

LEMAS DE LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

*Informe del grupo de trabajo de Protocolo y Relaciones Institucionales
de la CdCUE de Crue Universidades Españolas
Julio de 2015*

Grupo de trabajo:

Alba Nasarre – Universidad de Barcelona (coord.)

Marisa Corcuera – Universidad de Burgos

Joaquín Hernández – Universidad Católica San Antonio de Murcia

Francisca de Paula Saravia – Universidad de Córdoba

Jerónimo Hernández de Castro – Universidad de Salamanca



1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo se enmarca en una investigación de contenido más amplio para la Comisión de Comunicación de las Universidades Españolas (CdCUE) de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) sobre los emblemas universitarios (que engloba a los escudos y sellos tradicionales, las marcas o logotipos más actuales, y los lemas de las universidades).

El tema de investigación que se expone a continuación es la parte dedicada a los lemas de las universidades. Desde el momento en que se fundó la primera universidad europea, la de Bolonia en el siglo IX¹, los símbolos y ceremoniales, se fueron construyendo para expresar y conservar una identidad propia dentro de la sociedad, por tanto los lemas constituyen una parte importante del patrimonio universitario.

El principal objetivo de este trabajo es la recopilación de los lemas de las universidades españolas. Además, trataremos los lemas desde dos ámbitos: el primero, en el que definimos los lemas como parte importante del patrimonio cultural universitario; el segundo ámbito se centra en el uso que hacen las universidades de Internet para la difusión de estos lemas.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

Las primeras definiciones oficiales de patrimonio universitario a nivel internacional que encontramos son de la Declaración de Halle de Universeum, la organización europea de museos universitarios, ya en el año 2000, que se centra en el “patrimonio académico y las universidades”². Desde entonces, se encuentra más literatura sobre los museos universitarios y sus colecciones, así como de los museos virtuales de las universidades; pero más allá de los museos, el patrimonio universitario sigue siendo un campo poco explorado.

2.1. Patrimonio Universitario

Entre 1999 y 2001, el **Consejo de Europa** elaboró un proyecto de colaboración a nivel europeo con el objetivo de promover el patrimonio universitario: “Europa, un patrimonio común”. El proyecto fue una iniciativa conjunta de los Comités de Dirección para la Educación Superior y la Investigación (CDESR) y Patrimonio Cultural (CDPAT) del Consejo de Europa y, en parte, financiado por la Comisión Europea (Lourenço 2005).

En el marco de este proyecto se organizaron cuatro conferencias de trabajo celebrada en las universidades de Alcalá de Henares (España), Montpellier (Francia), Bolonia (Italia) y Cracovia (Polonia) para “explorar los diferentes aspectos del patrimonio universitario y trabajar los estudios de casos y formas prácticas tanto de la defensa de éste y - más importante - la promoción activa de su importancia tanto para la sociedad en conjunto, como para las mismas universidades” (Boylan 2003: 31). Estas sesiones dieron como fruto la publicación, el año 2002 de “Legado y patrimonio de las universidades europeas” (Sanz y Bergan 2002), con aportaciones de 15 autores.

En esta publicación se establece que “el legado de las universidades es una parte fundamental del patrimonio europeo, porque estas son esencialmente europeas, en su origen y sus valores”. También se

¹ Rüegg, W.; de Ridder-Symoens, H. (1994). *Historia de la universidad en Europa*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

² <http://universeum.it/declaration.html>



destaca que la importancia de las universidades reside en su amplio abanico de bienes. Estos bienes son materiales e inmateriales, pese a que la distinción entre estos dos conceptos no es obvia. Y distinguen como inmateriales, por ejemplo, la historia de la universidad, las tradiciones y costumbres, los valores y la ética, etc.

Además, también se elaboró el proyecto de “Recomendación sobre la gobernanza y la gestión del patrimonio de la Universidad” (Consejo de Europa 2004), que se dirige a los gobiernos de los 46 estados miembros del Consejo de Europa y que fue considerado por los Comités de Dirección de Educación Superior e Investigación (CDESR) y Patrimonio Cultural (CDPAT) a finales de 2004 y aprobada por el COE en diciembre de 2005.

