuestra institución universitaria merecerá el epíteto de nacional que el legislador le ha dado; a ella toca demostrar que nuestra personalidad tiene raíces indestructibles en nuestra naturaleza y en nuestra historia (...)”

“Cuando el joven sea hombre es preciso que la

Universidad o lo lance a la lucha por la existencia en un campo social superior o lo levante a la excelsitud de la investigación científica, pero sin olvidar nunca que toda contemplación debe ser el preámbulo de la acción, que no es lícito al universitario pensar exclusivamente para sí mismo (...)”

“La Universidad está encargada de la educación nacional en sus medios superiores e ideales; es la cima que brota de la fuente, clara como el cristal de la fuente horaciana, que baja a regar las plantas germinadas en el terruño nacional y sube en el ánimo del pueblo por alta que éste la tenga puesta (...)”

“No puede, pues, la Universidad que hoy nace, tener nada de común con la otra; ambas han fluido del deseo de los representantes del Estado de encargar a hombres de alta ciencia, de la misión de utilizar los recursos nacionales de la educación y la investigación científicas, porque ellos constituyen el órgano más adecuado a estas funciones (...)”

“Los fundadores de la Universidad de antaño decían: “la verdad está definida, enseñadla;” nosotros decimos a los universitarios de hoy: “la verdad se va definiendo, buscadla.” Aquellos decían: “sois un grupo selecto encargado de imponer un ideal religioso y político resumido en estas palabras: Dios y el Rey. “Nosotros decimos: “sois un grupo en perpetua selección dentro de la substancia popular, y tenéis encomendada la realización de un ideal político y social que se resume así: democracia y libertad”. (9)

(9) Fragmentos extraídos de “Discurso pronunciado por el Señor Licenciado don Justo Sierra”. Formato digital pdf. URL: <http://100.unam.mx/index.php?option=com> Consulta: 06/05/2011.

2.4.3. INICIOS

El primer rector de la institución fue Joaquín Eguía y Lis. A partir de ello, se convirtieron en universitarios los profesores y estudiantes de las escuelas nacionales ya existentes. La apertura de la Universidad Nacional fue recibida con repudio por la vieja guardia del positivismo ortodoxo. Agustín Aragón y Horacio Barreda, desde las páginas de la Revista Positiva, atacaron a Sierra por atentar contra el progreso, porque la universidad era una institución de la etapa metafísica del desarrollo humano, la cual ya estaba superada en México.

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 Sierra y a su fiel colaborador, Ezequiel A. Chávez, quien fungía como subsecretario. Sierra fue sustituido por el licenciado Jorge Vera Estaño.

Sin embargo, dos meses después, el 25 de mayo, don Porfirio presentó su renuncia. Con el arribo del nuevo presidente, Francisco León de la Barra, el doctor Francisco Vázquez Gómez ocupó la cartera de Instrucción Pública. Mientras tanto, el licenciado Eguía y Liz seguía siendo rector de la Universidad. Los positivistas ortodoxos, Aragón y Barreda, presentaron a la Cámara de Diputados una iniciativa en la que solicitaron la desaparición de la Universidad Nacional de México y de la Escuela de Altos Estudios, de manera que siguieran existiendo las escuelas profesionales y la preparatoria.

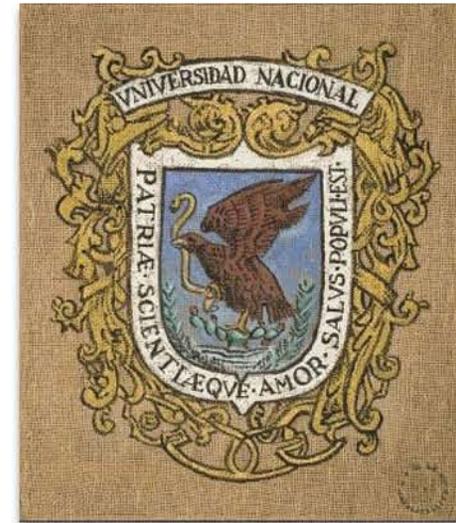
Con Francisco I. Madero ya en el puesto presidencial de la República, se abrieron todo tipo de nuevas oportunidades para el país, a pesar de la efervescencia política que se gestaba. El país vivía una época de agitación a la que la Universidad no fue ajena.

Para el 3 de julio de 1912, los estudiantes (o al menos una gran parte de ellos) decidieron abandonar la Universidad para formar un nuevo plantel, la Escuela Libre de Derecho.

Posteriormente, con el advenimiento al poder de Victoriano Huerta y tras la deposición y el asesinato del presidente Madero, surgió la militarización del país. El nuevo régimen tenía que combatir contra los revolucionarios en el Norte y en el Sur; por consiguiente, la leva alcanzó todos los niveles posibles. Dentro de ese marco tuvo lugar la militarización 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, incluso los empleados de la biblioteca, subtenientes. Los alumnos serían clases y soldados.

Dentro del régimen huertista, el secretario de Instrucción Pública, Nemesio García Naranjo, modificó el plan de estudios de la Preparatoria, eliminando todo vestigio de positivismo. Más adelante, el 15 de Abril, el Ejecutivo expidió una nueva Ley de la Universidad Nacional. Frente a la ocupación naval de Veracruz por parte de las fuerzas norteamericanas, la Secretaría de Instrucción Pública pidió al rector de la Universidad la participación de los universitarios en caso de que fuera necesario enfrentar la invasión.



(IMG 1.20) Escudo de la Universidad Nacional de México. IISUE/AHUNAM/ Colección en Bóveda



(IMG 1.21) Rector Joaquín Eguía y Lis (1910-1913) IISUE/AHUNAM/ Colección Universidad, doc 3

En 1917, año de gran relevancia histórica dada la promulgación de la nueva Constitución del 5 de febrero, recogió las aspiraciones de numerosos grupos revolucionarios y planteó un nuevo orden político y social. Por lo que respecta a la administración educativa, se suprimió la Secretaría de Instrucción Pública y Bellas Artes para crear en su lugar el Departamento Universitario y de Bellas Artes.

La educación básica recaería en los municipios, mientras que la media y superior dependería de los gobiernos estatales. Las reformas trajeron consigo que la Escuela Nacional Preparatoria pasara a formar parte del gobierno del Distrito Federal, al igual que los institutos y museos que habían dependido 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.

Por una parte, se revivió la iniciativa de dotar de autonomía a la Universidad, pero por otra, se hicieron presentes las protestas en contra del hecho de la dependencia de la Universidad del Departamento recién creado. Alfonso Caso, como miembro del grupo de “Los Siete Sabios”, fundó la Preparatoria Libre, a modo de protesta contra la política anti universitaria de Carranza.

Transcurriendo el año de 1920, tras la muerte de Carranza, hecho que traería consigo transformaciones, entra en escena un personaje de gran repercusión y trascendencia para las nuevas modificaciones que sufriría la institución. *En estos momentos yo no vengo a trabajar por la Universidad, sino a pedir a la Universidad que trabaje por el pueblo* (10), expresó Vasconcelos en su discurso inaugural como rector.

Si bien su esfuerzo mayor desde la Universidad fue plantear la federalización de la enseñanza como paso previo a la creación de una Secretaría de Educación Pública, indudablemente su presencia como rector de la Universidad dejó huellas ilustres e imborrables.

Entre las acciones que realizó destacan 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. La Universidad, a partir de este año, entró en un dinamismo que no se había visto en su primer decenio.

Nada más comenzar el primer año de la década naciente, se crea 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.

Asimismo, inició la decoración mural del edificio de la Escuela Nacional Preparatoria con trabajos de los grandes artífices mexicanos y pertenecientes a la nueva gran corriente artística, el muralismo: Diego Rivera, José Clemente Orozco, Fernando Leal y Jean Charlot.

Todo ello dotó a la Universidad de un sentido de pertenencia a partir de la obra monumental y de un sentido de vínculo con la nación y sus expresiones culturales.

(10) Fragmentos extraídos del Discurso pronunciado ante la Confederación Nacional de Estudiantes. Texto tomado de: UNAM (1983), *‘José Vasconcelos y la Universidad’*. México. Editorial UNAM/Textos de Humanidades, pp. 211-217.

Este sería el preludio de la historia simultánea y estrechamente relacionada entre la Máxima Casa de Estudios y la nación, ya que además del conflicto revolucionario, la Universidad Nacional fue testigo y muchas veces protagonista de la historia del país: del caudillaje, de las penurias económicas, del movimiento juvenil que finalmente, en 1929, conquista la autonomía de la institución; lo que implica, entre otras cosas, la integración del patrimonio inmobiliario y artístico universitario.

Sin embargo, las diferentes escuelas continuaron funcionando en varios edificios históricos que databan de los siglos XVII, XVIII y XIX, principalmente en el Centro Histórico de la Ciudad de México y que conformaban un auténtico barrio estudiantil; edificios que habían sido palacios, conventos y hospitales acondicionados para las actividades docentes, pero cuyo mantenimiento era escaso y con condiciones poco adecuadas. Se requerían espacios abiertos, iluminados, con la posibilidad de incorporar nuevas tecnologías a la educación y a la investigación.

2.5. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Específicamente en la Universidad, las movilizaciones sociales ocurren a partir de 1929 en el marco de la Reforma Universitaria que se extendía por toda América Latina. Se relacionan al hecho de que el Partido Nacional Revolucionario (PNR) es creado en el mes de marzo del mismo año, en cuyo seno se aglutinarían las “fuerzas revolucionarias” del país. Si bien su presidente no era el general Plutarco Elías Calles, resultaba ser su jefe visible y con el partido controlar la política nacional.



(IMG 1.22) Rector Antonio Castro Leal (1928-1929).
IISUE/AHUNAM/colección Universidad, doc 64



(IMG 1.23) Diario Oficial que autoriza expedir la ley que establezca la autonomía de la Universidad. IISUE/AHUNAM/colección en Bóveda

Dentro de este contexto, 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 y terminó por estallar una huelga y propició la formulación del proyecto de Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma, que constaba de 19 considerandos, 6 capítulos y 67 artículos, de los cuales 12 eran transitorios.

El empuje del Comité de huelga declaró que si se aprobaba la Ley de Autonomía cesaría el movimiento. La situación creada fue finalmente la coyuntura que conseguiría forzar la obtención de la tan ansiada autonomía, es decir, el ya no depender de la Secretaría de Educación, sino, en última instancia, del presidente de la República. Con esta autonomía, se acabarían duplicidades y se redefiniría la situación de las partes integrantes de la Universidad.

El día 26 de julio de 1929 se publicaría la nueva Ley Orgánica en el Diario Oficial, lo cual fortaleció la cohesión de la Universidad, mayor a la que había tenido desde su fundación. La experiencia de la huelga estudiantil hizo a sus protagonistas conscientes de su pertenencia a una institución y a un gremio. Ciertamente, el origen común preparatoriano era un elemento de enlace, pero las escuelas profesionales los separaban y les daban una identidad particular.

La participación multitudinaria de cientos de estudiantes y profesores logró así una de las victorias más significativas de su historia para que el Gobierno Federal concediera el estatus

de autonomía que la Universidad gozó desde entonces. A partir de ese año, la institución obtuvo su nombre definitivo: Universidad Nacional Autónoma de México. El perfil de la Universidad contemporánea se delinearía.

2.6. MOVIMIENTOS SOCIALES

A la par del desarrollo y fortalecimiento de sus tareas de investigación y docencia, la Universidad ha tenido que resistir y sobreponerse ante fuerzas y visiones que han pretendido subordinarla a los designios del poder e impedir que continúe siendo instrumento fundamental para la movilidad social en el país.

Situaciones que han prevalecido desde sus inicios hasta los años sesenta y setenta, cuando la matanza de estudiantes en octubre de 1968 y la represión del jueves de Corpus en 1971, pusieron al descubierto el verdadero rostro represivo del sistema político mexicano.

La comunidad universitaria enfrentó a un régimen que no entendía que el movimiento estudiantil encauzaba la asfixia impuesta desde el poder, que al cobijo de un crecimiento económico sostenido y una falsa estabilidad política, cancelaba cualquier espacio de participación al margen del aparato de control corporativo y toda forma de disidencia. Movimientos que marcaron un hito y abrieron cauce a la transformación democrática del México contemporáneo.

En 1968, la UNAM se vio en el centro de las protestas estudiantiles que en unión con las más importantes universidades habidas entonces en la capital, como la Universidad Iberoamericana, El Colegio de México, el IPN, la EBC, y La Salle, buscaban utópicamente que el gobierno desarmara totalmente su aparato represivo y que

se diera paso a una verdadera democracia. El gobierno intentó durante largo tiempo debilitar el movimiento con infiltrados, pero la unión estudiantil los superó.

Al verse en gran disyuntiva y a semanas de que dieran inicio los primeros Juegos Olímpicos en México, decidió frenar el movimiento con la desafortunada matanza de Tlatelolco ocurrida en la Plaza de las Tres Culturas.

En años posteriores, la Universidad Nacional también ha sido escenario de muchos otros movimientos sociales. Entre ellos están las huelgas estudiantiles de 1987 (movimiento del CEU) y 1999. Estos dos últimos han sido en enérgica respuesta a la intención gubernamental de eliminar el carácter público y gratuito de la educación superior plasmado en la Constitución de la República.

A partir del neoliberalismo, se alentó la creación de universidades privadas y se castigaron los recursos destinados a la educación superior, satanizando a la universidad pública y promoviendo la creación de las escuelas privadas. Eludiendo la responsabilidad del Estado para garantizar el derecho a la educación, buscando eliminar su gratuidad.

Pese a todo, la Universidad continúa siendo hoy el principal centro académico de Iberoamérica, mantiene su calidad académica y acrecienta su prestigio internacional, creando la red científica más importante del país y la consolidación de una corriente de pensamiento humanístico, sin alterar su carácter público, laico y gratuito. (11)

(11) Basado en: García Cantú, Gastón. (1987). *Años críticos: La UNAM, 1968-1987*. Editorial UNAM, Coordinación de Difusión Cultural, Dirección de Literatura.

2.6.1. LA HUELGA 1999-2000

La última huelga llevó a la UNAM a detener totalmente sus actividades por nueve meses hasta que el entonces rector, Juan Ramón de la Fuente, convocó a un plebiscito en el que 87% de los participantes votó a favor de terminar con la huelga. La huelga llegó a su fin cuando en la madrugada del domingo 6 de febrero de 2000 entró la Policía Federal Preventiva a las instalaciones de la Ciudad Universitaria.

Posteriormente, se fueron restableciendo las actividades universitarias de manera paulatina, en un ánimo tenso y con la liberación, meses después, de casi mil estudiantes que habían estado presos. El paro de labores dejó lastimadas las instalaciones y la convivencia en la UNAM debido a la polarización que hubo en la misma frente al conflicto.

Hacia 2007, el prestigio de la Universidad se recuperó y ha retornado su ambiente de pluralidad, aunque algunos problemas de fondo, razones por las que el movimiento estudiantil cerró las instalaciones en 1999 siguen latentes, como la presencia de grupos porriles en el nivel medio superior y la intrusión de intereses de distintos grupos políticos.

A pesar de ello, la Universidad se mantiene con primacía entre las instituciones privadas y públicas a nivel nacional gracias a los valiosos esfuerzos del entonces rector Juan Ramón de la Fuente, directivos y planta docente que integran la institución, así como el empeño y orgullo de toda la comunidad universitaria. (12)

(12) Basado en: Aranda Sánchez, José María. (2001). *Un movimiento estudiantil contra el neoliberalismo: UNAM 1999-2000*, Universidad Autónoma del Estado de México.

2.7. LÍNEA DEL TIEMPO ILUSTRADA

La línea del tiempo es una técnica que permite el aprendizaje gradual del tiempo histórico, el cual tiene la finalidad de ofrecer al lector de la presente obra un recurso que facilite la ubicación de los procesos, hechos y personajes del actual objeto de estudio: la historia de la Universidad Nacional de México.

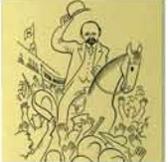
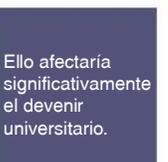
Está compuesta por una serie de divisiones temporales que se establecen para comprender a través de la visualidad el saber histórico y los acontecimientos de acuerdo a su duración y relevancia.

Como característica principal, se encuentra dispuesta de manera paralela entre la historia nacional y la universitaria, de tal forma que se ubiquen, se relacionen y se comparen dentro del proceso de evolución simultáneo que ambas comparten.

Es importante señalar que las escalas temporales no siguen ningún patrón equitativo, sino más bien avanza de acuerdo a los sucesos más relevantes dentro de la trayectoria histórica que se describe. Se hará énfasis a partir de la fecha más notable (1910), procurando abarcar con detenimiento los cien años que solemniza el logotipo a desarrollar.

Una aportación significativa al exponer la línea del tiempo de manera ilustrada será tener a la mano (a la vista más precisamente) todas aquellas imágenes que conforman el mosaico cronológico de la historia universitaria, y de las cuales se obtendrán ideas puntuales para el diseño del logotipo concebido precisamente para conmemorar su trayectoria histórica.

1551	1578-1810	1833	1834	1853	1854	1867	1868	1888	1908
Es fundada la Real y Pontificia Universidad de México.				Se crea la Escuela de Agricultura y Veterinaria.	Se funda la Escuela Superior de Comercio y Administración.	Se crean el Observatorio Nacional.			
		Valentín Gómez Farías suprime a la Pontificia Universidad de México.	Santa Anna revoca el decreto y la reabre.						
	Se crean la Biblioteca de la Real y Pontificia Universidad de México.		En un período posterior, Maximiliano de Habsburgo decreta la nueva clausura.		La Biblioteca Nacional.		Se crea la Escuela Nacional de Altos Estudios.		
Felipe II expide la cédula bajo la gestión de Fray Juan de Zumárraga.			Venta de La Mesilla.		Ocurren varios conflictos de independencia, como la Batalla de Guaymas, Sonora.		Se crea el Instituto Geológico Nacional y el Instituto Médico Nacional.		
	Se crean la Biblioteca de la Real y Pontificia Universidad de México.		Santa Anna restablece la República Centralista.		La Escuela Nacional de Jurisprudencia.	El Seminario de Minería se transforma en la Escuela Nacional de Ingenieros.	Hasta este año, el antiguo cese de Maximiliano tenía aún vigencia.		
		El presidente Santa Anna deroga las leyes reformistas.	Santa Anna restablece la República Centralista.		Se redacta el Plan de Ayutla para dar fin a la dictadura de Santa Anna.				
	Y el Real Seminario de Minería.		Francisco G. Bocanegra compone la letra del Himno Nacional Mexicano.		Y la Escuela Nacional Preparatoria.				

1910	1911	1912	1913	1914	1915	1916	1917	1918	1919
<p>Justo Sierra presenta el proyecto para la fundación de la Universidad Nacional.</p>		<p>Justo Sierra fallece. Se le rinde homenaje en la Escuela Nacional Preparatoria.</p>		<p>Nemesio García Naranjo modifica el plan de estudios de la Preparatoria.</p>		<p>Carranza expide la convocatoria para formular una nueva Constitución.</p>		<p>Tiene lugar la aceptación de la Preparatoria Libre.</p>	
				<p>Año de las grandes batallas entre Villa y Obregón.</p>		<p>La Constitución del 5 de febrero es promulgada, trayendo consigo un nuevo orden político y social.</p>		<p>Muere Emiliano Zapata en una emboscada.</p>	
	<p>Tiene lugar la Ceremonia de Inauguración en el Anfiteatro Simón Bolívar.</p>	<p>Se producen los primeros efectos del conflicto.</p>	<p>Tiene lugar la Decena Trágica, el movimiento armado montado para derrocar al presidente Madero.</p>	<p>La Biblioteca Nacional se incorpora a la Universidad.</p>		<p>Se establece que la enseñanza impartida dejará de ser gratuita.</p>		<p>Es el año más estable del gobierno de Carranza.</p>	<p>Francisco Villa es cercado.</p>
<p>Tiene lugar la Ceremonia de Inauguración en el Anfiteatro Simón Bolívar.</p>	<p>Se producen los primeros efectos del conflicto.</p>	<p>Joaquín Eguía Lis es designado primer rector de la Universidad.</p>		<p>Asimismo la Escuela Nacional Odontológica.</p>	<p>Se redacta la publicación del proyecto de ley que declara la Autonomía Universitaria.</p>	<p>Tendría un costo de 5 pesos.</p>			
	<p>Paralelamente, se suscita un hecho histórico para el país: la Revolución Mexicana.</p>		<p>La revuelta culmina con el asesinato de Madero y Pino Suárez.</p>		<p>Se nombra rector al licenciado José Natividad Macías.</p>	<p>Se funda la Escuela Nacional de Industrias Químicas.</p>			<p>El general Álvaro Obregón se auto postula como candidato a la presidencia de la República.</p>
	<p>Ello afectaría significativamente el devenir universitario.</p>	<p>Concluye la Primera Guerra Mundial.</p>		<p>Estalla la Primera Guerra Mundial en Europa.</p>	<p>Miguel E. Schultz toma el lugar como rector interino de la Universidad.</p>			<p>El sector estudiantil se manifiesta en diversos actos públicos.</p>	
	<p>Militarización de la Escuela Nacional Preparatoria.</p>			<p>El sector estudiantil se manifiesta en diversos actos públicos.</p>				<p>El sector estudiantil se manifiesta en diversos actos públicos.</p>	

1920

Es nombrado rector interino don **Balbino Dávalos**.



Se designa a **José Vasconcelos**, trascendental en la historia de la Universidad.



Su presencia dejó huellas imborrables.



El 1 de Diciembre toma posesión como presidente de la República el general **Álvaro Obregón**.

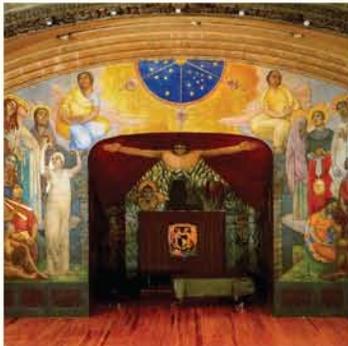
1921



Se pone en marcha la ley que establece el **Lema** de la institución.

Y del **Escudo**, imagen del águila y el cóndor que rodean el mapa de América Latina.

Se inicia la decoración mural del edificio de la **Escuela Nacional Preparatoria**.



1922



1923

Luís Rubio Siliceo presenta un proyecto de ley que establece la **Autonomía de la Universidad**.



Le sucede el doctor **Bernardo J. Gastélum**.



Los murales denotan un sentido de vínculo con la nación y sus expresiones.

1924



Adolfo de la Huerta merma el presupuesto para Educación Pública, por lo que **Vasconcelos** renuncia.

Le sucede el doctor **Bernardo J. Gastélum**.



La **Escuela de Altos Estudios** se divide.



Asume la presidencia de la República el general **Plutarco Elías Calles**.

1925

Es nombrado secretario de Educación **Moisés Sáenz**.



Bernardo Gastélum solicita al rector **Ezequiel A. Chávez** un proyecto de autonomía.



La rectoría de la Universidad es ocupada por el doctor **Alfonso Pruneda**.



1926



El estudiantado reconoce el liderazgo intelectual de **Vasconcelos**, autoexiliado.



Estalla el conflicto entre la Iglesia y el Estado, tras la iniciativa de limitar el culto católico por ministerio de ley.



1927



Estudiantes presentan un proyecto de construcción de una **Ciudad Universitaria** en Huipulco.

La **guerra cristera** se extiende e intensifica.

1928

Narciso Bassols anuncia un nuevo sistema de evaluación, hecho que propicia fuertes protestas.



El 5 de mayo se declara la huelga.



La Universidad se declara **Autónoma**, es decir, ya no depende de la **SEP**.



Crean el **Partido Nacional Revolucionario**, el cual aglutinaría las "fuerzas revolucionarias" del país.

1929



Son nombrados secretario de Educación **Ezequiel Padilla** y rector **Antonio Castro Leal**.



Álvaro Obregón es asesinado en San Ángel.

1930	1931	1932	1933	1934	1935	1936	1937	1938	1939
Toma posesión como Presidente el ingeniero Pascual Ortiz Rubio .		A la presencia del general Plutarco Elías Calles en la política nacional se le denomina Maximato .	Acontece una nueva crisis, que trajo consigo la renuncia del rector.		Se autoriza la reorganización del plan de estudios de la ENP.	Es expulsado del país el general Elías Calles , junto con sus más cercanos colaboradores.	Comienza a transmitir Radio Universidad .	En marzo el presidente Cárdenas decreta la expropiación de la industria petrolera.	
	Se crean las divisiones de Ciencias Biológicas, Filosofía y Letras .		El general Lázaro Cárdenas es electo para la presidencia de la República.			La Universidad sufre de una grave y profunda precariedad presupuestal.	El PNR se transforma en el Partido de la Revolución Mexicana (PRM) .		Manuel Gómez Morín , ex rector de la Universidad, funda el Partido Acción Nacional .
La Secretaría de Educación es encabezada por Narciso Bassols .			Se publica la nueva Ley Orgánica de la Universidad , conocida como Ley Bassols .	Se aprueba un sistema de exámenes de admisión para la selección de alumnos.					
La Universidad rinde homenaje a Emilio Portes Gil .		Ortiz Rubio es sustituido por el general Abelardo L. Rodríguez .	Se establece que el Estado se abstiene del compromiso de subsidiar a la Universidad.	En octubre estalla una nueva huelga en la institución.		Varios mexicanos forman parte de las brigadas en España, como David Alfaro Siqueiros y Octavio Paz .		Se crea el Instituto Nacional de Antropología e Historia .	
	Y las divisiones Físico Matemáticas y Ciencias .	Roberto Medellán es investido como rector de la Universidad.				Se crea la Orquesta Sinfónica de la Universidad .		Se aprueba la creación de la Facultad de Ciencias .	
Se realizan gestiones tendientes a construir la Ciudad Universitaria .	Se considera obligatorio presentar un examen médico para ingresar a la Universidad.			Es abierto el Fondo de Cultura Económica .	El Consejo Universitario decide suspender las actividades de la Universidad.		Cárdenas firma el decreto que funda al Instituto Politécnico Nacional .		Alemania invade Polonia e inicia la Segunda Guerra Mundial .

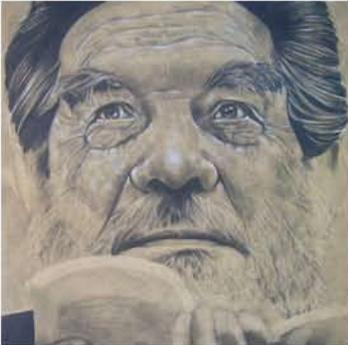
1940	1941	1942	1943	1944	1945	1946	1947	1948	1949		
											
México declara la guerra a las potencias del Eje.	Es creado, por decreto presidencial, el Colegio Nacional .	Es nombrado rector Salvador Zubirán Anchondo .	El licenciado Luis Garrido es nombrado rector tras movimiento estudiantil.	Maestros del exilio español se integran a varias instituciones de educación superior, entre ellas la UNAM .	A la repatriación de Vasconcelos , se le designa director de la Biblioteca Nacional .	Toma posesión como rector de la Universidad el licenciado Rodolfo Brito Foucher .		El Colegio de la Unión aprueba la nueva Ley Orgánica de la Universidad .	El PRM se transforma en el Partido Revolucionario Institucional (PRI) .	El Departamento Escolar se convierte en la Dirección General de Servicios Escolares .	
		La política de unidad nacional es proclamada por el presidente Ávila Camacho .			Se designa rector al licenciado Genaro Fernández MacGregor .	Aparece en el Diario Oficial la Ley sobre la Fundación y Construcción de la Ciudad Universitaria .		La izquierda mexicana se reagrupa para fundar el Partido Popular .			
Es electo presidente el general Manuel Ávila Camacho .			Se decide que la Ciudad Universitaria será edificada en San Ángel .		Toca a su fin la Segunda Guerra Mundial , con la derrota de Alemania.		La población estudiantil asciende a 23 mil 192 alumnos.				
Funge como rector interino el licenciado Mario de la Cueva .	Con el bombardeo a Pearl Harbor , los Estados Unidos deciden su ingreso a la Segunda Guerra Mundial .		Se echa a andar el Departamento de Información y Prensa .	Son presentados los miembros del primer Patronato Universitario .							
				Se funda la Organización de las Naciones Unidas , de la que México es miembro.	Miguel Alemán es el primer presidente civil del periodo pos revolucionario, con la excepción de Portes Gil .	Se inaugura la Exposición de anteproyectos para la Ciudad Universitaria .	Los convocantes fueron Vicente Lombardo Toledano y Narciso Bassols .	Es creada la Unión de Universidades Latino-Americanas .			

1950	1951	1952	1953	1954	1955	1956	1957	1958	1959
									
Es colocada la primera piedra de la Facultad de Ciencias , primer edificio de la Ciudad Universitaria .	Se celebra el IV Centenario de la fundación de la Real y Pontificia Universidad de México .	El presidente Miguel Alemán participa en la ceremonia de dedicación de la Ciudad Universitaria .	Se realiza una modificación importante en la legislación electoral: la mujer adquiere derecho al voto.	Renuncia el licenciado Garrido . En su lugar es nombrado Nabor Carrillo Flores .	Se hace la entrega formal de la Ciudad Universitaria .	Se termina " El pueblo a la Universidad y la Universidad al pueblo ", mural del edificio de Rectoría.	Se crea el Consejo del Doctorado , con el fin de regular y organizar los estudios de posgrado.	La Ciudad de México es escenario de otro movimiento de protesta social, protagonizado por universitarios.	La Casa del Lago pasa a formar parte de la Dirección General de Difusión Cultural .
									
La Universidad otorga al presidente Alemán el doctorado honoris causa .	Se realiza la celebración del Congreso Científico Mexicano .	Se celebra el IV Centenario de la fundación de la Real y Pontificia Universidad de México .	Aparece la Gaceta de la UNAM , gracias a la iniciativa de Henrique González Casanova .	Francisco Eppens concluye el mural de la Facultad de Medicina .	La Prepa 5 se muda a los terrenos de la Ex Hacienda de Coapa .	Se termina " El pueblo a la Universidad y la Universidad al pueblo ", mural del edificio de Rectoría.	Se reelige rector de la Universidad el doctor Nabor Carrillo Flores por un periodo de cuatro años.	La UNAM adquiere la computadora IBM 650 , la primera en México y América Latina.	Se inaugura el plantel número 6 de la ENP , en el edificio de Mascarones .
									
Se acuerda crear una Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales .	Juan O'Gorman reviste los cuatro muros de la Biblioteca Central , un gigantesco mural multicolor.	David Alfaro Siqueiros inicia el proyecto de los murales en la Universidad.	El rector inaugura el edificio de la Casa de México en la Ciudad Universitaria de París .	Francisco Eppens concluye el mural de la Facultad de Medicina .	El PRI postula como candidato a la presidencia al licenciado Adolfo López Mateos , egresado de la UNAM .	Se termina " El pueblo a la Universidad y la Universidad al pueblo ", mural del edificio de Rectoría.	Se reelige rector de la Universidad el doctor Nabor Carrillo Flores por un periodo de cuatro años.	La UNAM adquiere la computadora IBM 650 , la primera en México y América Latina.	Se inaugura el plantel número 6 de la ENP , en el edificio de Mascarones .

1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969
El gobierno celebra el cincuentenario del estallido de la Revolución Mexicana.		Son creadas la Dirección General Jurídica y la Secretaría de Rectoría .	Se crea el CUEC y la Sección de Antropología del Instituto de Investigaciones Históricas .		El doctor Ignacio Chávez es electo para un cuatrienio más como rector.	Ante nuevas protestas, el rector Chávez es relevado por el ingeniero Javier Barros Sierra .		En Arquitectura se instauro la maestría en Urbanismo y Restauración de monumentos .	El rector logra que la comunidad universitaria vuelva a la normalidad académica.
Se fundan el Centro de Estudios Literarios , la Filmoteca y el Centro de Salud .		Se lleva a cabo la gestión para incorporar a los trabajadores de la UNAM al ISSSTE , creado en 1960.		El Departamento de Prensa se convierte en la Dirección General de Información y Prensa .	El rector inaugura los nuevos planteles de la ENP, el 8 y 9.		Se establece el Instituto de Investigaciones Bibliográficas .	El 2 de octubre ocurre la Matanza de Tlatelolco , episodio nefasto para la historia nacional y estudiantil.	
Se funda la Preparatoria núm 7, ubicada en el centro de la Ciudad de México.	La población estudiantil aumenta notablemente: 66 mil 879 alumnos.			El presidente de la República inaugura las instalaciones de los planteles 4, 6 y 7 de la ENP.		Se establece una nueva escala de calificaciones que sustituye a la tradicional decimal.	Nace el Instituto de Astronomía , entre otras entidades.		
		En su viaje a México, el presidente de Francia, Charles de Gaulle , visita la Universidad.						La sucesión presidencial es decidida en favor del Secretario de Gobernación, Luis Echeverría Álvarez .	
La Junta de Gobierno designa rector al doctor Ignacio Chávez .		El Club Universidad asciende a la Primera División del fútbol profesional.	Benito Messeguer pinta un mural en el Auditorio Narciso Bassols de la Facultad de Economía .	Gustavo Díaz Ordaz toma posesión de la presidencia.				La Escuela de Medicina Veterinaria y Zootecnia asciende a la categoría de Facultad.	
	Se inaugura el telescopio del Observatorio Nacional en Tonantzintla, Puebla .				El Centro de Salud se convierte en la Dirección de Servicios Médicos .		En Arquitectura se aprueba la licenciatura en Diseño Industrial .	Durante los sucesos, la Universidad suspende muchas de sus labores.	
El triunfo de la Revolución Cubana se proyecta como un nuevo modelo de reivindicación antiimperialista.					Se crea el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE) .		El 12 de octubre son inaugurados los XIX Juegos Olímpicos , en la Ciudad Universitaria .		

1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
	El Consejo Universitario aprueba la creación del Colegio de Ciencias y Humanidades .	El Laboratorio Nuclear se convierte en el Centro de Estudios Nucleares .		Es aprobada la creación de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Cuautitlán .		Se crea el Centro de Investigaciones y Servicios Educativos (CISE) .			
Es electo como rector el doctor Pablo González Casanova .			La Junta de Gobierno designa como rector al doctor Guillermo Soberón Acevedo .	Posteriormente las ENEP Acatlán e Iztacala .	Odontología se convierte en Facultad.	Nueva huelga sindical, esta ocasión a causa de posiciones enfrentadas entre el SPAUNAM y la UNAM .	El año transcurre en franca recuperación académica.	Se celebra el Cincuentenario de la Autonomía Universitaria .	
Se crean varias dependencias, entre las que destacan el Centro de Estudios Mayas y el IIMAS .		Estudiantes son atacados por un grupo paramilitar denominado " Los halcones ".		El incremento de la población estudiantil es espectacular. La matrícula alcanza los 217 mil 535 alumnos .	Es acordada la creación de otras ENEP , en este caso, las de Aragón y Zaragoza .				
	Se constituye el Sindicato de Trabajadores y Empleados de la UNAM (STEUNAM) .	Comienzan a funcionar dos planteles más del CCH , el Sur y el Oriente .				El presidente López Portillo toma posesión.			Son inaugurados el Teatro Juan Ruiz de Alarcón y el Foro Sor Juana Inés de la Cruz .
La coreógrafa Gloria Contreras funda el Taller Coreográfico de la UNAM.			Fallece David Alfaro Siqueiros , personaje de gran legado en la cultura universitaria.			Exalumnos de la Facultad de Ingeniería patrocinan la actual Orquesta Sinfónica de Minería .	Se inaugura el Espacio Escultórico .	La Escuela Nacional de Artes Plásticas es trasladada a la delegación Xochimilco .	
	Se establece la Coordinación del Sistema de Universidad Abierta (SUA) .	Surgen los Institutos de Investigaciones Antropológicas y de Investigaciones Filológicas .							

1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
<p>La ENEP Acatlán se convierte en Facultad de Estudios Superiores (FES).</p> 		<p>Da principio un proceso de restricción presupuestal por parte del gobierno federal.</p>	<p>Es creada la Dirección General de Desarrollo Tecnológico.</p>	<p>Se inauguran las salas de cine Julio Bracho y José Revueltas.</p> 	<p>Son creadas las Direcciones de Literatura, de Teatro y Danza.</p> 	<p>El CEU estalla una huelga, con apoyo del STUNAM.</p> 	 <p>INSTITUTO DE ECOLOGÍA UNAM</p>	<p>Toma posesión como rector el doctor José Sarukhán.</p> 	
	<p>Es electo rector el doctor Octavio Rivero Serrano.</p>	<p>Se crea el Programa Universitario de Energía (PUE).</p> 	<p>Asimismo, es nombrado secretario general de la Universidad el doctor José Narro Robles.</p> 	<p>El doctor Jorge Carpizo MacGregor toma posesión como rector de la Universidad.</p>	<p>El rector inaugura nuevos edificios, entre ellos para la Coordinación de Humanidades.</p>	<p>Se crea el Programa de Investigación y Desarrollo Espacial.</p>	<p>Se realiza la instalación del primer enlace satelital de México de NFSNET (actual Internet)</p> 		
<p>El Centro de Ciencias del Mar y Limnología adquiere el título de Instituto (ICMyL).</p>		<p>Se abandera el buque "Justo Sierra" con base en Tuxpan, Veracruz.</p>	<p>El STUNAM hace un paro de labores en demanda de aumento salarial.</p>	<p>Se inaugura la Estación de Puerto Morelos, del Instituto de Ciencias del Mar y Limnología.</p> 	<p>Dos fuertes terremotos sacuden la Ciudad de México.</p> 	<p>El rector presenta un diagnóstico titulado Fortaleza y debilidad de la UNAM.</p> 	<p>Se funda la Casa Universitaria del Libro.</p> 	<p>Cae el Muro de Berlín.</p>	
<p>Se construyen las salas Miguel Covarrubias y Carlos Chávez.</p> 	<p>El buque oceanográfico "El Puma" inicia actividades.</p> 	<p>Se crea la Reserva Ecológica del campus universitario, con 124.5 hectáreas.</p>	<p>Se crea el Centro de Estudios sobre los Estados Unidos de Norteamérica.</p> 	<p>Se aprueba la creación del CRIM (Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias) con sede en Cuernavaca.</p>	<p>Cuahtémoc Cárdenas realiza dos mítines en la explanada de rectoría de la UNAM.</p> 	<p>Es declarado presidente electo Carlos Salinas de Gortari.</p> 			

1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
<p>Se conmemoran 30 años del Museo Universitario de Ciencias y Artes (MUCA).</p> 	<p>Tiene lugar un eclipse total de sol, motivo de numerosas investigaciones por parte de los universitarios.</p>	<p>Se funda el Programa Universitario de Estudios de Género.</p> 	 <p>Se crea el Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad (PUEC).</p>	<p>La ENEP Zaragoza se convierte en Facultad de Estudios Superiores (FESZ).</p> 	 <p>Se lanza al espacio el satélite UNAM-SAT I, y su gemelo UNAM-SAT B.</p>	<p>Se pone en funcionamiento el campus de la UNAM en Morelia, Michoacán.</p> 	<p>Se reorganiza la Estructura Administrativa de la UNAM por acuerdo del rector.</p> 		
 <p>Se pone a la disposición de la comunidad la supercomputadora CRAY Y-MP-432</p>	<p>Se constituye la Fundación UNAM, Asociación Civil, para apoyar a la Institución.</p>	<p>Toma posesión como rector el doctor José Sarukhán, para un segundo período al frente de la UNAM.</p>	<p>El Gobierno Federal dona un terreno para la construcción del Campus Juriquilla.</p>	<p>Mario J. Molina es galardonado con el Premio Nobel de Química.</p> 		<p>Se establece el Centro de Ciencias Físicas (CCF).</p>	<p>El 20 de abril estalla la huelga más larga y costosa en la historia de la institución.</p>		
<p>En este año se registran 271 mil 358 alumnos.</p> 			<p>Se pone en funcionamiento la Origin 2000 Silicon-Graphics, en la Sala de Máquinas de la DGSCA.</p> 	<p>Juan Ramón de la Fuente es designado rector de la Universidad tras la huelga estudiantil.</p> 					
	<p>Es inaugurado el Museo de las Ciencias, Universum.</p> 	<p>El Fondo Reservado de la Biblioteca Nacional abre sus puertas.</p>	<p>Surge un levantamiento armado en Chiapas, encabezado por el EZLN.</p> 	<p>Se designa al doctor Francisco Barnés de Castro como nuevo rector.</p>	<p>El Instituto de Geofísica pone en marcha la estación sismológica "UNM".</p> 	<p>La Ciudad Universitaria es testigo del último eclipse total de Sol del milenio en América.</p> 	<p>El filósofo Leopoldo Zea recibe el más alto grado honorífico por parte de la Universidad de La Habana.</p> 		
<p>Octavio Paz recibe el Premio Nobel de Literatura.</p>	<p>Los Pumas obtienen su tercer campeonato de fútbol profesional.</p> 	<p>Luis Donaldo Colosio es asesinado.</p>	<p>La Escuela Nacional Preparatoria festeja su 130 aniversario.</p> 						

2000

Se termina la huelga que implicó la toma de CU por parte de la policía.

