

historia

y conceptos

capítulo



el origen de las universidades

El origen de las universidades merece especial atención, ya que con el paso del tiempo, éstas se han ido consolidando como una de las instituciones más importantes y duraderas de la sociedad. Su historia se remonta al siglo XII así, encontramos antecedentes en la Edad Media cuando la enseñanza estaba en manos del clero, quienes además de sus fines religiosos tenían propósitos políticos.

Con el tiempo, profesores y alumnos comienzan a defender sus disciplinas para poder separarse del orden religioso en que estaban concebidos, logrando evolucionar hasta el punto de dejar de ser *universitas* –que entonces se refería a cualquier comunidad que se organizaba con un fin generalmente político y totalizador- para ser universidades, y definirse como un “orden corporativo y legítimo de organización del conocimiento universal”, capaz de otorgar grados en la enseñanza y la formación de profesionales.

La primera universidad creada como tal, fue la de Bolonia, en el siglo XIII. Poco después nace la Sorbona de París y en tercer lugar la de Oxford, también en ese siglo. En un principio todas ellas estaban muy involucradas aún en debates políticos y religiosos, pero desde un punto de vista imparcial, actuando más bien de acuerdo

a sus propios intereses. Al paso del tiempo fueron definiendo su naturaleza intrínseca y establecieron su institucionalidad de acuerdo al interés de la comunidad en que se desarrollaban. Las áreas de conocimiento que abarcaron en un principio eran la teología, la filosofía y el derecho, buscando respaldar sus conocimientos como universales por sobre otros.

A lo largo de los siglos XIV y XV, las universidades definen su carácter nacionalista, por lo que en algunos casos el saber se va limitando y por supuesto la misión de las universidades va cambiando. Se relacionan directamente con el Estado-Nación, quien se vuelve su principal promotor ante la sociedad, y al fin limita el espacio y desarrollo de la misma, politizando su filosofía a un objetivo nacional.

Con los cambios ocurridos al término de la Reforma en el siglo XVI (considerado uno de los grandes movimientos religiosos en el seno del cristianismo y que correspondió a una gran revolución religiosa que rompió la unidad de la Iglesia Católica, separando de ella a todos los que aceptaban las nuevas doctrinas, conocidas bajo el nombre genérico de protestantismo), la universidad se ve introducida al ámbito de la modernidad, que hasta el siglo siguiente la enfrenta realmente al problema de la identidad. Nuevamente la universidad se ve obligada a definir su papel ante una sociedad que reconocía la autoridad en el Estado y no en la Iglesia o el rey, por lo que los cuestionamientos de la importancia de su existencia o la dirección de su trabajo y sus limitantes en la problemática social, política y económica, se volvieron recurrentes en esta época.

Ya para el siglo XIX, la universidad contaba con dos sentidos en el planteamiento de su identidad: uno ante el Estado-nación que debía reconocerla como portadora de conocimientos, y otro ante sí misma como institución que debía responder a las necesidades y demandas civiles y sociales de educación.

Para entonces las diferencias de los sectores políticos y religiosos se acentuaron, por lo que se fijaron las fronteras de la participación de las universidades en la nación. Así recayó en ellas la responsabilidad de contribuir al bienestar social y desarrollo de su país, reconociendo éstas en su misión al Estado y viceversa.

Con la llegada del siglo XX y hasta nuestros días, la identidad de la universidad se ha consolidado, al mismo tiempo que fue redefiniendo una y otra vez su posición dentro de la sociedad. Du-



rante este siglo encuentra su concepción como institución ciudadana, autónoma, nacional, científica y corporativa. Se interesa por cuestiones de competencia y rentabilidad, así como de tecnología y vanguardia disciplinaria.

La universidad contemporánea tiene un juego importantísimo en la actividad social, planteando sus valores de manera acorde a su contexto, ya que actualmente es un instrumento básico en el desarrollo cultural y educativo de cada nación.

Universidad de Oxford, Inglaterra.

un **acercamiento** a la identidad

Para poder comprender los procesos *indentitarios* dentro de una comunidad, es importante primero conocer la definición de identidad, y abordarla desde tres puntos de vista diferentes.

Podemos hablar de identidad a nivel individual, colectivo o bien organizacional, y las tres se relacionan cuando hablamos de la identidad en una institución como la universidad.