Esta “Recomendación Rec (2005) 13 del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre la gobernanza y la gestión del patrimonio universitario” del Consejo Europeo³, recoge que:

“el “patrimonio de las universidades” se entiende que abarca todo el patrimonio tangible e intangible relacionado con instituciones de educación superior, los órganos y sistemas, así como la comunidad académica de profesores y estudiantes, y el entorno social y cultural del que este patrimonio es una parte. El "patrimonio de las universidades" se entiende como todos los rastros tangibles e intangibles de la actividad humana en relación a la educación superior. Es una fuente de la riqueza acumulada en referencia directa a la comunidad académica de profesores y estudiantes, sus creencias, valores, éxitos y su función social y cultural, así como los modos de transmisión del conocimiento y la capacidad de innovación.”

Se trata de una definición amplia que destaca la importancia de la comunidad universitaria (la investigación, la transmisión de conocimiento, la función social y cultural, etc.), así como los valores de la propia institución (la autonomía, la identidad, la libertad, etc.) por delante de los elementos más materiales (edificios, objetos, etc.). El documento reflexiona sobre el hecho que a menudo se separa el patrimonio tangible e intangible, pero que se debe de tener en cuenta que “los dos interactúan y son elementos de un todo indisoluble en el cual un elemento no puede existir sin el otro”.

A nivel nacional, el 11 de enero de 2008, diversos rectores de universidades españolas firmaron la "Declaración de Salamanca sobre el Patrimonio Histórico-Cultural de las Universidades"⁴. Con esta iniciativa, los rectores pretendían llamar la atención sobre la necesidad de una dotación de cobertura jurídica e institucional para poder realizar una adecuada gestión y difusión de su patrimonio. En esta declaración se lee:

“Las universidades son depositarias de primer orden del Patrimonio Histórico, Artístico y Cultural de nuestro país y de Europa. El patrimonio universitario, rico y complejo, está constituido por bienes muebles e inmuebles, archivos, bibliotecas, edificios, objetos artísticos, jardines y árboles históricos, conjuntos urbanísticos y paisajísticos y colecciones móviles.

Este patrimonio se mantiene vivo y activo, y se encuentra directamente involucrado en las actividades de docencia, aprendizaje, investigación y gestión, características de la vida académica y universitaria,

³ CM(2005)159E / 09 November 2005 / CM(2005)159addE / 09 November 2005
<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Rec%282005%2913&Language=lanEnglish>

⁴ *Declaración de Salamanca sobre el patrimonio histórico-cultural de las universidades* disponible en siguiente enlace del UMAC:
<http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/otherdocuments>
y en http://xornal.usc.es/xornal/opinions/opinion_0042.html



lo que favorece su rehabilitación y puesta en valor. Y, asimismo, contribuye a la dinámica económica y social de los entornos en los que se inserta.”

Según esta definición, se entiende patrimonio universitario como el conjunto de bienes materiales e inmateriales que constituyen la identidad de la Universidad. Más allá de los valores históricos y artísticos, encontramos a faltar otros valores dentro de la comunidad universitaria y la sociedad, así como alguna referencia explícita al patrimonio inmaterial de las universidades españolas.

2.2. Patrimonio Cultural Universitario

Históricamente, el concepto de patrimonio cultural se ha asociado a los bienes muebles e inmuebles de valor histórico-artístico. Pero este concepto ha ido evolucionando y con la consideración de la importancia del valor simbólico e identitario, se ha abierto progresivamente el abanico del patrimonio cultural, dando cabida al patrimonio inmaterial.

