

análisis
situacional
de la identidad en la udla

capítulo



identidad corporativa imagen

Como hemos visto, la identidad esta compuesta por varios aspectos. En esta investigación se han analizado todos ellos, para poder hacer un planteamiento de la situación en la que actualmente se encuentra nuestra Universidad.

Por principio, en la UDLA las bases de identidad no están estipuladas en un manual. Encontramos en la página de la Universidad, los lineamientos para el uso del imago tipo (entendido como la marca icónica o el símbolo característico de una empresa); sin embargo, no son suficientes para dejar bien sentadas las bases de la imagen visual de la Institución, ya que la mayoría de las veces se utilizan criterios individuales.

El imago tipo promocional institucional está compuesto por el escudo de la universidad, el monograma institucional (UDLA) y la palabra *Puebla*. El uso de éste se limita a documentos impresos o electrónicos de carácter promocional.

Los colores institucionales que deben usarse para esta aplicación son: el naranja (según el catálogo de estandarización Pantone Matching System, PMS 172-C) para los planos central y exterior del escudo; el verde (PMS 327-C) para la tipografía del plano del

medio (*SAPIENTIA, PAX, FRATERNITAS*), y el color negro para el monograma *UDLA* y la palabra *Puebla*. En caso de haber variaciones cromáticas deberán hacerse los ajustes pertinentes de acuerdo al tipo de producción utilizado. De no poder usar los colores institucionales, se recomienda que el imagotipo sea en color negro, verde o bien gris (PMS 424-C o negro al 45%). Si el fondo es de color oscuro se recomienda se cale en blanco. Para evitar problemas de legibilidad, la mínima proporción recomendada del imagotipo es de 1.8 cm. de altura del escudo de la Universidad, a partir de esta medida cualquier tamaño es posible.



Imagotipo promocional de la UDLA. Se muestra el área de aislamiento recomendada para su buena visibilidad, tomándose a partir del escudo, serán 6 unidades en cada uno de sus lados. Igualmente se aprecian los colores institucionales: verde y naranja, en el escudo.

Otros casos en los que es necesario utilizar el nombre de la Universidad, no están reglamentados y se hace uso del nombre de acuerdo al documento o contexto en que se incluya. Por ejemplo, si es de carácter fiscal, debe usarse el nombre completo Fundación Universidad de las Américas, Puebla; pero si el uso se da de manera interna en diversas áreas administrativas o bien por estudiantes, encontramos variaciones que representan inconsistencias de la marca, como por ejemplo UDLA, UDLAP, UDLA, Puebla. Esto marca una diferencia en el uso formal o informal del nombre de la Universidad que idealmente debiera ser el mismo.

Dentro de la identidad institucional encontramos diversos escudos y símbolos usados, el más importante y siempre respetado al menos en sus formas es el escudo de la Universidad, que a través de los años y los cambios dados en la estructuración de la UDLA, ha ido cambiado hasta llegar al que tenemos hoy en día.

Los diferentes escudos que ha tenido la Institución, en los años, (*arriba*) 1944, 1949, (*abajo*) 1953 y 1964.



También encontramos logotipos de distintos departamentos. Uno de los más usados y reconocidos a nivel interno y externo, es el “Azteca” del departamento de deportes, que funciona para identificar a todos los deportistas de las disciplinas existentes en la Universidad. También está el logotipo del Concejo Estudiantil, el de la Sociedad de Exalumnos y una variedad de escudos utilizados en cada colegio residencial (dormitorios para estudiantes) de la Universidad. Sin embargo, éstos son sólo diferenciados por los residentes y muy pocos estudiantes.

Los escudos tienen una historia y son parte importante de la identidad de los colegios. Todos ellos representan la importancia de las actividades de la persona a quien hacen homenaje los colegios o bien los vínculos entre las culturas que interactúan en la universidad. Entre ellos hay algunas semejanzas; los 5 tratan de representar que están inmersos en un “todo” que los abarca, los sostiene y nutre de su filosofía y sus principios: la Universidad de las Américas, Puebla. Guardan algunas similitudes con el mismo escudo de la Universidad. Éste, por su parte contiene elementos representativos de la cultura azteca, como la torre de Tenochtitlán, el Caballero Águila y el Caballero Jaguar y, como todos, contiene el sol

y la luna del envoltivo que representan la continuidad de los días, el “todo” entre el día y la noche.