2001

Se celebra el 450 Aniversario de la Real y Pontificia Universidad de México.

hnedm
HEMEROTECA NACIONAL
DIGITAL DE MÉXICO



2004



La UNAM es reconocida como la mejor universidad de Latinoamérica y 95 en el ranking mundial.

2005



Se celebran los 50 años de la publicación de la Gaceta UNAM.

2006



Se pone en operación la Red Inalámbrica Universitaria (RIU).

2007



José Narro Robles es designado rector de la Universidad.

2008

El Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC) es inaugurado.

2009

La Universidad es galardonada con el prestigioso Premio Príncipe de Asturias.



A partir de un convenio se da el primer paso para la creación de la Hemeroteca Nacional Digital.

El Instituto de Astronomía celebra el 125 aniversario del Observatorio Astronómico Nacional.

Se crea el Centro de Geociencias.

El nombre de la UNAM se inscribe con letras de oro en la Cámara de Diputados.

Los Pumas se proclaman bicampeones del fútbol mexicano bajo el mando de Hugo Sánchez.

TV UNAM comienza transmisiones en televisión con señal propia.



La Ciudad Universitaria es inscrita por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad.



Son destruidas las Torres Gemelas en Nueva York.



Ocurre la Guerra de Irak o Segunda Guerra del Golfo.



Tras polémicas elecciones, toma posesión como presidente Felipe Calderón Hinojosa.



Vicente Fox Quezada ocupa la presidencia tras 70 años de gobierno del PRI.



Se celebra la Ceremonia Conmemorativa del Centenario Universitario. El acto, presidido por el rector José Narro Robles, se celebra el miércoles 22 de Septiembre de 2010 en el Anfiteatro Simón Bolívar del Antiguo Colegio de San Ildefonso.

2010

Imágenes proporcionadas por:
AHUNAM, Colecciones Universidad, Esther Montero, Justo Sierra, Sección gráfica Boletines UNAM.

URL: <http://www.dgcs.unam.mx/boletin>
Diario El Universal.

URL: <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales>
Fotografías dominio público

3. IDENTIDAD

Universidad Nacional Autónoma de México

La identidad es un concepto lógico, muy empleado en filosofía, que designa el carácter de todo aquello que permanece único e idéntico a sí mismo, pese a que tenga distintas apariencias o pueda ser percibido de distintas formas. La identidad se contrapone, en cierto modo, a la variedad, y siempre supone un rasgo de permanencia e invariabilidad.

Bajo el enfoque que se persigue en la presente labor de investigación, la identidad es la representación de quiénes somos y cuál es nuestra comunidad o nuestra cultura. Involucra el entorno, la historia y la voluntad. La identidad se manifiesta cuando una persona o grupo se reconoce o reconoce a otro(s) como miembro de ese grupo. No es otra cosa que el reconocimiento de “uno mismo”. Así como los individuos tienen distintos rasgos que les diferencian unos de otros y que hacen que sean precisamente un ente reconocible, cada conjunto tiene características propias que le dan un particular modo de sentir y ver el mundo, así como de ser identificado. Para construirla, es necesario una serie de elementos: la historia que le antecede y le da origen, las formas de comunicación por las que se expresa, las corrientes de pensamiento, su avance tecnológico, científico y artístico. Incluso las tradiciones y costumbres. Para edificarla, será necesario interesarse en tales componentes propios y a partir de ello obrar su progreso.

En el actual subcapítulo se pretende analizar la importancia del reconocimiento y por ende la definición de la identidad como medio para desarrollar la comunicación más adecuada, a través de la diferenciación de los términos y principalmente al contemplar la auténtica identidad de la Universidad.

Surge enseguida el cuestionamiento, ¿cuál es la identidad de la UNAM? Lo que nos conduce a una interrogante más concreta, ¿cómo debiera ser representada la identidad de la Universidad, en qué se basa esta? Es la siguiente una aproximación a determinarle bajo sustentos culturales, históricos, sociales e incluso políticos, lo cual a fin de cuentas permitirá afirmar y amparar bajo sólidos argumentos la propuesta final de logotipo conmemorativo a desarrollar.

3.1. DEFINICIÓN DE LA IDENTIDAD UNIVERSITARIA

La identidad de la Universidad es en realidad un gran mosaico de identidades. Es por ello que es un concepto que la comunidad aún no ha podido enmarcar completamente en un modelo concreto. Se puede presumir como de domino popular, sin embargo, encontramos que dicha identidad comprende no sólo el hecho de tener

un gentilicio o pertenecer a una institución determinada, sino que también tiene que ver con toda una cultura de fondo, la cual cuenta con un respaldo histórico de más de 450 años, estando ligado durante tanto tiempo a una nación que ha forjado todo un legado en este sentido.

Como se ha presentado en los pasajes previos, a lo largo de su historia, muchas son las cuestiones que se han sometido a discusión en

torno a la caracterización de la UNAM. ¿Cómo debiera ser representada? ¿Está sustentada en nuestra cultura educativa? ¿En la herencia de la historia nacional? ¿En los ideales autónomos? ¿En sus personajes? ¿En sus símbolos?

Se puede plantear que posiblemente se trata de la unión de todas estas particularidades. ¿Cómo es que hemos llegado a desarrollar tales características propias en un solo concepto?

¿En qué ha contribuido la historia, así como los creadores y redactores de ésta, para que todo este conjunto de ideas desemboquen en algo tan abstracto como una identidad?

Sin duda, algunos factores que han aportado a la conformación de dicha identidad son los ideales o hasta los mismos métodos educativos con los que se ha formado al universitario, pero no bastan para reducir y delimitar el significado a un nivel que nos permita darle una forma realmente concreta.

Basándonos primeramente en la denominación de la institución, Universidad Nacional Autónoma de México, es que tenemos a la mano un indicio acerca de los ideales sobre los que descansa la identidad de la misma. Bajo dicha premisa, y para efectos de representación en imagen, se entiende que todo en la UNAM debe denotar que es Universidad. Todo en la UNAM debe denotar que es nacional. Todo en la UNAM debe denotar que es autónoma. Y todo en la UNAM debe denotar que se está íntegramente al servicio del país y de la humanidad. Por “todo” se pretende referir a sus estudiantes, sus investigadores, sus profesores, sus clases, sus investigaciones, sus programas de extensión, sus planes y programas de estudio, sus laboratorios, su estructura, su infraestructura, sus expresiones culturales, todos estos elementos como una gran unidad.

Si bien se podría convenir o disentir con algunas de estas posturas y en el único afán de no contaminar la cuestión referente al deber ser aludido en páginas anteriores, sería preciso y acertado circunscribirse exclusivamente a la U, la N, la A y la M del mismo nombre que designa a la institución, entendiendo esto sí

como el mínimo deber ser, el cual esperemos sea totalmente incuestionable y por lo tanto expresable como valores fundamentales.

A continuación se desarrollan juicios derivados de dichas iniciales, las cuales están asociadas a conceptos generales distintos, pero que al encadenarse conforman la auténtica identidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.

U DE LA UNAM

El concepto “universitario”, además de las tres funciones sustantivas que tradicionalmente se identifican con él (docencia, investigación y extensión de la cultura), implica cuando menos y necesariamente algunos atributos como la búsqueda de principios, respuestas y valores de carácter universal.

Implica pluralidad, que no sólo aplica al hecho de que en la Universidad puedan coexistir diversas corrientes de pensamiento (e incluso contrapuestos entre sí) sino en cuanto a la actitud que uno personalmente debe asumir frente a los distintos enfoques existentes en relación a su disciplina particular.

Comprende análisis, reflexión y espíritu crítico frente a todo, particularmente frente a las ideas propias y a las aseveraciones aceptadas tradicionalmente como verdaderas. Una actitud fundamentalmente crítica permite al universitario ofrecer enfoques nuevos en su disciplina, que es lo que se espera de él.

El concepto “universitario” implica también apego a la metodología propia de las ciencias, caracterizada no sólo por su rigor sino por la preocupación de saber que todo hallazgo, aún

confirmado, debe siempre ser tenido como provisionalmente válido.

Implica finalmente humanismo, entendido tanto como una postura comprometida con el hombre y con su entorno que, como metas a ser perfeccionadas, requieren de una actitud de entera tolerancia y respeto.

El espíritu universitario merece ser considerado más como un compromiso de vida que como un contrato; más como una actitud deliberadamente perseguida que como una consecuencia automática derivada de la pertenencia formal a una comunidad universitaria. Es preciso subrayar que la mera adhesión mediante contrato o inscripción a la UNAM no hacen meritorio del título al universitario.

N DE LA UNAM

La palabra “Nacional” frecuentemente resulta subestimada, al otorgarle solamente el valor correspondiente a entender la UNAM como la universidad de la nación. Habría que añadir que el universitario de la UNAM debe ser referido primordialmente a la problemática nacional. Si el universitario de la UNAM diera mayor obligación y énfasis a la encomienda de referir sus reflexiones hacia ésta, sus contribuciones enriquecerían el saber no sólo mexicano sino el universal.

La cualidad derivada del universitario de la UNAM debe distinguirlo en su quehacer del de cualquier supuesto homólogo perteneciente a cualquier universidad pública o privada.

Ser universitario en la UNAM no se corresponde idénticamente, ni en función ni responsabilidad,

tampoco espíritu, con ser universitario en cualquier otra institución dedicada a la educación superior en México.

Es una condición en esencia distintiva y que le liga estrechamente a su compromiso y responsabilidad social. Es una condición en esencia distintiva y que le liga estrechamente a su compromiso y responsabilidad social.

A DE LA UNAM

Si bien en principio la autonomía nace como un reclamo entendido como derecho, hoy resulta en una ineludible obligación. La autonomía -necesariamente universitaria- deja de ser un privilegio o una exención, y se convierte en un principio obligatorio en el quehacer del universitario. No es opcional: es condición inevitable.

La autonomía tiene un claro propósito. Podría entenderse como el principio rector capaz de desembocar en la creatividad e innovación requeridas para poder enfrentar los retos de la problemática nacional y mundial.

Es claro que la sociedad y el estado viven al día; resuelven con un margen de tiempo limitado dichos retos a los que se enfrentan.

No hay gran espacio para la especulación.

Por su parte, la autonomía universitaria no sólo autoriza la creatividad y la especulación: las reclama. Son su fruto y su herramienta más preciados.

La existencia de las universidades autónomas se justifica más en la necesidad de un espacio dedicado a la propuesta creativa que a la mera transmisión del conocimiento.

M DE LA UNAM

El compromiso implícito en la expresión “de México” se establece con suficiente precisión en el artículo 3º del Estatuto General, el cual dice: *“El propósito esencial de la UNAM será estar íntegramente al servicio del país y de la humanidad, con un sentido ético y de servicio social, superando constantemente cualquier interés individual”*.

Es necesario aclarar un poco esto, en virtud de que es justamente este punto el que más significativamente se desvirtúa. Se entiende que el beneficiario primordial de la existencia de la UNAM no es el estudiante universitario; es la sociedad que se patrocina una genuina fábrica de esperanzas para enfrentar la difícil situación actual.

Dicho de otro modo, el auténtico empleador del universitario de la UNAM no es otro que la sociedad mexicana, con quien entabla una relación, una vez más, paradójica, ya que la sociedad no tiene, ni debe tener, voz ni voto en las decisiones de su empresa; y aún así su derecho se encuentra por estatuto y fundamentalmente por principio por encima del derecho del propio universitario.

La consideración que se deriva al calificar al estudiante de la UNAM como universitario, es que su papel no se corresponde idénticamente al de aquellos que ingresan como estudiantes a cualquier otra institución de enseñanza superior en el país.

Su caso específico comporta más obligaciones que derechos. Su obligación se extiende más allá de su período de preparación: de hecho, se espera justamente a partir de su egreso. (13)

3.2. ELEMENTOS DE EXPRESIÓN DE LA IDENTIDAD UNIVERSITARIA

Como se ha explicado, la UNAM no es sólo la institución, sus instalaciones o sus autoridades. Es el principio rector a asumir por cada uno de sus integrantes.

La Universidad es una unidad: desde el docente, pasando por el investigador y recayendo en el estudiante. Es por ello que sus representaciones son tan variadas como ilimitadas.

Sin embargo, existen de manera sumamente reconocible ciertas piezas que constituyen el rompecabezas que compone el sistema de identidad universitaria.

Tal sistema se encuentra representado por una serie de elementos cargados de significados culturales que no sólo exaltan un sentido de pertenencia a la Universidad como institución constructora de conocimiento, sino que nos vinculan a nuestro reconocimiento personal y colectivo por sentirnos UNAM, ya sea a través de entonar un himno, portar una camiseta con el escudo universitario, asistir a un partido de los Pumas o simplemente, exclamar un ¡Goya!

A continuación se presentan los componentes que conforman el universo de signos y aplicaciones de la identidad institucional que la Universidad refleja y cuyo análisis permitirá comprobar las consideraciones puestas en marcha en líneas anteriores.

(13) Basado en Pérez Delgado, Jorge *“Deber Ser del Universitario de la UNAM”*. Artículo publicado en Paedagogium.com, 2008. URL: www.paedagogium.com/NumerosAnteriores/treintayuno/03.html Consulta: 09/05/2011.

“POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU”

3.2.1. LEMA

El lema de la Universidad hace referencia a los escritos de José Vasconcelos, los cuales a su vez hacen alusión a la denominada “raza cósmica”, la raza latinoamericana nacida de la unión de dos diferentes culturas.

Como cualidad principal, la frase revela la vocación humanística con la que fue concebida la institución. El autor de esta célebre frase, José Vasconcelos, quien fuera rector a partir de 1920, vivió inmerso 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.

Significa en este lema *“la convicción de que la raza nuestra elaborará una cultura de tendencias nuevas, de esencia espiritual y libérrima”*, en palabras del mismo personaje 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 desperdábamos de una larga noche de opresión”*.

El lema universitario, como frase que expresa la motivación, intención e ideales de la máxima institución educativa de México, pretende expresarse en cualquier idioma, dotando a la identidad esa condición y capacidad universal.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

3.2.2. ESCUDO

Aunado a la propuesta de lema universitario, el mismo José Vasconcelos dotó a la Universidad de su actual escudo. Dicho distintivo se caracteriza por contener un mapa de América Latina circundado por el lema *“Por mi raza hablará el espíritu”* y custodiado por un águila real y un cóndor andino, apoyados en una alegoría de los volcanes y el nopal azteca, elementos que simbolizan a esta Casa de Estudios.

Según palabras del mismo creador, el escudo es, en primer lugar, *“una protesta en contra de aquel anhelo que arrodillaba a la juventud en lo que se llamó el altar de la patria jacobina, altar en el que muchas veces el caudillo sanguinario ha suplantado al héroe y al santo”*.

Dentro del escudo, el águila representa el México legendario y el cóndor recuerda la epopeya colectiva de los pueblos hermanos del continente, el mapa de América Latina, que va desde la frontera norte de México hasta el Cabo de Hornos, y que representa la unificación de los pueblos iberoamericanos.

“Nuestro continente nuevo y antiguo, predestinado a contener una raza quinta, la raza cósmica, en la cual se fundirán las dispersas y se consumará la unidad”.⁽¹⁴⁾ Palabras que simplifican pero revelan la concepción del emblema universitario.

3.2.3. SIMBIOSIS

“Considerando que en la Universidad Nacional Autónoma de México se definen los caracteres de la cultura mexicana y dado que en los tiempos presentes se opera un proceso que modifica el sistema de organización de los pueblos, que constituyen las antiguas nacionalidades hijas de la guerra y de la política por las federaciones constituidas a base de sangre e idiomas comunes. Pero sobre todo para que los mexicanos tengan presente la necesidad de fundir su propia patria con Hispanoamérica, que representará una nueva expresión a los destinos humanos: se resuelve que el escudo de la Universidad Nacional lo constituirá un mapa de la América Latina con la leyenda Por mi raza hablará el espíritu; con la convicción de que nuestra raza elaborará una cultura de tendencias nuevas, de esencia espiritual y libérrima (...) El hallazgo de un lema que complementara el nuevo escudo de la Universidad Nacional de México me resultó indispensable para formular el propósito y la orientación de la Universidad que se lanzaba al destino por el impulso de la Revolución. Me tocó rescatar nuestro primer instituto tradicional de enseñanza”.⁽¹⁵⁾

(14) Fragmentos extraídos del Portal Oficial de los Festejos de los cien años de la Universidad Nacional Autónoma de México. URL: <http://www.unam.mx/acercaunam/es/identidad/index.html>. Consulta: 03/06/2011.

(15) Fragmento extraído del Discurso pronunciado ante la Confederación Nacional de Estudiantes. Texto tomado de: UNAM (1983), *“José Vasconcelos y la Universidad”*. México. Editorial UNAM/Textos de Humanidades, pp. 211-217.

Son algunas de las palabras con las que inicia José Vasconcelos su discurso titulado “*Los motivos del escudo*”, texto inspirado en el origen de los actuales símbolos emblemáticos que portan los distintivos más importantes de la Universidad.

Sabía que tanto el escudo universitario como su lema original debían ser planteados a manera de símbolo de unidad, donde convergían la historia común de la América española, su cultura, su pensamiento y su reflexión. La Universidad, desde entonces, debía ser un bastión del conocimiento para iluminar el destino de México.

“Mi lábaro no estaba hecho para el lucimiento de los desfiles. Es un airón de combate. Nada importa que lo borren de las placas que escribe la adulación y de los membretes del papeleo burocrático y de los estandartes que encabezan las procesiones del servilismo. Mi encargo es que el actual escudo, con su lema, lo dejéis plantado en la trinchera más expuesta y bajo el fuego tupido de la metralla”. (16)

Entendiendo al personaje de José Vasconcelos como constructor de mitos y al mismo tiempo buscador de la verdad, habrá que dimensionar sus palabras.

Era éste un personaje de espíritu crítico y libre, convencido de que no hay más límite que el hacer y el pensar, el cual quiso transmitir su convicción a todos los mexicanos. Es esta una de las encomiendas fundamentales que porta el estandarte universitario que conglomeran su lema y escudo.

(16) Fragmentos extraídos de “Discurso pronunciado ante la Confederación Nacional de Estudiantes. Texto tomado de: UNAM (1983), *“José Vasconcelos y la Universidad”*. México. Editorial UNAM/Textos de Humanidades, pp. 211-217.

3.2.4. HIMNO

Un himno como canto o texto narrativo expresa sentimientos positivos, de alegría y celebración. Es además la representación musical o literaria de un acontecimiento tan elevado que produce la necesidad de plasmarlo en música o texto.

Es por ello que como medio alterno, en específico a través de la música, los propios universitarios han exaltado los valores y el orgullo de pertenecer a la Máxima Casa de Estudios como sentido de pertenencia y enaltecimiento, puesto que, en general, los himnos tratan de reflejar la unión, el sentimiento de solidaridad y la glorificación de la historia y las tradiciones del colectivo.

El Canto a la Universidad, que fuera escrito por Romeo Manrique de Lara y musicalizado por Manuel M. Bermejo, fue declarado himno oficial de la Universidad por el Rector Nabor Carrillo (1953-1961) y está escrito para ser cantado por un coro de maestros y alumnos.

Reza de la siguiente manera:

**UNIVERSIDAD UNIVERSIDAD
POR MI RAZA EL ESPÍRITU HABLARÁ
POR MI RAZA EL ESPÍRITU HABLARÁ**

**(MAESTROS)
EN EL LEMA QUE ADOPTAMOS
PARA NUESTRO LABORAR
EL AFÁN ASÍ EXPRESAMOS:
ESTUDIAR PARA ENSEÑAR**

**SOMOS LOS EDUCADORES
NOS ANIMA EL IDEAL
DE ENCENDER LOS RESPLANDORES
DEL CAMINO SIN FANAL**

(ALUMNOS)

**EN NOSOTROS RESIDE EL ANHELO
DE ALCANZAR LA VERDAD Y EL SABER
NUESTRAS ALAS PRESIENTEN EL VUELO
DE LA CIENCIA, EL AMOR Y EL DEBER**

**QUE NOS GUÍE LA VOZ DEL MAESTRO
A ALCANZAR EL SUBLIME IDEAL
Y UN MAÑANA DE LUZ SERÁ NUESTRO
DE LA PATRIA DIADEMA TRIUNFAL**

**UNIVERSIDAD, UNIVERSIDAD
POR MI RAZA EL ESPÍRITU HABLARÁ
POR MI RAZA EL ESPÍRITU HABLARÁ**

Intentando puntualizar una interpretación, el Canto a la Universidad hace alusión al esfuerzo que maestros y alumnos deben de emprender para alcanzar el cumplimiento de lo ideales, el saber y la verdad.

3.2.5. MEDALLAS

Se trata este de uno de los elementos de identidad más longevos asociados a la expresión de la cultura universitaria. El origen de la colección numismática universitaria se remonta a 1778, año en que el zamorano Jerónimo Antonio Gil llegó a la Nueva España procedente de la Academia de San Fernando de Madrid, con el nombramiento de Grabador Mayor de la Casa de Moneda. Sin embargo, se conocen algunas medallas que datan del siglo XVI y fueron acuñadas en la Casa de Moneda de México por encargo de la entonces Real y Pontificia Universidad de México.

Las casi mil cuatrocientas medallas y monedas que integran la colección universitaria dan testimonio de los acontecimientos más importantes

en la historia de la Universidad, pero también fungen como elementos que identifican a quien las recibe como un elemento de reconocida labor, así como de filiación y compenetración con la institución. En la actualidad, la Universidad es una de las instituciones de México que todavía tiene un programa permanente de acuñación y troquelado de medallas conmemorativas.

Por un lado, hay un grupo de piezas que se utiliza para reconocimiento a las diferentes autoridades, profesores y alumnos universitarios. Por otro, se han acuñado medallas, algunas a disposición del público en general, para celebrar acontecimientos memorables.

Cabe mencionar que en los trabajos de las últimas décadas han participado artistas tan importantes como Mathias Goeritz, Arnaldo Cohen, Helen Escobedo, Manuel Felguérez, Vicente Rojo, Francisco Toledo, entre otros, que con la calidad de sus trabajos continúan la tradición artística iniciada por Jerónimo Antonio Gil. Parte de esta colección la constituyen tres grupos (testimonios de la tradición medallística universitaria):



I Medalla al Mérito Universitario “Justo Sierra”

Se concede por una sola vez a una misma persona en reconocimiento a su labor académica o de investigación y fue diseñada por Lorenzo Rafael.

3.2.5.1. MEDALLAS HISTÓRICAS

La medalla más antigua de que se tiene noticia fue acuñada con motivo del matrimonio del príncipe Felipe con la reina María Tudor, labrada por Jácome Trezzo en 1555.

Otro destacado ejemplo lo constituye una pieza elaborada en 1760 para conmemorar la jura de Carlos III, con el busto del rey en el anverso y en el reverso, el escudo de armas de la Universidad con la leyenda *NOVUS MIHI NASCITUR ORDO* (para mi nace un nuevo orden de cosas).

En 1788 Jerónimo Antonio Gil elaboró una pieza para conmemorar la fundación de la Academia de San Carlos de México, la cual tiene en el anverso el busto de Carlos III junto con la leyenda *CAROLUS III HISPANIARUM ET INDIARUM REX MEXICANA ACADEMIA FUDATORIA SUO*, y en el reverso su sepulcro y la inscripción *QUI INGENUAS REVOCAVIT ARTES*. Esta medalla fue reacuñada con motivo del bicentenario de la fundación de las escuelas de Arquitectura y Artes Plásticas (1781-1981).



II Medalla al Mérito Universitario “Gabino Barreda”

Elaborada por Lorenzo Rafael, se otorga a los alumnos sobresalientes de licenciatura, maestría y doctorado.

3.2.5.2. MEDALLAS DE RECONOCIMIENTO

Esta clase de medalla se concede por una sola vez a una misma persona en reconocimiento a su labor académica o de investigación, a los alumnos sobresalientes en distintos grados, a profesores por su labor docente, al estudiante con mejor desempeño en el servicio social.

También a los académicos que forman parte en Comisiones dictaminadoras; a universitarios que forman parte en la Junta de Gobierno, Consejo Universitario, consejos técnicos e internos; a los miembros del Patronato Universitario y a los trabajadores que cumplen cierta antigüedad de servicio administrativo.

Por tal motivo, las Medallas de Reconocimiento se establecen como una de las insignias más importantes de evocación y memoria de los personajes que han labrado la extensa historia universitaria.

La lista completa con su respectiva imagen se despliega a continuación:



III Medalla al Mérito Universitario

Destinada a profesores que se han distinguido en el ejercicio de su labor docente, representado por un tintero con figuras geométricas.



IV Medalla al Servicio Social “Gustavo Baz Prada”

Diseñada por Lorenzo Rafael, se otorga en cada Facultad de la Universidad al estudiante que mejor desempeñe su servicio social.



V Medallas de reconocimiento a ameritados académicos (comisiones dictaminadoras)

La superposición de una media circunferencia, un rectángulo y triángulo fusionados (Manuel Felguérez).



VI Medalla de reconocimiento a distinguidos universitarios (Junta de Gobierno)

Composición abstracta de Francisco Toledo que representa a búho, símbolo de la sabiduría.



VII Medalla de reconocimiento a universitarios que han participado en el Consejo Universitario

Elaborada por Gunther Gerzso, contiene grandes volúmenes superpuestos que se intersectan.



VIII Medalla de reconocimiento a los miembros de la comunidad universitaria (consejos técnicos)

Tiene en el anverso una figura geométrica cúbica elaborada por Arnaldo Cohen.



IX Medalla de reconocimiento a los miembros de consejos internos

Luis López Loza representó en ella una figura geométrica de márgenes irregulares.



X Medalla de reconocimiento a los miembros del Patronato Universitario

Composición geométrica abstracta de Vicente Rojo.



XI Medalla de reconocimiento a los 25 años de servicios administrativos

Representa en el anverso a la Torre de Rectoría en Ciudad Universitaria, y en el reverso el escudo oficial.

3.2.5.3. MEDALLAS CONMEMORATIVAS

Por su parte, estas medallas están creadas para evocar acontecimientos históricos de gran importancia, entre las que destacan:

(IMG 1.25) Medallas Conmemorativas
Cortesía del Portal Oficial de los Festejos de los cien años de la Universidad Nacional Autónoma de México
URL: <http://www.100.unam.mx/identidad/medallas>
Consulta: 6/06/2011



Restauración del Palacio de Minería (1977)



400 años de la fundación de la Real y Pontificia Universidad de México



Restauración del Palacio de la Escuela de Medicina



50 años de la autonomía universitaria (1929-1979)



450 años de la primera imprenta en México y en América 1539-1989



Sexagésimo aniversario de la autonomía universitaria



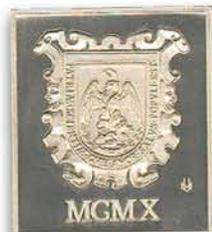
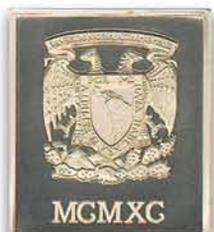
Eclipse total de sol del 11 de julio de 1991.



50 años del exilio español en la UNAM (1939-1989)



75 aniversario del carácter nacional de la Universidad



80 aniversario del carácter nacional de la Universidad (1910-1990)



50 aniversario de la UNAM en San Antonio, Texas (1944-1994)



50 años de la Ley Orgánica de la UNAM (1945-1995)



(IMG 1.26) Togas Universitarias.
Cortesía Boletín UNAM-DGCS-563. 22/09/2010

3.2.6. TOGA

Históricamente, la indumentaria es uno de los primeros lenguajes que el ser humano ha utilizado para comunicarse. Tendemos a captar al otro, entre otras señales más, mediante lo que lleva puesto. De tal manera que otro de los símbolos que identifican al grupo universitario es la toga, al punto de que los identifica como profesionales. Propiamente, la toga comienza a utilizarse como vestimenta distintiva desde tiempos de la Antigua Roma e inicialmente consistía en una extensa tela de algunos metros de longitud enrollada alrededor del cuerpo de su portador.

Es correcto precisar que la toga por sí misma no representa ninguna calidad, siendo cierto que cuando no hay tal aptitud verdadera debajo de ella se reduce a un disfraz insignificante. En honor al concepto fundamental de las cosas, conviene reconocer que la toga, como todos los atributos profesionales del universitario, tiene para quien la porta, dos significados: freno e ilusión; para el que la contempla, otros dos: la diferenciación y el respeto.

Es freno porque cohibe la libertad en lo que pudiera tener de licenciosa, libre, atrevida, disoluta. Es ilusión por la función. La toga nos recuerda la carrera estudiada, lo elevado de nuestro ejercicio en la sociedad, la confianza en que nosotros se ha puesto, la índole científica y artística de la labor en que vamos a participar. Es diferenciación porque ella nos distingue de lo demás circundante, entre el ser alumno y el hombre de profesión. Siempre es bueno que quien va a desempeñar una alta misión sea claramente conocido.

Y respeto, ya que *“(...) el clarividente sentido popular, al contemplar a un hombre investido en un traje tan severo que han consagrado los siglos; y que sólo aparece para menesteres trascendentales de la vida, discurre con acertado simple: ese hombre debe ser bueno y sabio”*. (17) Y sin duda se convierte en una obligación de serlo y justificar así la intuición quien contempla.

“¡Pobres de nosotros si no lo entendemos así y no acertamos a comprender toda la austeridad moral, todo el elevado lirismo que la toga significa e impone!” (18)

Siendo así, la Universidad Nacional contempla el uso de la toga, de modo que restableció su uso como investidura académica en representación de las dignidades y grados conferidos por la Institución. El uso de la toga es obligatorio en las solemnidades que la Universidad determina.

(17) Torres Castillo, Miguel. Ensayo *“El alma de la toga”*. (Artículo publicado en Buenas tareas.com en junio de 2011)
URL: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ensayo-El-Alma-De-La-Toga/2453560.html>
Consulta: 12/06/2010

(18) *Ibidem*

Cabe señalar que aquellos integrantes que tienen derecho a usar la toga universitaria son los miembros de la Junta de Gobierno, el Rector, el Secretario General, el Abogado General, los integrantes del Patronato, los directores de facultades, escuelas e institutos, los coordinadores de ciencias y humanidades, los profesores e investigadores eméritos, los laureados con el Premio Universidad Nacional, los que hayan obtenido el grado de maestro o doctor, profesores titulares de facultades y escuelas y los integrantes adscritos a alguno de los institutos, siempre que unos y otros tengan grado o título superior a bachillerato.

Invariablemente, la toga se compone de una túnica abierta, la muceta y el birrete. Siempre debe ir puesta sobre un traje oscuro, zapatos negros, camisa blanca y corbata gris. El birrete con borla y flecos lo usan el Rector, los miembros de la Junta de Gobierno y los universitarios que posean grado de doctor. De igual manera, existe diferenciación entre las varias facultades y escuelas que componen la Universidad. Se distinguen por el color de las cintas de la muceta, la borla o el botón del birrete, de la siguiente manera:

Azul marino	Filosofía y Letras
Azul pálido	Ciencias, Ingeniería y Ciencias Químicas
Amarillo	Medicina, Odontología y Enfermería
Rojo	Derecho y Ciencias Políticas
Gris plomo	Arquitectura, Artes Plásticas y Música
Verde oscuro	Economía y Contaduría
Verde pálido	Veterinaria
Morado	Psicología y Trabajo Social

Las personas que poseen más de un título o grado de facultades y escuelas distintas, usan cintas en la muceta y pueden elegir el color de la borla y el botón del birrete.

El Rector usa, además, sobre el pecho la venera de oro, que es una cadena de doce eslabones que termina en un monograma (UNAM) del cual pende el escudo universitario.

3.2.7. INSIGNIAS DEPORTIVAS

La identidad universitaria se encuentra vinculada no sólo al ámbito de la vida académica. El valor, el orgullo y el sentido de pertenencia a la Máxima Casa de Estudios radica también (muy estrechamente) en el terreno de la convivencia y la competitividad deportiva.

En este sentido existe una codificación cultural que llama la atención de una exclamación (¡Goya!), una entonación (Himno deportivo) o bien la evocación de una imagen (equipo y mascota Puma) compartidas por la comunidad, y que de hecho gozan de un reconocimiento tal que su trascendencia y alcance se han ido

trasladando a otros ámbitos universitarios, al punto de que dichos elementos (que nacieron como insignias ligadas al deporte) ocupen un lugar fundamental en su sistema de identidad.

3.2.7.1. GOYA

Uno de los elementos principales que hacen de la Universidad una institución de muy marcada identificación es el cántico más reconocido por la comunidad universitaria: el grito de Goya.

Su origen es por demás pintoresco. Se cuenta que en la primera mitad de los años 40 llegó a la Preparatoria un escuálido joven llamado Luis Rodríguez, quien al paso del tiempo se convertiría en el más dinámico porrista y quien por su extrema delgadez fue apodado “Palillo”.

Tenía grandes dotes de líder, por lo que se las ingeniaba hábilmente para negociar con los encargados de los cines aledaños a la Preparatoria el acceso de algunos estudiantes que preferían este entretenimiento a las cátedras escolares. Los cines en cuestión eran el Río, el Venus y el más cercano a la preparatoria, el

Goya, que estaba en las calles del Carmen casi frente a la Hemeroteca Nacional.

Cuando se buscaba “matar el día” o “irse de pinta” al cine, se gritaba al unísono ¡GOYA!, ¡GOYA!; tiempo después se le agregaron las palabras ¡CACHUN!, ¡CACHUN! ¡RA, RA! que al decir de los conocedores de esa época, hacían alusión a que una chica había accedido a acompañarles al cine.

En ese entonces, la palabra “cachún” equivalía a “cachondear” (que en el contexto mexicano es sinónimo de contacto físico de carácter sexual o manoseo).

Fue así que surgió la porra universitaria, que hoy en día coreamos todos los universitarios, la cual dice:

**¡GOYA! ¡GOYA!
¡CACHUN, CACHUN, RA, RA!
¡CACHUN, CACHUN, RA, RA!
¡GOYA!
¡¡UNIVERSIDAD!!**

Así, el Goya fue grito de reunión para la sana distracción, posteriormente adjudicada por los jugadores de fútbol americano, quienes lo tomarían como su grito de guerra, ya que el mismo “Palillo” lo supo conducir con vibrante magnetismo, haciendo temblar a los graderíos e invocado por decenas de miles de gargantas, quienes premiaban y conducían a dejar sobre el emparrillado la vida misma (si fuera necesario) por lograr una victoria para la Universidad.

Ha sido desde ese entonces el canto de guerra de los grupos de animación en todos los deportes. Pero con el paso del tiempo ya no sólo



(IMG 1.27) Luis “Palillo” Rodríguez.
Cortesía www.pumasdorados.com. 24/10/2010.



(IMG 1.28) IISUE/AHUNAM/Colección Alicia Alarcón, doc 426

se limita a ser el referente inmediato de los equipos deportivos, sino de toda la comunidad, incluso para actos oficiales.

Además, extendiéndose a la denominación de otros componentes, se relaciona a la creación de la botarga oficial del equipo de fútbol, un puma llamado evidentemente “Goyo”. (19)



3.2.7.2. PUMA

Otro componente fundamental es Miztli, que en náhuatl significa puma, mejor conocido como Puma de la Universidad, otro elemento que saltó del ámbito deportivo a convertirse en uno de los símbolos más sólidos de la Máxima Casa de Estudios.

Es en esencia el logotipo del deporte universitario y tiene como principal atributo el constituir un ejemplo de solución sencilla y funcional a un problema complejo de representación gráfica.

(19) Basado en: Insignias Deportivas, del Datos proporcionados por el Portal Oficial de los Festejos de los cien años de la Universidad Nacional Autónoma de México.
URL: www.100.unam.mx/identidad/insigniasdeportivas
Consulta: 12/06/2010.

El Puma reúne en una sola expresión dos 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.

Está compuesta de un triángulo azul marino de lados redondeados y que al centro tiene una figura que representa la cabeza de un puma color oro cuyas facciones las forman dicha U de tipografía romana. Cabe destacar que el puma se encuentra en un triángulo cuyos lados simbolizan las tres funciones de la universidad: docencia, investigación y extensión.

Es relevante agregar que a la forma se le añaden otros factores sólidos de identidad, como son los reconocidos 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.

Tal nivel de síntesis y precisión gráfica permitió su rápida y exitosa su integración a los soportes en los que se plasmó, comenzando por la indumentaria del equipo.

Así, el otrora símbolo exclusivo del deporte en la UNAM, constituyó una forma constante, que pudiera ser retenida por la gente, de naturaleza moderna y que pudiera reproducirse con suma facilidad.

Manuel Andrade Rodríguez, apodado “El Pajarito Andrade”, entonces estudiante de Filosofía e Historia del Arte, fue el creador de este emblema en 1973, a petición de la Dirección de Actividades Deportivas de la UNAM, utilizado hasta dos años después por el equipo profesional de fútbol con gran éxito.

Ahora bien, el origen de la utilización del puma como figura emblemática proviene el mote del equipo en los años 50, idea del entrenador Roberto “El Tapatío” Méndez, quien decide que el equipo de fútbol americano de la Universidad fuera conocido precisamente como Pumas.

Sus argumentos eran que los jugadores universitarios congeniaban con las características de este felino americano en lo que se refiere a la sagacidad, rapidez, inteligencia y agilidad.

A partir de 1975 contaba con la enorme cabeza del nuevo puma, que abarcaba prácticamente todo el pecho de jugador, además de que los números en la espalda se colocaron en las mismas proporciones, lo que indiscutiblemente se convirtió en un factor de identidad que no sólo impactó a los aficionados al equipo, sino también a otros equipos de fútbol, quienes trataron, sin éxito, de copiar este concepto tan original y reconocido, a nivel nacional e incluso más allá de nuestras fronteras.

Por ello, es necesario describir esta grandiosa representación como un elemento modelo de personalidad vanguardista. La imagen del puma significa más que un elemento plasmado en una camiseta deportiva, en una estampa o en una bandera, representa la identidad y el sentir UNAM.

3.2.7.3. HIMNO DEPORTIVO

Asimismo, existe un Himno Deportivo, cántico creado en 1940 por un grupo de universitarios integrado por Ernesto “Agapito” Navas, Luis Pérez Rubio, Alfonso De Garay, Gloria Vicens, Ángel Vidal y Fernando Guadarrama, que unidos al talento de Ismael “Tío” Valdez, lograron la música y la letra.

Entonado por primera vez en los patios de la Escuela Nacional Preparatoria (desde entonces antes del inicio de confrontaciones deportivas), los Pumas de la UNAM entonan al unísono:

**¡OH UNIVERSIDAD!
ESCUCHA CON QUÉ ARDOR
ENTONAN HOY TUS HIJOS
ESTE HIMNO EN TU HONOR
AL DARTE LA VICTORIA
HONRAMOS TUS LAURELES
CONSERVANDO TU HISTORIA
QUE ES TODA TRADICIÓN
UNIDOS VENCEREMOS
Y EL TRIUNFO ALCANZAREMOS
LUCHANDO CON TESÓN
POR TÍ UNIVERSIDAD
UNIVERSITARIOS,
ICEMOS SIEMPRE AIROSOS
EL PENDÓN VICTORIOSO
DE LA UNIVERSIDAD
POR SU AZUL Y ORO
LUCHAREMOS SIN CESAR
CUBRIENDO ASÍ DE GLORIA
SU NOMBRE INMORTAL
¡¡MÉXICO, PUMAS, UNIVERSIDAD!!**

3.2.8. MARCAS DE LA UNAM

Se ha dicho que la Universidad, como compleja institución que es, se compone de un vastísimo conglomerado de representaciones que en su conjunto edifican una identidad que tiene entre sus principales características precisamente la heterogeneidad de formas.

Ello se debe, entre otros factores ya delimitados, a las múltiples entidades académicas y dependencias que la conforman.

Tal situación ha motivado que todos y cada uno de los ingredientes del universo que conforman la Universidad hayan adoptado progresivamente una serie de marcas, esto es, emblemas, lemas, escudos, símbolos, logotipos, entre otros, que permiten identificarlas unas de otras.