Diferentes organismos oficiales, nacionales e internacionales, académicos y profesionales, han aportado sus definiciones de patrimonio cultural a lo largo de los años. Hemos optado por una definición de Mateos Rusillo bastante integradora:

“El patrimonio cultural es un producto dinámico y en construcción constante, creado por el ser humano para agrupar el conjunto de bienes materiales e inmateriales considerado valioso para ilustrar el ADN cultural de una comunidad o grupo social, legado como herencia por las generaciones precedentes y que se puede aumentar en el presente con la intención de legarlo a los que nos seguirán en el futuro.”⁵

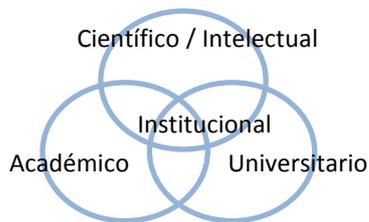
A partir de esta definición, defendemos el concepto de **patrimonio cultural universitario** porque:

- a) Es un producto cultural (material e inmaterial) creado por el ser humano. Está creado por los miembros de la comunidad universitaria; seleccionado bajo la subjetividad humana.
- b) Es dinámico y está en construcción constante. A lo largo de la historia de la universidad se va creando su patrimonio. Como ésta, va evolucionando y cambiando, se redefinen los criterios según quien los selecciona en cada momento y dentro de un contexto histórico-social.
- c) Ilustra el ADN cultural de una comunidad o grupo social. Para la comunidad universitaria es muy importante tener un referente que permita reconocerse y autoafirmarse como tal.
- d) Se transmite de generación en generación como si se tratara de una herencia. Se trata de una herencia colectiva que hay que intentar que se conserve, crezca y no disminuya a lo largo de su historia.

Aparte de múltiples definiciones del concepto, también nos encontramos con diversos autores que establecen **categorías** dentro del patrimonio cultural universitario, como Kozak⁶, quien propone un diagrama del patrimonio de las universidades bastante inclusivo y cohesionador:

⁵ Mateos Rusillo, S. (2011) - *El patrimoni Cultural* - P08/18011/01956 - FUOC

⁶ Kozak, Zenobia, (2007) *Promoting the past, preserving the future : British university heritage collections and identity marketing*, Thesis , University of St. Andrews, Arthistory thesis <http://hdl.handle.net/10023/408>



Este diagrama engloba como patrimonio de las universidades: el patrimonio académico, el científico e intelectual, y el universitario (incluye histórico-artístico), conformando el patrimonio institucional de la universidad de manera que todas tienen elementos comunes y a la vez todas las categorías incluyen patrimonio material e inmaterial.

Después de una investigación preliminar, constatamos que hay más literatura sobre museos universitarios que sobre el patrimonio cultural universitario en general (y todavía menos sobre su patrimonio inmaterial). Hay que tener presente que si bien no todas las universidades tienen museos, lo que sí tienen es un patrimonio cultural propio.

2.3. Símbolos universitarios

La palabra **símbolo** deriva del latín *simbŏlum*, y esta del griego *σύμβολον*, que hace referencia a una parte que necesita otra parte para ensamblarse, generando así el reconocimiento mutuo (podía ser una tablilla, un anillo, etc). La RAE define el símbolo como la “representación sensorialmente perceptible de una realidad, en virtud de rasgos que se asocian con esta por una convención socialmente aceptada.”

Los símbolos de la universidad española se fueron estableciendo desde su propia creación. Por ello, muchos de los símbolos universitarios nos remiten a sus orígenes vinculados a la Iglesia, pues los primeros Estudios Generales medievales tuvieron su origen mayormente en las “*Scholas*” de las catedrales, que dieron lugar a las universidades fundadas, por bulas pontificias. Por eso, las universidades tomaron de la Iglesia sus más antiguos y universales símbolos.

Además de los símbolos de origen eclesiástico, se fueron añadiendo elementos procedentes del mundo caballeresco de la nobleza medieval, como los escudos heráldicos. En la época medieval la Universidad gozaba de una gran riqueza simbólica. Pero, a partir del siglo XIX, muchas universidades españolas fueron perdiendo parte de sus tradiciones y símbolos en favor de nuevas formas que querían reflejar el progreso y la modernidad. En el caso de las universidades de nueva creación del siglo XX, cada una ha optado por seguir todas o parte de las tradiciones mantenidas por otras universidades más antiguas o por establecer sus nuevos y propios símbolos.