Por otro lado, es importante mencionar que cada colegio cuenta con su propia página web. En ellas no podemos ver consistencia de identidad con la página web de la Universidad, incluso entre ellas tampoco se observa el mismo manejo de colores o estructuras de navegación. Mismo problema que se da con otros departamentos y escuelas de la UDLA -entre las que por mencionar algunos, encontramos a la Escuela de Negocios, la Escuela de Ingenierías, los Departamentos de Ingeniería Electrónica y Mecatrónica o el de Ingeniería Química en Alimentos y Ambiental; también están las páginas web del Decanato de Asuntos Internacionales, del Concejo Estudiantil (CUDLA), de los *Aztecas*, que contiene toda actividad deportiva - que tienen necesidad de una página donde incluir más información de las carreras y las actividades que realizan, puesto que no viene en la página principal de la Universidad.



De arriba hacia abajo, escudo de los Colegios Ignacio Bernal, Cain Murray y Ray Lindley .

Como resultado contamos con diversas páginas inconsistentes a nivel de identidad, sin respetar los colores institucionales, con estilos totalmente opuestos, y en algunos casos de baja calidad. Lo anterior demerita el esfuerzo de la Institución por tener una imagen bien percibida en la red.



El uso de colores para la reproducción de logotipos y escudos de la Universidad, tanto en formatos impresos como en línea es otra situación en la que nuestra identidad se ve afectada. Aún cuando estén permitidos únicamente el verde y el naranja, encontramos una gama de colores bastante amplia que va desde los azules y rojos, pasando por morados y tonalidades distintas de grises. Las variaciones de los colores son muchas y éstas dependen directamente del gusto personal de quien los emplea.



El Departamento de Publicaciones de la UDLA, quien se encarga de casi toda la producción editorial que requiere la universidad; impresiones, reproducciones, diseños de papelería, folletos informativos, ediciones de libros especiales, informes, y muchos de los carteles, entre otras cosas, es en realidad pequeño para la magnitud de los requerimientos. Esto provoca que muchas áreas de la escuela busquen proveedores externos y manejen de

Página principal de la UDLA y el Colegio José Gaos.

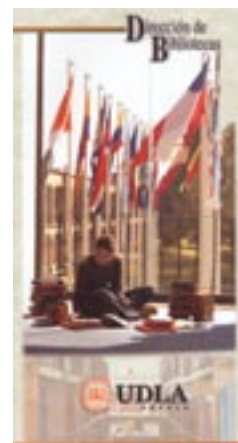
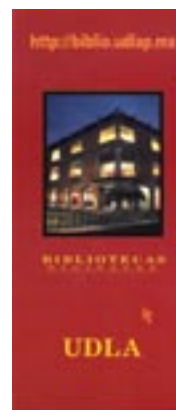
Página principal de la carrera de Ingeniería mecánica y La sociedad de exalumnos.

distintas maneras tanto colores como logotipos. Por su parte, Publicaciones trata de seguir algunos lineamientos para el uso de escudos y colores, pero no hay nada estipulado, por ejemplo, para formatos. Los diseños varían de acuerdo al gusto personal de las autoridades, entonces a través de los años se va perdiendo la consistencia en los impresos y es posible observar los cambios constantes de estilo. Ejemplo de ello es la tipografía, que varía en la mayor parte de los casos, por lo que podemos encontrar distintas familias tipográficas usadas sin un criterio determinado.

La gran mayoría de los problemas mencionados responden a una demanda: el manual de identidad de la Universidad de las Américas, Puebla. Este proyecto, tiene al menos tres años en proceso y se ha visto truncado por la constante rotación de personal, por lo que no ha sido posible llegar a un acuerdo satisfactorio y terminar por estipular los lineamientos de la identidad.³ Actualmente el Departamento de Publicaciones de la UDLA se encuentra realizando una “Guía rápida de uso institucional”, que pretende sea distribuida a toda la comunidad para que esté al tanto de los usos correctos de escudos, nombre, colores y tipografías.

Por lo pronto, uno de los cambios incluidos en esta guía

que idealmente se distribuirá durante el semestre de otoño 2005, es el uso de las siglas, que a través del tiempo han variado de ser UDLA-P, a UDLAP, UDLA, Puebla, etcétera, para hacer diferenciación de la UDLA de la Ciudad de México, con la que actualmente no tenemos nada que ver como Institución. Ahora la propuesta es hacer énfasis simplemente en UDLA, para poder crear una mejor retención del nombre y un impacto más directo según estudios realizados por parte del Departamento de Publicaciones.