La importancia de tales marcas es elevada, pues revisten con un sentido de pertenencia a los integrantes que participan en los diversos ámbitos específicos del quehacer universitario; las cuales consiguen, igualmente, estimular el mejor desempeño en el trabajo y cumplir de manera sobresaliente los objetivos comunes de la institución desde sus particulares posiciones y funciones.

Hacen posible que puedan ser reconocidos clara y rápidamente; promueven y difunden la labor de cada una de las entidades y dependencias universitarias y la distinción siempre necesaria entre actividades afines pero no idénticas.

Por último, aunque no menos relevante, protegen, legitimando, las creaciones que emanan del trabajo universitario.

Dicho de otra forma, las marcas universitarias permiten reconocer lo que a veces, sin llegar a ser evidente para todos, también es parte del patrimonio de la Universidad.

Cabe recordar que el logotipo conmemorativo a desarrollar deberá insertarse al sistema gráfico aquí presentado, procurando eminentemente guardar un vínculo estrecho a nivel conceptual y también expresivo. Por esto, el análisis de estas marcas implica un riguroso ejercicio que arroje los recursos y sustentos para conseguir

una coherencia visual, función que le permita compenetrarse con las marcas existentes, a la vez que le otorgue un estilo y carácter sólido.

Enseguida se pone a disposición del lector el catálogo de marcas universitarias, lo que concederá un mayor y mejor conocimiento de cada dependencia y entidad de la Universidad, pues se descubrirá en ella, en muchos sentidos, que es más grande y variada de lo que se piensa.



Escudo Universitario



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

(con logotipo añadido)

DEPENDENCIAS

(Dispuestas de izquierda a derecha y en orden ascendente-descendente)

Facultad de Arquitectura

Facultad de Ciencias

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Facultad de Contaduría

Facultad de Derecho

Facultad de Estudios Superiores Acatlán

Facultad de Estudios Superiores Aragón

Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán

Facultad de Estudios Superiores Iztacala

Facultad de Estudios Superiores Zaragoza

Facultad de Filosofía y Letras

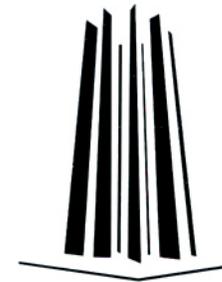
Facultad de Ingeniería

Facultad de Medicina

Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia

Facultad de Psicología

Facultad de Química



Facultad de Medicina



Facultad de Odontología

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia

Escuela Nacional de Música



Escuela Nacional de Trabajo Social

Escuela Nacional Preparatoria (ENP)

ENP Plantel 2 "Erasmus Castellanos Quinto"

ENP Plantel 4 "Vidal Castañeda y Nájera"

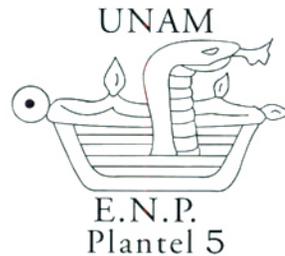


ENP Plantel 5 "José Vasconcelos"

ENP Plantel 6 "Antonio Caso"

ENP Plantel 7 "Ezequiel A. Chávez"

ENP Plantel 8 "Miguel E. Shultz"



ENP Plantel 9 "Pedro de Alba"

Escuela Nacional "Colegio de Ciencias y Humanidades"

CCH Plantel Azcapotzalco

CCH Plantel Naucalpan



CCH Plantel Oriente

CCH Plantel Vallejo

Coordinación de la Investigación Científica

Instituto de Astronomía

Instituto de Biología

Instituto de Biotecnología

Instituto de Ciencias del Mar y Limnología

Instituto de Ciencias Nucleares

Instituto de Ecología

Instituto de Geofísica

Instituto de Geografía

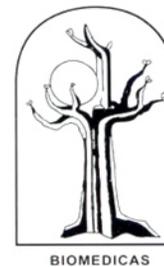
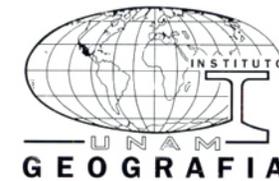
Instituto de Geología

Instituto de Ingeniería

Instituto de Investigaciones Biomédicas

Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y en Sistemas

Instituto de Investigaciones en Materiales



Instituto de Neurobiología

Instituto de Química

Centro de Ciencias Aplicadas y
Desarrollo Tecnológico

Centro de Ciencias de la Atmósfera

Centro de Ciencias Físicas

Centro de Ciencias Genómicas

Centro de Investigación en Energía

Dirección General de Divulgación de la Ciencia

UNIVERSUM

Museo de la Luz

Coordinación de Humanidades

Instituto de Investigaciones Antropológicas

Instituto de Investigaciones Bibliográficas

Instituto de Investigaciones Económicas

Instituto de Investigaciones Estéticas

Instituto de Investigaciones Filológicas



Instituto de Investigaciones Filosóficas

Instituto de Investigaciones Jurídicas

Instituto de Investigaciones Sociales

Centro Coordinador y Difusor de Estudios Latinoamericanos

Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras

Centro de Estudios sobre la Universidad

Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades

Centro de Investigaciones sobre América del Norte

Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias

Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas

Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad

Casa de las Humanidades

Coordinación de Difusión Cultural

Casa del Lago "Maestro Juan José Arreola"

Centro Universitario de Estudios Cinematográficos

Dirección General de Actividades Cinematográficas



Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras



CIAN



PUEC
UNAM

CASA DE LAS
HUMANIDADES
UNAM



Filmoteca UNAM

Dirección General de Publicaciones y
Fomento Editorial

Dirección General de Radio UNAM

Dirección General de Televisión Universitaria

Dirección General de Música

Sala Carlos Chávez

Sala Miguel Covarrubias

Sala Nezahualcóyotl

Museo Universitario del Chopo

Antiguo Solegio de San Ildefonso

Defensoría de los Derechos Universitarios

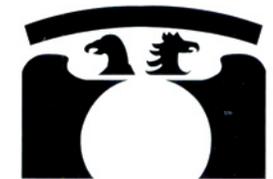
Dirección General de Comunicación Social

Oficina de Colaboración Interinstitucional

Dirección General de Administración Escolar

Dirección General Incorporación y Revalidación
de Estudios

Dirección General de Servicios de Cómputo
Académico



Consejo Académico del Área de las Ciencias Físico Matemáticas y de las Ingenierías
 Dirección General de Obras y Conservación
 Dirección General de Personal
 Dirección General de Servicios Médicos



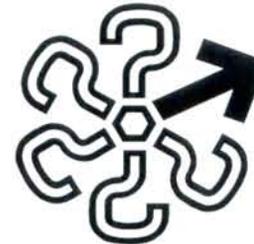
Centro de Enseñanza para Extranjeros
 Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia
 Dirección General de Estudios de Posgrado
 Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas



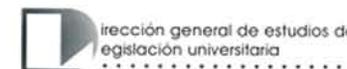
Dirección General de Atención a la Comunidad Universitaria
 Dirección General de Orientación y Servicios Educativos
 Dirección General de Servicios Generales
 Oficina del Abogado Federal



Dirección General de Atención a la Comunidad Universitaria



Dirección General de Asuntos Jurídicos
 Dirección General de Estudios de Legislación Universitaria
 Dirección General del Patrimonio Universitario



(IMG 1.29) Marcas de la UNAM.
 Cortesía de la Dirección General de Patrimonio Universitario.
 Catálogo completo disponible en <http://www.patrimonio.unam.mx>

3.3. PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio cultural es la herencia propia del pasado de una comunidad, con la que esta vive en la actualidad y que transmite a las generaciones presentes y futuras.

Es el reflejo de la actividad humana que nos documenta sobre la cultura material, histórica y artística de distintas épocas, y que, por su condición ejemplar y representativa del desarrollo de la cultura, es necesario conservar.

La enorme vastedad y riqueza del patrimonio arqueológico, histórico y artístico de México constituye un ejemplo palpable de la pluralidad cultural que le compone.

De ahí que la preocupación por investigar, conservar y difundir tal patrimonio tenga una larga tradición en el país y que desde su fundación haya sido un objetivo prioritario de la política cultural.

Bajo este precepto, la Universidad tiene a su resguardo una serie de piezas arquitectónicas, arqueológicas, documentales y artísticas que en su conjunto muestran el desarrollo de un grupo ligado a una sociedad en movimiento. La conformación de este valioso acervo ha sido consecuencia del estudio de importantes sucesos de la historia de nuestro país.

Con más de 450 años de antigüedad, la UNAM cuenta con un acervo cultural que contempla más de 320,000 bienes.

A continuación se desglosan brevemente los diferentes géneros que le componen:

3.3.1. INMUEBLES

El patrimonio cultural denominado como tangible inmueble está constituido por los lugares, sitios, edificaciones, las obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o de valor relevante desde un punto de vista meramente arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales. Son producciones humanas que no pueden ser trasladadas de un lugar a otro, ya sea porque son estructuras (por ejemplo, un edificio), o porque están en inseparable relación con el terreno (un sitio arqueológico).

Entre los inmuebles que se encuentran bajo el resguardo de la Universidad Nacional destacan el Palacio de Autonomía, la Academia de San Carlos, el Templo de San Pedro y San Pablo, la Escuela de Jurisprudencia, el Antiguo Colegio de San Ildefonso, el Antiguo Templo de San Agustín y el Palacio de Minería.

3.3.2. ACERVOS Y PIEZAS ARTÍSTICAS

Patrimonio Artístico es el término genérico al que cada vez se da más amplitud. Incluye por supuesto el arte pero también se extiende a otras categorías como la arquitectura o la arqueología. Y aunque no siempre homologable con la categoría artística, puede referirse a otros bienes materiales históricos que se pueden considerar patrimonio menor.

Dentro de esta variedad de objetos de estudio y preservación, la Universidad tiene bajo su custodia piezas de valor artístico de diversas índoles, y paralelamente a su valoración hay un gran esfuerzo por su conservación.

Existe amparo sobre acervos de muy diversas categorías, entre ellas pintura de caballete, obra gráfica, escultura, numismática, arte popular, piezas arqueológicas y paleontológicas, entre algunos otros.



(IMG 1.30) Edificio de la Antigua Escuela de Odontología. IISUE/AHUNAM/Colección Universidad, doc 2718.
Fachada del edificio de la Academia de San Carlos, antes Escuela Nacional de Bellas Artes. IISUE/AHUNAM/Colección Universidad, doc 2711.
Antiguo Colegio de San Ildefonso. IISUE/AHUNAM/Colección Universidad, doc 2673.
Edificio que albergó a la Escuela Nacional de Jurisprudencia. IISUE/AHUNAM/Colección Universidad, doc 2706.

3.3.3. LIBROS

El Fondo Reservado Universitario tiene como primer objetivo preservar y organizar los acervos bibliográficos que, por su rareza, limitación de ejemplares o valor, requieren de un resguardo especial, así como estar a la mano de investigadores que requieran el uso de estas valiosas piezas patrimoniales. Este acervo está protegido oficialmente por el Fondo Reservado de la Biblioteca Nacional.

La temática que se aborda es variada: religión, ética, historia, literatura y derecho, entre ellas abundan los incunables de 1493-1500.

En esta colección destacan *La Divina Comedia* de Dante Alighieri, *El tratado del alma* de Aristóteles y *La Esencia Santo Tomás* de Aquino.

3.3.4. MÁQUINAS E INSTRUMENTOS

El valor que han adquirido ciertas máquinas e instrumentos es el de auténticas obras de arte gracias al cuidado y belleza con la que fueron ejecutadas. Entre las que deben mencionarse son algunos relojes astronómicos y telescopios de gran mérito.

3.3.5. FILATELIA

La filatelia es la afición por coleccionar y clasificar sellos, sobres y otros documentos postales, así como por estudiar la misma historia postal.

Tiene una valiosa función al dotar de un gran sentido de filiación a estos objetos, puesto que en los sellos queda plasmada y representada parte de la historia del colectivo, mediante figuras de personajes ilustres, monumentos, arte y

símbolos, cualquier elemento merecedor de un reconocimiento por parte de la comunidad.

El Correo Mexicano a través de sus emisiones conmemorativas, da a conocer la historia de nuestro país plasmando en estos pequeños trozos de papel sus diseños, las cuales pueden considerarse verdaderas obras de arte.

En el caso particular de la Universidad, este campo es sumamente fértil. Muestra fiel de que la institución representa una piedra angular de la vida nacional y de que su participación siempre ha sido activa, incluso motivadora de su evolución.

Muestran directa o indirectamente la vida universitaria, sus aportaciones a la nación y las grandes personalidades que ha forjado o han desfilado por sus aulas.

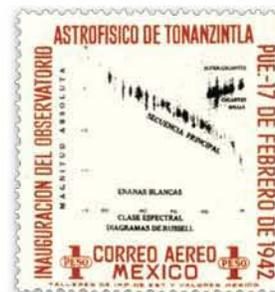
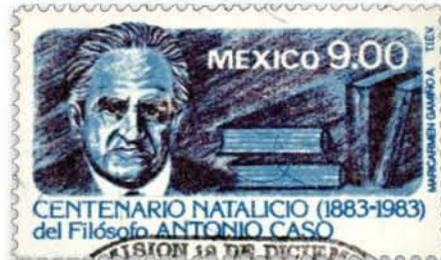
Vale la pena recalcar, por ejemplo, que la emisión *PRO UNIVERSIDAD* de 1934 sirvió para recaudar fondos para la Autonomía de la Universidad. Se trata del único caso en 160 años de historia postal en la que el producto de la venta de una emisión de correos se ha destinado a una causa específica.

Entonces, se puede decir que la Filatelia ha podido contribuir a forjar esta gran institución siendo un medio habitual de sus expresiones, motivo por el cual es oportuna su revisión para el presente proyecto.

A continuación se presenta una pequeña pero interesante recopilación de timbres postales emitidos a lo largo de los últimos 75 años por las autoridades postales de México, como muestra de la riqueza visual de sus composiciones.







(IMG 1.31) La UNAM en la Filatelia Mexicana. Cortesía del Portal Oficial de los Festejos de los cien años de la Universidad Nacional Autónoma de México URL: <http://www.100.unam.mx/historia/filatelia> Consulta: 06/08/2011



(IMG 1.32) Murales de Ciudad Universitaria. a. La Superación del Hombre por medio de la Cultura. b. El Retorno de Quetzalcóatl. c. Fechas en la Historia de México. d. Nuevo Símbolo Universitario. Cortesía del Portal del Campus Central de la Ciudad Universitaria Patrimonio Mundial. www.patrimoniomundial.unam.mx. Fotografías de Paola García y Gilberto Marquina.

3.3.6. MURALISMO

La pintura mural en nuestro país tiene tradición desde los tiempos remotos del pasado indígena, continuando en las primeras épocas de la Nueva España y luego en el movimiento neoclásico. Pero ha sido quizás durante la primera mitad del siglo XX la gran cúspide expresiva del movimiento artístico. La aparición de grandes pintores cuya obra fundamental se encuentra realizada en escala monumental sobre los muros de los edificios públicos es, hoy por hoy, uno de los mayores y más importantes acontecimientos culturales de México.

En el año 1922 se inició el formidable movimiento de la nueva pintura mexicana, que se caracterizó desde su nacimiento por tres valores fundamentales: lo nacional, lo popular y lo revolucionario.

En la conjunción de los tres ideales, logró el movimiento una fructífera cohesión. No resulta exagerado afirmar que entre todas las artes mexicanas contemporáneas, el muralismo libró desde su inicio la más abierta, valiente y fructífera batalla por la libertad de expresión, que es a fin de cuentas, la libertad de creación.

Es indudable que el muralismo mexicano es fruto de las condiciones producidas por la revolución agraria-democrática-burguesa iniciada en 1910, pero el pensamiento avanzado de sus mejores artistas le permitió sobrepasar el marco ideológico de la Revolución Mexicana y llegar a obras que son ejemplos cumbres del realismo de nuestro tiempo.

Se apoyaba en manifiestos sobre los valores de la raza (nuestra raza), especialmente en lo indígena, para exaltar su peculiar talento para crear belleza y consideraba su tradición como nuestra posesión más grande. Interesaba la tradición por ser expresión colectiva, pues el objetivo principal era socializar el arte y borrar el individualismo por burgués.

Y es precisamente su encuentro con la Universidad un factor importante, por medio de José Vasconcelos, quien fue un decidido impulsor y auspició la pintura mural, primero como rector de la Universidad y después como Secretario de Educación Pública.

Retomando la vieja confianza liberal en la educación como motor del progreso, es que se echó a andar un ambicioso proyecto educativo,

en el cual el arte desempeñó un papel sumamente relevante. Fue así como Vasconcelos ofreció los primeros muros a los pintores mexicanos. La Escuela Nacional Preparatoria no fue el primer edificio en llenarse de color, pero sí fue el más importante al constituirse como el laboratorio del movimiento. Ahí los artistas experimentaron con técnicas, forma, color, espacio y con nuevas temáticas.

El primer encargo lo recibió Diego Rivera, a quien asignaron los muros del bello Anfiteatro Bolívar. Con el tema de *“La creación”*, realizó una obra en la que la influencia europea apenas deja ver los sutiles intentos de encontrar formas expresivas enraizadas en nuestra realidad.

Sin embargo, el proyecto de mayor relevancia fue la Ciudad Universitaria, que pretendió una integración plástica en la que pintura, escultura y arquitectura se fusionaran con el paisaje en una gran síntesis estética. Representaron una muestra de modernidad al momento de la inauguración del campus.

Fueron varios los pintores que participaron: el mismo Diego Rivera, Juan O’Gorman, José Chávez Morado, Francisco Eppens, David A.



(IMG 1.33) La Creación, 1922-1923, de Diego Rivera, Encausto y Pan de Oro. Anfiteatro Bolívar, Antiguo Colegio de San Ildefonso.

Siqueiros, entre otros, además de un extenso equipo de arquitectos. El conjunto, organizado a partir de anchas explanadas que recuerdan a las precolombinas, logra una gran armonía.

Conviene repasar e ilustrar algunos de los ejemplares más importantes e indagar en los ideales que guardan y las técnicas que conllevan:

3.3.6.1. LA CREACIÓN (DIEGO RIVERA)

Mural inaugurado en el año de 1922.

Se trata del primer mural de Rivera en México, pintado a la encáustica en el Anfiteatro Bolívar de la Escuela Nacional Preparatoria, sede del evento de inauguración de la Universidad hacía algunos años atrás.

Se trata de una composición con una marcada influencia bizantina en la que convergen cualidades estéticas y filosóficas alentadas por el pensamiento de José Vasconcelos, que como ya se ha repasado, resulta el personaje que dota de identidad a la Universidad en muchos sentidos, entre ellos el arte mural como medio fundamental de la expresión universitaria.



(IMG 1.34) Costado oriental del Estadio Olímpico Universitario. de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream.

La obra fue realizada a la encáustica -técnica a base de resina copal emulsionada con cera de abeja y una mezcla de pigmentos fundidos con fuego directo- en el muro del proscenio y en lo que fue la concha acústica de un órgano monumental colocado en 1910 y que probablemente desapareció durante los años de la lucha armada de inicios del siglo.

Otro órgano de menor tamaño ocupó el espacio aproximadamente desde los primeros años de la década de los veinte hasta las postrimerías de los años cincuenta.

En la parte central superior del mural, un semicírculo azul contiene la luz primera o energía primaria que es proyectada en tres direcciones. Dentro del nicho destaca la célula original, de donde surge la figura del hombre o pantocrátor, cuyos brazos abiertos en cruz siguen las directrices principales de la obra.

Entre el follaje del árbol de la vida se encuentra un hombre alado, un águila, un león y un toro, integrantes del tetramorfo de la tradición judeocristiana y símbolos de los evangelios en referencia al Verbo, principio de todo.

3.3.6.2. LA UNIVERSIDAD, LA FAMILIA MEXICANA, LA PAZ Y LA JUVENTUD DEPORTISTA (DIEGO RIVERA)

En el costado oriental del Estadio Olímpico Universitario se encuentra este mural de Diego Rivera.

En la construcción de este relieve en piedras de colores naturales se muestra el escudo universitario, con el cóndor y el águila sobre un nopal. Bajo sus alas extendidas, Rivera colocó tres figuras que representan a la familia: el padre y la madre entregando con empeño la paloma de la paz a su hijo.

En los extremos de la composición se hallan dos figuras gigantescas que corresponden a unos atletas, hombre y mujer, que encienden la antorcha del fuego olímpico. En la parte inferior, una enorme serpiente emplumada, la imagen simbólica del dios prehispánico Quetzalcóatl, complementa la obra.

Se trata de un trabajo incompleto. Diego Rivera tenía pensado cubrir toda la parte exterior del estadio con diseños parecidos a este, pero la muerte del artista lo impidió.

3.3.6.3. MURALES DE LA ESCUELA NACIONAL PREPARATORIA

Los “Murales de la Escuela Nacional Preparatoria”, también llamado Antiguo Colegio de San Ildefonso, son un conjunto de 22 murales pintados durante el período que comprende entre 1923 y 1926, realizados sobre la pared norte, en los tres pisos que dan al Patio Grande y en el cubo de la escalera del edificio.

Se trata de un histórico lugar, antiguo palacio de la Compañía de Jesús y joya de la arquitectura barroca mexicana, donde desde 1867 funcionara la Escuela Nacional Preparatoria, en el cual se pueden comprender los orígenes y primera evolución del muralismo mexicano, tanto desde el punto de vista técnico como temático: la conquista, la colonización y la Revolución Mexicana, entre otros temas.

Los primeros murales que se realizaron en la planta baja del edificio revelan la búsqueda de la forma para expresar la opresión del hombre por el hombre, la simbología de la maternidad o de figuras heréticas del cristianismo.

Los estudios de estos murales nos muestran un trazo académico que poco a poco va soltando amarras y que, ya en la pared y bóveda de la escalera, sufre una metamorfosis afortunada liberándose hábilmente de acartonamientos y manierismos.

Los frescos plasmados en la planta baja son *El banquete de los ricos*, *La trinidad revolucionaria*, *Cristo destruyendo su cruz*, *Juventud*, *Los elementos*, *Tzontémoc*, *La lucha del hombre con la naturaleza* y *Maternidad*.



(IMG 1.35) Muro Sur de la Biblioteca Central, de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream.

3.3.6.4. REPRESENTACIÓN HISTÓRICA DE LA CULTURA (JUAN O'GORMAN)

Juan O'Gorman, el creador de este importante edificio, fue también el hábil diseñador del asombroso mural que le rodea completamente por todos sus frentes, a base del uso de finos mosaicos de piedras que revisten una de las edificaciones más emblemáticas de la Ciudad Universitaria.

Cada lado del inmueble tiene un singular significado, cuyo conjunto compone esta majestuosa obra, de los cuales es interesante hacer un breve repaso y análisis de sus formas, expresiones y representaciones:

• MURO NORTE (El pasado prehispánico):

La escena que aparece en la parte central de la composición recrea la fundación de Tenochtitlán, que tuvo lugar en el islote donde, de acuerdo a una leyenda, la tribu nómada de los mexicas descubrió un águila posada sobre un nopal que les hace entrega de la tierra, simbolizada por una serpiente. Como testigos, dos señores presiden la escena, el origen y la esencia de la gran ciudad capital de los mexicas. En la parte más alta de la mitad izquierda, junto al sol, aparece el dios benéfico Quetzalcóatl, que lleva en su cuerpo ondulante las mazorcas de maíz y las vírgulas enlazadas que simbolizan el fuego, factores fundamentales en las culturas de Mesoamérica.

• **MURO SUR (El pasado colonial):**

Esta pared está marcada formalmente por la distribución de figuras a partir de una faja o columna de motivos centrales, y de dos grandes discos a los lados; propone una visión del mundo europeo en conjunción con el indígena, y desarrolla el esquema del mundo colonial novohispano. En los vértices derecho e izquierdo se repiten motivos de la luna y el sol, próximos a series de formas que recuerdan imágenes de los mundos prehispánico y colonial. Las dos grandes circunferencias simétricas que resaltan en los dos campos laterales, hacen alusión a la concepción heliocéntrica de Copérnico y geocéntrica de Ptolomeo, presentando en sus centros las figuras de la Tierra y el Sol según dichas teorías, y rodeadas respectivamente por los signos del zodiaco y de las constelaciones. Debajo de estos discos se ven, en el mismo orden, el plano de la antigua Tenochtitlán, en la versión del mapa de Nuremberg de 1525, y la imagen del águila que cae, recuerdo de Cuauhtémoc, el último gobernante mexicana. En un lado de la porción izquierda se observa un escudo de León y Castilla, las dos casas reinantes de la España medieval, que se unen precisamente en los años del descubrimiento del Nuevo Mundo.

• **MUR ORIENTE (Mundo contemporáneo):**

El átomo en el centro de la nueva cosmovisión, aparece como el principio generador de la energía vital de los vegetales, las aves, los peces, los reptiles, el hombre y de la energía potencial de los minerales. Muestran en la parte superior dos símbolos referidos a la realidad histórica del mundo contemporáneo: la estrella roja del socialismo y el libro abierto de la cultura. El lado izquierdo presenta al mundo obrero, industrial, transformador, y lo pone al mundo rural como tradicional y conservador. En el lado derecho se vislumbra la imagen de la casa tradicional del

campesino mexicano, los frutos de la tierra y una pareja de indígenas con su vestido típico, que sirve de marco a la presencia del caudillo Emiliano Zapata, quien avanza a caballo acompañado de un revolucionario que enarbola una bandera con el lema que identificaba la lucha agraria de ese caudillo, "*Tierra y Libertad*".

• **MURO PONIENTE (La Universidad y el México actual):**

En la parte central, por encima del paisaje del Valle de México, domina en la composición el escudo de la Universidad Nacional Autónoma de México. Arriba y a la izquierda, en las páginas de un libro abierto, aparecen las iniciales de la Biblioteca Nacional y en el lado derecho, a la misma altura, están en un pergamino las de la Hemeroteca Nacional. La porción derecha de refiere a las diversas áreas en las que participa la Universidad: La ciencia, la técnica y el deporte; esta última actividad representada por lo aros olímpicos y la leyenda de la ciudad de París, ya que fue en este lugar donde México y los deportistas universitarios participaron por primera vez. Este espacio tiene como objetivo reforzar la presencia de la Universidad en el México contemporáneo. Algunos símbolos hacen referencia al mundo actual y a la actividad cotidiana de los universitarios: sugieren dos actitudes, el estudio y la recreación; la creación del conocimiento y el entretenimiento también creativo y propositivo.

Es esta una breve descripción que descubre los valores que atesora esta emblemática obra de enorme valor arquitectónico y artístico para la Universidad. (20)

(20) Basado en Haupt, Cecilia. "*Acerca de la Biblioteca*". Portal de la Dirección General de Bibliotecas, UNAM URL: <http://bc.unam.mx/murales01.html> Consulta: 09/09/2011

3.3.6.5. LA VIDA, LA MUERTE, EL MESTIZAJE Y LOS CUATRO ELEMENTOS (FRANCISCO EPPENS)

Representando la concepción cosmológica y teogónica humana de nuestros ancestros indígenas, simbolizada en la vida y la muerte, los cuatro elementos (agua, aire, fuego y tierra), así como el mestizaje, es que el artista Francisco Eppens realizó en cerámica vidriada el mural de la Facultad de Medicina.

De una forma simbólica, sintética y decorativa muy amplia y visible a gran distancia es que se gesta otro de los murales más emblemáticos de la Universidad.

La idea de la creación de esta obra surge en 1953, a petición del arquitecto Roberto Álvarez Espinosa, por lo que Francisco Eppens tiene la idea de crear un mural a la intemperie para la Ciudad Universitaria, el cual sería todo un reto, debido a su curvatura, en una gran fachada que dominaba una plaza de dimensiones ciertamente espectaculares.

Las figuras principales de este mural podían resultar por su tamaño demasiado agresivas, por lo que a corta distancia se elaboró una composición concéntrica, colocando los elementos mayores en una periferia reduciendo de esta forma la escala de los elementos centrales.

Es así que se observa la representación de una serpiente que se muerde la cola, como símbolo de la eternidad que encierra a toda la composición, junto a una calavera que devora a la mazorca de maíz de la cual se dice, según la tradición indígena, se formó prácticamente del primer ser humano.

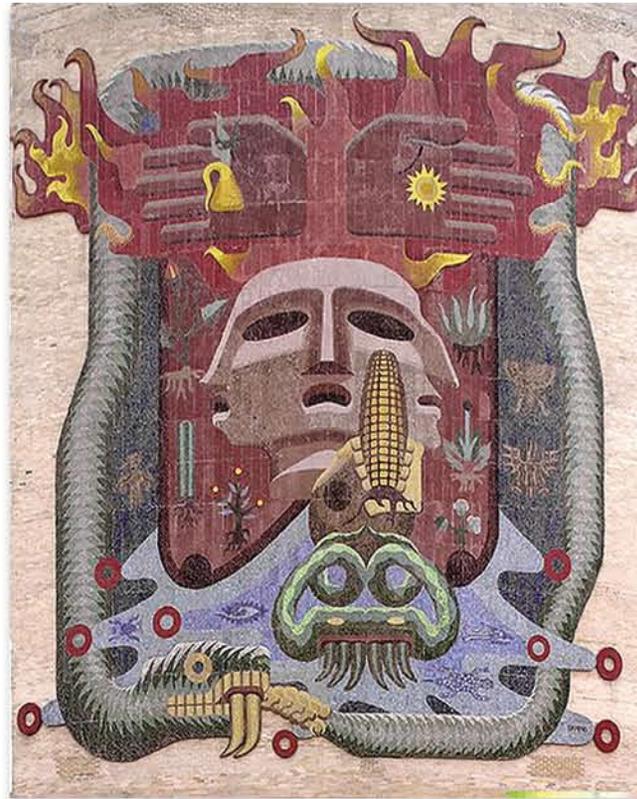
Los cuatro elementos y su fusión están representados de la siguiente manera:

- El **agua** está simbolizada en la parte inferior por ondas armadas de discos de jade; el chalchihuitl que simboliza para los prehispánicos la idea de lo precioso. El rostro de Tláloc, dios del agua, mostrando sus ojos serpentinos y las fauces atrigadas que lo caracterizan en medio de diversos seres acuáticos como el caracol, pez, pulga de agua y ajolote.

- El **aire**, ubicado en las franjas laterales en azul oscuro, pueden apreciarse mariposas, al águila y cozcacuhtli o “zopilote real”, importantes figuras representativas de la mitología azteca, que por mucho tiempo fueron la fuente de inspiración de los códices indígenas.

- La **tierra**, en el centro y parte superior, simbolizada por los senos flácidos, exhaustos de “amamantar vida a los dioses y a los hombres”, de la Coatlicue (la madre tierra precolombina), en cuyo seno se nutren los árboles y las plantas, que por su forma de presentarse en el mural, parecen inspirados en el códice de la Cruz Badiana. Por encima del rostro de Tláloc aparece de perfil la imagen de la muerte, de entre sus dientes emerge una espléndida mazorca de maíz, símbolo de vida.

- El **fuego** está expresado en la parte superior por las llamas de los soles mayas. El centro del mural lo ocupa una gran cabeza de apariencia escultórica constituida por la unión de tres rostros, el de la madre indígena a la izquierda, el del padre español a la derecha y en medio el rostro del hijo mestizo; es decir, se trata del México actual, idea muy parecida a la de Diego Rivera en el Estadio Olímpico.



(IMG 1.36) Facultad de Medicina de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream.

- Finalmente, como el correspondiente quinto elemento está representado el **Mestizaje**, que se encuentra sintetizado en la cabeza donde aparecen dos manos extendidas que recuerdan el tremendo collar de Coatlicue. En la palma de la mano al lado respectivo del rostro de la madre indígena, está una semilla en germinación y en la palma de la otra mano, representando el rostro del padre hispánico, se observa el polen fecundador. (21)

(21) Basado en: Torices, Ana Lilia. “*Simbolismos de la vida y la muerte en el mural de la Facultad de Medicina*”. Gaceta UNAM (04/11/1993).



(IMG 1.37) Fragmento del mural “La Conquista de la Energía” de la Colección 100 Años Universidad Nacional's photostream

3.3.6.6. LA CONQUISTA DE LA ENERGÍA (JOSÉ CHÁVEZ MORADO)

“*La conquista de la energía*” es el mural pintado por José Chávez Morado en 1952, sobre la cara norte del Auditorio Alfonso Caso (antigua Facultad de Ciencias) y Unidad de Posgrado.

La pieza es una composición mítica y simbólica que ilustra la lucha del hombre por hallar una fuente vital desde el descubrimiento del fuego a la fisión del átomo. En el lado izquierdo están representados 3 hombres desvalidos y asustados, envueltos en sus propios brazos, ya que un mundo de tinieblas los rodea, significado por la muerte y un felino de la noche.

Sin embargo, con el descubrimiento del fuego el hombre logra desgarrar la oscuridad y, entre los resplandores del elemento esencial, enciende sus antorchas en la hoguera iluminando así su presente y señalando el sendero del futuro a los demás que lo acompañan. (22)

(22) Basado en: s/a. Mural La conquista de la Energía. Artículo publicado en la página de Dirección General de Personal, UNAM. URL: www.personal.unam.mx/dgpe/mural.jsp Consulta: 18/09/2011.



(IMG 1.38) "El Pueblo a la Universidad, la Universidad al Pueblo". Compendio.

Cortesía AHUNAM, Colección Universidad y del Portal del Campus Central de la Ciudad Universitaria Patrimonio Mundial. www.patrimoniomundial.unam.mx. Fotografías de Paola García y Gilberto Marquina.

3.3.6.7. EL PUEBLO A LA UNIVERSIDAD, LA UNIVERSIDAD AL PUEBLO POR UNA CULTURA NACIONAL NUEVO HUMANISTA DE PROFUNDIDAD UNIVERSAL (DAVID ALFARO SIQUEIROS)

Iniciado en 1952, fue inaugurado el 22 de marzo de 1956. Se trata de un conjunto de relieves en cemento recubiertos con azulejos coloreados de diferentes tamaños, trazados sobre el muro exterior sur del Edificio de Rectoría y ocupando una superficie de 304.15 metros cuadrados. Es interesante hacer una breve crónica sobre el desarrollo de estas magníficas obras para comprender sus interesantes connotaciones.

Tres eran las aplicaciones de escultopintura que Siqueiros debió hacer en Rectoría: en el muro norte quedaron trazadas dos manos dirigidas hacia un libro abierto; sobre un alto paramento del muro oriente, también en etapa de trazado, quedó un nuevo símbolo universitario de la ciencia. La periodista Elvira Vargas describió a

Siqueiros en estos trabajos: *"Lo veía moverse de un lado a otro, colocándose en los diversos vértices de todos los ángulos, a fin de observar la impresión óptica producida por las figuras de uno de sus murales. Daba instrucciones a Federico Canecí y a Luis Arenal para enmendar, prolongar o cortar una línea, una circunferencia. Siqueiros busca sobre el terreno mismo la mejor proyección: imagina sus enormes figuras y el tono de sus colores a distancia, colocándose en el plano del espectador"*. (23)

En declaraciones a la historiadora Raquel Tibol, Alfaro Siqueiros precisó su concepto sobre la escultura: *"Lo que yo pretendo, en verdad, es una escultura de cuatro dimensiones, cosa que se logra al combinar la escultura con la pintura en el plano (...) Como mi vuelta a la escultura policromada está sujeta a un deseo de integración plástica, he sentido la irrenunciable*

(23) Vargas, Elvira. "Sin título". Revista Hoy (26 de julio de 1952).

necesidad de hacer ese aporte de alcance óptico al que me he referido; siempre he opinado que la repetición que no agrega un elemento más a la suma ya efectuada resulta estéril en todo sentido." (24).

La intención de Siqueiros era representar al hombre de ciencia, al humanista y al creador artístico entregando a la nación el futuro de sus esfuerzos, para que los trabajos de la tierra, de la industria y la cultura gocen del progreso que reporta el conocimiento, (siendo esta una descripción bastante escueta ya que la obra refiere una connotación mucho más profunda). Lo que se observa sugiere una significación similar, pero no idéntica. Es la imagen del estudiante de origen proletario, alerta y consciente, con sus brazos extendidos en gesto fraternal e imperativo, indicando (¿por qué no exigiendo?) al artista, al sociólogo y al científico que su

(24) Tibol, Raquel. "Sin título". Revista Hoy (3 de marzo de 1956).

camino debe ser el del pueblo, representado en último término por los estudiantes amparados por los símbolos patrios, para resguardar y defender sus atributos. La ansiedad, el fervor que expresa la figura del estudiante, contrastada con la serenidad de aquellos que avanzan para ofrendar los frutos de su saber. Organizados en el movimiento y calculados para que el espectador, al desplazarse, les devuelva el movimiento que las originó. Las representaciones de las figuras no tienen tampoco una significación estética que remitan a ideales concretos.

Según el ángulo desde el cual se observe parecen aceptar o resistirse a la invitación del estudiante, escuchar con simpatía su llamado o recibir con indiferencia su optimismo desmedido. El contraste de las formas logra expresar la contradicción del tema propuesto. Tras la experiencia festiva por el reflejo de la luz en el mosaico, el mural de Siqueiros no resulta una huida de la quemante realidad; sus signos no son abstractos ni sus figuras inofensivas; sus símbolos no han resultado convencionales e inocuos a la vez.

El asunto desarrollado tiene la virtud de ser contemporáneo. No se trata de alegorías ni de un sistema de estas, es el análisis de la realidad a la que ha llegado para participar activamente. Por estas razones el mural de Siqueiros termina por traspasar el límite de lo decorativo, cobrando en cierta medida la trascendencia a la que aspiraba el artista. En el aspecto formal él se plantea un problema que había inquietado tempranamente a la vanguardia europea, en especial a los denominados cubistas, quienes en ese sentido no superan la etapa de las proposiciones teóricas: dotar a las esculturas de efectos que se creían exclusivos de la pintura. Fiel a los fundamentos del arte monumental mexica-

no, piensa que la decoración integrada a una obra arquitectónica debe contener, de forma clara y definida, elementos humanísticos, para no ser arquitectura misma sino el complemento artístico que articule la funcionalidad específica de los ideales que tienen o deberían tener los seres que habitarán el edificio.

Clasificado en primer término el esfuerzo colectivo por un arte monumental, cuya articulación social es más directa en cuanto se sitúa en el exterior, debemos reconocer que el mural de Siqueiros, novedoso dentro de su producción personal y de toda la producción artística, es la experiencia más valiosa para la conquista de un estilo y una significación que resultan auténticamente actuales. (25)

3.3.7. CIUDAD UNIVERSITARIA

La Ciudad Universitaria fue proyectada hacia la década de 1940 para reunir en un espacio único las diversas escuelas y facultades de la UNAM, hasta entonces dispersas por toda la capital, la gran mayoría dentro del espacio que abarca el Centro Histórico. Las obras, que se realizaron sobre varios millones de metros cuadrados de lava volcánica, comenzaron allá por 1949 y se prolongaron tres años.

Los arquitectos Mario Pani, Enrique del Moral y Mario Lazo se inspiraron en la arquitectura internacional para erigir edificios con volúmenes cúbicos y prismas de vidrio, y enriquecieron esa visión funcionalista-racionalista con una lectura de un lugar que la lava volcánica del Xitle había convertido en inhóspito. De esta manera se completó un ciclo de trabajo que se inició

(25) Basado en: Tibol, Raquel. "México en la Cultura". Suplemento del periódico *Novedades*, México (25 de marzo de 1956).

en 1943 con la elección de los terrenos del Pedregal de San Ángel y la publicación de la Ley de Fundación de la Ciudad Universitaria; más tarde con el Decreto de Expropiación de 1946, mediante el cual una superficie de seis millones de metros cuadrados pasó a ser propiedad de la Universidad.

Así es como esta área se convirtió en el mayor taller de diseño y experimentación arquitectónica del México moderno.

Durante los siguientes tres años, la actividad de un nutrido y apto grupo de obreros, arquitectos e ingenieros, hizo posible el surgimiento de un centro de docencia, investigación y difusión de la cultura, en el, hasta entonces, árido paisaje que resultaba este sitio.

Una de las principales preocupaciones de los arquitectos y constructores fue la aplicación del concepto de integración plástica. Para ello se invitó a participar en el magno proyecto a algunos de los más notables artistas mexicanos de la época.

Una vez más, como había sucedido treinta años antes en los muros del antiguo edificio de la Escuela Nacional Preparatoria, cuando se plasmó el sentir de la recién ocurrida revolución, la Universidad brindó generosa sus paredes a los artistas para que en ellos se continuara una tradición plástica, que se remonta a varios centenares de años, y que tiene algunas de sus mejores expresiones y modelos en las zonas arqueológicas de Palenque y Cacaxtla.

La temática simbólico-realista usada en los murales, permitió la activación y permanencia actual de valores humanos de trascendencia a nivel global.