Marchamalo⁷ distingue de entre los **elementos simbólicos universitarios**: los ritos (que se apreciaban en toda actividad académica), las ceremonias (máxima expresión pública de identidad universitaria), emblemas (distintivos externos que diferencian entre sí a las diferentes instituciones académicas) e insignias (expresan las jerarquías dentro de la institución).

Los símbolos que trataremos en este trabajo se incluyen en los **emblemas**. Entendemos por emblemas tanto los escudos de armas y los sellos, como las modernas marcas o logotipos. También son emblemas los lemas, los estandartes, los colores de las facultades, etc.

De ellos, destacaremos por su importancia histórica los escudos y los sellos. Antiguamente los **escudos** universitarios se representaban en las fachadas de sus edificios y en los estandartes que portaban en las procesiones y ceremonias. Los **sellos** universitarios solían estar compuestos de una imagen y una inscripción, en ocasiones, un **lema**, que lo rodea. Estos sellos eran muy importantes porque con ellos se

⁷ Marchamalo, A. (2009) *Simbolismo, tradiciones y ceremonial histórico en la universidad cisneriana complutense*. Ayuntamiento de Alcalá de Henares.



refrendaban los documentos que otorgaban privilegios. Muestra de ello era que se custodiaba e incluso, en ocasiones, se portaba sobre un cojín en las procesiones académicas⁸.

Actualmente, si miramos los estatutos o manuales de identidad corporativa de las universidades españolas, la mayoría describe como sus símbolos o emblemas: el escudo o sello, la marca o logotipo, la bandera, la medalla, el himno y el lema.

2.4. Lemas

La definición de nuestro objeto de estudio, los lemas, resulta un tanto ambigua según las fuentes que se consulten. De hecho, el Diccionario de sinónimos y antónimos 2005 Espasa-Calpe nos da una larga lista de sinónimos de lema: emblema, enunciado, consigna, eslogan, contraseña, divisa, marca, leyenda, encabezamiento, letrero, inscripción, mote y título.

De éstos conceptos vamos a ver las definiciones de la RAE⁹ los que más nos interesan para este estudio: lema, leyenda, divisa y eslogan, en las acepciones de nuestro ámbito:

Lema (del lat. *lemma*, y este del gr. λήμμα). Argumento o título que precede a ciertas composiciones literarias para indicar en breves términos el asunto o pensamiento de la obra; Letra o mote que se pone en los emblemas y empresas para hacerlos más comprensibles; Norma que regula o parece regular la conducta de alguien.

Leyenda. (Del lat. *legenda*, n. pl. del gerundivo de *legere*, leer). Texto que acompaña a un plano, a un grabado, a un cuadro, etc.

Divisa. (De *divisar*). Expresión verbal que formula un pensamiento, un ideal, una forma de conducta, etc., que una persona o un grupo de personas asumen como norma ; en *heráldica*: Lema o mote que se expresa unas veces en términos sucintos, otras por algunas figuras, y otras por ambos modos.

Eslogan. (Del inglés *slogan*). Fórmula breve y original, utilizada para publicidad, propaganda política, etc. El vocablo eslogan deriva de la palabra gaélica “sluagh” (guerra) + “gairm” (grito), que era el grito de guerra que identificaba a los clanes.

De todas las definiciones oficiales encontradas, destacamos la del Diccionario Oxford¹⁰, que define el lema (*motto* en inglés) como una frase breve que expresa los ideales y creencias de una persona, un grupo o una organización.

Para este trabajo hemos partido de estas definiciones, para establecer nuestros propios conceptos en el ámbito universitario para poder identificar los lemas y distinguirlos de divisas, leyendas y eslogans.