Según la definición del Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia, identidad es “el carácter propio y diferenciado de un individuo o conjunto de ellos”. Ahora bien, etimológicamente, la palabra identidad viene del latín *identitas, átis*, y de *idem*, cuyo significado es “lo mismo”; así pues, podemos hablar de lo único y de lo idéntico, de una esencia, de ser uno mismo. La identidad surge mediante la relación del individuo con su entorno social; se refiere a todos los rasgos propios que lo diferencian de los demás, éstos pueden ser propios o bien adquiridos con el tiempo, visibles o intangibles, tales como ideas, actitudes, comportamientos, etcétera.

Evidentemente la identidad de un individuo está directamente relacionada a la de una colectividad, sin embargo, aquí intervienen tres factores fundamentales que deben compartir los integrantes: la cultura, el espacio geográfico, y un pasado histórico que defina sus valores. En este caso, la identidad colectiva puede mantenerse o bien irse transformando de acuerdo a las necesidades del grupo y su contexto. Otras veces simplemente es posible crearla según sus necesidades.

Por su parte, las organizaciones también dependen de la identidad individual para poder concebirse, ya que es necesario que cada individuo se sienta ubicado dentro de un sistema para saber el papel que

desempeña dentro y fuera de la organización. Ésta, presuntamente, desea comunicar determinadas ideas o proyectar cierta imagen a diversos destinatarios, externos e internos. Entonces, podemos hablar tanto de una tendencia visual -que puede ser traducida como los íconos y símbolos de la identidad- y de una tendencia conceptual -referente a la misión, visión, valores, historia, normas, filosofía, etcétera-. Así, encontramos que existen diversos elementos que las integran y deben ser congruentes entre sí al construirla.

La identidad organizacional va desde la percepción que se tiene de ella misma, hasta lo que nos permite distinguirla de las demás, el qué hacer interno y el cómo se percibe desde fuera.

Es importante incluir a la imagen en este planteamiento, ya que es una de las más poderosas estrategias de la identidad. Desde la óptica corporativa, incluye los siguientes elementos:¹

¹ Según Ben Rosen en *The corporate search for visual identity*, 1970.

marca corporativa logotipos, símbolos y colores
tipografía textos y títulos **diseño ambiental** y estructuras oficinas, edificios, recepción, etc. **productos de diseño** imagen de servicios y productos consumibles **publicidad** promocionales de venta **papelería** incluyendo folders, hojas membretadas, tarjetas de presentación, etc. **firma** identificación de vehículos y uniformes **manual de identidad**

identidad universitaria

Para poder hacer una evaluación de la identidad de las universidades, es importante determinar primero el porqué de su importancia. Si consideramos a la universidad como una institución inmersa en una comunidad determinada, proveedora de conocimientos, promotora de la cultura y valores, tendríamos que pensar en la relación de reciprocidad entre la institución y su medio, ya que la sociedad moderna es exigente en cuanto a los requerimientos de excelencia, competitividad, autonomía y ética que le demanda a las instituciones que soporta. Por su parte, éstas deberán irse adaptando a los cambios tecnológicos y a la evolución de conocimientos para mantener a la sociedad en un contexto globalizado.

Remarquemos así mismo que la universidad, como cualquier otra institución, se desarrolla en un entramado de sociedades, partiendo de una nación a una entidad determinada, y hasta el punto de existir sólo para una comunidad específica. Independientemente de que su proyección hacia el exterior pudiera ser internacional, debe estar bien avalada por la comunidad que directamente la acoge. Partiendo de ahí su imagen a las demás sociedades será mejor percibida.

Por otro lado, la universidad debe mantener la conciencia plena de que ella misma, como institución, está conformada por una comunidad que no sólo cumple con funciones a nivel individual sino colectivo, atendiendo necesidades, exigencias, e intereses internos y externos. Cada miembro de esta comunidad tiene una función específica que cumplir, debe sentirse bien ubicado, conociendo concretamente su posición y valor único dentro de la organización. Sin embargo, su individualidad determina su conciencia particular, valores, historia y pasado propios, que deben llegar a ser compatibles con el colectivo para contribuir a la distinción de la institución. Así pues, la identidad de cada individuo dentro de una organización puede hablarnos de una realidad histórica y entonces comenzaremos a contextualizarla en la identidad de la propia institución.

La universidad, con toda su historia y su necesidad de existir, tiene claramente una misión comprometida con la sociedad: la enseñanza, la investigación, el uso de tecnología de vanguardia y principalmente la formación de profesionistas capaces de contribuir a su desarrollo y al de la nación.

Es evidente que la universidad se verá constantemente amenazada por la competencia de otras instituciones similares. Entonces la importancia de la excelencia se vuelve inevitable. Aún cuando en particular en nuestro sistema educativo mexicano encontremos una clara diferencia entre la educación pública y la privada, cada día son más las universidades privadas que ofrecen sus servicios ante una sociedad necesitada de profesionistas de alto nivel.