(IMG 1.39) Vista aérea CU, 1954
AHUNAM, Colección Universidad, Sección Construcción Ciudad Universitaria.



(IMG 1.40) Vista aérea CU, actualidad
Fotografía de Paola García y Gilberto Marquina.

Entre los temas más destacados encontramos:

- El hombre controlando la energía atómica.
- La dispersión de las religiones.
- La Universidad Nacional en beneficio de la colectividad y la concordancia.
- Los orígenes mesoamericanos de la cultura moderna mexicana.
- La historia de la humanidad, como lección cotidiana de vida.

Por otro lado, en el Campus Central se presenta la convivencia de diversos idiomas plásticos en la arquitectura, que sigue siendo un ejemplo de:

- Tolerancia.
- La importancia del diálogo.
- Concertación de las ideas.
- La riqueza de la diversidad.

El Campus tiene valor estético universal por la coexistencia de las diversas líneas artísticas en su territorio, razón por la es testimonio vivo de la pluralidad que debe existir en toda empresa social. En su interior han convivido y se han apoyado mutuamente los siguientes discursos arquitectónicos:

- **Internacionalismo**
(la Arquitectura Moderna Europea)
- **Regionalismo**
(uso de materiales locales)
- **Rigor de la geometría mesoamericana**
(los Frontones y el Estadio)
- **Abstraccionismo**
(planta de conjunto y disposición de jardinería)

Hace más de medio siglo fue erigida pensando en una población de unas 25.000 personas, con una extensión original de 2 millones de metros

cuadrados; pero actualmente es de más de 3 millones con todo y la reserva ecológica que alberga y con una afluencia de casi 150.000 visitantes diarios. Es necesario decir que continúa siendo plenamente funcional, ya que, en los años 70, se construyeron dos ciudades más sobre sus terrenos: una de investigación científica y otra de investigación de humanidades, además de un centro cultural.

El nacimiento de la Ciudad Universitaria fue además un detonante del crecimiento urbano del Distrito Federal en la segunda mitad del siglo XX, pues se hicieron y ampliaron avenidas como Insurgentes, una de las más importantes y emblemáticas de la capital.

Representa un ejemplo único del modernismo del siglo XX, en el ámbito de la arquitectura, la ingeniería, la ordenación territorial y las artes.

Un modernismo que, además, se inspira profundamente en las tradiciones mexicanas. Entre sus mayores atractivos tenemos edificios muy interesantes, como el primer circuito universitario, donde están la Biblioteca Central, la Torre de Humanidades y el Estadio Olímpico Universitario, que cuenta con capacidad para casi 70 mil asistentes.

También aloja cerca de mil edificios de los cuales 138 son bibliotecas (que resguardan más de 5 millones de libros), una sala de conciertos llamada Nezahualcóyotl, sede de la Orquesta Filarmónica de la Universidad y un espacio escultórico de proporciones colosales. Con sus 18 facultades, 6 escuelas nacionales y 28

institutos de investigación, la Ciudad Universitaria ofrece grandes espacios de estudio y de ocio. Sus plataformas y explanadas a cielo abierto son otro atractivo inmanente, pues recuerdan a las que hallamos en ciudades prehispánicas como Teotihuacán y Monte Albán, áreas que aprovechan los estudiantes como espacios de recreación y encuentro.

En suma, la extensión total del campus universitario es cercana a los 7 millones de metros cuadrados, es decir, unos 7 km o 3.5 millas cuadradas. Eso es más de lo que miden algunas ciudades en Europa e incluso lo que miden algunos de los países más pequeños como el Vaticano o Mónaco.

Como último dato relevante, el 28 de junio de 2007, la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), durante su reunión con sede en Nueva Zelanda, declaró como Patrimonio de la Humanidad al campus de Ciudad Universitaria, destacándolo como *“un conjunto monumental ejemplar del modernismo del siglo XX”*. (26)

(26) Basado en: Universidad Nacional Autónoma de México. (1979) *“La Ciudad Universitaria de México”*. México. Editorial UNAM.

Moral, Enrique del, y Mario Pani. (1979). *“La Construcción de la Ciudad Universitaria del Pedregal. Concepto, programa y planeación arquitectónica”*. Volumen XII de la Colección del Cincuentenario de la Autonomía. México. Editorial UNAM.



(IMG 1.41) Espacio Escultórico. Fotografía de Daniel Rodríguez, marzo 2011.



(IMG 1.42) CU. Patrimonio Cultural de la Humanidad. Fotografía de Paola García y Gilberto Marquina.

4. COMISIÓN UNIVERSITARIA PARA LOS FESTEJOS DE LOS CIENTOS AÑOS

Universidad Nacional Autónoma de México

A pesar de lo descrito a través de las páginas precedentes, que delinean los rasgos de la Universidad, su extensa herencia histórica, su heterogénea y riquísima identidad y el valioso patrimonio cultural que le componen, la conmemoración de los cien años no es un mero festejo ni una excusa para presumir encomiendas o méritos. Al contrario, se trata de un momento de profunda reflexión y de transformación. De progresión y mejora. De evolución y adquisición de mayor responsabilidad para con la sociedad.

Para transmitir tal mensaje y otorgarle la justa dimensión al hecho histórico que estamos presenciando activamente, es que se crea el día 28 de julio del 2008 la Comisión Universitaria para los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional de México.

Su trabajo ha consistido en la integración de un programa de actividades que pretenden, por un lado, enaltecer las admirables contribuciones de la Universidad a México; pero por el otro, y más importante, exalten los valores y principios que caracterizan a la institución, así como fomentar la reflexión sobre el devenir de su papel en el desarrollo del país.

Pero existe una misión extra que se incorpora: la de reforzar y reivindicar la identidad de la colectividad que día a día hace grande a la Universidad con su esfuerzo, dedicación e inestimable compromiso. Si algún valor merece ser fortalecido y protegido, es este. Poder consolidar señas de identidad estrechas hacia dentro de la institución es uno de los valores más importantes en aras de crecer en todos los sentidos hacia el futuro.

4.1. ACUERDO DE CREACIÓN DE LA COMISIÓN UNIVERSITARIA PARA LOS FESTEJOS DE LOS CIENTOS AÑOS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Dr. José Narro Robles, Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, con fundamento en los artículos 1º y 9º de la Ley Orgánica, así como 34, fracciones IX y X, del Estatuto General, y

CONSIDERANDO

Que la Universidad Nacional Autónoma de México es una corporación pública, organismo descentralizado del Estado, que tiene por

finis impartir educación superior para formar profesionistas, investigadores, profesores universitarios y técnicos útiles a la sociedad; organizar y realizar investigaciones, y extender con la mayor amplitud posible los beneficios de la cultura.

Que en el mes de abril de 1910, Don Justo Sierra presentó, primero, la Ley Constitutiva de la Escuela Nacional de Altos Estudios, que formaría parte de la Universidad; después, el día 26 del mismo mes, el proyecto de establecimiento de la Universidad Nacional.

Que a través de un siglo, en la Universidad se han formado cientos de miles de profesionistas,

así como personajes ilustres de la ciencia, las humanidades, la cultura, las tecnologías y las artes de México y de América Latina, además de ser formadora de instituciones.

Que la Universidad Nacional ha sido un factor determinante de la historia política, social, económica y cultural de México y, en virtud de esto, resulta necesario dar cuenta de las diversas aportaciones e impactos que esta Institución ha tenido a lo largo de esta centuria.

Que nuestro país ha sido estudiado y transformado, en parte por medio del quehacer de la Universidad, por lo que ésta ha sido instrumento generoso de movilidad y sin la cual

sería impensable la evolución histórica, social, económica y cultural de México.

Que la Universidad ha cumplido cabalmente con la misión definida en términos de “nacionalizar la ciencia y mexicanizar el saber” (Justo Sierra).

Que en 2010 se cumplen cien años de la Universidad Nacional, lo que representa la oportunidad para que nuestra Casa de Estudios promueva y realice una serie de actividades alusivas a esta conmemoración.

Que esta conmemoración está vinculada a las referidas al bicentenario de la Independencia y al centenario de la Revolución, puesto que la Universidad ha tenido una función relevante en la consolidación de la independencia y en el planteamiento y desarrollo de las aspiraciones sociales que han impulsado el devenir nacional.

En razón de lo anterior, he tenido a bien expedir el siguiente: **ACUERDO**

PRIMERO. Se crea la Comisión Universitaria para los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional Autónoma de México, como la instancia responsable de planear, coordinar, promover y llevar a cabo actividades académicas, científicas y culturales, con el objeto de conmemorar y festejar esta centuria de la Institución.

SEGUNDO. Para el cumplimiento de su objeto, la Comisión estará integrada por:

- I. El Rector, quien la presidirá;
- II. El Secretario General;
- III. El Coordinador de Humanidades;

IV. El Coordinador de la Investigación Científica;

V. El Coordinador de Difusión Cultural, y

VI. Los profesores e investigadores que para estos fines sean convocados por la Comisión, a propuesta del Rector.

TERCERO. La Comisión tendrá las siguientes funciones:

- I. Definir el calendario de actos conmemorativos;
- II. Convocar y organizar investigaciones, estudios, publicaciones y eventos que hayan sido aprobados;
- III. Invitar y establecer vínculos con los integrantes de la comunidad universitaria -profesores, investigadores, técnicos, alumnos, trabajadores y los egresados- que deseen contribuir en la realización de estos festejos;
- IV. Establecer vínculos de colaboración con organismos públicos, otras instituciones educativas, organizaciones del sector privado y de la sociedad civil que quieran sumarse a este programa en México, América Latina y el Caribe, y
- V. Las demás que le sean encomendadas por el presidente de la Comisión.

CUARTO. En función de las características de las actividades conmemorativas a realizar, la Comisión podrá establecer subcomisiones para realizar tareas específicas.

QUINTO. La Comisión se reunirá a convocatoria de su Presidente y sus acuerdos se adoptarán en la forma que determinen sus integrantes.

SEXTO. Los asuntos no previstos en el presente Acuerdo serán resueltos por el Presidente de la Comisión.

TRANSITORIO

ÚNICO. El presente Acuerdo entrará en vigor en la fecha de su publicación en la Gaceta UNAM y sus efectos concluirán el 22 de Septiembre de 2011.

“POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU”

Ciudad Universitaria, DF, 28 julio de 2008
DR. JOSÉ NARRO ROBLES
EL RECTOR

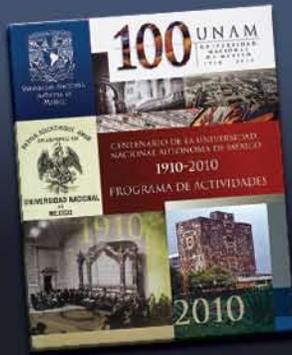
4.2. CONVOCATORIA PARA CONCURSO DE LOGOTIPO CONMEMORATIVO

Como una de las primeras y más trascendentes acciones, el día 31 de julio de 2008 se publicaba la convocatoria dirigida a todos los estudiantes universitarios para la creación del logotipo representativo de los festejos propuestos y organizados por los Cien Años de la Universidad Nacional de México, mismo documento lanzado a través de la Comisión Universitaria para los Festejos del magno evento.

Desde el espacio del diseñador, actos de identidad institucional como la conmemoración de un evento de tales magnitudes llega a significar un área de expresión sumamente atractiva para la exploración y propuesta.

Por ello, como era de esperarse, la respuesta por parte de la comunidad estudiantil no se hizo esperar, en especial de la Escuela Nacional de Artes Plásticas, siendo un escenario idóneo para mostrar el nivel de la disciplina del diseño y las artes que ahí se imparte y así reforzar sus vínculos con el resto de la Universidad.

El certamen significó un espacio de reflexión sobre los diversos sucesos que ha vivido la



(IMG 1.43) Programa de festejos.



(IMG 1.44) José Narro y Sergio M. Alcocer en discurso inaugural. Cortesía Boletín UNAM-DGCS-609, 15/10/2009.

institución a lo largo de este período. Un valor añadido que ha constado es la posibilidad de sentirse realmente incluidos y ser participantes activos de los eventos relevantes que contribuirán a incrementar el valor sustancial de la historia de la Universidad.

Según datos proporcionados, fueron 1,034 las propuestas recibidas desde gran parte de los espacios de la Universidad, permitiendo a los jurados elegidos para la selección de la imagen final una amplísima gama de manifestaciones (y más que nada voces distintas) de lo que encarna esta Máxima Casa de Estudios para su comunidad.

4.3. CEREMONIA DE ARRANQUE

El día 26 de noviembre de 2008 en el Auditorio Carlos Lazo, en presencia de la misma Junta de Gobierno, consejeros universitarios, académicos de área, maestros e investigadores, estudiantes, trabajadores y representantes de los medios de comunicación, el Rector Narro dio arranque formal y público a los trabajos de la Comisión y puso en marcha oficialmente el programa de festejos dedicados a la conmemoración del primer centenario universitario.

Su llamado fue precisamente hacer la cordial invitación a quienes formamos parte de la Universidad a participar creativamente en dicho programa de celebraciones, ya que el reto sería *“tejer las bases de un puente que transite por este siglo y conduzca el destino de la Universidad durante las próximas décadas”*.

Las siguientes son algunas de las palabras que el Rector Narro pronunció en el acto inaugural:

“La Universidad de la Nación cumplirá, en septiembre de 2010, un siglo de existencia; por ello, en nuestra casa nos preparamos para celebrar esa efeméride. Lo haremos revisando el pasado para mirar hacia el porvenir. Lo haremos convalidando los valores que nos caracterizan, para afirmar los principios que definirán a la Universidad del siglo en curso. La conmemoración habrá de servir para valorar lo realizado y, en especial, para anticipar nuestro mañana (...)

(...) en la ceremonia inaugural, el 22 de septiembre de 1910, Sierra reconoció que la Universidad se establecía para atender el bien de todos, a través de la formación de buenos profesionales (...) la misión comprendía

la responsabilidad de preparar a la élite intelectual del país y, simultáneamente, hacer llegar los beneficios de su quehacer a toda la sociedad (...)

(...) A un siglo de distancia, nuestra Universidad puede decirle a México: misión cumplida... porque es fácil documentar todo lo hecho (...) porque en sus registros escolares se encuentran los nombres de los cientos de miles de buenos profesionales, que se han formado en ese lapso (...) Porque en todas las entidades federativas, en la gran mayoría de nuestras localidades, existen huellas de los beneficios que el magno proyecto de la educación superior trajo a México (...) porque sus grandes intelectuales, científicos, artistas y humanistas, han contribuido a incrementar la cultura nacional, y también la internacional. (...) La nuestra, nuestra Universidad, es verdaderamente nacional por la herencia de más de 450 años, por los lazos indisolubles con todos los sectores del país, por el arraigo que tenemos en la sociedad, por formar un mosaico representativo de nuestra realidad (...). (27)

(27) Fragmentos de: Narro Robles, José. “Discurso inaugural. El rector de la UNAM Ciudad Universitaria (Noviembre 2008)”. Boletín informativo universitario, (15/10/2009).

Finalmente convocó a todos los miembros de la comunidad a sumarse al júbilo que genera este centenario, a aportar en conjunto a México, en paralelo, a la evocación del Bicentenario de la Independencia y del Centenario de la Revolución Mexicana.

Asimismo a que se exprese su compromiso y su destino, como parte de la Universidad Nacional, siendo esto *“el faro que conducirá la organización de nuestras celebraciones”*. (28)

Tales palabras dedicadas a sumar a todos los componentes de la Universidad, pero también de la nación para fines comunes, contienen el vigor y la solidez de un proyecto en marcha y que a partir de su primer centenario se verá mayormente reforzado.

Hay que señalar que se evocan ampliamente para el desarrollo del presente proyecto ya que serán convenientemente las bases que dictarán rumbo al diseño y los sustentos teóricos que le avalarán.

El siguiente capítulo estará enfocado al desarrollo de las formulaciones que permitirán conjugar los valiosos datos recopilados y encauzarlos a la creación del logotipo conmemorativo, aquel que dará constancia de los trascendentales hechos que enmarcan los primeros cien años de la gran Universidad Nacional Autónoma de México.

(28) Fragmento de: Narro Robles, José. *“Discurso inaugural. El rector de la UNAM Ciudad Universitaria (Noviembre 2008)”*. Boletín informativo universitario, (15/10/2009).

II. MARCO TEÓRICO: IDENTIDAD E IMAGEN INSTITUCIONAL

Suele darse por sentado que, además del saber empírico, en el diseño o sobre el diseño existen muchas teorías. Sin embargo, y debates aparte, es indudable que el diseño es una herramienta valiosa para la creación de valor funcional y emocional, lo cual redundará en un mejor entorno y proyección de la organización, en el actual caso la institución educativa más importante del país, que emite cierto tipo de comunicación por diversos canales destinados a ello.

Quizás es apropiado aclarar que el concepto “institución”, dentro del contexto de esta reflexión, debe ser entendido –en el sentido más amplio y constructivo–, como una entidad organizada que emprende acciones sobre un público, una audiencia o una colectividad, y con ello introduce cambios e innovaciones en su entorno social.

En este sentido, el término institución puede ser aplicable a conceptos tan distintos como lo es una industria, una entidad comercial, financiera, de servicios, cultural o política, un centro de investigación, una administración pública, un gobierno o incluso una nación. Ahora que en el caso del usuario en cuestión, la Universidad Nacional Autónoma de México, como institución educativa que es, sería más adecuado plantearlo bajo tres aspectos: uno referido a su dimensión normativa, otro asociado a su aspecto organizacional, y por último el considerado cultural y simbólico, precisamente al cual será necesario hacer una revisión para comprender su dimensión comunicacional.

A partir de estos elementos se evidencia el valor de la investigación desde la cultura organizacional para el estudio de la identidad institucional, ya que se pueden comprender los rasgos o atributos que la identifican, tanto para su público interno como externo, los cuales deben surgir de la esencia de la misma, de sus profundas raíces, logrando que en el diseño se muestre su verdadera “razón de ser”.

Lo cual nos remite a la pregunta: ¿cómo se relaciona el diseño con las ocupaciones productivas asociadas a los rasgos propios de la organización, los que permiten tanto a los individuos como a las instituciones ser caracterizados y reconocidos ante el resto?

En la tarea de determinar y fijar la identidad e imagen institucional en un objeto de comunicación como lo es el logotipo conmemorativo, el acto de diseño es clave y no solamente en tanto recurso que ayuda a discriminar una imagen de otra, sino además como articulador de esfuerzos logísticos. Pero para ello es necesario comprender al diseño como un modelo mental diferente al de un estilismo maquillador o accesorio.

El diseño será más eficiente si es incorporado en etapas embrionarias del desarrollo de una propuesta de valor, de manera que la construcción de su identidad sea coherente con los objetivos y recursos de la organización y relevante ante el escenario competitivo visualmente en el que emerge.

De ser involucrado el diseño de modo más tardío se corre el peligro de convertir el desarrollo de la identidad en un añadido, algo sin raíces ni referencias en la propia historia de la organización ni en sus reales proyecciones y capacidades. Eliminar este peligro para diseñar el alma de una organización, requiere estrategia, método y creatividad.

De acuerdo a la reflexión anterior, es de gran importancia entender de qué forma se construyen los rasgos propios que conforman una identidad, concretamente en el caso de las organizaciones a las cuales pertenece el usuario del proceso de diseño a implementar.

Luego definir de qué forma se inserta precisamente el diseño en ello, lo cual procura ser una significativa aportación del actual escrito.

1. DEFINICIONES

1. Identidad e Imagen Institucional

En el subcapítulo en curso se ofrecerán reflexiones que se dirigen a la importancia del estudio de la Identidad e Imagen Institucional para que la institución pueda asumir los retos que significan el proyectar y fijar la comunicación destinada a conmemorar un hecho trascendental de la vida universitaria como lo es su centenario.

Desde el punto de vista teórico-metodológico se aborda la conveniencia de estudiar la identidad a partir del reconocimiento de la cultura organizacional y delimitando adecuadamente el alcance del término.

1.1. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR IDENTIDAD?

La identidad es un constructo, una invención, *“un objeto ideal, es decir un objeto cuya existencia depende de la mente de un sujeto”*. (29)

Cada persona construye la identidad de un ente en función de las pistas disponibles, lo que percibe, lo que sabe y lo que la comunicación que procura hace y dice por él.

La identidad de una organización se encuentra representada por los rasgos y atributos que le caracterizan ante sus miembros y su público, o sea, las características que la misma asume de modo consciente o inconsciente y que le sirven como elemento diferenciador para que se reconozca a sí misma y pueda expresarse con libertad hacia todo lo que la rodea, es decir, determina los principios de comunicación con los que actúa.

Es por ello que el fin con el que fue creada y los valores que la sustentan orientan de modo decisivo su actividad comunicativa.

(29) Magaña Tabilo, Álvaro. *“El diseño en el negocio de la identidad”*. (Artículo publicado en FOROALFA el 31 de mayo de 2010)
URL: <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-en-el-negocio-de-la-identidad>
Consulta: 12/05/2011.

Ahora bien, existe una condición a tener en cuenta. Puesto que el concepto de comunicación institucional se ha desarrollado muy unido al de comunicación empresarial, es claro que las principales estrategias han sido llevadas al terreno comercial.

Es en ese campo donde cada vez se ha dado mayor importancia a la comunicación en la dirección de las empresas y no solamente como un medio de difusión. Sin embargo, a pesar de que el ámbito comercial es en el que más se ha desarrollado, la comunicación institucional se ha aplicado a otras áreas con igual eficacia, respondiendo a la identidad única y propia de cada institución, una identidad que determina el tipo de mensaje, las audiencias, los medios y fines apropiados.

Por ello, la comunicación de una institución comercial se distingue de la realizada por una institución pública educativa, ya que sus identidades específicas conllevan modos propios de obrar -de comunicar- distintos entre sí. Una institución pública también cuenta con ciertas características específicas que la diferencia de las recreativas sin ánimo de lucro, o de partidos políticos. Pero también hay semejanzas comunicativas entre los múltiples tipos existentes.

1.2. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR IMAGEN?

En los tiempos que corren, la palabra imagen es utilizada para definir gran cantidad de cosas o fenómenos. Esto es debido, principalmente, a la polisemia del término, y fácilmente se puede comprobar en los espacios dedicados a imagen en las enciclopedias o diccionarios, en los que existen infinidad de definiciones y cada una de ellas referida al enfoque y la disciplina según se le esté juzgando.

Esta profusión de significados ha hecho que su utilización en el ámbito de la comunicación de las organizaciones, del tipo que sean, también resulte confusa y prueba de ello es la gran cantidad de expresiones acuñadas en ese campo y que queda reflejada en la literatura que existe sobre el tema. Existen varios autores como el caso de Joan Costa, el cual aporta una agrupación de esas expresiones citando: imagen gráfica, imagen visual, imagen materia, imagen mental, imagen institucional, imagen de marca, imagen corporativa, imagen global.

Sin embargo, el problema no es la cantidad de expresiones sino la utilización que se hace de ellas, ya que no siempre se ajustan a lo que realmente es la imagen pública que proyecta y

transmite una organización. Por esta razón, se hace necesaria una aclaración de la expresión imagen institucional aquí referida con asiduidad, no a nivel etimológico, sino más bien en cuanto a su sentido.

Imagen es el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas a partir de personas, productos y servicios, marcas, empresas o instituciones. La imagen es una representación mental y virtual.

Puede haber casos en que una razón lógica y material haya articulado una imagen positiva o negativa, pero esta razón se transforma en todos los casos en creencias y asociaciones; la imagen configurada es siempre un hecho emocional. Todo lo actuado por un individuo u organización articula, poco a poco, la imagen.

Cualquier acto de comunicación construye la imagen por sumatoria de hechos percibidos. La imagen de la institución debe articularse para que esta denote y connote la imagen que se desea. Para este fin se deben usar los atributos necesarios.

1.3. ESQUEMA BÁSICO

El referirse simultáneamente tanto al diseño del logotipo conmemorativo como al concerniente a la identidad o la imagen institucional de la Universidad, es una imprecisión que se pretende aclarar en el presente documento.

Para ello se requiere necesariamente hacer un desdoblamiento de los componentes reales con los que está constituida la organización del usuario, la Universidad Nacional, primeramente

para especificar los factores que intervienen y posteriormente para ofrecer un análisis de cada uno de ellos, buscando plantear las bases sobre las cuales se cimentará el diseño a proponer.

Inicialmente, para acercarnos a una precisión del concepto de “identidad” así como de “imagen institucional” va resultar necesario integrarle a un cuadro de cuatro conceptos respecto a los cuales el genérico de “identidad” o “imagen” van a quedar perfectamente definidos y delimitados entre sí.

1.3.1. REALIDAD INSTITUCIONAL

Se refiere al conjunto de rasgos y condiciones objetivas de la institución, en este caso preciso la Universidad Nacional Autónoma de México.

Para el desarrollo del logotipo conmemorativo es vital analizar los datos, objetivos y hechos reales de la situación en la que se encuentra.

Dicho análisis de la realidad institucional nos permitirá observar claramente los conceptos, objetivos, misión, visión y metas que comprenden a la institución, tomando en cuenta que el desarrollo de esta entidad seguirá la tendencia evolutiva de la misma.

Tal estructura institucional está generada por diversos factores como son la configuración organizativa y operativa, las peculiaridades de su función, su realidad económica y social, la infraestructura en que está sustentada, la integración social interna, la red de relaciones de comunicación interna y externa, incluso la entidad jurídica y su funcionamiento legal, entre otros.

1.3.2. IDENTIDAD INSTITUCIONAL

A diferencia de la realidad institucional, la identidad se debe entender no sólo como un estado objetivo, sino también como un fenómeno de consciencia. En otras palabras, se trata del conjunto de atributos asumidos como propios por la organización, los cuales constituyen el discurso que deberá expresarse por medio de los componentes institucionales que actúan posteriormente.

Tal discurso tiene como fin el generar ciertas formas de auto representación. Es por eso que la identidad institucional debe pensarse no sólo como un estado, sino también como un proceso identificatorio. Así, los proyectos institucionales (el caso actual) en su nivel de auto representación constituyen fragmentos del discurso de identidad de la institución.

El desarrollo de esta identidad es, tanto para el receptor como para el emisor, un mensaje predominante connotado; sólo un volumen mínimo de mensajes de la institución alude de modo específico y directo a su identidad. Además de que esta identidad institucional es un contenido semántico adherido a todo tipo de significantes y que circula, por tanto, por la totalidad de los canales de comunicación propios y derivados de la organización.

A ello se debe que la creciente y pujante necesidad de control de la implementación pública de los signos identificadores se manifieste con más atención al sistema total de mensajes de identificación. De allí nacen los programas de imagen institucional consistentes en el diseño del conjunto de signos y de su modo de aplicación a la totalidad de soportes.

Bajo este cuadro, para desarrollar un diseño óptimo para el logotipo conmemorativo, será importante analizar la misma identidad de la Universidad y su situación histórica, tomando en cuenta que es la institución lo que refleja la posición real de la misma.

Guardan una estrecha relación en el sentido de que la identidad es un ente evolutivo que cambia conforme a la realidad de la institución, lo cual provoca modificaciones consecuentes.

1.3.3. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La comunicación institucional es un factor muy importante debido a que está conformada por el conjunto de mensajes efectivamente emitidos por la institución en su conjunto.

Es necesario recalcar que cualquier organización por sí misma origina y arroja sobre su entorno (de manera consciente e inconsciente, voluntaria o involuntariamente) un determinado volumen de mensajes.

Ahora bien, el propósito de desarrollar tal investigación responde precisamente a la necesidad de analizar y encauzar la comunicación institucional que genera la organización, lo cual permita fortalecer la difusión de mensajes propios y específicos del proyecto.

La manera de tener control de intervención y ejecución de la comunicación del producto a generar es por medio de su correcta inserción en el programa general de diseño de la comunicación gráfica generada por la Universidad, en concreto la desarrollada dentro del programa de los festejos conmemorativos.

1.3.4. IMAGEN INSTITUCIONAL

Como último concepto de las cuatro categorías que definen al usuario, la problemática se posa sobre el eje central del desarrollo del programa: la imagen institucional. Este concepto queda definido en relación con las anteriores formando un sistema.

Cuando hablamos de la imagen institucional se hace referencia a los atributos de identificación que posee la institución ante los usuarios o más ampliamente a la comunidad que será afectada por los mensajes generados.

En otras palabras, nos referimos a su lectura pública, su interpretación, el cómo se percibe desde fuera a la organización.

Por tal motivo, el desarrollo y ejecución del logotipo conmemorativo debe facilitar una lectura pública clara de lo que se quiere comunicar y ofrecer como imagen del programa, de tal forma que cuando el usuario realice su interpretación no tenga ninguna confusión de lo que se está transmitiendo, reciba el impacto deseado, y más importante, se inserte en la dinámica de comunicación institucional de la Universidad.

Bien aclarados los términos teóricos expuestos es que se puede proceder a su articulación en el desarrollo del proyecto, permitiéndonos intervenir en los componentes adecuados con tal de que su integración al sistema de comunicación de la institución sea de la manera más sencilla y beneficiosa. (30)

(30) Basado en: Chaves, Norberto. (1988). *“La Imagen Corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional”*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. pp. 18-33.

1.4. REFLEXIONES SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Así como la identidad institucional constituye una realidad, es necesario un grupo humano estructurado que haya adquirido cierta identidad con la cual sus miembros puedan coincidir y reconocerse como unidad.

De esta manera se comprende cómo dicha identidad no es realmente un fenómeno que existe en abstracto, sino que es construida e interpretada por los sujetos que la forman.

Dicho de otro modo, la identidad individual no es solamente una condición necesaria de la identidad colectiva, sino que descansa inevitablemente en la primera. *“No existe identidad grupal si las personas que integran ese grupo no incluyen de alguna manera en su auto concepto, en su identidad personal, la pertenencia al mismo”*. (31)

La identidad, o los procesos de identidad para las personas y los grupos humanos, constituyen una necesidad, en el sentido de que las personas necesitan ese sentimiento de relativa continuidad subjetiva y armonía que proporciona la identidad personal; asimismo se necesita el sentimiento de pertenencia a determinados grupos humanos, necesidad de arraigo, del bienestar que producen *“los mundos simbólicos compartidos y la buena autoestima. Y los grupos necesitan construir, fortalecer y expresar sus identidades en tanto visiones del mundo, metas y valores compartidos, que los unen en proyectos comunes”*. (32)

(31) Torre de la C. (1995). *“Psicología Latinoamericana. Entre la dependencia y la identidad”*. Cuba. Editorial Félix Varela.

(32) Ibidem

Lo anterior evidencia que la identidad institucional es un fenómeno complejo, mediatizado por la subjetividad individual de las personas que se relacionan con éste; pero a su vez, esta clase de identidad influye en el modo de ser y comportarse de los sujetos, a partir de los significados compartidos y valores que se generan en la organización.

El enfoque de la identidad de una organización puede así definirse como un proceso dinámico, por el cual las aspiraciones y las acciones de los miembros de una organización convergen hacia un determinado atributo, configurando de esta manera la identidad.

Es necesario detenerse en una reflexión complementaria, integrándola como un elemento importante relacionado con esta constante evolución de la identidad institucional, y que es la resistencia al cambio que se produce por lo general en las personas que conforman la organización, ya que, psicológicamente, todo cambio conlleva una pérdida.

Por lo tanto, es crucial que el cambio no sea vivido como imposición individual en situación de autoridad, sino que, por el contrario, se le perciba como consecuencia de las necesidades de una relación interpersonal. Lo cual resulta en una pista hacia dónde deber ser configurada la identidad de índole conmemorativa: incluyente y envolvente de toda la comunidad que la crea y la sustenta.

1.5. FUNCIONES

Bajo la premisa del punto anterior, la identidad institucional se convierte en un problema complejo, de carácter ambiguo por la dificultad de identificar un ente que no es de naturaleza

objetal ni visual, que no está ante nosotros enteramente: esta clase de ente es la institución.

La identidad de la organización es en sí misma un problema para el conocimiento, al concebir a la organización heterogénea y dispersa, que no es un objeto físico que ocupa un lugar en el espacio y que no está limitada por una forma externa que la contiene. La organización, según refiere Joan Costa, *"surge cuando un grupo de emprendedores adopta una actitud, tiene una idea de aquello que piensa emprender, de lo que piensa hacer, de los fines y objetivos que los mueve, del entorno preciso en que la institución se insertará, a la vez que cuenta con un soporte técnico y analiza las necesidades para llevar a cabo el proyecto si hay conciencia del riesgo"*.⁽³³⁾

Estos hombres poseen una cultura personal, un modo de hacer y entender las cosas, una filosofía, una manera propia de razonar. Ideales que serán trasladados de algún modo a la organización y la marcarán de manera especial y única, con objetivos, intenciones y proyectos por realizar.

Puede decirse que la cultura de la organización "nace" realmente con y para ella. Esta cultura se desarrollará y se afirmará como un modo propio de ser y de hacer relativamente estable, para que pueda ser identificada por un público. Es la esencia de la identidad de la organización.

Toda organización es única y su identidad debe florecer desde el interior de sus raíces, de su personalidad, sus fortalezas y debilidades; por tanto, no se limita a aspectos aislados, sino que

(33) Costa, Joan. *"Identidad corporativa y estrategia de empresa"*. Barcelona. Ediciones CEAC. S. A.

se proyecta, sobre todo, lo que la organización es, dice y hace, también lo que deja de decir o de hacer, además de los factores externos.

1.5.1. IMPORTANCIA DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Como ya se ha profundizado en otros párrafos, la imagen es uno de los factores de mayor peso en la actitud final hacia un ente (la institución), y a veces, la imagen por sí sola configura esta actitud. En otros casos es un componente de la configuración de la actitud final. En algunos casos, donde las diferencias con sus similares no son apreciables a simple vista por el público, la imagen es casi el único factor que influye en la toma de una actitud.

En el caso de empresas, la imagen desempeña un papel muy importante, ya que las mismas son juzgadas por la imagen, porque el contacto con ellas es solo a través de los productos. Algo similar ocurre con las organizaciones del tipo público institucional como lo es la Universidad.

Existen opiniones formuladas sobre su estructura, sus funciones, sus integrantes, sin quizás haber tratado jamás con ésta. Sin embargo, se emiten comúnmente juicios de valor sobre aspectos de diversas condiciones expresando solamente la imagen que tienen de los mismos.

1.5.2. ARTICULACIÓN Y COMPONENTES

Analizados los cuatro componentes que abarcan el esquema total a nivel conceptual, es que queda expuesta la sistematicidad propia del mecanismo de identificación de nuestra institución. Este fenómeno permanece íntegro y se compacta para entenderle y estudiarlo como un hecho totalmente semiótico, en el que los

referentes reales (la Realidad Institucional), la identidad en la cual esta se basa, los sistemas de signos que le aluden y la interpretación y lectura social que con los anteriores se edifica, para lo cual Norberto Chaves pone a disposición el término “*semiosis institucional*”. (34)

En esta dialéctica interna los cuatro componentes (lo objetivo a lo proyectual, lo interno a lo manifiesto, a lo expreso, a lo socializado) se producen los procesos de identificación, los cuales se pretenden dirigir hacia los cometidos de la creación de la imagen conmemorativa.

El hecho de tener presentes y comprendidos cada uno de los elementos que componen al sistema institucional de la Universidad, permitirá a la organización encauzar los esfuerzos de comunicación efectivamente y consolidar una imagen que permita la apropiación de los valores de identidad y enaltezca el orgullo de pertenencia y herencia de la que goza la comunidad universitaria.

1.5.3. RELACIONES

Dentro del desarrollo de la imagen institucional a nivel gráfico, y al relacionar los elementos Realidad, Identidad, Comunicación e Imagen institucional, se pueden identificar atributos que tienen en común y otros tantos que los hacen diferentes entre sí, pero que al fin de cuentas logran una fuerte interacción y dependencia mutua, ya que sin alguno de estos elementos el desarrollo de cualquier identidad no sería del todo efectivo.

Retomando el concepto de semiosis institucional, es interesante notar que bajo las relaciones que asocian los cuatro componentes del sistema, son sólo dos de ellos los planos susceptibles



(IMG 2.1) Semiosis artificial y sistema semiótico.
por Norberto Chaves.

de actuación y manipulación, aquellos de índole objetivo: Realidad y Comunicación Institucional.

Al inferirse que la solución que se busca no es ni por asomo la intervención sobre las cualidades objetivas de la realidad de la institución, es decir, modificar sus rasgos y condiciones, es que los esfuerzos se centran en los aspectos de naturaleza semiótica, en su dimensión comunicacional. Comprendiendo lo anterior, también será posible concebir que el adecuado desarrollo de ambos componentes (identidad e imagen) es distinto y no es cometido del proyecto conmemorativo el intervenir tanto en su modificación o progreso, ni tampoco alterar su imagen, sino potenciar sus métodos de comunicación y encauzarles hacia este proceso particular. Vale tener en cuenta que el diseño de imagen institucional no pretende operar “*sobre objetos, sino sobre discursos*”. (35)

(34) Chaves, Norberto. (1988). “*La Imagen Corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*”. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. p. 33

(35) *Ibidem*. p. 37

1.6. LOS PÚBLICOS

Cada uno de nosotros tiene una opinión propia acerca de los atributos y la naturaleza de cada objeto (individual o colectivo) que nos rodea, y naturalmente hay tantas percepciones y creencias como personas.

En este sentido la identidad e imagen institucional es un fenómeno de opinión, que debe gestionarse desde el entendimiento de las tendencias sociales y del estado emocional de las audiencias. De ahí que las organizaciones prioricen y segmenten sus audiencias a fin de poder comunicar eficientemente aquella información que emiten en principio, cómo lo transmiten y fundamentalmente el rol que quieren cumplir respecto a esa audiencia. Esto implica disponer, al mismo tiempo, de elementos que garanticen la consistencia temporal y territorial de su identidad.

Los públicos son portadores de una notable cantidad de sentimientos, emociones y valoraciones que se han formado a través de mensajes conscientes o inconscientes provenientes de diversos orígenes: la educación familiar, su instrucción formativa, la propia identidad. Este bagaje cultural en gran medida determinará si la propuesta proyectual será finalmente admitida o rechazada ya que funge como ley básica.

Estas definiciones deben realizarse con un triple enfoque, en el que:

- Deben entenderse con claridad las demandas latentes y explícitas por parte de la audiencia que va recibir los mensajes generados.
- Deben definirse con honestidad y algo de ambición las capacidades, los recursos, acciones

y comunicaciones que la organización está dispuesta a desarrollar para satisfacer las necesidades de ese público.

- Deben declararse los aspectos concretos que constituyen la esencia de la identidad que va a ser percibida por dicha audiencia, ya sea para diferenciarse y captar una referencia fuerte, basada en sus aspectos únicos e irrepetibles, o para acabar por fundirse en su propia comunicación institucional generalizada.

1.7. COMPONENTES

Como se ha explicado, la identidad e imagen institucional se componen de un sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir -facilitar el reconocimiento y la recordación- de la organización con respecto a las demás.

Su misión es, entonces, diferenciar (base de la noción de identidad), asociar ciertos signos con determinada organización y significar, es decir, transmitir elementos de sentido, connotaciones positivas; en otras palabras, aumentar la notoriedad de la misma, de sus componentes y las relaciones entre sí.

Los signos que integran el sistema de identidad institucional tienen la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales distintas.

Estos signos se complementan entre sí, con lo que provocan una determinada acción sinérgica que ocasiona el aumento de su eficacia en conjunto.

Los signos de identidad son de la siguiente naturaleza:

LINGÜÍSTICA

El nombre de la institución es un elemento de designación verbal que el diseñador convierte en un grafía diferente; un modo de escritura única y exclusiva.

ICÓNICA

Se refiere a la marca gráfica o distintivo figurativo de la institución, cuyo uso proviene de la costumbre ancestral del acto de marcar con una señal indeleble los objetos.

La marca pasa por la heráldica y asume una función más institucional, con lo cual se determina su doble carácter significativo: la marca en su función comercial (marketing), e institucional (imagen pública).

Cualquiera que sea su forma e intencionalidad expresiva, la marca se cristaliza en un símbolo (signo convencional portador de significado), que cada vez responde más a las exigencias técnicas de los medios.

CROMÁTICA

Consiste en el color o colores que la organización adopta como distintivo emblemático.

En tanto que sistema, la identidad se ubica en la disciplina del diseño de programas, el cual ya no guarda relación con el simple diseño de mensajes.

Para el desarrollo del logotipo conmemorativo será pertinente revisar la variedad de signos puestos al servicio de la comunicación institucional para potenciar y facilitar su inserción y fusión con los signos ya existentes.

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA



(IMG 2.2) Componentes de la identidad Institucional de la Universidad Iberoamericana.