⁸ Rüegg, W.; de Ridder-Symoens, H. (1994). *Historia de la universidad en Europa*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

⁹ Diccionario de la Real Academia Española, DRAE, Décima segunda edición, disponible en: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

¹⁰ *Oxford Advanced Learner's dictionary*, 6th edition (2000). <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>



Así pues, entendemos que el lema universitario es una frase corta que expresa las creencias, ideales, motivaciones o intenciones de la universidad. Una vez adoptado un lema, este no se puede modificar y su uso tiene que ser riguroso. Su función es institucional.

A menudo el lema acompaña a los escudos o sellos en forma de divisa o leyenda. Pero la divisa y la leyenda tienen una función descriptiva o informativa (indica que es un sello de una institución, nos dice el año de fundación de la institución,...).

El eslogan forma parte de las tácticas de las campañas publicitarias, por tanto permite modificaciones según el objetivo concreto de la campaña en la que se utilice y su vida es efímera. Su función es más promocional o comercial y menos institucional que la de los lemas.

2.5. Difusión del Patrimonio Cultural en Internet

Actualmente no se puede hablar de comunicación de patrimonio cultural sin hablar del papel y la incidencia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Las TIC son una herramienta, un medio, pero a la vez crean nuevos lenguajes. Por tanto, las podemos considerar como medio para lograr el aumento de la accesibilidad a los recursos patrimoniales y al mismo tiempo para crear nuevos productos culturales.

"En cuanto a la difusión cultural, sin duda realidades ricas y complejas como la red de Internet ayudan a construir y trasladar unos contenidos culturales determinados asociados a los bienes patrimoniales, lo que amplía las posibilidades comunicativas prácticamente *ad infinitum*" como explica Mateos Rusillo (2011).

Internet y las redes sociales ofrecen a los gestores de recursos culturales la posibilidad de difundir su patrimonio en diferentes formatos (texto, imagen, vídeo, animaciones, audio, etc.). Esta vertiente multimedia del medio supone una ventana abierta a muchas posibilidades por el patrimonio material o inmaterial. La digitalización de los contenidos culturales y su difusión a través de Internet es, sin duda, una fórmula para la conservación, difusión y salvaguarda del patrimonio cultural.

Así pues, si las instituciones aprovechan los recursos que ofrece Internet como herramienta para la puesta en valor de su patrimonio cultural y el refuerzo de su identidad, están dando la posibilidad al público de participar en la salvaguarda de dicho patrimonio cultural, material o inmaterial, favoreciendo la toma de conciencia de su valor y la identificación del público con este patrimonio.

Si nos centramos en las universidades, su patrimonio cultural universitario se puede localizar en Internet básicamente en los portales institucionales de las universidades o en páginas webs de algunos de sus servicios de ámbito cultural. Museos o bibliotecas, por ejemplo, son ámbitos en los que proliferan los blogs, perfiles de Facebook, y las exposiciones y museos virtuales, que permiten aunar el patrimonio cultural universitario, frecuentemente muy diseminado.

En el ámbito del patrimonio cultural universitario en general, las iniciativas más destacadas son las de la Red Europea de Patrimonio Universitario Universeum, el UMAC (Comité Internacional de Museos y Colecciones Universitarias) del ICOM (International Council of Museums) y el Consejo de Europa. Y son sobre todo UMAC y Universeum los que utilizan mejor Internet para comunicarse con sus públicos, con un contenido bastante especializado a través de sus webs.



3. METODOLOGÍA

3.1. Justificación del interés de la investigación

El interés por este tema deriva de la voluntad de dar a los emblemas universitarios el valor que tienen como parte del patrimonio cultural universitario. En el caso de los lemas, en concreto, un valor sobre todo identitario, pero también simbólico de transmisión de valores y de referencia histórica, así como vínculo entre el pasado y el presente de las universidades.

Consideramos que los lemas universitarios, como emblemas, son un elemento importante del patrimonio cultural universitario y es necesario crear su espacio de difusión, para evitar su caída en el olvido, y mantener su origen y significado literal y simbólico, para que no pierdan su valor.