La identidad universitaria se vuelve fundamental para contrarrestar esta competitividad, así como para poder distinguirse unas de otras y tener una imagen clara ante su comunidad y hacia el exterior. En otras palabras, necesita de la mejor imagen posible para venderse a todos los sistemas sociales que la integran, como es el sistema administrativo, el docente o académico, estudiantil, y también ante todos los sistemas externos, como estudiantes prospecto, padres de familia, empresas, centros de investigación, etcétera.

La comprensión y la participación de la identidad de la universidad a nivel interno, debe brindar beneficios que se vean reflejados al exterior. Primeramente fomentaría el sentimiento de pertenencia, de igualdad y unidad dentro de un sistema para todos sus integrantes. Esto, como consecuencia, daría solidez y estabilidad a la institución, provocando el bienestar de los empleados y por lo

mismo, un ambiente de trabajo propicio. El vínculo entre la comunidad y la institución debe fortalecerse. Cuando esto es percibido por fuera, el prestigio de la institución crece y se consolida. Es un proceso que se construye de acuerdo a un plan y a una estrategia determinada.

Ante el planteamiento anterior, surgen algunos cuestionamientos referentes a las posibilidades de construir una identidad y las maneras de abordarla; por ejemplo: ¿de qué manera podemos provocar el sentimiento de pertenencia entre individuos con distintos orígenes?; ¿cómo unificar el pluralismo entre los individuos

de esta comunidad?; ¿cómo inculcar los mismos valores a individuos con distinta cultura e historia?; ¿cómo lograrlo si damos por sentado que la individualidad representa una conciencia, pensamiento, ideología, lenguajes y percepciones diferentes en cada caso?.

Pues bien, es necesario partir de que la universidad es entendida como una institución que a su vez está pensada en estructuras, mismas que son capaces de producir cultura. Si acudimos a la definición de cultura de Williams² encontraremos que es una “configuración o generalización del *espíritu* que conforma *todo el modo de vida* de un pueblo en particular”, incluye costumbres, desarrollo y expresiones artísticas, así como industriales. Hablamos de una comunidad determinada, que por principio comparte un mismo lugar geográfico, un mismo momento histórico y unas mismas condiciones dentro de la institución; entonces no tenemos en realidad individuos completamente aislados. Los vínculos entre ellos se refuerzan mediante la filosofía, misión y valores de la propia institución, ya que idealmente, deben ser llevados a todos los niveles y en todo el quehacer de la misma.

Aparte de la producción cultural van surgiendo nuevos elementos, y al irse asimilando, se incluyen prácticas sociales que aún cuando estén influenciadas por las características del individuo, se vuelven



2 En *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, 1891.



exclusivas de ésta sociedad. Con el tiempo, surgen de esta manera las tradiciones (no quiero decir que necesariamente toda práctica social se vuelva una tradición), que son parte importantísima de la identidad cultural. Entendamos por tradición según el mismo autor, “una selección y reelección de elementos significativos del pasado, recibidos y recuperados, que representan no una continuidad necesaria sino deseada”. En otras palabras, podríamos llamarla parte de la herencia cultural que van legando las sociedades, herencia que por gusto es seleccionada para que permanezca a través del tiempo.

Este tipo de formas de producción debe irse adaptando de acuerdo a la época y al contexto por ejemplo, al incrementar la población de la comunidad. En los momentos de transición, son reproducciones específicas las que dan continuidad a la identidad junto con los valores filosóficos de la institución. Algunos ejemplos de éstas son símbolos como: el himno, la lengua hablada y la escrita y las leyendas, entre otros.

Como cualquier comunidad, la de la institución está conformada por sistemas. Para la universidad encontramos el sistema administrativo, el docente, el estudiantil, el exestudiantil, el de empleados, el de proveedores, e incluso el sistema de familiares de todos los mencionados anteriormente. Es evidente que resulta prácticamente imposible conocer a todos los individuos que integran estos sistemas, entonces, ¿cómo sentir esos lazos entre ellos? Según el autor de *Comunidades Imaginadas*, Benedict Anderson, los individuos tienen la noción de la existencia de los demás aún cuando no los conozcan, saben que comparten algunas cosas y éstas bastan para suponer lazos, que como no pueden ser vistos, basta con imaginarlos. Se percibe como el compañerismo, o bien en momentos en los que se canta el himno Nacional o de la Institución, por ejemplo. No saben quiénes exactamente están cantando pero existe una