2. NIVELES DE IDENTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

Identidad e Imagen Institucional

El diseño de la identidad institucional constituye un sistema complejo de mensajes que puede exteriorizarse en todos y cada uno de los componentes de la institución, desde los que han sido creados y empleados específicamente para su respectiva identificación, hasta aquellos elementos no esencialmente signícos, pero que llegan a connotar rasgos y valores de la entidad.

La consciencia de la función identificatoria de los recursos físicos y no físicos de la institución evoluciona así desde el registro de los más específicos y evidentes, como por ejemplo el mismo nombre que le denomina, hacia los menos específicos, aquellos cuya función signíca se entrelaza con otras múltiples funciones.

A continuación se hará una revisión a los identificadores institucionales que forman parte de la baraja de opciones para desarrollar cabalmente la identidad institucional y cómo ésta se integrará al sistema gráfico que conformará la imagen de la institución.

Cabe destacar que se expondrán agrupados en tres conjuntos: los signos identificadores denominados básicos, ahondando en el elemento crucial del proyecto (el logotipo como recurso designado preliminarmente), los sistema de identificación visual y los programas de identificación integrales.

2.1. SIGNOS IDENTIFICADORES BÁSICOS

Existen varias maneras de catalogarles según el enfoque del autor consultado, sin embargo, se puede establecer que los signos básicos de identificación que constituyen la identidad visual de una organización son el logotipo, el símbolo y la gama cromática. Sin embargo, en este escrito se pretenden explorar todas las facetas que pueden comprender la pluralidad de medios de carácter signíco por los cuales puede ser representada la identidad institucional y conformar íntegramente su imagen.

Para facilitar su estructuración, la cantidad de elementos permite un abanico muy amplio por los cuales optar para lograr una comunicación más eficaz, por lo que no debe presuponerse

que debieran utilizarse necesariamente juntos todos los disponibles para configurar la imagen que proyectará la identidad conmemorativa de la institución.

Tengamos en cuenta que en la operación de simbiosis intervienen las siguientes variables:

- La naturaleza y filosofía de la organización.
- Sector en el que se inscribe (en este caso la educación).
- Tipo de servicios que ofrece (educativos, difusión, docencia e investigación).
- Imagen pública que posee o desea implantar.
- Tamaño de su público (masiva o selectiva).
- Magnitud de la difusión de sus mensajes.

Bajo esta perspectiva, resulta muy importante concientizar este proceso en que se mezclan tales factores para transformarles en recursos físicos (y no físicos también), de los específicos y manifiestos, como lo es el propio nombre de la organización, hacia los no tan concretos.

Para ilustrar el punto de manera detallada, prosigue la exposición de los signos fundamentales y sus respectivos ejemplos (procurando citar casos de instituciones afines al usuario del proyecto) que codifican toda la información que acopian los cuatro componentes que intervienen en la simbiosis institucional.

El orden en que se desarrollan no es relevante según su importancia, sino que la secuencia persiste hacia el componente que interesa en el desarrollo del vigente proyecto: el logotipo.

2.1.1. NOMBRE

Norberto Chaves hace una aportación valiosa con respecto a este primer componente: *“El concepto de identificación institucional puede desdoblarse en dos acepciones claramente diferenciadas”*: (36)

- **Identificación.** En un sentido estricto, el proceso por el cual la institución asume una serie de atributos que definen su naturaleza, el qué y el cómo es.
- **Denominación.** La codificación de la identidad anterior mediante su asociación con ciertos nombres que permitan hacer alusión a quién es la institución.

Interesa reconocer que tales procesos de identificación y denominación se producen bajo mecanismos diversos de tipo lingüístico y por lo tanto adoptan distintas configuraciones.

Dentro de los reconocibles, se encuentran aquellos ilustrados en la columna anexa (del tipo descriptivo, toponímico, simbólico, contracciones y patronímicos). Aún en el caso de que la denominación del usuario está dada, resultará conveniente analizar las opciones disponibles en que puede expresarse el nombre mismo.

Pues cuando el proyecto implica, además de la creatividad gráfica, la propuesta de opciones de posibles nombres para el objeto referente, el diseñador debe llevar a cabo una investigación acerca de lo que se requiere comunicar, así como toda la información que resulte pertinente y relevante.

(36) Chaves, Norberto. (1988). *“La Imagen Corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional”*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. p. 43-44.

DESCRIPTIVOS

Enunciación sintética de los atributos de identidad de la institución.



TOPONÍMICOS

Alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución.



SIMBÓLICOS

Alusión a la institución mediante una imagen literaria.



CONTRACCIONES

Construcción artificial mediante iniciales, fragmentos de palabras, etc.



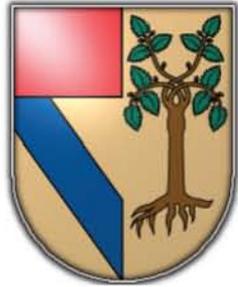
PATRONÍMICOS

Alusión a la institución mediante el nombre propio de una personalidad clave de la misma.



Instituto Simón Bolívar

UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO



(Escudo Universidad Panamericana)

2.1.2. SÍMBOLO

En el diseño de la identidad visual, el símbolo es una representación gráfica materializado a través de un elemento exclusivamente icónico, que identifica a una organización sin necesidad de recurrir a su nombre. Trabaja como una imagen en un lenguaje exclusivamente visual, es decir, universal.

También referidos como imagotipos, suelen sumarse con bastante frecuencia esta clase de signos no verbales a los nombres u otras formas gráficas (como el logotipo, el cual se explicará más adelante), ya que poseen una función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios puesto que, al contar con la cualidad de ser “leídos” sin recurrir a su lectura, en el sentido estrictamente verbal del término, les convierte en imágenes realmente estables y en esencia pregnantes.

Asimismo, tienen la útil capacidad de adoptar características sumamente diversas, pues el único requisito genérico es su memorabilidad y aptitud de diferenciarse de otros signos del mismo tipo.

Los modelos de construcción de un símbolo pueden guardar una plena, una cierta o una nula relación con los hechos asociados objeto al que representa. Tal función dota de complejidad al signo ya que dicho nexo entre este y la idea a la cual remite puede oscilar desde la misma correspondencia convencional e incluso abstracta hasta la referencia más parecida y realista; así como nos ofrecen una amplísima posibilidad de innovación al no estar sujetos a ningún cometido de alusión obligatorio con la figura que simbolizan.



2.1.3. GAMA CROMÁTICA

El color es uno de los medios por los cuales los seres humanos experimentan diversas experiencias según su percepción frente al mismo, y sin lugar a dudas cada uno de ellos genera distintas reacciones neuronales en el usuario.

Sin embargo, nuestra percepción a veces está tan ligada a las vivencias personales y a la individualidad, que su uso en la comunicación es un fenómeno complejo, pues de igual forma varía según el contexto socio-cultural en el que se desarrollen los usuarios. Su buen uso es propio de un buen trabajo de investigación.

La combinación distintiva de colores dentro de la identidad gráfica viene a ser la bandera, en el sentido emblemático e institucional de la palabra, con la que se identifica una organización. Si bien la visualización del nombre se concibe evidentemente en función de la forma, esta no renuncia a enriquecer su fuerza sugestiva y se dirige a la visión cromática. La gama de colores representativa de la organización es un eficaz elemento identificador, portador de una notable carga funcional, también psicológica, puesto que genera sentimientos o efectos reales y demostrables de alegría, tristeza, paz, oscuridad, luz, etc. Por ello resulta de suma importancia para la identidad, ya que conjuntamente con el estilo morfológico en general, forma parte del marco de referencia de identificación.

La buena utilización del color otorga pistas al público para que su mente identifique y posicione la decodificación sobre un rumbo pregrabado en la memoria, ya que el color es de los elementos visuales que más rápido se procesan mentalmente.

Esas pistas son esenciales para continuar profundizando y ensanchando el surco donde guardamos el recuerdo mental de la imagen y desde allí saltar al concepto, sentimiento e información relacionada a la misma imagen.

El color es sumamente informativo en el sentido de que tiene distintos grados de percepción y combinación. Provoca y llama la atención, generando puntos focales, haciendo que el ojo se pose para la interpretación del mensaje.

Tan es así, que existen campos de estudio que demuestran que los colores y asociaciones son generadoras y partícipes del estado de ánimo

de las personas. Campos como la psicología del color se encargan de investigar y analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Así es que se constituye como un elemento fundamental e imprescindible que emprende el proceso comunicacional.



2.1.4. IDENTIFICADOR

Se denomina identificador al conjunto de signos básicos que integran la identidad visual y forman una totalidad: logotipo, símbolo y los colores distintivos.

El identificador resulta de este conjunto y se presenta en una forma perfectamente definida, generalmente única y estable que se empleará sistemáticamente para la identidad visual de la organización.

Así es que constituye un sistema en el cual los significados de los dos o tres componentes (según sea el caso) se entrelazan para aludir de manera sintética la identidad completa de la institución, cuyo mensaje se produce no sólo como resultado del tipo de vínculo entre los

signos y el referente (la institución), sino entre la misma relación que guardan entre sí. Este microsistema de identificación debe constituir un fragmento esencial.

Para explicar de una manera más precisa habrá que apelar al principio estructuralista, lo cual permita comprender el sistema que articula a los signos simples en un conjunto mayor.



“El saber de mis hijos
hará mi grandeza”

2.1.5. LEMA

El lema es como una declaración de principios, una divisa que reivindica su misión. Expresa la motivación, intención, ideal o describe la forma de conducta de una persona, de un grupo, de una institución, de un estado, un país, etc.

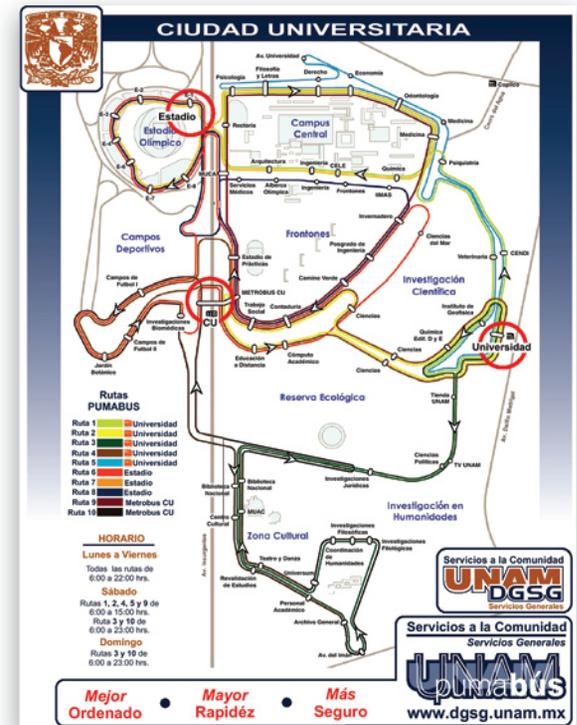
Su objetivo principal es resaltar las cualidades, diferencias o ventajas de una organización o sus productos y servicios frente a los de otros.

Idealmente, debe percibirse como un todo con la institución y sus acciones comunicativas; no debe confundirse con los eslóganes de corte publicitario que forman parte de las tácticas de marketing, las cuales por definición resultan circunstanciales y efímeras.

El lema adopta modos y usos muy variados, desde distintivos patrióticos como el “Plus-ultra” del escudo español o el “Ordem e Progreso” de la bandera brasileña, hasta proclamas del tipo ideológico y político.

Se puede decir que un buen lema debe hacer referencia directa o indirecta a una acción y de las diferentes etapas de la identidad, la misma que representa la institución.

En otras palabras, inicia el propio proceso que traslada de las razones a los hechos.



(IMG 2.3) Señalización de Rutas Pumabús.

2.1.6. SISTEMAS DE SEÑALIZACIÓN

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamiento de los individuos.

Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose esto como un modo de relación entre el sujeto y el entorno en el cual se desplaza. Se aplica al servicio de la orientación del individuo dentro de su espacio y los lugares de los cuales se compone, lo cual facilita su más rápida accesibilidad y una mayor seguridad de sus acciones.

Siendo una forma de guía al proporcionar la información requerida de manera instantánea y universal, es que dentro de los sistemas de identidad institucional llega a tener un papel preponderante no sólo como expositor de ésta, sino como un medio eficaz y funcional para la comunicación entre sus miembros y hacia los individuos externos.

En resumen, algunas de sus características principales, en aporte a la emisión de mensajes correspondientes a la identidad, son:

- **Aportar un sistema determinante de ciertas conductas y de carácter universal.**
- **Preexistir a la problemática existente de identidad y acceso.**
- **Resultar en un código conocido a priori por sus usuarios.**
- **Contribuir con un sistema materialmente organizado y homologado.**
- **Asistir en la consolidación del entorno institucional.**

2.1.7. LOGOTIPO

Las organizaciones prósperas, así como los productos y servicios comerciales, poseen una personalidad propia y definida.

Tal carácter, en su forma individual, es sumamente compleja. Para una organización colectiva lo es también. A la capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión visual -básicamente gráfica- agrega nuevas capas de significación.

Tales atributos refuerzan la individualidad del nombre al incorporar cualidades de la identidad institucional. Mediante este útil mecanismo, la denominación comienza a asociarse a la identificación en sentido estricto.

El logotipo aparece así como un segundo plano de individualización institucional, análoga a lo que en el individuo es la firma autógrafa respecto de su nombre.

El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de marca.

Al resultar un elemento de crucial aporte dado que el proyecto le demanda preliminarmente como requisito indispensable, se presenta en los siguientes puntos un desglose de todas las aristas que conforman este concepto aplicable al desarrollo de la identificación institucional.

Se trata de un ejercicio de exploración para poder llevar a cabo el análisis más adecuado que permita al codificador (o diseñador) tener a la mano todos los componentes del término, lo cual potencie la capacidad no sólo de creación e innovación sino para la sólida argumentación de la propuesta.

2.1.7.1. DEFINICIÓN

El logotipo es un elemento de carácter gráfico que identifica a una entidad, sea pública o privada. Suelen estar compuestos por el nombre del usuario con una tipografía especialmente diseñada para representar a la misma. Se caracteriza particularmente por ser *“la condensación, la concentración de realidades complejas en una afirmación simple, en una declaración que puede ser controlada, modificada, desarrollada y madurada en el curso del tiempo”*. (37)

Es la forma particular que toma una palabra escrita, o una grafía con la cual se designa y al mismo tiempo se caracteriza una organización.

La palabra logotipo, en tanto que es una trasposición escrita -es decir gráfica- del nombre comercial o institucional, es un recurso que se utiliza casi de manera obligatoria en grafismo y en publicidad. Es un medio por el cual una organización o individuo distingue sus funciones de otros, y encajan en dos amplias categorías: nombres e imágenes.

Es relevante la distinción entre tales categorías pues es común que se les atribuyan denominaciones distintas a cada una: a los nombres tan sólo se les define como marca o identidad, a las imágenes se les llama logotipos. Tales complicaciones se deben a la auténtica naturaleza del logotipo como un elemento gráfico compuesto por el nombre. Si analizamos desde el panorama y enfoque de las identidades más famosas y reconocidas, un logotipo se comprende de la utilización del nombre bajo una forma gráfica singular y distintiva.

(37) Murphy, John. Rowe, Michael. (1988). “Cómo diseñar marcas y logotipos”. Barcelona. Ediciones Gustavo Gili.

2.1.7.2. ETIMOLOGÍA

Del griego logos (palabra, discurso) y de typos (golpe que forma una impronta, como la que hace una cuña al estampar sobre una moneda -acuñación-), la palabra logotipo significa un discurso sólido y constituye una unidad informativa escrita, semánticamente completa y suficiente por sí misma.

Ahora, en el actual contexto, el typos posee un significado que comprende el sentido físico de golpear y el sentido psicológico de impresionar de manera simultánea.

Proviene precisamente de la legítima necesidad de singularizarse y consecuentemente de hacer totalmente memorable la grafía escrita. Resulta una característica y cualidad intrínseca de este signo identificador.

De esta manera es como adquiere una forma única y particular que la termina diferenciando de otras expresiones, ya sean tipografiadas, mecanografiadas o caligráficas.

2.1.7.3. HISTORIA

El término logotipo procede de la tipografía.

El sistema gutenberguiano de los caracteres móviles, los tipos de imprenta o unidades simples intercambiables o permutables indefinidamente es, de hecho, un sistema combinatorio de unidades mínimas: los signos tipográficos (alfabéticos, numerales, de puntuación, etc), con los cuales se componen palabras, frases, discursos.

Si el principio de la tipografía es la combinación de caracteres sueltos o tipos móviles, un sentido a la vez estético y funcionalista dio cabida a la formación tipográfica de letras enlazadas (ya no son signos simples, sino parejas de signos), que en sí mismos constituían palabras o fragmentos de palabras.

Las letras enlazadas de la tipografía se asociaban al hábito de lectura caligráfica, imitando con sus trazos las ligazones y otros ornamentos de las escrituras manuales.

Ello ponía de manifiesto el equilibrio inestable, que está permanentemente presente en la escritura, entre la mecanización de los tipos de imprenta (tipografía) y la libertad de los movimientos de la mano (caligrafía).

Son estas formas tipográficas breves, enlazadas o logotipadas, es decir, que constituyen parejas de letras, las que dieron origen al sentido que hoy en día se le confiere al término -y objeto- logotipo.

A comienzos del siglo XIX, las leyes de varios países en etapa imperialista y en plena Revolución Industrial empezaron a reconocer a los identificadores como propiedades realmente valiosas, principalmente bajo sus múltiples usos comerciales. Por tales razones, se instauraron leyes de propiedad de una marca o logotipo bajo un reconocimiento oficial y su consiguiente registro ante las autoridades.

Dentro de este contexto, los primeros identificadores de esta clase fueron utilizados para fines exclusivamente mercantiles. Sin embargo, su uso se ha extendido en gran medida y en la actualidad todo tipo de organización colectiva posee alguna clase de identificador visual con el propósito de distinguirse entre sí.

Tal fenómeno se debe en gran medida a que las identidades gráficas se han convertido en mucho más que simples recursos de identificación, ahora son avales e indicadores de valor, calidad, fiabilidad, origen.

En otras palabras, se han convertido con el paso del tiempo en mensajes abreviados que permiten al usuario identificar los valores reales de la organización de una manera concreta.



(FIG 2.4) Textos tipográficos antiguos de una sola letra, en detalle fuentes griegas (Stock Photo).

2.1.7.4. TIPOGRAFÍA COMO SISTEMA

Por mera analogía, se pueden realizar algunas reflexiones acerca de la naturaleza técnica de la tipografía y del logotipo.

“Si la tipografía, o la imprenta, procedía por una lógica ‘taylorista’ del principio de la división especializada -como observa agudamente Gérard Blanchard-, el principio gutenberguiano participa, en tanto que sistema, de una lógica estructuralista (signos simples organizados según leyes de ensamblaje; en nuestro caso, los tipos móviles combinados según las leyes gramaticales)”. (38)

El mismo principio se encuentra en la técnica informática, que es esencialmente un método combinatorio confiado en la exhaustividad de la máquina misma.

Con el fin de polarizar más la observación en el logotipo, podemos incluso hablar de un principio estructuralista específicamente gestaltista (forma, en tanto que Gestalt o estructura global, construida por la combinación de partes simples, cuya totalidad contrasta por oposición con un fondo).

Por su parte, el logotipo no puede considerarse una Gestalt a igual título que cualquier palabra escrita, pues se caracteriza por su pregnancia.

Recordar que su cualidad imprescindible como grafía resulta única, pues representa la identidad singular y exclusiva de un ente, sea cual sea su clase.

2.1.7.5. PRINCIPIO DEL LOGOTIPO Y LINGÜÍSTICA ESTRUCTURAL

El principio del logotipo -letras enlazadas que forman parejas o combinaciones- debió ajustarse al sistema de los caracteres de composición de palabras. El enlazado de las letras no podía hacerse caprichosa o espontáneamente, como en la escritura normal, sino que debía sujetarse a unas leyes de ensamblaje.

Estas leyes las dictaría la estadística fijada por la frecuencia con que, en cada idioma, determinadas letras aparecen con mayor frecuencia emparejadas en un texto.

En este sentido, los orígenes del logotipado fueron una anticipación de algunas hipótesis formuladas por la lingüística estructural, y más precisamente de las teorías que debemos al matemático y lingüista ruso Markoff -uno de los precursores de la teorías de la información-, acerca de las leyes estadísticas que agrupan determinadas letras por parejas.

Se trata de una especie de autocorrelación, donde la aparición de cada letra depende en gran medida de la precedente (diagramas de Markoff). Así, en el español, la letra U viene determinada frecuentemente porque la letra que la precede haya sido una Q (o lo que es lo mismo, la probabilidad más alta es que la letra que siga a una Q es una U).

Esta noción actual de diagramas, o parejas de letras que aparecen con mayor frecuencia en una lengua, y que constituyen fragmentos de palabras, se relaciona retrospectivamente con el logotipado, resultado de la notable intuición de los antiguos tipógrafos.

2.1.7.6. LOGOTIPO COMO TRADUCCIÓN ICÓNICA DEL NOMBRE

El nombre de la organización pide de manera ineludible ser visualizado, puesto que deberá ser propagado por la totalidad de los medios de comunicación disponibles y por los principales sistemas de transmisión: visuales, sonoros, audiovisuales. Estos canales de transmisión corresponden a los medios de aprehensión más comunes del receptor humano: los sentidos de la vista y del oído.

El nombre pues, como sustancia verbal que es, deviene también sustancia visual al adquirir una forma escrita articular, esto es, un modelo prototípico que se halla compenetrado perceptualmente con aquello que designa. El logotipo, en tanto transposición visual de un sonido lingüístico, posee un doble carácter:

a. Es elemento semántico (significativo), enunciable gráficamente por los códigos de escritura y, recíprocamente, decodificable por el receptor, es decir, legible.

b. Es elemento gráfico, estético, reconocible y memorizable por su imagen característica, o sea, visible.

Todos los elementos del sistema de identificación mencionados (logotipo, símbolo y gama cromática) son equivalentes del nombre, por lo que deberá existir una coherencia total entre los distintos elementos del sistema, lo mismo en el sentido de una lógica formal que en el de su contenido psicológico.

En la creación gráfica del logotipo será muy útil atenerse a las reglas generales señaladas en la página siguiente, ya que son el correlativo visual de los caracteres verbales del nombre.

(38) Costa, Joan. (2007). *“Identidad Corporativa”*. México. Editorial Trillas.

Condiciones verbales del nombre		Correlación Visual
Brevedad	-----	Simplicidad
Eufonía	-----	Estética
Pronunciabilidad	-----	Legibilidad
Recordación	-----	Visualidad
Sugestión	-----	Fascinación

Este cuadro será reutilizado dentro del proceso creativo una vez se haya puesto en marcha la metodología a implementar.

2.1.7.7. PROPIEDADES

En el sentido que tanto el diseño gráfico como la publicidad confieren al término logotipo, aplicado a la operación de marcaje y, en una dimensión mucho mayor, a la identidad visual de organizaciones, se observan dos operaciones fundamentales:

- a. Construcción gráfica o formal (concepción, creación, diseño).
- b. Utilización y difusión (reproducción indefinida en el tiempo, a través de los soportes visuales y audiovisuales de los *mass media*).

El logotipo es el signo principal de la identidad gráfica de una organización, ya que se trata de un elemento verbal por excelencia. Los demás signos, icónicos y cromáticos, no hacen sino vincularse estrechamente en el nombre (de la organización o un objeto) y, por consiguiente, con su forma gráfica particular: el logotipo.

Como se ha mencionado, la palabra logotipo procede del campo del arte gráfico. Gutenberg, y más tarde Aldo Manuzio, compondrían logotipos o conjuntos de letras unidas entre sí que contrastaban con las letras tipográficas.

De forma similar, la especificidad del logotipo como diseño implica una serie de condiciones tanto en la forma de las letras, los trazos y los espacios interiores y exteriores como en las proporciones del conjunto.

En consecuencia, el logotipo de la organización termina siendo una palabra/imagen.

Para acometer más fácilmente la explicación de las funciones básicas y que hacen de este signo identificador tan relevante para el sistema de identidad institucional, tenemos entre sus competencias que:

- **Identifican tanto individuos, organizaciones, productos o servicios.**
- **Diferencian de manera rápida y enérgica.**
- **Comunican información acerca de los valores de aquello que representan.**
- **Representan haberes valiosos.**

En otras palabras, un logotipo es y hace lo siguiente:

- **Es una bandera, una firma, un escudo.**
- **No vende (directamente), sino identifica.**
- **Raramente describe.**
- **Obtiene su significado de calidad de aquello a lo que simboliza, y no al revés.**
- **Es menos importante que aquello que representa; la sustancia es mucho más importante que la apariencia.**

Ahora que la efectividad de un logotipo depende de varios factores inherentes:

- **Distinción**
- **Visibilidad**
- **Utilidad**
- **Memorabilidad**
- **Universalidad**
- **Durabilidad**
- **Intemporalidad**

Para concretar lo anterior, un logotipo dice quién, y no qué. Esa es su auténtica función.

2.1.7.8. TIPOLOGÍA

Cuando comenzamos a proyectar las primeras ideas para plasmarlas bajo la forma de un logotipo, un primer paso es determinar las clases que existen.

Se pueden contemplar desde simples representaciones gráficas del nombre, tal vez que deriven de la misma firma de un miembro de la organización, hasta símbolos completamente abstractos, los cuales incluso pueden combinarse con el mismo nombre.

Sin embargo, también hay que tener en mente que no todos los estilos de logotipo funcionan de la misma manera y depende de distintas situaciones.

La comprensión de la diversidad de logotipos disponibles y sus implicaciones puede ser realmente valioso para quien configura la imagen (diseñador/codificador), limitando pero a la vez dirigiendo a soluciones más adecuadas.

A continuación se hará una revisión de los distintos tipos con una breve explicación y sus respectivos ejemplos:

NOMBRE

Es la representación verbo-visual o fonético del elemento básico de identidad. En tiempos anteriores surgió a partir de la firma del propietario de la empresa o autoridad de la institución a la cual representaba. Sin embargo evolucionó hasta desarrollarse un estilo de grafía distintiva y elaborada a partir de la representación verbal del nombre.

Una cualidad de esta clase de logotipos es su carácter único, inequívoco y directo. Su importancia radica en que, en momentos actuales de tan amplia competencia y altos costos de difusión, es necesaria una imagen sencilla y directa. Los inconvenientes por utilizar esta clase de logotipo es la necesidad de nombres relativamente breves (recordables) y fáciles de adaptar a distintos soportes.

UDLAP

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

ITAM

U
UNIVERSITAT DE BARCELONA
B



UNITEC
Universidad Tecnológica de México

Universidad
CNCI

UNIVERSIDAD
EDUCARES

UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA

ISOTIPO/ISOLOGOTIPO

Se refiere a la parte generalmente icónica o más reconocible de la disposición espacial en diseño. Es el elemento visual gráfico que funge como el símbolo (más detallado en la pág. 90).



Universidad La Salle (MEX)



Universidad Anáhuac (MEX)



Universidad Cuauhtémoc (MEX)

NOMBRE Y SÍMBOLO

Esta clase de logotipo reúne el nombre con un estilo tipográfico característico, pero situado dentro de un símbolo visual. De igual forma requiere nombres cortos y adaptables, puesto que el símbolo abstracto en sí mismo no resulta suficientemente distintivo.


UNIVERSIDAD
HISPANOAMERICANA


Tec
de Monterrey


UNIVERSIDAD
DE LAS AMÉRICAS
CHILE

ABSTRACTO

Gran parte de los logotipos que circulan son puramente abstractos o, al menos, las alusiones o significados son en ellos tan remotos que, a efectos prácticos, resultan abstractos. En esta clase de logotipo el diseñador tiene campo libre por delante. Puede crear una forma estructural que implique una ilusión óptica.

Si cabe, se puede decir que sus desventajas residen en que no tienen auténtico núcleo de significado y que su relación con su referencia viene apoyada por otros medios (textual), por lo menos de entrada.



Universidad Carlos Albizu
(PTO RICO)



Universidad Simón Bolívar
(VEN)



Pontificia Universidad
Católica del Perú (PER)

ASOCIATIVOS / ALUSIVOS

Los logotipos asociativos gozan de libertad y es que normalmente no incluyen el nombre pero se les asocia directamente con su referencia. Pueden asociarse al isotipo antes expuesto, o sea, el símbolo visual gráfico.

Tienen la ventaja de ser fáciles de comprender y proporcionan una flexibilidad considerable. La contrariedad podría ser que no todas las organizaciones se pueden prestar para tal solución (como es el caso generalmente de instituciones del ámbito educativo).



Universidad Panamericana
(MEX)



Universidad de Londres
(MEX)



Universidad Marista de Mérida
(MEX)

NOMBRE EN VERSIÓN PICTÓRICA

En este caso, el nombre es un elemento destacado e importante, pero el estilo general del logotipo es el auténtico distintivo. Un indicio es que aún si se retirara o modificara el nombre, seguiría funcionando como imagen reconocible y asociable a una organización específica.



INICIALES

Se trata de una palabra formada por el conjunto de letras iniciales de una expresión compleja. La sigla, a diferencia del anagrama, no contempla articulación fonética, por lo que se tiene que leer letra por letra.

Es un recurso muy común en los casos en que los nombres a designar son extensos y complicados, muchas veces se soluciona a partir de iniciales (como UNAM). Sin embargo, es una apuesta arriesgada. Por un lado porque es complicado dotar de personalidad y carácter distintivo a unas iniciales, además de irreconocibles para personas ajenas a la organización. Por otro, puede resultar difícil obtener derechos legales exclusivos para un grupo determinado de letras. Otro inconveniente sería un cambio de idioma que implique un canje de significado y asociación a las iniciales; incluso que compartan iniciales con otras instituciones.



ANAGRAMA

El anagrama tiene en términos lingüísticos dos sentidos: el primero que se refiere a la transposición de las letras de una palabra o sentencia, de la que resulta otra palabra o sentencia distinta, por ejemplo de amor - roma, o viceversa; el segundo se refiere a un símbolo o emblema, especialmente el constituido por un conjunto de letras.

Como parte del diseño de una marca, emplea letras o sílabas del nombre de la entidad que representa en forma "logotipada", y utiliza contracciones que facilitan la denominación cuando ésta es demasiado extensa o difícil de aplicar gráficamente.



MONOGRAMA

Corresponde a una variante del logotipo en la que son utilizadas una inicial o varias iniciales entrelazando los rasgos de unas letras con otras para formar un signo fundido en una sola unidad, lo que en ocasiones dificulta el orden de la lectura de las iniciales con las que está integrado. Esta forma de marca era utilizada en la antigüedad (aún ahora) para herrar al ganado, marcando así la identidad del propietario.

Actualmente, el monograma es utilizado como signo personal y como marca de empresas o grupos, siendo muy común su forma de aplicación como distintivo en productos duraderos. Las instituciones de tipo público le utilizan en algunos casos.



FIRMA

Es un término que casi no se emplea en el diseño gráfico para definir el elemento formal de un signo institucional, sin embargo la firma ofrece una característica propia que viene heredada desde su misma concepción, pues se refiere al nombre, apellido, título o distintivo que una persona escribe de propia mano para dar autenticidad a un determinado producto. De hecho, la firma ha sido uno de los modos más comunes de marcar en la antigüedad, siendo esta una forma de certificar la autenticidad de las mercancías.

Es entonces el por qué a la firma la podemos considerar como otra variante del logotipo, la cual es aplicada en la actualidad en productos de gran exclusividad, derivando en algunos casos en formas no necesariamente manuscritas y asumiéndose más como logotipos que firmas.

De La Salle



Por último, es oportuno hacer un detenimiento y respectiva aclaración: dentro de las diferentes sub clasificaciones que se han referido y explicado de logotipos es preciso comprender que de acuerdo a las fuentes de consulta pueden resultar imprecisas, pues por definición la Real Academia Española no reconoce como palabras “isotipo” o “imago tipo”, e incluso repetir sus cualidades.

Para ello, se puede aludir al hecho de que a los conceptos hay que llamarlos por su nombre.

Al referirnos a un logotipo, debemos tener claro (al interior de la disciplina que estamos abordando) que se trata de una forma de marca integrada por una palabra o texto, diseñada bajo una idea gráfica que lo distingue del resto de los logotipos y aquello incluye todas sus formas.

Sin embargo, como se ha recalcado en varias líneas, es ocupación de esta obra el poner a disposición del usuario la mayor cantidad de la información disponible con el cometido de tener un compuesto amplio de alternativas en pos de la solución más creativa y funcional dentro de los parámetros predispuestos.

Llegado a este crucial punto, resulta ineludible aproximarse a los métodos de aplicación de los signos generados, los cuales le otorgarán su auténtico valor.

Enseguida se hace una revisión a los modos de implantación de los signos identificadores ya descritos a detalle, pero habrá que señalar que se hará de manera escueta y pasajera puesto que no es el fin del presente texto desarrollar la implantación de un programa completo de identidad gráfica.

Aún así, resulta muy relevante tener presente dicha información ya que la configuración del signo de identidad a crear deberá insertarse en el sistema gráfico correspondiente a la conmemoración universitaria, lo cual condicionará las decisiones de diseño.

2.2. SISTEMAS DE IDENTIFICACIÓN VISUAL

Es un hecho evidente que existe la creciente necesidad de control de la implantación pública de los signos identificadores, lo cual crea un ambiente favorable al hecho de que cada día se preste más atención al sistema total de mensajes de identificación.

Así es como nacen los programas de imagen institucional consistentes en el diseño del conjunto de signos y de su modo de aplicación a la totalidad de soportes gráficos (papelería, ediciones, etc.) y de entorno (arquitectura, indumentaria, mobiliario, etc).

Dado que la cualidad de regularidad en la emisión de los signos identificadores es una condición básica de su eficacia identificatoria, es indispensable determinar claramente cuáles serán los rasgos estables, los alternativos y los libres, tanto en lo que respecta a la configuración interna de los signos como en sus condiciones de aplicación a sus distintos soportes.

Los rasgos estables y los alternativos deberán ser minuciosamente regularizados a modo de garantizar su correcta reproducción y, por lo tanto, evitar la alteración de sus formas y usos a lo largo de todo su período de vigencia.

Un ejemplo concreto es el desarrollo del denominado manual de sistema de identificación

visual, el cual es el resultado de las exigencias de normalización de la imagen gráfica.

Tales manuales -de uso extendido en la gestión de la imagen institucional- cumplen varias funciones además de fungir como guía para la mera reproducción fiel de los signos.

Resultan claves para la capacitación de los equipos internos en gestión de imagen, para la capitalización en imagen del operativo de diseño de la gráfica institucional, entre otras metas.

2.3. PROGRAMAS INTEGRALES

Probablemente, los proyectos de diseño visual que resultan más complejos y extensos son aquellos que implican un desarrollo profesional de programas integrales de identidad gráfica; de acuerdo al número de aplicaciones que se deberán diseñar como parte del programa, y pudiendo ir desde papelería corporativa y administrativa hasta vehículos y aplicaciones arquitectónicas interiores y exteriores, es decir, sistemas señaléticos completos, pasando por uniformes, publicidad, artículos promocionales y muchas más aplicaciones correspondientes al contexto mercadológico de cada proyecto.

Su función primordial es cubrir la necesidad de una implantación pública, la cual cada vez es más clara y obligada a toda institución, puesto que requiere de forma imperiosa manifestarse como una entidad unitaria y coherente.

En términos de comunicación, esto se traduce en la exigencia de un alto grado de univocidad en todos los mensajes generados por la organización no sólo hacia el exterior, sino también de manera interna.

Para ello, debe lograrse esencialmente una *“gran compatibilidad semántica y retórica no sólo entre los elementos significantes pertenecientes a cada subsistema (gráfica, publicidad, arquitectura, comunicación verbal, etc.) sino también entre los subsistemas mismos”*. (39)

Los programas integrales son en realidad los únicos que pueden garantizar una correcta y eficaz comunicación de la identidad, que ciertamente se caracteriza por ser contundente y convincente.

Constituyen la vía específica para lograr que los mensajes de distinta naturaleza y que circulan por canales heterogéneos se asocien, apoyen y reafirmen entre sí.

Esta situación favorecerá que delaten la existencia de una sustancia y un carácter común detrás de todos ellos y que les produce, o sea, una sólida identidad institucional.

La verosimilitud de un discurso de identificación no surge de la fuerza persuasiva de cada mensaje, sino de la confirmación mutua de estos. Por ello dentro de los programas integrales es donde resulta más evidente lo indispensable de la labor de programación. (40)

A manera de conclusión, se han determinado los significados de la terminología básica de identidad e imagen gráfica, en este caso institucional, así como se ha planteado un panorama general de lo que puede abarcar un programa

integral de identidad gráfica, incluyendo el diseño de un manual de uso como una de las primeras acciones para la creación y consolidación de un sistema de comunicación.

Es posible observar que el desarrollo de un proyecto como estos conlleva un sinnúmero de horas/hombre y una gran capacidad para la implantación de una cultura organizacional en la institución, lo cual se asume en el usuario, lo que permitirá llevar a cabo su inserción de una manera adecuada de acuerdo a las necesidades del usuario (la Universidad Nacional) y el magno acontecimiento a conmemorar.

Para ser más exacto y riguroso con respeto al objeto de estudio, el siguiente subcapítulo dirigirá sus esfuerzos al reconocimiento y exploración del papel que desempeña la identidad para efectos de conmemoración a nivel institucional, acorde al caso del presente proyecto.

(39) Chaves, Norberto. (1988). *“La Imagen Corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional”*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. p.124.

(40) Basado en: Chaves, Norberto. (1988). *“La Imagen Corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional”*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. p. 67-128.

3. IDENTIDAD CONMEMORATIVA

Identidad e Imagen Institucional

2010, año en que México se viste de fiestas a propósito de la celebración de dos siglos de lograr la emancipación de España, de ser un país libre, autónomo, independiente, soberano, y a un siglo de lograr establecerse como un país regido por instituciones, democrático, en donde el gobierno emana del pueblo y que finalmente es para servir a los intereses del mismo pueblo.

2010, año en que México recuerda a todos aquellos cientos de miles que brindaron su existencia mortal para que sus hijos gozaran de libertad, justicia y un espacio dónde morir; honrados con vítores, banderas, desfiles, y demás artificios.

2010, año en que se ha de conmemorar un hecho histórico acaecido en 1910: la creación de la Universidad Nacional de México, la institución pública educativa más importante del país.

Es pertinente hacer un alto. Se debe ser claro al comprender que no se trata de celebrar este último hecho sino de conmemorarlo. No hay que confundir términos puesto que la diferencia es enorme. Celebrar es aplaudir, alabar, reverenciar. Se celebra todo aquello que engrandece a la institución. Por ejemplo, jamás se celebraría la matanza estudiantil de 1968 o la huelga universitaria de hace una década. Conmemorar es totalmente diferente. Significa traer a la memoria. Es una oportunidad para meditar, para analizar, para pensar. Así que en realidad la Universidad no celebra nada el año de 2010, sino que evoca y rememora su nacimiento para *“significar un espacio de reflexión”*. (41)

(41) Convocatoria para el Diseño del logotipo conmemorativo de los 100 años de la Universidad Nacional de México 31/07/2008.

3.1. CONMEMORACIÓN

Tanto los individuos como las organizaciones tienen conmemoraciones o aniversarios que pueden y merecen ser celebrados.

Dichos eventos en ambos casos ofrecen una oportunidad de reencender el espíritu del nacimiento de algo, el reconectar a las personas y renovar el compromiso con las metas que han sido fijadas para los años venideros. Las celebraciones cíclicas apelan a temas que son recurrentes o momentos clave en la historia de una organización y/o de sus integrantes. En cada

cultura, el cambio hace florecer una especie de reconocimiento ceremonial. Esto se traduce en las organizaciones, creando una *“espiral interminable que entreteje el pasado, el presente y el futuro”*. (42)

En el caso de los aniversarios personales se festeja no sólo los cumpleaños, sino eventos que retratan las relaciones del individuo con la organización, como los años de servicio y cuyo reconocimiento ofrece la oportunidad de reforzar valores grupales.

(42) Terrence, Key. (1998). *“Celebraciones en las empresas”*. México. Ediciones Granica México. p. 46.

Tales acontecimientos se celebran de múltiples formas, desde homenajes hasta fiestas, pasando por actos de gran repercusión, que ofrecen en muchos casos estímulos para el colectivo.