Ejemplo de los diferentes folletos existentes para la biblioteca de la Universidad. Se observa la desigualdad de criterios mencionada.

³ Según comentó en una entrevista el Lic. Ricardo Huitrón Aguirre, coordinador del Departamento de publicaciones de la Universidad.

Sondeo entre la comunidad

La comunidad que conforma una institución desempeña un papel básico en la identidad de la misma. El vínculo entre ambas debe ser fuerte para obtener mejores resultados en los papeles que juega cada una, y así, lograr tener una imagen que vaya más allá de lo visual y lo tangible; para sentir realmente identificación con su *Alma Mater*.

Para conocer la situación actual fue necesario hacer un sondeo en toda la comunidad. Por principio, se segmentó a la comunidad según los sistemas encontrados en ella: estudiantes, exalumnos, empleados y profesores. Los criterios utilizados para este sondeo fueron los siguientes: en el caso de los estudiantes, tenía que haber al menos un estudiante de cada carrera entre los entrevistados. En el caso de profesores, debían incluirse de todas las escuelas, tanto de tiempo parcial como completo. Los empleados debían ser lo más diversos posibles, administrativos, intendentes, vigilantes.⁴

En las entrevistas se trató de abarcar varios temas que nos hablaran de vínculos que apoyan a la identidad, por ejemplo, la manera de acercarse a la UDLA por primera vez; el grado en que se involucran con prácticas sociales, culturales, académicas y deportivas; el uso de los servicios que provee la Universidad; el conocimiento

4 Las entrevistas se anexan aparte.

que tienen de reglamentos e historia de la misma; la percepción y el conocimiento de la imagen. Era muy importante que en las respuestas se incluyera siempre el porqué, dado que la opinión personal daría más posibilidades de conclusiones.

los resultados obtenidos del sondeo **se describen** a continuación:

a. estudiantes

De manera general, encontramos que entre las familias de los estudiantes no hay mucha historia como parte de esta Universidad. La mayoría de ellos son los primeros en estudiar aquí junto con sus hermanos o primos de las mismas generaciones. Se enteraron de la existencia de la Universidad por medios diversos: publicidad en sus preparatorias, familiares, por la televisión entre otros medios. A lo largo de su estancia aquí, han conocido muy poco acerca de la historia de la Institución. Los antecedentes que tienen de forma muy escueta se refieren a los orígenes en la Ciudad de México. La identificación de la filosofía de la Universidad junto con sus valores no se logra. Sólo una minoría conoce y/o participa en alguna tradición estudiantil fuera de fiestas de bienvenida o posadas; en muchas ocasiones ni siquiera les era posible tomar estos eventos como tradiciones. La actividad deportiva o la participación en un equipo representativo es determinante para el sentimiento de pertenencia a los *Aztecas*, ya que se tiene entendido que todo aquel que no forme parte de estos equipos con algún uniforme no es *Azteca*. Realmente muy pocos estudiantes se sienten *Aztecas* por el simple hecho de estar inscritos, por ser estudiantes. También hay un mal entendido respecto a que *Azteca* es exclusivo de jugadores de fútbol



americano, ya que por mucho tiempo así fue. Otros símbolos de identidad son mejor percibidos, como la señalización, los colores institucionales, el escudo, el periódico estudiantil o los productos promocionales como camisetas, pants, agendas, chamarras, postales de la UDLA; sin embargo, pocos de ellos los adquieren debido a sus precios tan altos y a su mal diseño. De manera general, la comunicación entre la comunidad es pobre, los estudiantes no buscan los medios para hacerse oír ya que se sienten poco apoyados por las autoridades y lo mismo pasa entre escuelas, no hay integración entre una disciplina y otra. Creen que a nivel externo, la UDLA cuenta con una buena imagen, de alto nivel y calidad académica; sin embargo, no sienten lo mismo a nivel interno, no se sienten parte fundamental de esta Institución por lo que no se “ponen la camiseta” de la misma.