Bien lo describe el poeta Octavio Paz, otrora universitario, refiriéndose al mexicano en específico y su relación con los actos festivos: *“La sociedad comulga consigo misma en la Fiesta. Todos sus miembros vuelven a la confusión y libertad originales. La estructura social se deshace y se crean nuevas formas de relación, reglas inesperadas, jerarquías caprichosas. En el desorden general, cada quien se abandona*



(IMG 2.6) Desfile de maestros, Septiembre 1910. IISUE/AHUNAM Fondo Ezequiel A. Chávez



(IMG 2.7) Procesión de universitarios, 2010. Cortesía Boletín UNAM-DGCS-563 22/09/2010.

y atraviesa por situaciones y lugares que habitualmente le estaban vedados. Las fronteras entre espectadores y actores, entre oficiantes y asistentes, se borran. Todos forman parte de la Fiesta, todos se disuelven en su torbellino. Cualquiera que sea su índole, su carácter, su significado, la Fiesta es participación. Este rasgo la distingue finalmente de otros fenómenos y ceremonias: laica o religiosa, orgía o saturnal, la Fiesta es un hecho social basado en la activa participación de los asistentes.” (43)

3.2. INSTITUCIONES Y CONMEMORACIÓN

Cuando se trata de una ocasión festiva y grupal se ofrece una gran oportunidad periódica para reunir a todos los integrantes de la organización para retornar las raíces tradicionales, sobre todo en ocasiones de especial significado como lo son aniversarios de diez, veinticinco, cincuenta y hasta cien años. Además, motivan poderosos sentimientos de pertenencia e identidad como el orgullo y el patriotismo.

Normalmente, la costumbre de realizar celebraciones periódicas contribuye de una manera

(43) Paz, Octavio, (1959). *“El laberinto de la soledad”*. México, FCE. p. 63.

“previsible, bienvenida y conmovedora” (44) en los ciclos vitales de las organizaciones.

Al remarcar los momentos más relevantes se construye una continuidad histórica y una colección comunitaria de recuerdos, evocaciones y alusiones a méritos que distinguen e identifican al grupo determinado. Sin estos marcadores que funcionan a un nivel simbólico del paso del tiempo, la dinámica de identidad puede quebrarse fácilmente así como permitir prácticas de ignorancia entre sus miembros. *“Al romper el ciclo con rituales y ceremonias plenas de significado se infunde en el ámbito entusiasmo, emoción y pasión. En el desfile de la vida, los paréntesis simbólicos elevan el espíritu humano.”* (45)

3.3. BENEFICIOS INSTITUCIONALES

A partir de la evidencia de los hechos ya planteados, surge una clave: los resultados en el progreso de las organizaciones son definidos por elementos cruciales que son la cultura y la comunidad, la visión, las relaciones y el espíritu.

(44) Terrence, Key. (1998). *“Celebraciones en las empresas”*. México. Ediciones Granica México. p.61

(45) Ibidem, p.61

Otorgan a la organización energía, pasión y le añaden sustancia y contenido a su quehacer.

De acuerdo a la autora Margaret Wheatley en su obra *“Liderazgo y la nueva ciencia”* (46), nada puede generar más cohesión en una actividad que el significado, el cual siempre se deriva de un lazo simbólico compartido que una a los individuos en una búsqueda común.

El ritual y la ceremonia, como elementos prominentes de una cultura, así como la visión y los valores, ofrecen un importante sustento para esos lazos.

Sin estos rituales frecuentes ni ceremonias, los vínculos que mantienen a tales sujetos se desatan, perdiendo toda cohesión existente. Como resultado, la organización se diluye y se estanca en el mejor de los casos. El ritual y la ceremonia tienen una función de enmarcar, de interconectar y de mezclar todos los aspectos de la vida institucional: el reconocimiento, la recompensa, la calidad, el trabajo en equipo, el liderazgo, la evocación, varios de los componentes esenciales de la cultura organizacional.

(46) Wheatley, Margaret. (1994). *“Liderazgo y la nueva ciencia”* (Spanish Edition) Berrett — Kochler Publishers, Inc.

Como se ha dicho, se trata de elementos integrales de la cultura al proveer un lazo simbólico, pero no sólo se limitan a ello. En su ausencia, la organización se ve imposibilitada a adaptarse al cambio, a las circunstancias.

Se puede asegurar que el éxito de unidad en las organizaciones es la estructura y la estrategia, las cuales optimizan su cualidad fundamental: su ordenamiento. Sin embargo, hay que reconocer que el epicentro de esta fuerza de enlace se encuentra en los propósitos, en los valores y en la visión, ejes rectores de la cultura.

Con ello no se quiere decir que la estructura y estrategia no tienen importancia, pero un ingrediente vital es la remembranza provista por las ceremonias significativas.

De manera resumida, las funciones genéricas de las celebraciones incluyen:

- Construir y fortalecer, de manera sólida, relaciones entre individuos y entretejer la identidad que los compenetra.
- Nivelar jerarquías.
- Convocar al espíritu colectivo, con lo que se genera energía, interés, compromiso y lealtad.
- Establecer una conexión entre las raíces históricas, realidades actuales y las misiones futuras.
- Permitir que los valores intangibles y las visiones sean experimentadas, consideradas y al fin distinguidas.
- Proveer acceso a las lecciones más significativas y crear verdaderas organizaciones de conocimiento.

3.4. IDENTIDAD E IMAGEN CONMEMORATIVA

La conmemoración, bajo su forma festiva, *“consiste en una acción simbólica-ritual, que tiene, como la metáfora, la extraordinaria capacidad de evocar y afirmar una realidad inaccesible a la descripción directa; una realidad que sólo puede enunciarse gracias al juego de los ritos y los símbolos y la transgresión de las significaciones corrientes de nuestro lenguaje y nuestro comportamiento.”* (47)

El valor de la identidad visual de la organización se puede apreciar cuando simboliza un grado determinado de prestigio, un nivel de confianza y admiración y cuando inspira un real sentido de pertenencia entre sus integrantes.

El traslado de la identidad y los valores de corte conmemorativo a un nivel de desarrollo comunicacional se distinguen por dos componentes esenciales:

El primero, servir como documentación visual, registrando los valores e intereses que han caracterizado a la institución durante el lapso de tiempo a conmemorar, el Centenario de la Universidad Nacional de México en este caso preciso.

El segundo va dirigido a reforzar el enfoque crítico y reflexivo al contribuir al proceso de construcción histórica de la organización, por medio de la creación de símbolos que condensan dicha realidad tradicional.

(47) Ariño, Antonio. (1996). *“La utopía de Dionisios. Sobre las transformaciones de la fiesta en la modernidad avanzada”*. Madrid. Grupo Antropología. p.7

Los símbolos conmemorativos están especialmente diseñados para guardar y trascender el tiempo de los hechos u objetos que representan, a la vez que pretenden integrarse al entorno cotidiano. Tienen la intención expresa de ofrecer un vistazo al tiempo que aluden y materializan.

Pero así como emanan de ciertas realidades, son producto también de una operación de selección, fruto de decisiones entre los objetos a conservar y aquello que no importa perder.

Es decir, *“resultan de una clasificación oficial de los elementos exhibidos para comprender el pasado de una colectividad.”* (48)

Se tratan de modalidades de construcción de la identidad conmemorativa. Si el patrimonio es interpretado como repertorio fijo de tradiciones condensadas en objetos, precisa de un símbolo que le deposite, le contenga y le proteja, una vitrina para exhibirlo.

La decisión de crear genuinamente y consolidar un distintivo conmemorativo de cualquier tipo, demuestra el interés por trascender y transmitir a generaciones futuras el sentir de los constructores del presente que heredarán; por cultivar el sentimiento de propiedad en una apelación tradicionalista al pasado que enaltece lo que resulta ser en la actualidad la institución y se forme una conciencia del legado histórico que se recibe.

La conmemoración del primer centenario de la Universidad Nacional es una declaración clara de la solidez de la institución.

(48) Cosse, Isabela. Markarián, Vania. (1996). *“1975: Año de la Orientalidad. Identidad, memoria e historia de una dictadura”*. Ediciones Trilce. p.61.

3.5. EJEMPLOS DE IMAGEN CONMEMORATIVA

Son varios los casos que ilustran los medios en que una institución conmemora hechos históricos trascendentales a nivel simbólico-gráfico. Es la siguiente una breve recopilación de algunos ejemplos:







ANIVERSARIO LEVANTE U.D.
1909 - 2009



A. ESCOBAR, C.
ARCHIVO 2006(IMG 2.9) Centenario de Independencia y Justo Sierra, 1910.
Cortesía Aurelio Escobar Castellanos(IMG 2.10) Rector José Vasconcelos Calderón.
IISUE/AHUNAM/Colección Universidad, doc 31(IMG 2.11) s/n (Explanada de Ciudad Universitaria)
IISUE/AHUNAM/Colección Universidad, doc 4674

3.6. CONMEMORACIÓN UNIVERSITARIA

En el caso que nos ocupa, la identidad visual a desarrollar dará cuenta de la temporalidad en la condición del usuario. Tendrá una función comunitaria, lo que significa que (por deber) tendrá que convertirse en el significante de la estructura social a la que pertenece. No sólo va a nombrar y dar constancia del hecho, sino que está pensada para transmitir valores, sentido, encarnar y revelar las energías profundas de la comunidad que la compone.

Servirá como reclamo no sólo al deseo de ser y celebrar, sino también al de crear y abrir nuevas perspectivas aprendiendo de lo ya creado.

Tras el amplio recorrido por la extensa tradición acumulada durante los (más de) cien años de

historia universitaria, se ha descubierto que el objetivo de la institución debe ser procurar y proveer una síntesis de un proceso formativo y no de una gran suma meramente informativa de saber, cultura y conocimientos. La Universidad es el laboratorio que emplea toda la experiencia de sí misma, y del país también, la articula con la experiencia de la humanidad para conformar nuevas generaciones, capaces de resolver y pensar, no sólo los problemas presentes, sino los problemas futuros.

Su objetivo no es suministrar engranajes al modelo, sino generar una tormenta inagotable de ideas que encaminen hacia las soluciones que la nación necesita.

Porque la Universidad solamente puede ser realmente constructiva en la medida en que

forme ciudadanos con capacidad para estudiar la ciencia, la técnica y la producción, pero de igual forma insertarse en la sociedad, con una noción moral y formativa que permita medir su responsabilidad en el tiempo que le toca vivir.

La Universidad no se evaluará con el paso de los años por sus rendimientos económicos o su prestigio institucional, sino por las ideas que proyecta. La importancia de la Universidad radica *“en los principios que de ella emanan, por la revolución en el campo de los sistemas filosóficos y científicos que ella produzca, por la calidad moral, la capacidad científica y técnica de sus egresados.”* (49)

(49) Estévez Boero, Guillermo. Fundamentación del Proyecto de Cátedra Libre “Reforma Universitaria”. Publicado en www.nuevodercho.com
URL: <http://www.lanuevodercho2.com.ar/ideario/conmemorar-es-darle-raices-al-futuro>
Consulta: 18/06/2011.



(IMG 2.12) Vista de la Biblioteca Central con espejo de agua. IISUE/AHUNAM/Colección Universidad , doc 3472



(IMG 2.13) Exposición "La Universidad de Ayer y Hoy" Julio, 1963. IISUE/AHUNAM/Colección Universidad , doc 1638



(IMG 2.14) Moneda Conmemorativa 100 años UNAM. Cortesía Banco de México.

Ya que en materia educativa la cantidad y la calidad no son conceptos contradictorios, y con ello profesa la Universidad, no es necesario tener pocos universitarios para tener una buena institución sino que es necesario garantizar el acceso masivo para tener más universitarios que contribuyan al desarrollo cultural, científico y técnico del país.

Para hacer el justo y merecido reconocimiento a la herencia centenaria que recibe la generación presente será necesario retomar y proyectar el legado conceptual que significa y que se proyecte hacia las décadas futuras.

"Porque conmemorar es darle raíces al futuro" (50), el cometido de la imagen conmemorativa no sólo será la representación de celebración y júbilo, o de significar un espacio concreto para

la remembranza a un hecho histórico particular como lo es su inauguración. Tendrá la necesidad de mostrar a la Universidad Nacional como la institución pública más importante, progresista y confiable para el devenir del país. Los términos y conceptos analizados, así como los fenómenos y objetos indagados, buscan ofrecer una eficaz herramienta que distinga las diversas opciones que tenemos para comunicar y plantear el tipo de solución a la que podemos llegar, con base a las diferentes formas que adopta la compleja comunicación institucional.

Con lo anterior, contribuiremos a fortalecer el marco teórico que sustenta la disciplina profesional del diseñador, así como de muchas otras disciplinas que se acompañan y contribuyen al quehacer efectivo del sistema de signos que conformarán la identidad conmemorativa.

Es evidente que un breve análisis como el que se presenta no puede asegurar una solución al problema planteado, de ahí que el presente estudio se aborde con un enfoque académico, que busca ofrecer argumentos que sustenten el uso de términos.

Finalmente, se ha llegado al punto en que todos los elementos de información se canalicen en la consecución de los fines del proyecto, de tal forma que la acción inmediata será su aplicación a un procedimiento metodológico que ofrezca un enfoque práctico a la vez que se comprenda el diseño gráfico como tal, siendo un objetivo fundamental de esta obra.

(50) Estévez Boero, Guillermo. Fundamentación del "Proyecto de Cátedra Libre "Reforma Universitaria". Publicado en www.nuevodercho.com
URL: <http://www.lanuevodercho2.com.ar/ideario/conmemorar-es-darle-raices-al-futuro/>
Consulta: 18/06/2011.

4. METODOLOGÍA DE DISEÑO

Identidad e Imagen Institucional

Un diseñador y comunicador visual no es un simple creador de formas, sino que se constituye como un creador de comunicaciones; un profesional que mediante un método específico (el diseño) construye mensajes (comunicación) con medios visuales.

Un método es una serie de pasos sucesivos, que conducen a una meta. Por esto el objetivo del diseñador es llegar a tomar las decisiones más adecuadas y una teoría que le permita generalizar y resolver de la misma forma problemas semejantes en el futuro.

El diseño gráfico se erige como una disciplina que estudia los diferentes componentes y medios de comunicación visual: las formas, la teoría del color, la composición, los trazos, los códigos visuales, las texturas, el contraste, las figuras y un sinnúmero de conceptos. En su quehacer, el diseñador se comporta como creativo al buscar las mejores formas comunicativas a través de la articulación de dichos elementos y precisamente para lograr una sintaxis que les coordine y unifique para formar mensajes y expresar con ellos conceptos; utiliza la metodología como herramienta para aproximarse más rápidamente a la mejor forma posible. Así que como toda disciplina, el diseño ha de acreditar sus fundamentos racionales utilizándole como enlace entre los principios generales del hacer y el conocer comunes con las características propias y particulares de la materia.

4.1. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS APLICADOS AL DISEÑO

La metodología se describe en general como un conjunto de procedimientos basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica; por lo tanto donde no hay método científico no hay ciencia, y en este sentido, ciencia es un estilo de pensamiento cuyo trabajo es la investigación y cuyo producto es el conocimiento.

El método, en tanto proceso conceptual y a la vez abstracto, carece de sentido si no expresa por medio de un lenguaje y se aplica prácticamente para la transformación de la realidad.

La aplicación de este procedimiento implica la adopción de una estrategia de investigación, y

en el caso del diseñador, se opta por la adopción de la estrategia experimental, lo cual tiene por objetivo el obtener estructuras generales que expliquen comportamientos concretos.

Ello lleva de alguna forma a utilizar el método como un conjunto de pasos necesarios para obtener conocimientos válidos mediante instrumentos confiables; adquiriendo así un carácter científico y disciplinario para el diseñador gráfico. El objeto de estudio no diferencia las ciencias, lo que las distingue entre sí no es otro que el procedimiento.

La función social del Diseño y la Comunicación Visual se refiere a la propuesta de solución para problemas de interacción humana que impliquen una correcta transferencia de información, la vinculación directa a los procesos de intercambio de conocimiento mediante ciertas estrategias,

instrumentos, técnicas, recursos, conceptos y procedimientos propios de los códigos del lenguaje visual.

Dentro del ejercicio profesional, convergen tanto los sistemas de configuración (creación y producción) de imágenes, así como aspectos de significación (conceptualización, lectura e interpretación) de las mismas, aplicando el análisis y síntesis; así como la proyección de información, codificándola en el lenguaje visual, a fin de aplicarlo en los múltiples vehículos de comunicación visual.

En resumen, entendemos que el papel de la metodología en el diseño gráfico es de un carácter relevante y crucial. Sin embargo, tal aseveración encierra, y al mismo tiempo asume cabalmente, las muy diversas posibilidades de desarrollo y solución.

Ciertamente, existen distintas posibilidades de propuesta bajo esquemas metodológicos que son aplicables a los múltiples proyectos que se asocian al Diseño y Comunicación Visual.

Sin embargo, aún cuando tales metodologías pueden emplearse tanto de manera unitaria o combinándolas entre sí para obtener un nuevo enfoque, y siendo una finalidad clave de este escrito, será conveniente proporcionar una visión teórica y técnica dirigida a manifestar al diseño como un proceso de naturaleza comunicacional, aquella que marcará la pauta del actual proyecto. Para ello, se hará una exploración a la visión propuesta por el autor Joan Costa, uno de los máximos exploradores del tema.

4.2. DISEÑO COMO PROCESO CREATIVO Y DE COMUNICACIÓN

Joan Costa, en su obra titulada *“Imagen Global”*, refiere oportunamente que *“todas las formas de diseño implican un doble proceso: internamente, un desarrollo creativo; externamente, un desarrollo comunicacional.”*⁽⁵¹⁾

Desde la marca, trasladándose a la identidad corporativa y de ésta al ámbito de la imagen global, el grafismo pasa a ser propiamente diseño y a coordinarse después con las demás disciplinas de diseño.

Siendo así, tales procesos creativos y comunicativos cambian radicalmente. Lo que se persigue es establecer un enfoque del diseño desde el punto de vista de la comunicación. Más precisamente, del diseño gráfico, y tanto, de la comunicación visual.

⁽⁵¹⁾ Costa, Joan. (1987). *“Imagen global. Evolución del diseño de identidad”*. Barcelona. Ediciones Gustavo Gili. p.10

A continuación, el escrito pretende dirigirse hacia una de las facetas fundamentales y más complejas para el sustento argumentativo del proyecto: el diseño de identidad y su sostén metodológico.

Como ya se ha señalado a fondo en párrafos previos, la identidad visual constituye una de las formas más antiguas de la expresión del hombre por medio de los signos. Hoy constituida en una disciplina de diseño muy desarrollada, es aplicada de forma creciente y activamente por toda clase de empresas e instituciones (cívicas, públicas, culturales, administrativas), como lo es el usuario del proyecto en curso, como una de las estrategias fundamentales de comunicación a nivel colectivo.

El planteamiento que se dará al tema abarca los campos específicos de interés del profesional del grafismo, así como de la disciplina del Diseño y la Comunicación Visual.

Pero no se limita a éstos, sino que termina por rebasar este campo, y se extiende al área de interés del mismo usuario y al sistema que comprenden sus canales de difusión, así como de su inserción en el entorno social. Todo ello sin excluir al área del consumidor de los productos propios del diseño.

El enfoque comunicacional que se describe pone de manifiesto la existencia de tres polos fundamentales en esta dinámica: la empresa/institución, el diseñador y el público/usuario de diseño.

Planteado de tal manera, tanto la institución como el usuario constituyen los dos extremos comunicantes del esquema.

La primera afectando al segundo en la relación **producción... comunicación... consumo.**

El tercer elemento del circuito, el diseñador, situado en el punto central como enlace, ejerce de intermediario.

Como tal, enlaza a la institución y su público a través de los diferentes resultados de su tarea, que pueden clasificarse en dos grupos:

- Los productos y objetos técnicos, es decir, bienes de uso, de consumo, de equipamiento, etc.
- Los mensajes gráficos que constituyen el conjunto de las comunicaciones funcionales: del tipo institucional, comercial, publicitaria, informativa, didáctica, señalética y de identidad.

El área de los productos y objetos técnicos define las tareas del llamado diseño industrial, que es el mundo de los objetos. El área de la comunicación por mensajes visuales define el universo del diseño gráfico, que es el universo de los signos y de los símbolos.

De este punto de partida emerge una primera distinción en la relación dinámica y constante entre la institución y el diseño: la existencia, por una parte, de lo que podemos sintetizar como diseño de productos (diseño de objetos), y por otra, lo que se denomina diseño de mensajes (diseño gráfico).

La relación entre el usuario, el diseñador y el destinatario, constituye un sistema interdependiente y, por tanto, un proceso de comunicación y de interacción, donde no se puede privilegiar ninguno de sus componentes en detrimento de los otros que lo integran.

Los eslabones sucesivos que constituyen una verdadera cadena de comunicación y de su proceso, el cual corresponde al esquema paradigmático de Shannon, son:

- Quién utiliza el diseño;
- Quién lo establece;
- Cómo se materializa en objetos y mensajes;
- Cómo se introduce en el sistema social;
- Quién lo recibe y lo consume finalmente.

De tal forma, cada uno de los componentes de la cadena:

- a. Tiene una posición determinada en relación con los demás componentes.
- b. Desarrolla un rol preciso.
- c. Ejerce una función interactiva.

Entonces es que existe un sistema retroactivo, suministrando una interacción estable y permanente entre los elementos de la cadena. Esta interacción es la misma dinámica que impulsa y mantiene la comunicación y sostiene así la integridad del sistema.

Unos y otros elementos de ese conjunto operan recíprocamente una dialéctica: de estimulación y de constreñimiento al mismo tiempo.

Por ejemplo, el emisor procede así, desde su posición activa que inicia el proceso, a través de los productos y los mensajes que lanza al receptor. Este los recibe desde su posición pasiva, del modo indirecto que, por ejemplo, los sondeos de mercado y los estudios de motivación se esfuerzan en detectar.

El emisor -ahora en su condición de usuario del diseño- trata de motivar al diseñador, a la vez que interpone, entre él y su trabajo, unas determinadas premisas (de marketing, de orden técnico, económico y temporal).

El canal difusor o canal transmisor, en tanto que elemento intermediario, introduce “ruidos” a la comunicación (pero en tanto que sistema tecnológico en desarrollo constante), aporta de forma constante nuevos recursos comunicativos -que dirigen formalmente el producto o mensaje- pero también ofrecen invariablemente ciertos factores de innovación.

Así emergen nuevas relaciones entre difusión y coste que afectan tanto a la economía como a la eficacia del proceso.

El diseñador deviene una suerte de “intérprete intermediario” entre ambos demandantes: institución y audiencia. Por esto, su rol -que es en síntesis el de convertir unos datos simbólicos en un proyecto funcional, y éste en un producto o mensaje- requiere un talento especial, una seria formación técnica, flexibilidad psicológica, sensibilidad y un sentido creativo indispensable para combinar formas visuales.

Bajo este contexto, el diseñador deberá fungir como hombre de comunicación; su misión será proveer en todo momento soluciones en forma de verdaderas síntesis expresivas; habrá de desarrollar un proceso de asociación mental y técnica, de estrategias comunicativas, que desembocarán en forma de respuesta a los múltiples requerimientos del usuario, del producto o mensaje y de sus funciones, así como de las demandas y condicionantes socioculturales de sus destinatarios.

4.2.1. COMPONENTES Y FUNCIONES DE LA CADENA COMUNICACIONAL

Ahora bien, a partir de las próximas líneas se pretende examinar y analizar detenidamente tanto la naturaleza como la supuesta acción de los componentes del proceso comunicativo del diseño:

- 1. Emisor...**
- 2. Codificador...**
- 3. Mensaje...**
- 4. Medio difusor...**
- 5. Consumidor**

1. El emisor (o usuario) confirma, primeramente, la utilidad y la necesidad de recurrir al diseño en sus formas variadas: de productos, de planes de producción, de comunicación, de formalización de los mensajes. El usuario del diseño es, de un modo preponderante, la empresa o la institución (o cualquier tipo de organización con necesidad de contar con un representativo colectivo), cualquiera que sea su tamaño, su ubicación sectorial, su antigüedad, su mercado, sus objetivos y sus resultados financieros.

2. El diseñador (o codificador) es, en términos de comunicación, el “intérprete” de los productos y de los mensajes. Es quien ejerce activamente la interpretación creativa de los datos de base, relativos a un propósito definido, y su puesta en un código inteligible. Las relaciones entre usuario del diseño y diseñador se asocian en diferentes formas de dependencia.

3. El producto de diseño (o mensaje) es el objeto de la comunicación, el resultado material del diseño gráfico. Se constituye del conjunto de elementos informativos que el mismo emisor envía a quien cumplirá la función del receptor.

Entonces, es simplemente a través del mensaje que el fenómeno comunicativo se puede generar, ya que las personas y los objetos, por su simple existencia, no se encuentran estableciendo imprescindible conexión alguna. Para poder llevar a cabo la comunicación de manera apropiada, es de vital importancia que ambas partes reconozcan y comprendan el lenguaje en el que el mensaje está establecido.

4. El transmisor (o medio difusor), canal por el cual circulan los mensajes gráficos. Se encarga de modificar la información original de tal forma que pueda ser adecuada para su correcta transferencia. Puede considerarse como una conexión también entre emisor y receptor, ya que cumple con la tarea de convertir la forma original de la información recibida para posteriormente transferirla a su destino y donde será procesada. Su constitución dependerá del tipo de información a transmitir.

5. Receptor (o consumidor), será aquel componente a quien va dirigida la comunicación; en este caso realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por este; es decir, cifra y decodifica el mensaje.

4.2.2. EL DISEÑO COMO PROCESO

Siendo uno de los objetivos fundamentales de la presente obra, se orientará la definición del diseño como un proceso creativo y de comunicación activo.

Bajo este enfoque comunicacional, el diseño en general que se pretende desarrollar contiene dos principios que se antojan esenciales y que decretan de manera concreta el desarrollo de la metodología aplicada:

1. El diseño no es el producto o mensaje; no es la manifestación material de formas visuales, sino el proceso mismo que conduce a la misma obtención del producto o mensaje.

2. No todas las formas de diseño son formas de comunicación.

Concretamente, el diseño no es exclusivamente la expresión final de formas visibles, sino la planificación y el proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en un producto o un mensaje, en tanto que es el resultado de dicho proceso.

De tal forma que lo que define al diseño -y a la comunicación misma- es:

- La existencia de un propósito. El diseño es la expresión planificada de un propósito, acentuado tanto en la idea de planificación y de proceso, como en la expresión material y el sentido resultante de lo anterior.
- El conocimiento de los datos base y las técnicas para realizarlo.
- La disposición de los medios materiales que son necesarios.
- El proceso temporal de planificación, creación y ejecución por el cual se materializará al final el “propósito” en una forma.

Bajo tal perspectiva, el proceso de diseño no describe una evolución lineal, sino iterativa.

Es una constante fija regresar al inicio, o alternativamente a las etapas intermedias, hasta conseguir la certidumbre, la consistencia de la solución que se está desarrollando y buscando materializar.

4.2.3. ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO DE DISEÑO

Son cinco las etapas propuestas que integran el fenómeno creativo:

1. Información/Documentación

2. Digestión de los datos

3. Idea creativa

4. Verificación

5. Formalización (puesta en forma)

De tales pasos consta el proceso creativo del diseño y a partir de estos se traslada a otras tareas como:

- a. La producción técnica del producto o mensaje, es decir, su producción seriada.
- b. La difusión a través de los medios de comunicación masiva y otros canales de transmisión y distribución.

En resumen, **el diseño no es el mensaje, sino que es el proceso llevado a cabo para su consecución.**

Es una actividad múltiple y compleja que no se limita a la forma externa; la solución de la forma superficial no es más que la expresión visible de un proceso creador.

Por tanto, el diseño no puede confundirse con la forma estética exterior, puesto que la finalidad y los requisitos previos constituyen los criterios que determinan la forma final.

4.3. ESQUEMA GRÁFICO DE LA CADENA DE COMUNICACIÓN

Para facilitar el estudio del proceso, se presenta una propuesta a manera de cuadro descriptivo que pretende explicar y organizar los componentes de la cadena de comunicación antes descritos.

El propósito principal es hacer un desglose a partir del modelo ilustrado, el cual dictará los pasos a seguir para la obtención del producto final del proyecto, además de colaborar en la detección de las fases a seguir más fácilmente, lo cual favorecerá la labor y función iterativa del proceso en busca de optimizar sus resultados.

Asimismo, en el gráfico se ilustra el proceso de forma analítica, como una sucesión de etapas, inspirándose en el esquema propuesto por Joan Costa, a su vez fundamentado en los trabajos de Walas y Moles. (52)

Finalmente, y una vez hecha la revisión oportuna del esquema gráfico de la metodología a aplicar, es que puede iniciarse el proceso (el diseño propiamente) y el trayecto sistemático que el diseñador puede recorrer en la tarea de ofrecer la proyección, la configuración y la solución más apropiada al problema funcional planteado.

Para tal cometido, a lo largo del tercer y último capítulo se segregarán los pasos del desarrollo del logotipo conmemorativo, al tiempo que se procurará describir la relevancia del diseño de un manual de usuario del mismo, que garantice su correcta aplicación en los diversos entornos en los que se deberá aplicar.

(52) Basado en: Costa, Joan. (1987). *Imagen global. Evolución del diseño de identidad*. Barcelona. Ediciones Gustavo Gili. p.11-15



(IMG 2.15) Cadena de comunicación.
Basado en: Costa, Joan. (1987). *Imagen global. Evolución del diseño de identidad*. Barcelona. Ediciones Gustavo Gili. p.11

Cadena de comunicación (Esquema de Shannon)

Naturaleza y acción de los diferentes componentes del proceso comunicativo del diseño



ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO DE DISEÑO
(Esquema de Joan Costa basado en los trabajos de Walas y Moles)



III. IMPLEMENTACIÓN: CREACIÓN Y APLICACIÓN DEL LOGOTIPO CONMEMORATIVO

Es evidente que para desarrollar aquel signo que compondrá de manera protagónica y dará pie a desarrollos posteriores dentro del programa de identidad gráfica de la conmemoración de los cien años de la Universidad Nacional de México, a profundidad y con un alto nivel de responsabilidad y dedicación, se deberá echar mano de una considerable cantidad de conocimientos que debe dominar el diseñador gráfico profesional.

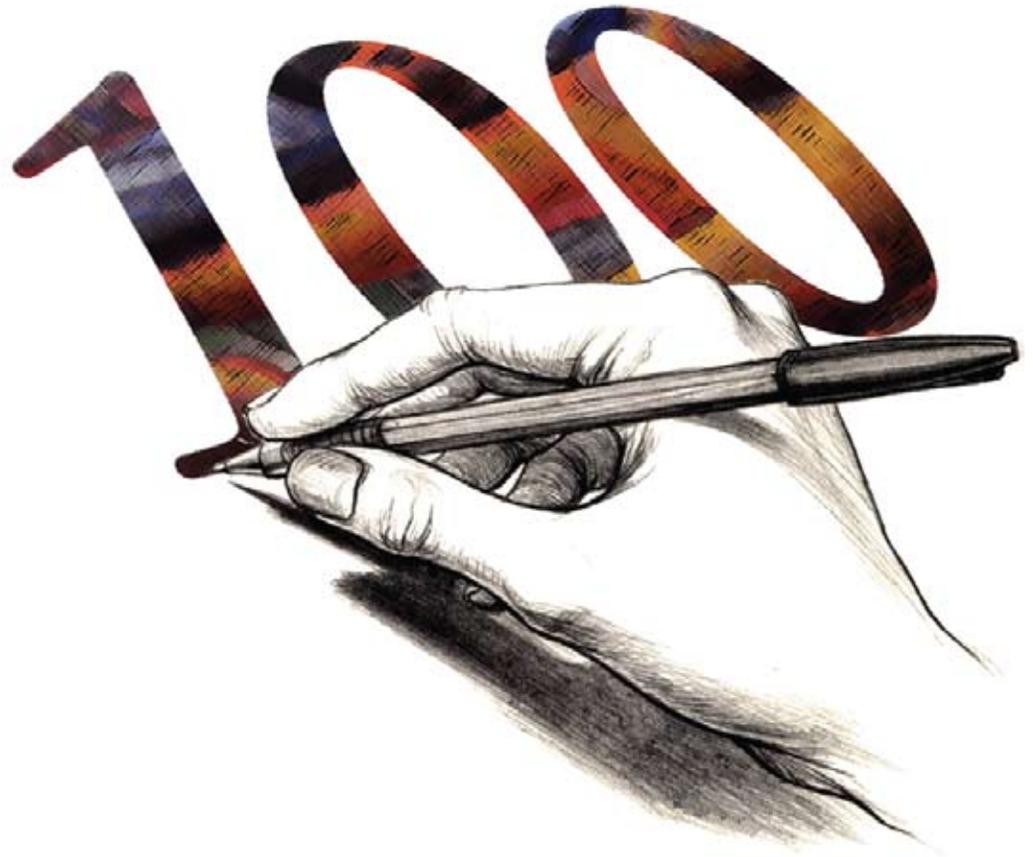
Nos estamos refiriendo al usuario de diseño a detalle, a las herramientas con que dispone el diseñador para codificar esos datos, los tipos de mensajes utilizables y existentes, los medios transmisores por los cuales viajarán y al público que recibirá y deberá impactar positivamente.

Asimismo, se debe comprender que la creación de un logotipo es una misión propia del diseñador y comunicador visual porque implica un proceso creativo y de comunicación y no significa solamente aquel mensaje materializado que resulta de ese mismo proceso.

Es decir, aquello que envuelve el valor de un logotipo que pueda condensar los valores de identidad de la Universidad a lo largo de su historia, se encuentra en la evolución de la idea misma y no sólo en su configuración final.

De tal suerte, en el tercer capítulo (culminante), se expondrá de una manera minuciosa la exploración a la creación y evolución del logotipo conmemorativo desarrollado, así como sus alcances.

Para tal misión resultará necesario retomar tanto el escenario como la argumentación teórica que sustenta dicha producción, datos ya expuestos en capítulos previos.



1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Creación y aplicación del logotipo conmemorativo

La función principal del diseñador, coinciden varios autores, consiste en solucionar problemas formales de carácter estético y funcional. Pero no se compone de eso simplemente en el actual caso, sino que su competencia se conformará de estructurar un proyecto consistente, en una estructura metodológica que provea soluciones válidas al descubrir la trama o conjunto de relaciones fundamentales que corresponden a los objetivos planteados por el usuario, a los proyectados y sugeridos por el diseñador gráfico y al desarrollo creativo y comunicacional del mensaje a verter en la comunicación institucional que se pretende. Teniendo en cuenta esto, es que surge la próxima cuestión, la cual podrá ser resuelta de mejor manera comprendiendo justamente lo anterior. No es otra cosa que hallar una solución innovadora.

Innovar en diseño se trata de detectar puntos en el proceso de diseño que al mejorarlos, cambiarlos u optimizarlos otorguen un valor agregado que represente una ventaja, una cualidad de distinción. Esta ventaja no siempre es meramente económica (en el proyecto de logotipo conmemorativo no es una de las metas), pero puede ser también de imagen institucional, el cómo se proyecte e interpreten los atributos de identificación que posee la institución, así como su eficacia.

Es posible añadir que el hecho de innovar es trascender y para lograr todo esto es necesario un impacto tanto social como económico y quizás político. No siempre todas estas variables están presentes (aparentemente), pero se puede decir que un proyecto por grande o pequeño que sea tiene un impacto en todos sin discriminar obligaciones u oficios. Y este caso es trascendental indudablemente.

Por último, es claramente un objetivo primordial crear un signo acorde a la identidad que emana de la institución, sin embargo, no se puede caer en el error de confundir la identidad particular de un evento como lo es el centenario de la Universidad, en el cual se plasman los valores de los actores actuales, y no de la totalidad de la institución, ya honorable y solemnemente representada dentro de sus múltiples signos de identidad.

1.1. APLICACIÓN DEL MODELO METODOLÓGICO

La correcta implementación de la metodología es probablemente, desde el punto de vista de la experiencia práctica, uno de los hitos de mayor trascendencia en el proceso mismo, así como de una dificultad mayor.

Para concretar su inicio habrá que hacer una consulta a la articulación entre la programación y la prefiguración ya desarrollada anteriormente del esquema de la cadena de comunicación, la cual constituye las pautas que conjugan y encauzan los condicionantes planteados por el problema concreto. Estas pautas serán expuestas y desarrolladas enseguida, procedimiento por

medio del cual será posible verificar y/o reformular durante el mismo proceso proyectual, lo cual además permitirá reforzar notablemente el sostén metodológico al derribar cualquier imposición limitante que se detecte.

En páginas siguientes se revisarán los pasos de la secuencia propuesta.

2. USUARIO/CONSUMIDOR

Creación y aplicación del logotipo conmemorativo

De acuerdo al método a implementar, es claro que uno de los roles más importantes del sistema es el usuario de diseño, como se le denomina en mucha documentación existente.

Este usuario tiene, entre otras, una función sumamente importante que se traduce en describir las funcionalidades en las que se basará el componente posterior en la cadena de comunicación: el codificador, cuya primer tarea será desarrollar descripciones de acuerdo a dichas funcionalidades, detectadas e identificadas a partir de un informe o instructivo realizado antes del comienzo de la codificación de los datos recopilados, ejercicio que se propone denominar “recopilación de datos de usuario”.

2.1. DATOS DE USUARIO

Esta labor se trata de la parte estratégica de la preparación de una acción de comunicación. Es la elección ordenada y creativa de los datos que nos permitirán definir los objetivos de forma correcta y medible, plasmarlos en un breve pero preciso documento escrito donde se encuentre clara toda la información necesaria para su correcta codificación.

A partir del compendio de varios testimonios antes expuestos, se obtuvieron del usuario los siguientes datos relevantes:

2.1.1. IMAGEN DEL USUARIO

La Universidad Nacional Autónoma de México se constituye como la institución educativa más amplia e importante del país.

Es un hecho inherente a su identidad, lo cual se expresa respectivamente en su discurso de responsabilidad social.

Se le asocian conceptos universales de saber y cultura, libertad, heterogeneidad de ideas y pensamientos. Se puede afirmar que toda

persona en México reconoce o por lo menos distingue a la Universidad del resto, quizás como la más valiosa, sin embargo, dada su complejidad, la totalidad de datos reales que se tienen sobre esta son difíciles de proveer aún por medio de la vastísima comunicación institucional que manifiesta.

Algunos reconocimientos, como aquel que le distingue bajo un lugar destacado dentro del ranking de mejores universidades a nivel mundial (*WORLD UNIVERSITIES RANKING*, publicado desde el 2004 por el *Times Higher Education Supplement*), el otorgamiento del prestigioso Premio Príncipe de Asturias, o la designación recibida por la Ciudad Universitaria como patrimonio cultural de la humanidad, son valores que le asocian a ideales meritorios y de identificación única en nuestro país con respecto a cualquier otra institución educativa.

Entre las cuestiones de impacto negativo a la imagen institucional existen fracturas en su identidad e imagen a raíz de movimientos sociales como la huelga estallada en 1999, que ante la opinión pública tuvieron ciertos efectos perniciosos ya que delató las confrontaciones internas.

Aunque también sería acertado señalar que dicha concepción fue condicionada por una cobertura tan tendenciosa como la que muchos medios de comunicación realizaron del hecho.

Acerca de su herencia histórica, se reconocen sus admirables aportes en los cambios relevantes y el desarrollo de la nación en el siglo anterior y el actual, así como baluarte indiscutible de la vida cultural.

Se le asocia a hechos trascendentales y prominentes como la Independencia y la Revolución Mexicana, al coincidir temporalmente con las festividades destinadas a su celebración y remembranza, al igual que como forjadora de algunos de los más ilustres personajes de la historia mexicana.

En síntesis, de acuerdo a los cien años de historia y su misión actual, la Universidad es correspondiente a una imagen digna y muy respetable, orgullosa hacia dentro y renovada hacia fuera.

Al reunir tales méritos, es que se merece la consideración como la Universidad de México.

2.1.2. MENSAJE A TRANSMITIR

La Universidad y la comunidad que le compone se desarrolla bajo la premisa implícita de que el progreso tecnológico, científico, económico y político de México tiene que venir de la mano con un desarrollo cultural, académico, moral y espiritual.

Ahora bien, dentro de los ideales que forjaron su creación, nunca se pensó como una simple productora de ciencia o una generadora de bienes tecnológicos.

Su intención siempre fue contribuir a lograr una educación que surgiera de la ciencia y la cultura en favor del porvenir y unificación del país.

Su fundador insistiría: *“Precisa saturar al hombre de espíritu de sacrificio para hacerle sentir el valor inmenso de la vida social, para convertirlo en un ser moral en toda la belleza serena de la expresión; navegar siempre en el derrotero de ese ideal, irlo realizando día a día, minuto a minuto: he aquí la misión divina del maestro.”* (53)

Tiempo más adelante, otro personaje relevante de la evolución universitaria, José Vasconcelos, resumiría así: *“Yo no vengo a trabajar por la Universidad, sino a pedir a la Universidad que trabaje por el pueblo.”* (54)

(53) Fragmentos extraídos de *“Discurso pronunciado por el Señor Licenciado don Justo Sierra”*. Formato digital pdf. URL: <http://100.unam.mx/index.php?option=com> Consulta: 06/05/2011.