b. profesores

Los profesores de tiempo parcial y completo, no están muy lejanos al poco sentimiento de identidad que existe entre los estudiantes. Aunque hay un poco más de conocimiento de la historia y las costumbres de la UDLA, esto se debe más bien a que llevan un mayor tiempo aquí. Participan poco en actividades recreativas o tradiciones fuera de las académicas, como congresos o reuniones de trabajo. El sentirse *Aztecas* no es para ellos, es algo exclusivo de estudiantes. A veces se sienten parte de esa actitud, y le tienen aprecio, aunque no sean “practicantes”. Mientras más años lleven en la UDLA, es más fácil sentirlo,

puesto que la relacionan con triunfos pasados del equipo de fútbol americano principalmente. La comunicación no se percibe tan deficiente entre ellos; sin embargo reconocen que no hay mucho contacto entre los profesores de tiempo parcial y los de tiempo completo. El hecho de pasar pocas horas dentro del campus es importante ya que los de tiempo parcial vienen, dan sus clases y se van. Igualmente reconocen que la imagen que tiene la UDLA al exterior como una universidad de prestigio, se sustenta con una identidad fuerte; no obstante aceptan que no ocurre lo mismo a nivel comunidad. Para la mayoría de

ellos es más fácil reconocer a un estudiante o profesor de la UNAM (Universidad Autónoma Nacional de México), por todos los años de tradición que tiene la Institución así como el prestigio a nivel académico y de investigación; o bien a un estudiante del TEC (ITESM, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey) ya que éstos acostumbran portar de manera más frecuente la “camiseta” de su Universidad. Perciben diferencias en la concepción del profesor de tiempo parcial al de tiempo completo de la Universidad, entonces, a los primeros les es más difícil sentirse parte de la UDLA, aunque reconozcan la buena calidad de la Institución.



c. empleados

El proceso de identidad de los empleados se ha dado de manera distinta. Se encuentran completamente aparte del resto de la comunidad, aunque tengan contacto con ella diariamente. Tampoco conocen a fondo la historia o los orígenes de la UDLA, salvo algunos empleados administrativos o trabajadores que llevan aquí muchos años; sin embargo, reconocen más tradiciones y participan en ellas, como fiestas, temporada cultural, campañas de ayuda, algunos reconocimientos que se hacían anteriormente cada año a los empleados. Identifican los colores y los símbolos igual que los estudiantes. Creen

en la excelencia de la UDLA y en su imagen exterior y la mayoría de las veces concuerda con la interior. Ello, debido al ambiente de trabajo en que laboran. El sentimiento de ser *Azteca* está ligado a dos cosas principalmente: tener mucho tiempo trabajando aquí y haber estado cerca de los triunfos deportivos en diversas disciplinas; y ser empleados que porten algún uniforme, como los de seguridad o los paramédicos que llevan impresos los colores de la Institución.



d. exalumnos

Para este grupo, así como para los estudiantes, la historia de la UDLA, no es muy conocida, e igualmente se enteraron de esta Universidad por medios distintos. Identifican perfectamente los colores y símbolos institucionales. Para ellos es más fácil reconocer un mayor número de valores promovidos por la Institución, que el resto de los grupos. El término *Aztecas* o en su caso *Exaztecas*, es concebido mayormente para deportistas. Sin embargo encuentran una buena identificación con la época del tricampeonato del equipo de fútbol americano, que los hace sentir *Aztecas de afición*. En cuanto a tradiciones, se mencionan varias, como la de lanzar gente al lago a manera de novatada (cosa que ya no es permitida), las fiestas de bienvenida, congresos. Actualmente su contacto con la UDLA, es por lazos de amistad, así que están en su mayoría poco enterados de los sucesos importantes. Lo que saben es gracias a los medios de comunicación, especialmente la televisión e Internet. Consultan poco la página de la Universidad o la de

Exaudlas, tampoco asisten a los encuentros que hay en la UDLA para ellos ya que no encuentran beneficio. Ninguno de ellos cree necesitar de un símbolo que les recuerde a su Universidad, les basta con la evocación del tiempo vivido ahí, de las buenas amistades que conservan, las experiencias académicas y sociales. Sentirse parte de la UDLA, es mayormente un recuerdo; a muchos les gustaría revivir su estancia ahí, sin embargo no consideran cursar un postgrado en ella puesto que dudan de su nivel académico o prefieren experimentar cosas nuevas. Están de acuerdo en la falta de sentimiento de identidad internamente, coinciden en la buena imagen que aún proyecta la Universidad a nivel nacional, pero algunos dudan que aún se conserve realmente.