(54) Fragmentos extraídos del Discurso pronunciado ante la Confederación Nacional de Estudiantes. Texto tomado de: UNAM (1983), *“José Vasconcelos y la Universidad”*. México. Editorial UNAM/Textos de Humanidades, p.83

Un siglo después, dentro del acto conmemorativo, la Comisión Universitaria para los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional comprende el acontecimiento como un espacio de reflexión para los universitarios, desde cualquier posición de estos dentro del entramado institucional, y a continuar con el cumplimiento de sus funciones sustantivas: docencia, investigación y difusión de la cultura, con el fin último de aportar sus conocimientos en beneficio de la sociedad mexicana y en una escala universal.

La identidad visual deberá identificar a un grupo vinculado por factores históricos y culturales, por los cuales comparten intereses comunes, dando sostén a la remembranza, es decir, actuando como soporte de la identidad colectiva que permita proyectar un porvenir.

El reto será condensar los valores de antaño, propios del tiempo en que fue inaugurada la Universidad, pasando por los hechos importantes y que han edificado lo que es hoy día, para finalmente materializar el sentir de sus figuras actuales. El acto trasciende la oficialidad y será la expresión de todos y cada uno de los componentes de la institución, siendo sus estudiantes su valor más sagrado, su motivo de ser.

2.2. PÚBLICO OBJETIVO

Un diseñador debe hablar con la lengua y en el idioma del receptor, por lo cual su razón básica consiste en tomar el mensaje del usuario y traducirlo a un lenguaje pertinente, capaz de llegar de una manera focalizada, de generar un diálogo emocional sólido, específico y duradero, pero, sobre todo, auténtico.

Siendo el objetivo principal el poder hallar un medio que incite a la reflexión de los principales

actores de la Universidad, es precisamente este un punto sumamente importante dentro de la presente investigación, ya que el diseño visual que configurará el logotipo conmemorativo procurará materializarse como un fiel símbolo que represente y declame el sentir de sus estudiantes: sensaciones, impresiones, hasta reflexiones e ideas que este grupo percibe sobre su Universidad.

Fungirá como la expresión (en un nivel gráfico) que concrete este complejo fenómeno, siempre asumiendo que la determinación funcione como una acción incluyente y participativa de todos los componentes de la institución.

Reemprendiendo las ideas desarrolladas en el punto 1.6.4. (pág. 20), quisiera plantear los puntos que extraigan la esencia de esta figura universitaria:

- El estudiante de la Universidad empareja sus intereses con los de la institución, por consiguiente de la nación.
- Su quehacer fundamental deberá ser mayormente trascendente al de cualquier otro similar suyo fuera de la Universidad.
- No se distingue por la institución a la cual pertenece, sino por las acciones en retribución al privilegio de serlo.
- Es un ente que pretende la crítica y la reflexión, así como la pluralidad.
- Comprende la situación económica del país, los contextos sociales y la difusión de la cultura.
- El estudiante es transformado por la Universidad, pero también este la transforma.
- La responsabilidad específica del universitario es única.

Dentro de este escenario, el verdadero desafío estará sujeto a la capacidad de reflexionar sobre estos conceptos e integrarlos desde el diseño y el mensaje.

Resulta propio aclarar que dentro de la cadena de comunicación propuesta, el denominado receptor (o consumidor) se encuentra al término y como desenlace de la secuencia por la que se rige. El motivo de su inclusión y descripción en un paso preliminar y agregado a las características de usuario, es básicamente su igualdad, ya que el emisor (la Universidad y todos sus componentes) se conforma de los mismos receptores del mensaje (los universitarios).

2.3. PROYECTOS SIMILARES

No se trata de información precisamente sobre el usuario, sin embargo, la revisión a proyectos desarrollados en otras instituciones del mismo ámbito (educativo), se hacen presentes en la actual obra para contar con una visión general de las formas empleadas en situaciones con objetivos similares.

Se hace hincapié en el estudio de los antecedentes del tema ya que se considera que la producción del signo conmemorativo, como toda obra humana, recoge la estafeta de lo que se ha hecho anteriormente, pues todos los planteamientos de diseño retoman elementos del supuesto acervo gráfico anterior a su misma creación, los continúan, los modifican e incluso los recrean.

Una revisión de estos nos dictarán algunas pautas a seguir para conformar un signo sólido que refiera a la identidad del usuario, lo cual dará pie al análisis en una etapa posterior del proceso de diseño.





(IMG 3.1) Logotipos Conmemorativos/Proyectos similares. Cortesía seeklogo
URL: <http://www.seeklogo.com>

2.4. OBJETIVOS COMUNICACIONALES

Cualquier organización que pretende transmitir cierta información basa su alcance de acuerdo al planteamiento de objetivos. Un objetivo es una situación deseada que la institución intenta alcanzar; es una imagen que la organización pretende para el futuro. Al alcanzar el objetivo, la imagen deja de ser ideal y se convierte en real y actual.

Los objetivos tienen jerarquías y forman una red de resultados y eventos deseados, puesto que hay que recordar que una institución es un sistema. Si las metas no están interconectadas y se sustentan mutuamente, los componentes afectados por la comunicación seguirán rutas dispares y equívocas.

Una de sus funciones primordiales y de interés para el presente punto, es que el planteamiento de objetivos fungirá como una guía para la toma de decisiones. De tal forma, la conclusión según los datos que han sido examinados del usuario se resume en el conjunto de objetivos que debidamente propuestos decretarán y legitimarán el desarrollo de la etapa creativa.

Las consideraciones cosechadas nos dictan que la identidad institucional es el resultado de la historia, valores, filosofía, ritos, mitos, de las búsquedas, estrategias, un sinfín de propiedades y cualidades de la organización de la cual es esencia.

El primer objetivo será homogeneizar la imagen de la Universidad durante los cien años que comprende la conmemoración, lo cual busca generar una mayor pertenencia de sus integrantes y un mayor reconocimiento por su labor histórica y social.

Pero también debe reflejar la diversidad de pensamiento por las que está compuesta, que sumado a los valores que lo destacaron durante el último siglo, le proyecte hacia el futuro.

Las características que resumen y canalizan los objetivos de la Universidad hacia los del proyecto en curso son:

- 1 Significar un espacio de reflexión para los universitarios, sea cual sea su función dentro de la institución. La visión es única.
- 2 Narrar de manera compleja la conmemoración, la pertenencia y la integración hacia dentro; diferenciación y reconocimiento hacia afuera.
- 3 Conmemorar dignamente la historia universitaria, como un valor singular y propio, sólo otorgado a la Universidad, y cuya voluntad es resultado de un invaluable legado.
- 4 Revalorizar a la Universidad como el principal promotor de México en la totalidad de su existencia histórica, no sólo a nivel educativo sino cultural y social.
- 5 Acertar en un elemento visual que enaltezca y concentre efectivamente los extensos significados que emanan de la Universidad.
- 6 Evocar una forma de pensamiento que impulse la producción de cambios positivos, antes que ser emergente de ellos.
- 7 Aludir al orgullo del ser universitario, heredero y sucesor de su grandeza.

3. DISEÑADOR/CODIFICADOR: ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO

Creación y aplicación del logotipo conmemorativo

Es en este punto preciso donde toda la labor realizada entra en acción para ser procesada por medio del denominado proceso creativo. He aquí que se esclarece la considerable importancia del papel del diseñador en el proceso de comunicación: la estructuración de la transmisión del mensaje.

En esta fase deberá tomarse a consideración y dependerá de ello el modo en que será recibida la información visual, los condicionantes de su percepción y la posibilidad de ser comprendida. Tan crucial es atender esto que si existiera alguna falla se conduciría irremediablemente al aborto de la comunicación, anulando con esto cualquier esfuerzo en etapas anteriores y posteriores.

3.1. DOCUMENTACIÓN. PLIEGO DE PETICIONES

Como útil complemento al planteamiento de objetivos, es preciso desarrollar un pliego de peticiones a tener en cuenta en cada decisión creativa. Utilizando terminología accesoria, se describe como la etapa que origina e inaugura el proceso propiamente de diseño, una vez captados todos los datos de la investigación del usuario y su delimitación acorde a los objetivos planteados.

En lo sucesivo, se plantean algunos puntos acerca de las postulaciones a valorar con respecto a la configuración final del producto de diseño (el mensaje), descritas como características o cualidad que debe acopiar, las cuales beneficiarán a su vez la etapa de verificación al dictar las disposiciones de evaluación a tomar en cuenta:

• **Innovador.** Como parte del planteamiento del problema (pág. 118), se sugirió la pretensión por la innovación como característica diferenciadora, capacidad en esencia incorporada al ADN del diseño. En este punto es preciso comprender que quizás el incorporar innovación al

mensaje no tiene el mismo significado para el codificador que para el usuario, más siendo que los enfoques pueden ser interdisciplinarios. El verdadero objetivo que se busca es concretar un elemento sígnico en una propuesta no distinta a la obra antes realizada, sino de acuerdo a los auténticos valores y encomiendas institucionales oficiales.

• **Convencional.** El signo deberá diseñarse de acuerdo a ciertas combinaciones de los códigos gráficos que son culturalmente vigentes. Pretender inventar algún tipo de lenguaje será accesorio y corromperá el objetivo primordial de comunicación.

• **Eficaz.** Cumplirá de acuerdo a todas las funciones para las cuales ha sido creado. Valores estéticos no dictarán la configuración del objeto gráfico sino que le potenciarán en el mejor de los casos.

• **Referencial.** El signo debe inscribirse en el modelo de identidad del usuario. Una buena manera de concebir esto es pensar que la identidad no consiste en hablar del emisor sino en hablar como él. Además, la gráfica deberá ajustarse y respetar los códigos del receptor a modo de que lo comprenda y lo acopie.

• **Pertinente.** Deberá ajustarse al registro del vínculo comunicacional que se crea entre el emisor y su receptor. Hay que tener en cuenta que el producto visual del diseñador no se percibe aislado sino en medio de un complejo campo visual.

• **Consistente.** Deberá existir forzosamente una relación de sentido entre las formas saturadas y las “limpias”. Se debe evitar el signo que mutile el sentido y lo simbólico en abundancia que lo hace invisible. Se dice que aquello que es retirado y no afecta al sentido global de la unidad, era accesorio y por tanto estorbo. Debe tener todo elemento que le otorgue un significado.

• **Sencillo.** Generalmente, el exceso de formas es comunicacionalmente negativo, por lo que no debe contener redundancias superfluas o excesos gráficos.

• **Autónomo.** El signo deberá estar libre de cualquier referencia a su proceso productivo o al autor que lo crea. (55)

(55) El pliego de peticiones, para otorgarle una validez propia de un método de evaluación y verificación, se basa parcialmente en los principios, a modo de decálogo, de una propuesta del autor Norberto Chaves en referencia a la configuración de signos.

3.2. INCUBACIÓN

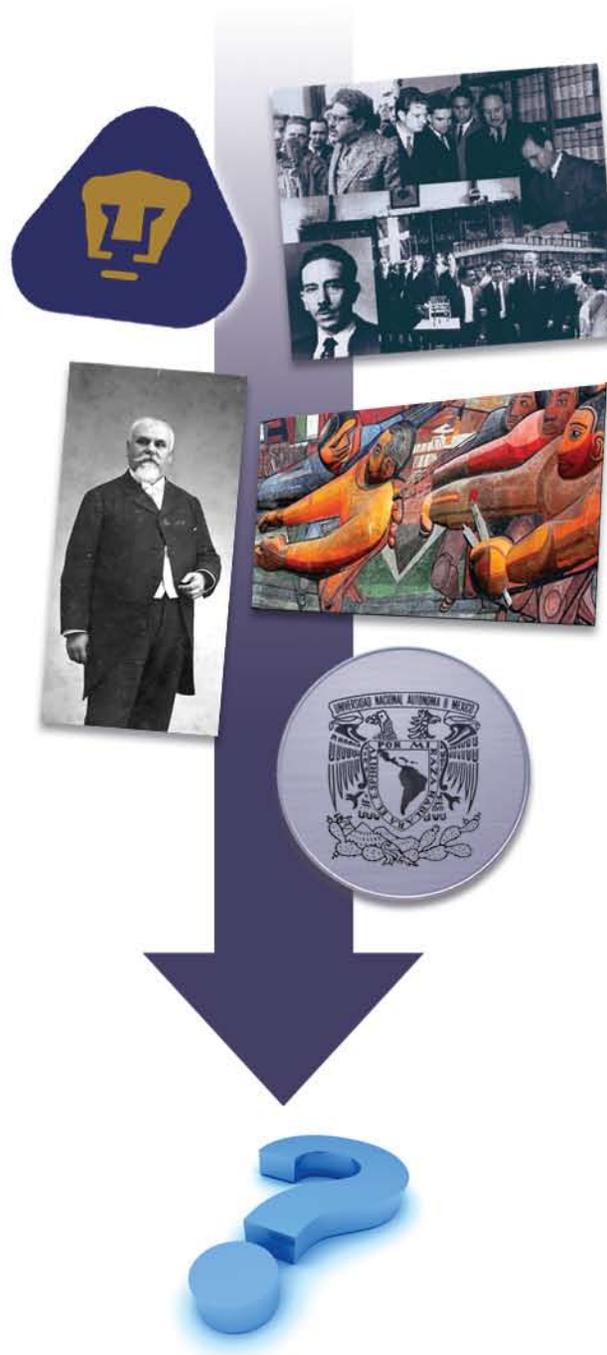
«Incluso allí donde el espíritu humano parece más libre para abandonarse a su espontaneidad creadora, no existe en la elección que hace de las imágenes, sea en la manera en que las asocia, las opone o las encadena, ningún desorden ni ninguna fantasía.»

Claude Lévy-Strauss

Resulta indispensable recalcar que al momento de comenzar a proyectar las primeras ideas para plasmarlas bajo la forma de un logotipo, lo primero es determinar los tipos o clases que existen. Se puede abarcar desde una simple representación gráfica del nombre, tal vez que derive del mismo de la institución, hasta símbolos completamente abstractos que incluso pueden combinarse con aquel.

Sin embargo, primeramente hay que tener en mente que no todos los estilos de logotipo funcionan de la misma manera y dependerá de distintas situaciones. Aún así, la comprensión de la diversidad de soluciones disponibles y todas sus implicaciones puede ser realmente valioso para quien configura la imagen, quizás limitando pero a la vez dirigiéndole hacia soluciones más adecuadas.

Precisamente para solucionar las disyuntivas, es que una vez planteados los requerimientos a nivel gráfico y conceptual, posteriormente se desarrolla una eficaz técnica denominada *«brainstorming»* (tormenta de ideas), en la cual se generan tantas opciones de solución como la totalidad de conceptos obtenidos a partir de los datos del usuario. Por consiguiente, la diversidad de alternativas válidas es muy extensa.



En el caso de la Universidad, la gama es tan amplia que habría que partir de un principio de discriminación de información así como la observación minuciosa de la misma, es decir, realizar un filtraje de las soluciones que mejor satisfagan los requerimientos de comunicación que previamente se han delimitado.

Para ello, y dada la importancia del factor de codificación, el análisis a realizar de los elementos sígnicos y simbólicos se valdrá de la utilización de algunos recursos que faciliten la exploración y la catalogación que finalmente legitimen los resultados del proceso, operación vital en la búsqueda de obtener los más óptimos resultados.

(En la columna aledaña se describen gráficamente las primeras directrices planteadas según las ideas desarrolladas en el actual punto).

3.2.1. TABULADORES

El uso de tabuladores es una de las prácticas necesarias para poder realizar un análisis de las características gráficas formales arrojadas por la recopilación de signos correspondientes a programas de diseño similares al proyecto que se está describiendo.

Se trata de un ejercicio propio del diseño, no en un afán de “copiar” soluciones, sino que al contrario, de respetar ciertos cánones ya explorados con anterioridad y que marcan una pauta más que una solución a imitar.

En las siguientes páginas se presentarán los elementos antes recopilados y el desglose de sus características formales, de los cuales se procederá a elaborar el análisis pertinente.

MARCAS UNIVERSITARIAS	CONCLUSIONES
<p>Tipografía</p>    	<p>La tipografía se refiere a la técnica del manejo, la selección y elaboración de distintas opciones del texto que enmarcará el nombre o la designación del logotipo. Para las diversas marcas universitarias se utilizan de acuerdo a la dependencia, por lo que se concluye que no hay uniformidad en este respecto.</p>
<p>Color</p>    	<p>El color se convierte en una propiedad que otorga valor visual y comunica distintas sensaciones de una manera muy concreta. En este caso predominan los tonos que componen los colores institucionales: los denominados azul y oro, aunque hay casos que utilizan colores "propios" de la disciplina.</p>
<p>Nivel de Iconicidad</p>    	<p>El nivel de iconicidad se refiere al parecido de una imagen con la realidad, desde una representación fotográfica hasta una reducción a un nivel abstracto. Las marcas universitarias no tienen una inclinación manifiesta hacia un uso en particular.</p>
<p>Tipo</p>    	<p>Las diversas maneras de presentar un logotipo implica distintas significaciones que afectan su mensaje más allá de su propia configuración formal. La revisión nos indica que también hay pluralidad en cuanto a los tipos a disposición, desde la utilización de las iniciales hasta altas abstracciones, incluidas sus combinaciones.</p>
<p>Formato</p>    	<p>El formato se refiere a la disposición en que los elementos que componen el logotipo están repartidos dentro de "su" espacio designado y que define la manera en que estos interactúan. En este punto tampoco hay una pauta evidente lo cual nos indica que las marcas de la UNAM son totalmente polifacéticas.</p>

IDENTIDADES CONMEMORATIVAS CONCLUSIONES

Tipografía



La gran mayoría de los logotipos se componen de tipografías totalmente exclusivas. Tienen un carácter gráfico y comunicativo y no siguen un patrón, responden meramente al evento que están representando, pero sí comparten que la denominación nominal (100) se convierte en un elemento expresivo por ser el tema central.

Color



El color está íntimamente ligado a los valores del usuario, por lo que comparten las mismas gamas que se definen como institucionales. La generalidad indica la utilización del blanco como fondo al color distintivo, el cual sí varía de una a otra, evidentemente en busca de la asociación inmediata.

Nivel de Iconicidad



El nivel de iconicidad tiene una tendencia clara tras el análisis: está siempre dirigida a favorecer la multiplicidad de formas que se utilizan en torno al elemento principal que es el valor nominal de la conmemoración, núcleo de la composición.

Tipo



Generalmente acompañan a tal componente (que funciona a nivel simbólico y verbal) algunos otros elementos gráficos pero no es condición imprescindible, ya que se pretende evitar una saturación de "ingredientes" que compitan con el valor más importante. Los complementos están para beneficiar el motivo primordial, no pugnar.

Formato



Siguiendo la misma línea rectora, el formato está definido por el tema central y los componentes secundarios (datos informativos, fechas, símbolos, íconos) están acomodados acorde al motivo fundamental y sus propiedades, siendo su cometido consolidar su mensaje.

PROYECTOS SIMILARES				CONCLUSIONES
Tipografía				<p>En la revisión de casos más específicos sobre logotipos institucionales y carácter similar a la conmemoración universitaria, se hace patente la recurrencia a fuentes tipográficas relacionadas en dos aspectos a la institución misma: su visión y sus valores como quedan reflejados en otros componentes de identidad.</p>
Color				<p>Para la elección de colores ocurre un proceso similar, predominan los tonos que revisten y vinculan sus significados a la institución. Aunque hay casos excepcionales que optan por asociaciones a otros elementos secundarios de la organización y que funcionan como referentes a la misma (escudos, emblemas, etc).</p>
Nivel de Iconicidad				<p>Se tiende a recurrir a elementos que complementen la identidad gráfica institucional, como ocurre respecto a tipografías y colores. Siendo de esta manera predominan los casos en que se tiende a la abstracción de las formas de la composición.</p>
Tipo				<p>No hay una predilección marcada hacia la utilización de ningún tipo de logotipo ya que (al igual que en casos expuestos anteriormente) el motivo principal determina la naturaleza del diseño y centra la atención en sí mismo. Pero resulta recurrente el empleo del mismo texto como símbolo.</p>
Formato				<p>Los diferentes formatos se encuentran comúnmente determinados por la disposición misma de otras figuras alusivas y distinguidas hacia la organización, por lo que hay relación directa y estrecha entre el signo y el sistema gráfico al cual se busca anexas.</p>

3.3. IDEA CREATIVA

Ya exploradas las distintas hipótesis creativas de acuerdo a los resultados obtenidos por las herramientas de conceptualización y análisis, así como de las conclusiones, se consigue el correspondiente descubrimiento de soluciones originales posibles que permitirán al logotipo conmemorativo constituirse como un ejemplo de solución funcional a un problema complejo de representación gráfica debido a la multiplicidad de opciones.

Las imágenes que se muestran a continuación son algunas de las primeras ideas exploradas a nivel gráfico que responden precisamente a las necesidades planteadas y al análisis realizado en la presente investigación.

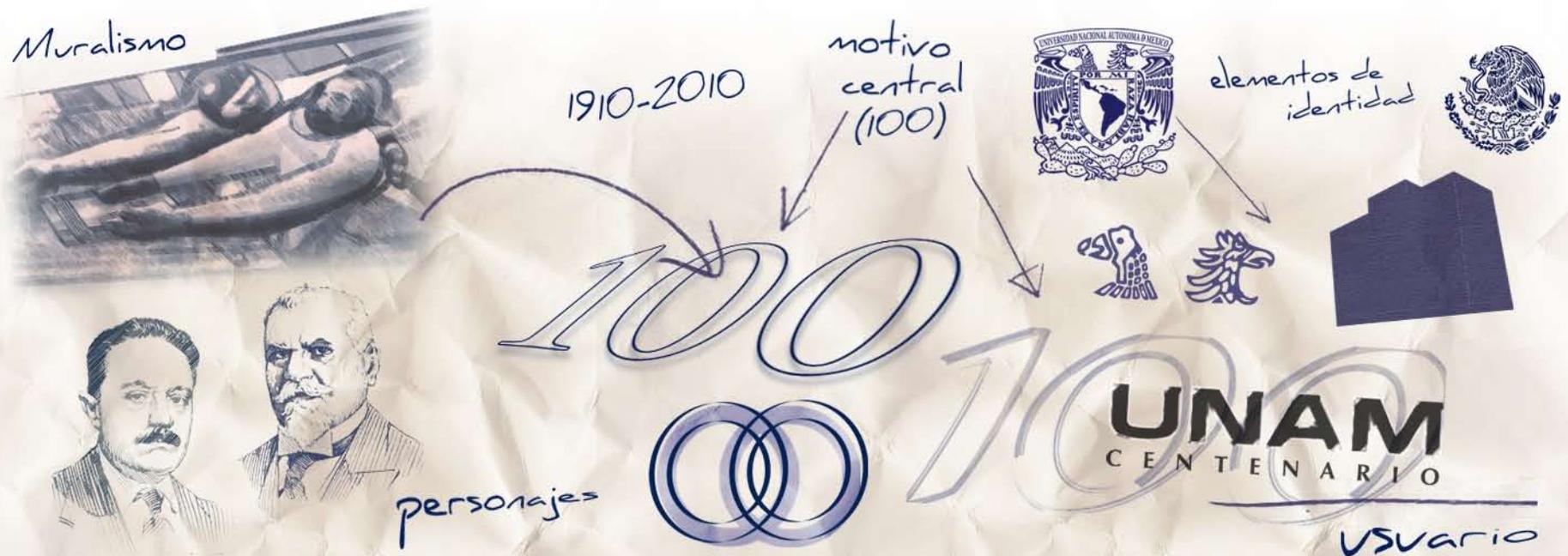
3.3.1. JUSTIFICACIÓN

Según aseveraciones previas, la consciencia colectiva dispone de dos maneras para representarse en el mundo: una directa a través de la percepción de los sentidos y otra indirecta a partir de lo simbólico.

Todo aquello que la cultura transmite (costumbres, creencias, lenguas, ideas, gustos, e incluso conocimientos técnicos), constituyen ciertos mensajes que no solamente soportan información de carácter elemental e inmediato, sino que también están cargados de un sentido que va más allá de su realidad material: son portadores de una carga afectiva, simbólica, de una imagen del mundo. De esta manera responden a las necesidades que van más allá de su función material específica.

Es entonces que la idea principal que detona el proceso creativo será **el hallar aquella imagen conmemorativa vinculada al concepto de la cultura nacional, puesto que la Universidad ha tenido una evidente e inseparable simultaneidad histórica con el país, lo que hace necesario un abordaje desde el contexto cultural para optimizar los impactos de significación, hallando alguna expresión que fusione las concepciones de ambas, sumamente complejas cada una por su cuenta.**

Un objetivo complementario será componer un elemento que salte del ámbito meramente universitario a convertirse en uno de los símbolos más sólidos y reconocibles hacia el exterior de la institución. Aquel que exalte los valores únicos que le caracterizan y distinguen del resto.



3.4. VERIFICACIÓN Y DESARROLLO

La experiencia profesional del diseño indica que el disponer menos de tres elementos de concepto gráfico es limitar las opciones de análisis y elección.

Por otro lado, contar con más de este número, significa la posibilidad de confusión.

Debajo se hallan desplegados los tres componentes preliminares de desarrollo gráfico, todos ellos cumpliendo los requisitos planteados y que se apoyarán en ciertas técnicas de asociación de conceptos a desarrollar en el siguiente punto.



3.4.1. TABLA DE CORRESPONDENCIA CONCEPTUAL-GRÁFICA

La función de esta herramienta es facilitar la búsqueda de los elementos visuales que permitan conseguir una correcta sintaxis que les coordine y asocie formando la propuesta visual definitiva, y que finalmente exprese los conceptos deseados (que han sido resultado de las fases previas del método puesto en marcha).

A continuación se despliega una tabla de relaciones existentes entre signos, conceptos y

códigos visuales que deberán corresponderse para representar a la organización.

Se compone de columnas que ligan de forma directa el concepto planteado a su modo de representación y código visual más adecuado.

A partir de esta se obtendrá una propuesta de identidad visual en éstos basada y el sistema de signos que aludirán a esta última dentro de la configuración final del identificador, con el fin de conformar la lectura social del discurso que se pretende.

SIGNO	CONCEPTO	CÓDIGO VISUAL
100	<p>Elemento que funciona a nivel simbólico/verbal y motivo vital de la constitución del logotipo.</p> <p>Cumple también una función informativa e incluso coordina a los componentes suplementarios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad • Repetición • Énfasis • Proporción • Equilibrio • Ritmo (uniforme) • Jerarquía
Muralismo	<p>Componente de índole artístico y cultural que enlaza los valores de la nación con los universitarios en diferentes niveles.</p> <p>Posee una intrínseca capacidad evocadora a sus atributos y singularidad como organización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Baja abstracción • Colorido • Contraste (color) • Movimiento • Dinamismo • Textura • Superposición
UNAM	<p>Usuario de la cadena de comunicación y quien detona el proceso, siendo indispensable la alusión al mismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad • Armonía formal • Contraste (escala) • Simetría • Ritmo

3.4.2. MATRIZ DE RELACIONES GRÁFICAS

De igual manera, la etapa creativa de la propuesta de sistema e identidad gráfica se sirve de algunos otros mecanismos que ejercen de apoyo al momento de dictar la asociación de conceptos a materializar, en un único signo que reúna la totalidad de ideas a transmitir.

La herramienta elegida es el Diagrama Matricial o Matriz de Relaciones Gráficas. Sus utilidades específicas son:

- Visualizar y establecer claramente patrones conceptuales y gráficos a representar.
- Facilitar consensos en relación a las decisiones creativas propias del diseño y la configuración final del signo, a la vez que mejorar su calidad expresiva.
- Establecer la relación existente entre los distintos elementos o factores, así como el grado de importancia de cada uno.
- Simplificar la identificación de vínculos que pudieran existir entre dos o más factores, en el presente caso nos referimos a ciertos conceptos y signos que les representan.

A partir de la lista de combinaciones resultantes se han de seleccionar las más relevantes y viables como posibles soluciones creativas.

Cabe precisar que tales resultados serán avalados y aprobados por el mismo proceso creativo y las herramientas que han sido utilizadas para su consecución.

Adjunto se despliega el ejercicio realizado:



100

Fundamento esencial de la composición pues designa el motivo de su creación.

El diseño consiste en incluir un elemento simbólico que uniera la historia de México y el de la Universidad: el muralismo como expresión que reúne los valores de ambas. Como toda narrativa tiene una parte lógico-racional, el signo, código arbitrario, y una simbólica, que trasciende el pensamiento conceptual.

COLOR

Contiene los colores propios de la obra mural seleccionada, procurando reproducirlos de la manera más fiel posible.

SÍMBOLO

Se trata de la fusión formal de la representación gráfica de un elemento tipográfico (100) y un signo que refiere a un concepto puramente cultural y artístico (mural).

De este modo, se eligió introducir una de las pinturas murales que son parte del edificio de Rectoría: *El pueblo a la Universidad, la Universidad al Pueblo*, del maestro David Alfaro Siqueiros, incrustado en el elemento más importante del logotipo: el número 100, motivo principal de la conmemoración, para otorgarle un valor gráfico a la vez que simbólico.

LOGOTIPO

El símbolo se encuentra acompañado por el logotipo, el cual contiene la denominación del usuario en dos versiones: su designación actual bajo sus siglas (UNAM), y la correspondiente al momento de su creación, acompañado de las fechas que comprende la conmemoración.

Los rasgos gráficos que definen al elemento son una tipografía sólida y legible, así como el uso de un color neutro que le determinan como complemento del signo principal.

CARACTERÍSTICAS

Tiene armonía y equilibrio al ser simétrico.

Introduce un elemento absoluto (100) que refiere inmediatamente al motivo principal.

Refleja elegancia de acuerdo a la importancia del hecho al cual representa.

Dispara analogías y sensaciones estimulantes con respecto a los valores de la organización a la cual representa.

FORMATO

La disposición de elementos es de manera horizontal.

El conjunto de signos desplegados (tanto simbólicos como tipográficos) se encuentran vinculados por una línea recta que otorga estabilidad, a la vez que establece la composición y la repartición de elementos dentro del formato.

TIPOGRAFÍA

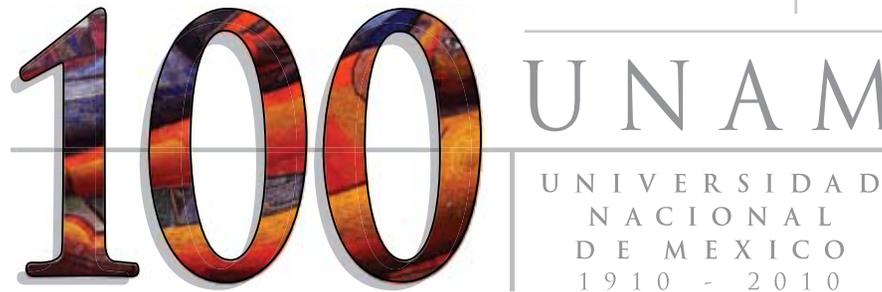
La tipografía elegida es del tipo romana (**Trajanus Roman / An Unfortunate Event DeWarped**). Se caracterizan por los siguientes detalles:

- Son letras que tienen serif.
- Su terminación es aguda y de base ancha.
- Los trazos son variables (ascendentes finos y descendientes gruesos).
- La dirección del eje de engrosamiento es oblicua.
- El espaciado de las letras es esencialmente amplio.
- Un peso y color sutil en su apariencia general.

SIGNIFICADO

Esta obra es aquella que reúne la misión principal de la institución: formar profesionales que salgan de las aulas a retribuirle al país y su sociedad aquello que han recibido mediante sus estudios.

Los puntos centrales son la sociedad mexicana representada por el pueblo, la clase media representada por la Universidad y el estudiante; y la clase obrera representada por el trabajador. Al finalizar sus estudios, el estudiante entrega su conocimiento en forma de un libro a la sociedad.



3.6. DIFUSIÓN/MENSAJE

El mensaje formalizado que se obtiene del proceso creativo se dirige al siguiente paso de la cadena, nos referimos a su inserción a los medios designados para su difusión.

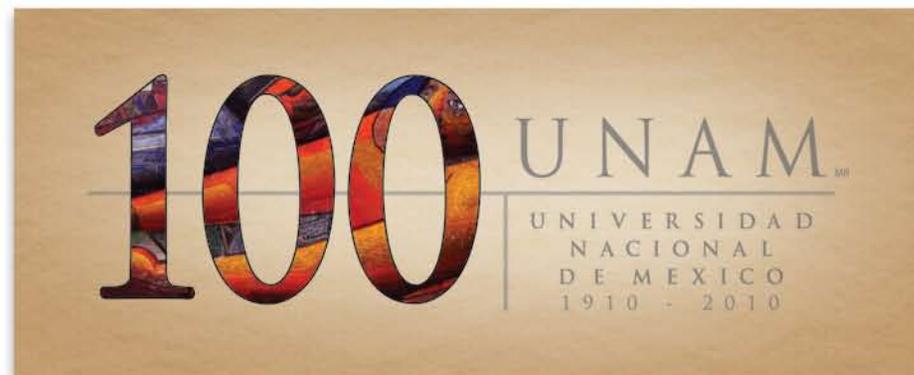
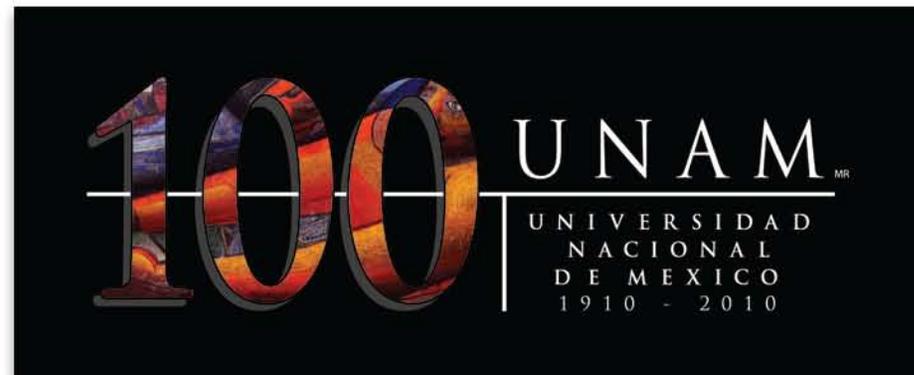
Es de vital importancia tener en cuenta los dos factores que dictarán el procedimiento. Por un lado el receptor, componente a quien va dirigida la comunicación, cuya función será descifrar e interpretar. Por el otro los recursos, las técnicas, los mecanismos y las aplicaciones que definirán el dónde y cómo será expuesto.

Es presumible que el paso previo para la introducción del mensaje al circuito de producción en serie es garantizar su capacidad de adaptación, sin tener que preocuparse de cambios durante la reproducción final.

La producción seriada implica el desarrollo de distintas versiones del logotipo creado, una acción clave para la inserción y alineamiento posterior en las consecuentes actuaciones de comunicación, así como su adaptación a los medios (tanto impresos como digitales) que serán el canal de transmisión.

Es necesario recalcar que tales modificaciones deberán seguir una instrucción determinada por el programa al cual está inscrito, lo cual evitará reproducciones que falten a los requisitos mínimos, lo cual irremediablemente dirija todos los esfuerzos a un fracaso comunicativo.

Para evitar tal situación, tendrá un importante papel su manual de aplicaciones, cuya función será detallada en páginas siguientes, siendo el primero de los productos del diseño.



(IMG 3.2) Logotipo conmemorativo en tres versiones (de acuerdo al tono del fondo).

4. PRODUCTOS DE DISEÑO

Creación y aplicación del logotipo conmemorativo

El último paso de la metodología planteada describe los resultados obtenidos del proceso, materializados por los productos de diseño, los cuales, como se ha reiterado insistentemente a lo largo del presente capítulo, no conforman lo que comúnmente se explica como el mensaje mismo.

De acuerdo a la propuesta, éstos se dividen en dos grupos: por un lado, las aplicaciones implementadas a través de los diversos medios disponibles; por otro, los recursos destinados a aportar una normativa al uso de las anteriores, principalmente a través de la elaboración de un manual de uso de identidad gráfica.

4.1. NORMATIVIZACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA

Dado que la cualidad de regularidad en la emisión de los signos identificadores es una condición básica de su eficacia identificativa, es indispensable determinar claramente cuáles serán los rasgos estables, los alternativos y los libres, tanto en lo que respecta a la configuración interna de los signos como en sus condiciones de aplicación a los distintos soportes.

Los rasgos estables y los alternativos deberán ser minuciosamente regularizados a modo de garantizar su correcta reproducción y, por lo tanto, evitar la alteración de sus formas y usos a lo largo de todo su período de vigencia.

4.1.1. DEFINICIÓN

El manual tiene como objetivo evitar que se tome la identidad de la organización y se realicen interpretaciones personales que no estén ajustadas a la línea de diseño ya definida. Es de suma importancia que pueda ser visto y utilizado por cualquier persona que es parte del sistema, puesto que la identidad afecta a toda la organización. Por lo tanto se ha pretendido generar un documento simple y coherente, así como claro en cuanto a lenguaje y gráficos.

4.1.2. FUNCIÓN

La edición de un manual de identidad gráfica responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de todos los elementos de comunicación generados.

La normativa gráfica que se presenta debe servir como guía para alcanzar una identidad visual homogénea y diferenciada, que facilite la coordinación y el ordenamiento de todos los componentes que conforman al sistema gráfico a implementar.

Es importante destacar que la correcta aplicación de los elementos de comunicación está ligado al desarrollo de un buen manual y a la aplicación correcta de las reglas que en éste se especifican. Si se logra mantener unas normas mínimas, será posible sustentar una imagen coherente y cohesionada del sistema.

Mediante el manual lo que se procura es realizar un estudio extensivo de los elementos básicos, así como desarrollar una serie de plantillas para la comunicación de la organización. A modo de pronóstico, para tal cometido se requiere definir con exactitud la forma y contexto en que aparecerán los elementos gráficos, ya que este paso evitará realizar súbitas modificaciones.

Ello también beneficiará la misma flexibilidad del signo, es decir, se configura y determina de forma preventiva para contemplar las diversas alteraciones en futuras aplicaciones.

Como añadido, al proporcionar un perfil visual mediante esta normativa, se aspira a contar con un aspecto exterior singular y diferenciado del resto de los proyectos que genera la Universidad. Es decir, otorgarle una identidad propia.

Para realizar la consulta a dicha guía, el lector hallará el Manual de la Imagen Conmemorativa del Centenario de la UNAM (en versión digital) en el enlace que ha sido puesto a disposición de la comunidad universitaria. (56)

En esta guía personalizada al actual proyecto se definen las partes que le compondrán (su estructura), sus actividades, los elementos básicos y principalmente sus aplicaciones, las cuales estarán condicionadas por las necesidades cambiantes de comunicación, pero que pueden ser previstas por el programa, el cual ha sido desarrollado bajo la supervisión de la Comisión Universitaria para los Festejos.

(56) *Manual de la Imagen Conmemorativa del Centenario de la UNAM*. Archivo disponible en línea.
URL: www.zaragoza.unam.mx/sgcsa/archivos/100_unam.pdf
Consulta: 03/12/2012.

4.2. MEDIO DIFUSOR/APLICACIONES

Dentro del programa de implantación del logotipo conmemorativo, las aplicaciones van desde la definición de la comunicación institucional interna hasta la difusión externa: los identifica ante el público fuera de la Universidad y también otorga un sentido de identidad hacia todos aquellos elementos que la componen.

El objetivo es sugerir o proponer ciertas cualidades de la identidad a través de las formas, los colores, formatos, ornamentos y demás recursos gráficos a disposición, de acuerdo a la correcta expresión del signo en los diferentes medios visuales que a continuación se detallarán, por lo que resultará esencial para conferirle una homogeneidad en su aplicación.

De manera ya antes destacada, tal uniformidad asegurará una distinción/percepción de integridad y firmeza ante el público objetivo.

No será en vano recalcar una vez más que el material de lectura requiere ser diseñado de forma legible (y sus aplicaciones darán fe de ello), siendo este un punto crítico dado los tiempos de constante agresión y sobrecarga visual. De ahí la importancia ya señalada del análisis a los lineamientos determinados dentro de la Guía de Uso, los cuales dictaminan los fines correctos y previenen casos que pueden presentar dificultades.

Para ilustrar el punto, en páginas posteriores se presenta una breve revisión que busca enlistar algunas de las aplicaciones del logotipo en relación a los diversos procesos y medios de

reproducción impresa y digital de uso cotidiano por parte de la Universidad, manejándose aplicaciones realizadas por distintos agentes y sus consecuentes variantes de reproducción.

Es muy importante señalar que los lineamientos presentados son derivados de aquellos establecidos en la sección de usos del manual ya aludido, por lo que es indispensable que para realizar cualquier aplicación distinta a las exhibidas a continuación, se consulten las reglas completas sobre su utilización en la sección correspondiente. Si procede el caso, tales aplicaciones deben contar necesariamente con la autorización de la Administración de Identidad de la Comisión Universitaria para los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional Autónoma de México.



(IMG 3.3) "Recuerdan la fundación de la UNAM". Cortesía El Universal. 22/09/2010.

4.2.1. MEDIOS IMPRESOS

El logotipo conmemorativo está planteado para ser la parte visible (que de hecho representa y lo hace tangible) del sistema desarrollado para la comunicación derivada de la conmemoración universitaria.

El fin último una vez creado, es su inclusión al universo de signos (que ya se han repasado) y que se han generado a lo largo de la historia de la institución, los cuales viajan por medios tan diversos como la variedad misma de elementos que le componen.

Como objeto gráfico funciona a manera de bandera de un hecho específico que permea a toda la entidad y su programa de divulgación informativa. Como tal, su presencia ha sido poco menos que omnipresente durante el transcurso de los propios festejos conmemorativos y las acciones derivadas.

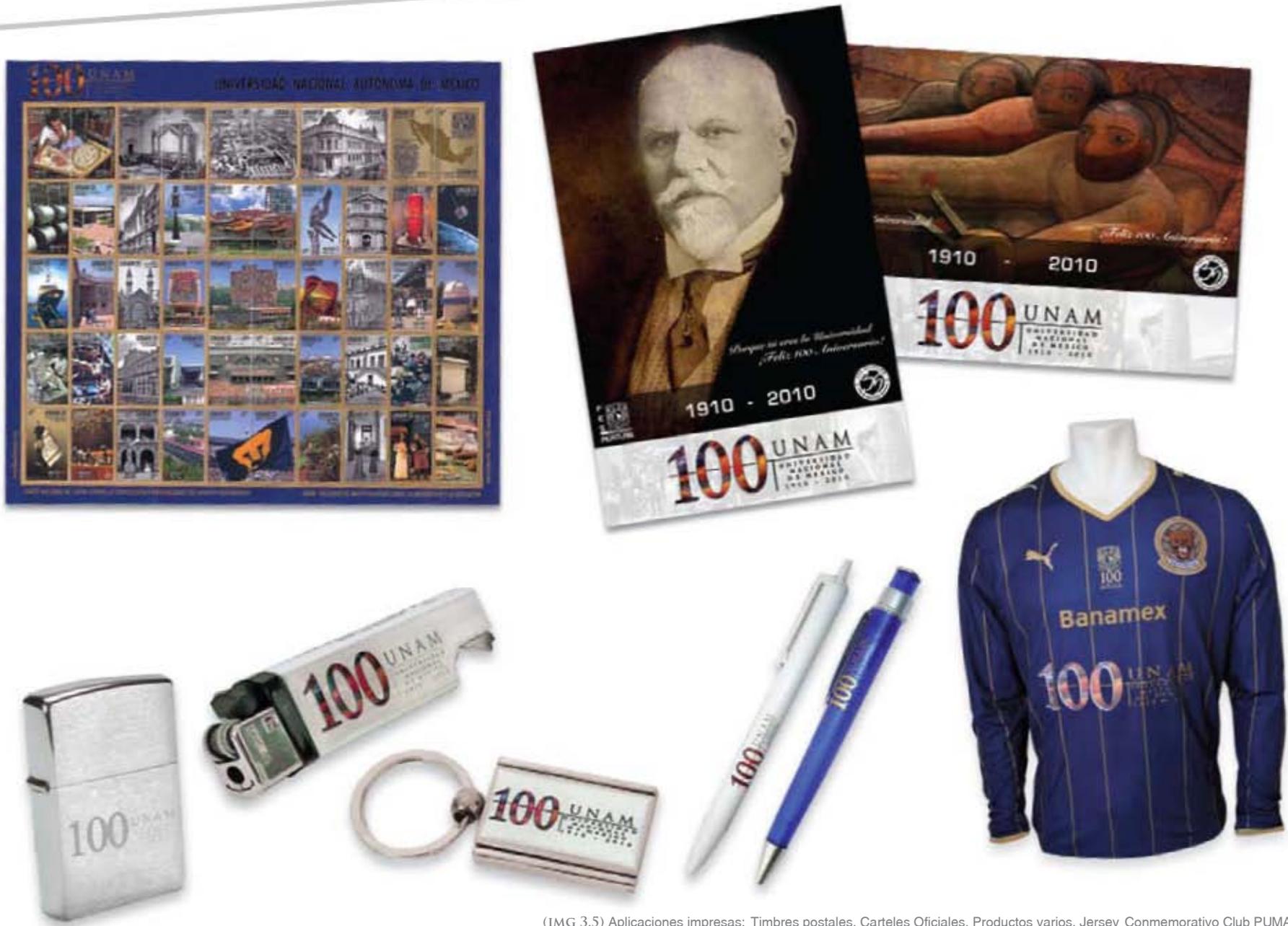
Desde papelería, toda clase de publicaciones periódicas y de promoción institucional, libros de carácter oficial, diseño de productos (desde diseño textil hasta stands), incluso intervención de obras arquitectónicas.

Como también se ha estudiado, la penetración del logotipo conmemorativo tiene implicaciones hacia el exterior de la comunidad universitaria, en ámbitos que van desde lo político y social hasta lo deportivo.

Su capacidad de adaptación a la diversidad de medios y de acoplamiento con otros elementos gráficos deberá ser uno de sus valores fundamentales para efectos de eficiencia.



(IMG 3.4) Aplicaciones impresas: Gaceta UNAM, Calendario Oficial, Transporte Público, Lotería Nacional, Publicaciones Universitarias de carácter oficial.



(IMG 3.5) Aplicaciones impresas: Timbres postales, Carteles Oficiales, Productos varios, Jersey Conmemorativo Club PUMAS
Cortesía de Tienda itinerante conmemorativa de los 100 años de la UNAM
URL: <http://tienda100.unam.mx/>

4.2.2. MEDIOS DIGITALES

Los tiempos actuales demandan una difusión demasiado amplia para la completa cobertura por parte de los medios impresos, por lo que las vías de orden digital amplifican el impacto de la comunicación que difunde la organización, la Universidad en este caso. De hecho son los más utilizados entre la población en general y por supuesto no es de otra manera en la comunidad universitaria.

Tal situación ha ocasionado un cambio de paradigmas en la forma de comunicarse: en el manejo de la información, en la elaboración del conocimiento, en la manera de leer, de presentar las informaciones y la realidad, etc.

Es así que el logotipo conmemorativo extiende su figura por medio de su intervención a través de publicaciones electrónicas, que le otorgan nuevas dimensiones y competencias.

Más específicamente, su presencia virtual tiene múltiples implicaciones puesto que disfruta de infinitas posibilidades de reproducción, nos referimos desde efectos visuales y auditivos, de animación e inclusive de interacción.

Tal situación permite proyectar al usuario a un entorno donde la comunicación ocurre a distintos niveles, con el cual se vincula y relata su mensaje de nuevas formas. Ya no sólo actúa como sello de identidad, su función primordial.

Para constatar, se recomienda al lector hacer la visita a las páginas electrónicas de contenido alusivo al Centenario Universitario (referidas en la sección V. Bibliografías y Fuentes de Consulta, al final de la presente obra).

100 UNAM TRANSMISIÓN ESPECIAL EN VIVO

CABLEVISION CANAL 411
SKY CANAL 255
96.1 FM
860 AM

MÉRCOLES 22

- 08:30 h Procesión Universitaria
- 09:00 h Ceremonia Conmemorativa en el Anfiteatro Simón Bolívar. Acto Solemne
- 11:00 h Sesión Solemne en el H. Congreso de la Unión. Honoreaje a la Universidad Nacional por su Centenario
- 18:00 h Ceremonia y Concierto Conmemorativo desde la Sala Nezahualcóyotl. Mensaje e interpretación de la Sinfonía Conmemorativa para coro y orquesta compuesta por el Mtro. Federico Ibarra por la Orquesta Filarmónica de la UNAM!
- 22:05 h Repetición

JUEVES 23

- 11:00 h Ceremonia de Investidura Doctores Honoris Causa. En el marco de los festejos del Centenario de la Universidad Nacional. Palacio de Minería
- 15:00 h Repetición domingo 26

¿Cómo la ves?
¿Cómo la vives?

Concurso Universitario de Documental en Línea

www.comolavives.unam.mx

Logos de patrocinadores: DCSDF, AOA, 100 UNAM, DIFUSION CULTURAL UNAM.

ENAP ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

CORUM LA CHAUX-DE-FONDS - SUISSE

Unlock and Conquer

100 UNAM

Cien años de ser la universidad de la nación

100 UNAM

Honoris Causa 2010

AGENDA ACADÉMICA DE DOCTORES HONORIS CAUSA
Conferencias Magistrales

- Mtro. Federico Silva Gutiérrez**
Identidad y memoria
20 de septiembre, 11:00 h
Patio Central de la Academia de San Carlos
- Dr. Nawal El Saadawi**
Creativity, dissidence and women
21 de septiembre, 11:00 h
Auditorio de la Coordinación de Humanidades
- Dr. Noam Chomsky**
Haciendo el futuro. La política exterior actual de los Estados Unidos de América
21 de septiembre, 11:00 h
Sala Miguel Covarrubias, CCU
- Dr. Vitelmo Víctor Bertero Rizzo**
Reflexiones sobre los grandes sismos americanos del 2010: Haití y Chile
21 de septiembre, 12:00 h
Auditorio José Luis Sánchez Brilleaux, Torre de Ingeniería
- Mtro. David Ibarra Muñoz**
Política fiscal en México
21 de septiembre, 12:00 h
Auditorio Narciso Bassoli, Facultad de Economía
- Dr. Luis Felipe Rodríguez Jarge**
Avances recientes en formación estelar
21 de septiembre, 12:00 h
Auditorio Páris Planchet, Instituto de Astronomía
- Mtra. Mirna Kay Cunningham Kain**
De las políticas de reconocimiento a los retos de la reconstitución de los pueblos indígenas y los desafíos de la implementación de la Declaración de la ONU sobre los derechos de los pueblos indígenas
24 de septiembre, 11:00 h
Auditorio Alfonso Caso
- Dr. Mario Vargas Llosa y Mtro. José Emilio Pacheco Berny**
Diálogos literarios
24 de septiembre, 17:00 h
Sala Nezahualcóyotl, CCU
- Dr. Ángel Gabirola Pujol**
La dimensión social de la educación
24 de septiembre, 17:30 h
Auditorio José María Vigil, Instituto de Investigaciones Bibliográficas
- Dr. Fernando Ortiz Monasterio**
La investigación clínica en el ejercicio profesional
27 de septiembre, 12:00 h
Auditorio Rosal Fournier, Facultad de Medicina
- Dr. Linda Rosa Manzanilla Naim**
Origen del estado arcaico y la civilización en Egipto y Mesopotamia
29 de septiembre, 12:00 h
Auditorio Alberto Barajas Celis, Facultad de Ciencias
- Dr. Ramón Xirau Subías**
Recaeridos de Diálogos
29 de septiembre, 12:00 h
Sala José Goss, Instituto de Investigaciones Filosóficas
- Dr. Linda Rosa Manzanilla Naim**
Formación del estado arcaico en Egipto y Mesopotamia
6 de octubre, 17:00 h
Aula Magna, Facultad de Filosofía y Letras
- Dr. Margit Frenk Freund**
El imprevisible narrador en el Quijote
17 de noviembre, 17:00 h
Aula Magna, Facultad de Filosofía y Letras

www.100.unam.mx



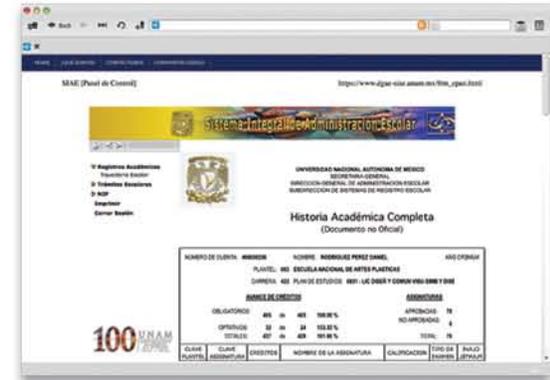
(IMG 3.6) Aplicaciones digitales: Boletines multimedia, banners, video.



(IMG 3.7) Portal de la Universidad Nacional Autónoma de México.



(IMG 3.8) Portal Oficial de los Festejos de los cien años de la Universidad Nacional Autónoma de México.



(IMG 3.9) Portal del Sistema Integral de Administración Escolar (SIAE)



(IMG 3.10) Banner oficial para MSN Latinoamérica.



(IMG 3.11) Portal del Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación (IIUUE).



(IMG 3.12) Portal de la Sociedad de Desarrollo en Videojuegos (SODVI, Fac. de Ingeniería, UNAM))



(IMG 3.13) Fondos de pantalla oficiales para uso de la comunidad universitaria.

IV. CONCLUSIONES

Una comunidad, para transformar lo real, concretar y mantener el pacto que la funda, debe compartir lo sensible: un conjunto de símbolos y rituales que formalicen una narrativa de sentido para vivir en comunidad.

Es correcto afirmar que existe una noción de colectividad cuando hay símbolos que la identifican. De acuerdo a ello, podemos decir que *“la programación de la identidad a nivel cultural se realiza siempre a través de un número de funciones invariables de la especie humana: los mitos, los ritos y los símbolos. Estos procesos de representación, de codificación y de actualización, garantizan desde la prehistoria, la regulación de nuestra vida en sociedad, y nuestra especial percepción de lo real.”*

Fernand Schwarz

(57)

Conocer precisamente qué mentalidad tiene la comunidad, cómo funciona a nivel de grupo y con qué asociaciones se identifica más, permitirá comprender qué estímulo va a ser más fácil de ser comprendido para este colectivo y se podrá prever su comportamiento futuro en función de aquella imagen que se le presente.

(57) Sánchez, Eduardo D.: *“Identidad visual del Bicentenario Argentino. Análisis simbólico de la identidad visual”*. (artículo publicado en FOROALFA el 26 de abril de 2010). URL: <http://foroalfa.org/articulos/identidad-visual-del-bicentenario-argentino>. Consulta: 19/06/2011.

Conocer estos procesos de representación, codificación y actualización, garantiza la regulación de nuestra vida en sociedad y nuestra especial percepción del tiempo futuro.

Acorde a dicho contexto, ocurre que el diseño, aplicación y registro de una identidad gráfica a nivel de signo identificador, es un proyecto que puede tornarse sumamente complejo, dependiendo de las condiciones vigentes de la organización a “encarnar” y que se extiende a significados culturales como la Universidad, así como de las ramificaciones que resultarán necesarias en el diseño de aplicaciones de tal identidad.

El estudio de los procesos de comunicación permite contextualizar las problemáticas que suelen representar los proyectos de diseño gráfico. Los modelos metodológicos facilitan la comprensión de las funciones del profesional del diseño dentro de la cadena de comunicación de la cual son parte fundamental.

Resulta relevante que en la propuesta de Joan Costa que ha sido explorada, que plantea el diseño como un proceso creativo (interno) y de comunicación (externo), adaptándolo a procesos comunes de intercambio de información, el resultado no consista sólo en las alteraciones o en las configuraciones que puedan presentar los contenidos del mensaje obtenido, o de su contexto inmediato; se encuentra en todas las etapas de la creación y producción del mismo.

Tal enfoque contribuye al desarrollo de los proyectos de diseño que buscan “salvar” todos los obstáculos, para evitar una comunicación errónea, con consecuencias graves.

No se trata del simple hecho de “diseñar” mensajes refiriéndonos a su reproducción técnica, postura que reduce el papel del diseñador como transformador de la sociedad.

Comprendiendo el proceso de esta manera, el logotipo conmemorativo pretende manifestarse como una extensión de sus formas materiales sin perder su función primordial.

Su cualidad principal consiste en reunir debajo de una sola expresión dos elementos complementarios, a nivel simbólico, como es la alusión al 100, motivo preciso de conmemoración, que resulta de una forma tipográfica cargada de un significado simbólico y plástico, que por su precisión, exactitud y fuerza expresiva otorga gran realce a la idea plasmada; a nivel sígnico, con el despliegue caligráfico de la designación verbal de la Universidad, que es un trazo tipográfico personalizado.

Procura convertirse en una forma constante, que pueda ser retenida por la gente, que sea moderna a la vez evocadora de una herencia histórica única, que pueda reproducirse con la mayor facilidad posible, siendo flexible a los medios materiales.

Más allá de tales funciones consustanciales, querrá trascender a manera de emblema, para lo cual fungirá en el sentido de posesión o porte a modo de insignia, lo que quiere decir la identidad. Esto permitirá que ocurra una acción de ritualización: acciones que sitúen contemporáneos a los personajes que han edificado a la Universidad, a los hechos que la elevan al lugar que ostenta merecidamente, a la expresión de su identidad única, de tal forma que el universitario pueda apropiarse de su mística.

Es fundamental no quedarse con la primera impresión. Al observar la obra definitiva debe entenderse que el logotipo conmemorativo es la punta de lanza de múltiples mensajes y acciones posteriores.

El diseño correcto es el que ofrece elementos conceptuales y estéticos, capaces de sostener y nutrir a la estrategia de comunicación que con ella se va a emprender.

Para evaluar un diseño a futuro, hay que comprender. Y en el presente caso se encuentra cargado de un sentido que va más allá de su realidad material. El logotipo conmemorativo se erige como portador de una carga afectiva, simbólica, o sea, de una imagen que traduce identidad.

De allí proviene la capacidad potencial de este objeto de diseño para las aplicaciones y adaptaciones futuras, ya que su manifestación se dará en varios contextos culturales y sociales, así como temporales. Tal potencialidad se dará en la percepción de una fuerte identidad, que le permitirá a la comunidad representarse con orgullo a sí misma, conmemorar y a partir de allí proyectarse con esperanza hacia el futuro.

Para añadir un valor, es necesario recalcar que cualquier solución es válida siempre que sea emanada del sentir particular del universitario, lo cual enaltece el concurso y a sus participantes. Al momento de emitir un juicio sobre una obra de diseño, se deberá conocer cómo se componen sus antecedentes.

Esta práctica permitirá comprender su evolución y acoger la estética representada.

“El trabajo de un diseñador estratégico no consiste en generar siempre cosas bellas, impactantes o grandilocuentes sino que debe centrarse siempre en el cumplimiento de los objetivos del usuario. El comunicador visual es sólo el instrumento, un medio que utiliza la racionalidad objetiva para alcanzar la subjetividad emocional del target. Ni más, ni menos.” (58)

El diseño debe ser universal y no personal; se debe fundamentalmente a la función, a su compromiso indudablemente práctico, y a la búsqueda de soluciones adecuadas a dilemas comunicacionales concretos.

En definitiva, el logotipo diseñado cumple satisfactoriamente el rol de elemento unificador, de enlace y diferenciación, que por sobre intereses individuales, únicos y excluyentes, materializa el sentir de toda una organización tan compleja y valiosa, lo cual irremediablemente permitirá a la comunidad universitaria ser parte de un todo y bajo un único emblema conmemorar el primer centenario de la Universidad Nacional Autónoma de México.

(58) Pierini, Adrián.: *“Diez reglas para juzgar diseño gráfico”*. (artículo publicado en FOROALFA el 12 de diciembre de 2010)
URL: <http://foroalfa.org/articulos/diez-reglas-para-juzgar-diseno-grafico>
Consulta: 23/06/2011.

V. APÉNDICE

El evento conmemorativo, en concreto la creación del logotipo diseñado para tal efecto, como parte de un programa de comunicación institucional de gran repercusión y alcance temporal, en su modalidad de concurso entre la comunidad estudiantil, ha tenido impacto dentro de varios medios de difusión tanto internos como externos a la institución.

Dentro de esta última sección se hace una revisión a las diversas publicaciones y algunas divulgaciones periódicas con respecto al entorno que trajo consigo el magno evento y lo que significan las repercusiones para el autor.

1. CEREMONIA DE PREMIACIÓN

Una vez determinada la imagen institucional que revestiría el Programa de los Festejos Conmemorativos, como parte del evento que inauguraba oficialmente la serie de eventos programados, la premiación y reconocimiento por el diseño del logotipo conmemorativo tuvo lugar el día 26 de noviembre de 2008 en el Teatro Carlos Lazo ubicado en la Facultad de Arquitectura de Ciudad Universitaria.

El festejo alusivo al centenario de la Universidad empezó con una mirada a su historia, con el refrendo a los valores que le han dado pertenencia en el ánimo nacional y el compromiso con una sociedad más humana y más justa.

Durante dicha ceremonia, se dieron a conocer, mediante un video, las actividades que se están realizando como parte de los festejos del centenario: la ceremonia conmemorativa a realizarse el 22 de septiembre de 2010; la investidura de doctores Honoris Causa a personalidades con méritos excepcionales por sus contribuciones a distintos ámbitos como la ciencia, el arte, las humanidades y la cultura.

También la cancelación de una estampilla postal así como la entrega del Reconocimiento Universidad Nacional de México, que honrará a personalidades que hayan hecho aportaciones significativas a la UNAM en diferentes ámbitos y modalidades.

De igual manera, se hicieron constar todas las publicaciones, coloquios y simposios, ciertos concursos y actividades de difusión cultural y comunicación, así como deportivas.

Tales actividades, entre otras, se habrían de incrementar conforme la comunidad de universitarios participe activamente, desde esta fecha de inauguración hasta septiembre de 2011. (59)

La ceremonia justificó su gran importancia con sus distinguidos asistentes, entre los cuales figuraron, además del Rector José Narro y el Secretario General Sergio Alcocer Martínez de Castro, ambos cabezas de la Comisión Universitaria, al igual que María Teresa Uriarte Castañeda, la presidenta en turno de la honorable

(59) Los datos se encuentran disponibles dentro del Programa para los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional Autónoma de México, la cual se puede consultar en la página publicada en la red <http://www.100.unam.mx/>. (Status junio 2011)

Junta de Gobierno; Norma Samaniego Breach, integrante del Patronato Universitario; Carlos Arámburo de la Hoz y Estela Morales Campos, coordinadores de la Investigación Científica y de Humanidades, así como diversos miembros de todos los ámbitos que componen la comunidad universitaria.

Una vez concluido el evento de arranque, se inauguró la interesante exposición *Cien Años de la Universidad Nacional, una mirada de sus estudiantes*, en el espacio otorgado por el Museo Universitario de Ciencias y Arte (MUCA).

En la muestra se expusieron varios de los más distinguidos logotipos que participaron en el concurso, destacando la originalidad pero sobre todo la rica diversidad de expresiones por cada uno de aquellos estudiantes que representaron bajo su perspectiva la visión que prevalece de la Universidad, su historia y su identidad.

Sin lugar a dudas, un inicio de actividades más que digno para la conmemoración del primer centenario del nacimiento de la querida y única Universidad Nacional Autónoma de México, la institución educativa más importante de la nación.

2. SIGNIFICADO DEL PREMIO

La misión de un ser humano en el transcurso de su vida es, entre otras, la búsqueda de la trascendencia; gran parte del quehacer del diseñador se encuentra muy ligado al legítimo y genuino acto de extender su obra en el tiempo, pero más allá de eso, de perpetuar el sentir de aquellos a quienes representa con ella.

Es por eso que el honor de ser parte de la historia de la Universidad, ya sea de una u otra manera, desde un estudiante, funcionario, docente, hasta el creador de la imagen que materializa los cien años de esfuerzo y dedicación que significa esta conmemoración, es de un valor incalculable.

La distinción ha sido un gran impulsor para el devenir de una joven carrera profesional, ha abierto puertas y permitido explorar áreas donde el diseño empieza ya a tener cabida y mucha presencia. Pero más allá de todo lo que puede favorecer, significa el orgullo de poder colocar una piedra más sobre la aún pendiente Universidad Nacional Autónoma de México.

Concuerdo con Helmut Langer, Presidente de Icofrada (60), cuando afirma: *"(...) un premio no es sólo una distinción otorgada por la excelencia o la belleza de un trabajo específico. Un premio es también una expresión de su tiempo (...)"*

Reitero mis sinceros agradecimientos a todos aquellos ilustres personajes que permitieron con su dedicación y esfuerzo la materialización de este irreplicable hecho.



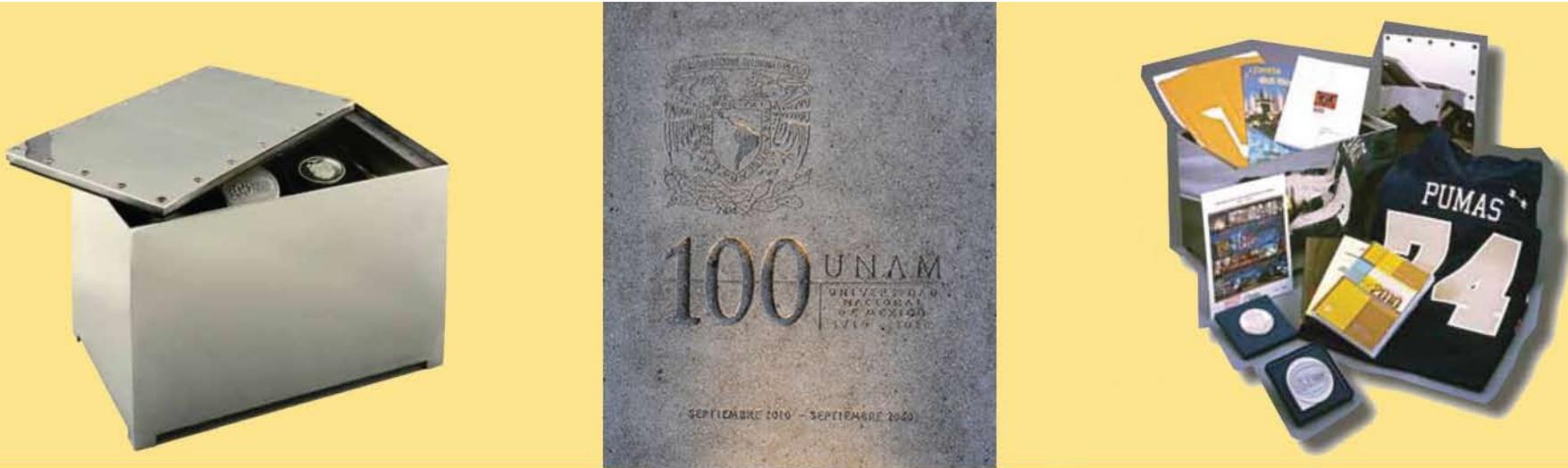
(IMG 5.1) Diploma de Reconocimiento por la obtención del Primer Lugar en la creación del logotipo representativo del centenario de la Universidad Nacional de México. Recibido: 26/11/2008.

3. PUBLICACIONES

La Gaceta UNAM dedicó varias de sus páginas en referencia a toda la información suscitada en los eventos respectivos a la conmemoración de los Cien Años de la Universidad Nacional de México. Es la siguiente una muestra que da fe de ello:



(IMG 5.2) Publicaciones referentes al Centenario Universitario. Cortesía Gaceta UNAM.



(IMG 5.3) Cápsula, tesoro intelectual; Sello de nicho contenedor; Contenido. Cortesía Gaceta UNAM Suplemento Especial. 16/11/2010.

4. CÁPSULA DEL TIEMPO

La Universidad Nacional Autónoma de México, por medio del programa de festejos, tuvo como uno de sus actos principales la colocación de una cápsula del tiempo con motivo del centenario. La intención de esta iniciativa fue tener la posibilidad de ofrecer, en un futuro no muy lejano, acceso a una memoria del acervo acumulado hasta el año 2010, siendo que está previsto que el material sea recuperado en el año 2060.

La cápsula consta de una caja rectangular de acero inoxidable pulido, de 40 centímetros de largo por 25 de ancho y 25 de alto, depositada en un nicho empotrado en una estela vertical de cantera Chiluca -uno de los materiales más utilizados en los edificios históricos de México desde la época virreinal. Este espacio está localizado en un área verde a un costado y abajo de la explanada de Rectoría, sobre uno de los muros de roca del Pedregal. La caja metálica, cuya característica más llamativa es

ser reflejante como un espejo, tiene grabado en la parte frontal el escudo de la Universidad Nacional.

Para garantizar su sellado hermético y evitar la entrada de agua, polvo o microorganismos que pudieran dañar su contenido, los filos interiores se recubrieron de un empaque de neopreno, el material con el que se hacen los trajes de buceo. No tiene chapa ni candado, sino que cuenta con 20 tornillos de cabeza tipo *allen*. Por ello, para abrirla dentro de 50 años, se requerirá un taladro especial con punta de desarmador.

El nicho fue sellado con una lápida de cantera de 12 centímetros de espesor y media tonelada de peso, alineada con el resto de la estela al aire libre; tiene grabado el escudo de la UNAM, el logotipo conmemorativo y dos fechas: 2010, cuando se deposita la cápsula y 2060, cuando se espera sea abierta por las futuras autoridades. Para conservar la cápsula dentro del nicho, la lápida se encajó en cuatro pernos de

latón, cada uno de una pulgada de espesor, unidos a la cantera con resina epóxica, de tal modo que para retirar la lápida, en el año 2060 será también necesario cortar los pernos con herramientas exclusivas.

Para tal apertura, las autoridades universitarias depositaron en el Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación (IISUE) un protocolo con recomendaciones sobre el tipo de herramientas que deben usarse para no romper la lápida ni la cápsula.

4.1. CONTENIDO Y CONSERVACIÓN

Su contenido consta de unos ocho mil cuatrocientos archivos de información digitalizada -académica, artística, científica y humanística- y 16 objetos simbólicos que describen el estado actual de la UNAM, justo en el 2010; datos estadísticos e información contenida en discos compactos de tecnología Blu-ray de doble capa, la de mayor densidad posible, con 54

gigabytes de capacidad cada uno, medallas y estampillas postales, camisetas de los equipos PUMAS -fútbol soccer y americano-, versiones digitalizadas de libros y discos, así como un completo paquete de invitaciones, programas y semblanzas referentes a la celebración central de los cien años que se conmemoran.

Para conservar dos ejemplares de la Gaceta UNAM incluidos en la memoria -uno referente a los festejos del centenario y otro con un suplemento sobre la cápsula del tiempo-, éstos se protegieron dentro de una guarda de cartulina neutra, libre de ácido, útil para neutralizar el PH del papel y amortiguar los posibles cambios de humedad relativa y temperatura.

Ahora, para evitar la degradación de la capa de escritura en el soporte óptico, se eligieron discos compactos del tipo *Gold plated*, hechos de aluminio y recubiertos con una capa de oro de bajo quilataje.

Los discos con capa de oro, más estables que los contruidos solamente de aluminio y cuya vida útil se estima en cien años, se utilizan comercialmente para guardar versiones originales o masters, que son la fuente de donde se hacen copias.

Entre los contenidos digitales destacan informes sobre el estado actual de la UNAM, planos de construcciones de 2010, audios de docentes y autores de música, libros digitales sobre la presencia de la UNAM en el país y acerca de los profesores e investigadores eméritos, catálogos de publicaciones, informes de actividades, estadísticas y video clips de conciertos, de danza, catálogos de carreras y planes de estudios.

También se incluyeron las páginas electrónicas de la UNAM, de escuelas y facultades, así como un recuento de la situación de la tecnología de la información en la UNAM, con datos sobre los acervos digitales, el laboratorio de simulación IXTLI y la Red UNAM.

Toda esta invaluable información y artefactos que, dentro de un largo transcurso de cincuenta años de espera, podrá ser descubierta por las generaciones universitarias que recibirán el legado histórico de los personajes actuales que día a día construimos la institución. (61)

(61) Basado en: Gaceta UNAM. "Cápsula del Tiempo. Suplemento Especial". 16/11/2010. Archivo disponible en línea. URL: <http://www.unam.mx/acercaunam/capsulaUNAM/> Consulta: 12/12/2010.

4.2. DISCURSOS

Algunas de las frases significativas pronunciadas en el acto corrieron por supuesto a cargo del rector José Narro Robles, quien al encabezar la ceremonia de instalación de la cápsula dijo:

"A quien en 2060 toque dirigir los destinos de la Universidad le expreso mi confianza de que el compromiso de nuestra institución con la sociedad estará aún más fortalecido. Le manifiesto mi seguridad de que los valores que caracterizan a la Universidad de México en los primeros años del siglo XXI: Su sentido autónomo, nacional, laico y de defensa de las humanidades, las ciencias y las artes, estarán consolidados en cinco décadas". (61)

Asimismo, el entonces secretario General de la UNAM, Sergio Alcocer Martínez de Castro, añadió oportunamente:

"Esperamos que dos generaciones se puedan encontrar. Esperamos interesarlos, estimularlos e invitarlos a hurgar más en el pasado". (62)

(62) Héctor Fabricio Flores, "El contenido "inviolable" de la caja del tiempo de la UNAM". El Universal.17/11/2010.



(IMG 5.4) Imágenes del evento de colocación de la Cápsula del tiempo. Cortesía Boletín UNAM-DGCS-693. 16/11/2010

VI. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE CONSULTA

LIBROS

- Aranda Sánchez, José María. (2001). *“Un movimiento estudiantil contra el neoliberalismo: UNAM 1999-2000”*, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Ariño, Antonio. (1996). *“La utopía de Dionisios. Sobre las transformaciones de la fiesta en la modernidad avanzada”*. Madrid. Grupo Antropología.
- CESU. (1990). *“La Universidad Nacional de México 1910”*. México. UNAM. Segunda edición facsimilar.
- Chaves, Norberto. (1988). *“La Imagen Corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional”*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.
- Cosse, Isabela. Markarián, Vania. (1996). *“1975: Año de la Orientalidad. Identidad, memoria e historia de una dictadura”*. Ediciones Trilce.
- Costa, Joan. (1987). *“Imagen global. Evolución del diseño de identidad”*. Barcelona. Ediciones Gustavo Gili.
- _____. (2007). *“Identidad Corporativa”*. México. Editorial Trillas.
- _____. (1992). *“Identidad corporativa y estrategia de empresa”*. Barcelona. Ediciones CEAC. S. A.
- Del Arenal, Jaime. (1992). *“Desmitificación de la historia de México”*. Revista ITSMO. Año y no. 34. México. Universidad Panamericana.
- Garcíadiego, Javier. (2006). *“El proyecto universitario de Justo Sierra: circunstancias y limitaciones”*, en Cultura y política en el México Posrevolucionario, México, INEHRM.
- García Cantú, Gastón. (1987) *“Años críticos: La UNAM, 1968-1987”*. UNAM. Coordinación de Difusión Cultural, Dirección de Literatura.
- Lazo, Carlos. (1983). *“Pensamiento y destino de la Ciudad Universitaria de México”*. México. Miguel Ángel Porrúa.
- Moral, Enrique del, y Mario Pani. (1979). *“La Construcción de la Ciudad Universitaria del Pedregal. Concepto, programa y planeación arquitectónica”*. Volumen XII de la Colección del Cincuentenario de la Autonomía. México. Editorial UNAM.
- Murphy, John. Rowe, Michael. (1988). *“Cómo diseñar marcas y logotipos”*. Barcelona. Ediciones Gustavo Gili.
- Paz, Octavio, (1959). *“El laberinto de la soledad”*. México, FCE.
- Rodríguez Mortellaro, Itzel. (2002). *“Muralismo en la Universidad, en Maravillas y curiosidades. Mundos inéditos de la Universidad, catálogo de exposición”*, Antigua Colegio de San Ildefonso. UNAM. CONACULTA. Gobierno del Distrito Federal.
- Rosas, Alejandro. (2006). *“Mitos de la historia de México: de Hidalgo a Zedillo”*. México. Editorial Planeta.
- Terrence, Key. (1998). *“Celebraciones en las empresas”*. México. Ediciones Granica México.
- Tibol, Raquel. *“México en la Cultura”*. Suplemento del periódico Novedades, México (25 de marzo de 1956).
- _____. *“Sin título”*. Revista Hoy (3 de marzo de 1956).
- Torices, Ana Lilia. *“Simbolismos de la vida y la muerte en el mural de la Facultad de Medicina”*. Gaceta UNAM (4 de noviembre de 1993).
- Torre de la C. (1995). *“Psicología Latinoamericana. Entre la dependencia y la identidad”*. Cuba. Editorial Félix Varela.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2001). *“De la Real Universidad de México a la UNAM: 450 años : compilación de los suplementos publicados en Gaceta UNAM”*. México. Editorial UNAM.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (1983), *“José Vasconcelos y la Universidad”*. México. Editorial UNAM. Textos de Humanidades.

- Universidad Nacional Autónoma de México. (1979) *“La Ciudad Universitaria de México”*. México. Editorial UNAM.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2007) *“Proyecto UNAM”*. México. Editorial UNAM.
- Vargas, Elvira. *“Sin título”*. Revista Hoy (26 de julio de 1952).
- Wheatley, Margaret. (1994). *“Liderazgo y la nueva ciencia”* (Spanish Edition) Berrett — Kochler Publishers, Inc.

DOCUMENTACIÓN ELECTRÓNICA

- Cassisi, Luciano: *“Marca y marca gráfica”*. (Artículo publicado en FOROALFA el 12 de abril de 2006)
URL: www.foroalfa.com/A.php/marcay_marca_grafica/33
- Colección 100 Años Universidad Nacional’s photostream
URL: <http://www.flickr.com/photos/34117428@N03>
- EL UNIVERSAL. Editorial
URL: <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales>
- Estévez Boero, Guillermo. Fundamentación del *“Proyecto de Cátedra Libre “Reforma Universitaria”*. Publicado en www.nuevoderecho.com
URL: <http://www.lanuevoderecho2.com.ar/ideario/conmemorar-es-darle-raices-al-futuro>
- Magaña Tabilo, Álvaro. *“El diseño en el negocio de la identidad”*. (Artículo publicado en FOROALFA el 31 de mayo de 2010)
URL: <http://foroalfa.org/articulos/el-diseno-en-el-negocio-de-la-identidad>
- PAEDAGOGIUM
URL: <http://www.paedagogium.com>
- Pierini, Adrián: *“Diez reglas para juzgar diseño gráfico”*. (Artículo publicado en FOROALFA el 12 de diciembre de 2010)
URL: <http://foroalfa.org/articulos/diez-reglas-para-juzgar-diseno-grafico>
- Portal del Campus Central de la Ciudad Universitaria Patrimonio Mundial.
URL: <http://www.patrimoniomundial.unam.mx>
- Portal del Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación.
URL: <http://www.iisue.unam.mx>
- Portal de Estadísticas Universitarias - UNAM
URL: <http://www.estadistica.unam.mx/numeralia>
- Portal de la Coordinación de Difusión Cultural - UNAM
URL: <http://www.cultura.unam.mx>
- Portal de la GACETA UNAM. Órgano oficial de la Universidad Nacional
URL: <http://www.dgcs.unam.mx/gacetaweb/>
- Portal de la Dirección General de Bibliotecas - UNAM
URL: <http://dgb.unam.mx>
- Portal de la Dirección General de Personal - UNAM
URL: <http://www.personal.unam.mx/dgpe>
- Portal de la Dirección General del Patrimonio Universitario - UNAM
URL: <http://www.patrimonio.unam.mx/patrimonio/index.php>
- Portal de la Dirección General de Comunicación Social - UNAM
URL: <http://www.dgcs.unam.mx>
- Portal de la Secretaría de Servicios a la Comunidad - UNAM.
URL: <http://www.serviciosalacomunidad.unam.mx>
- Portal de la Universidad Nacional Autónoma de México - UNAM
URL: <http://www.unam.mx>
- Portal Oficial de los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional Autónoma de México.
URL: <http://100.unam.mx>
- Sánchez, Eduardo D.: *“Identidad visual del Bicentenario Argentino. Análisis simbólico de la identidad visual”*. (artículo publicado en FOROALFA el 26 de abril de 2010).
URL: <http://foroalfa.org/articulos/identidad-visual-del-bicentenario-argentino>.
- Torres Castillo, Miguel. Ensayo *“El alma de la toga”*. (Artículo publicado en Buenas tareas.com en junio de 2011)
URL: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Ensayo-El-Alma-De-La-Toga/2453560.html>

VIDEO

- Presentación del Programa para los Festejos de los Cien Años de la Universidad Nacional Autónoma de México. Disponible en Portal Oficial.
URL: <http://www.100.unam.mx>