Esta **difusión** de los emblemas dentro de la propia comunidad universitaria puede reforzar el sentimiento de pertenecer a una institución de larga trayectoria, y motivo de orgullo de un patrimonio que debería sentir suyo. A la vez, la difusión de este patrimonio fuera del ámbito universitario ayudará a crear una identidad propia dentro de la sociedad y reconocida con su propio valor.

Actualmente, **Internet** con las páginas webs Institucionales, así como las redes sociales puede ser una herramienta clave para esta difusión.

Si bien es cierto que en los últimos años hemos podido apreciar la proliferación de actuaciones de las universidades para difundir su patrimonio cultural a través de Internet, con la creación de museos virtuales y catálogos virtuales, por ejemplo, que dan a conocer el patrimonio material de la Universidad. Pero, ¿y los emblemas? ¿y los lemas? Pocas universidades dedican un espacio a dar visibilidad a sus emblemas y aún menos a explicarlos.

Creemos que un pequeño paso para potenciar la difusión de los emblemas universitarios a través de Internet podría ser este trabajo en el que se haga evidente su valor como patrimonio, la poca difusión que se hace y las posibilidades que ofrece Internet para mejorar esta situación.

3.2. Objetivos

El objetivo principal que se plantea es:

- recopilar los lemas de las universidades españolas

Otros objetivos específicos podrían ser:

- definir los lemas como parte del patrimonio cultural universitario
- clasificar los lemas por su contenido, idioma, origen,...
- analizar qué difusión hacen en Internet las universidades

3.3. Preguntas e hipótesis

Derivadas de estos objetivos, las preguntas que pretendemos responder con este trabajo son:

- a) ¿Podemos considerar los lemas universitarios como patrimonio cultural universitario?
- b) ¿Qué mensajes transmiten estos lemas?
- c) ¿Hacen difusión las universidades de sus lemas en sus webs institucionales? ¿Cómo lo hacen?



Y partimos de las siguientes hipótesis:

- a) Los lemas forman parte del patrimonio cultural universitario.
- b) Los lemas transmiten valores sobre conocimiento.
- c) Las universidades casi no difunden sus lemas en sus webs, no se transmite su significado, ni valor simbólico.

3.4. Definición de la investigación

Pese a la multidisciplinariedad del marco conceptual, la metodología de esta investigación no ha sido especialmente complicada. Así pues, nos hemos basado en 3 ejes principales:

- a) destinado a definir el lema universitario como patrimonio
- b) destinado a identificar las palabras claves de los lemas
- c) destinado a identificar qué difusión realiza cada universidad en Internet

Los datos provienen de 2 fuentes principales:

- a) **bibliografía / recogida y análisis de documentación:** a través de la documentación que se encuentra en diversas fuentes (libros, artículos, etc.) sobre patrimonio universitario, patrimonio inmaterial y su difusión en Internet, necesaria para establecer un marco teórico y conceptual.
- b) **estudio de campo:** a partir de la muestra de universidades de la CRUE, primero se ha recopilado los lemas a través de Internet y después se ha realizado un análisis de la difusión que hacen de sus lemas a través de sus páginas web institucionales.

3.5. Estudio de campo

3.5.1. La muestra

Las universidades que han formado parte de este estudio han sido las 76 que pertenecen a la CRUE (en abril 2015).

Por tanto, es un espacio territorial delimitado: España.

Entre ellas se han clasificado por:

- Antigüedad: des de 1280 hasta ahora se han incluido en la CRUE 76 universidades de diferente antigüedad. Por ello, se han clasificado por periodos:1280-1850; 1850-1955; 1955-1999; 2000-2015
- Titularidad: la CRUE distingue entre 60 universidades públicas y 26 privadas
- Modalidad: hay 72 universidades presenciales y 4 virtuales o a distancia.



3.5.2. La recogida de los datos

Si bien los estudios culturales son un referente para esta investigación por su contenido, para estudiar cómo las universidades difunden los lemas a través de Internet lo hemos obtenido los datos siguiendo una **metodología de campo**.

Esta metodología va destinada a la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos a través de diferentes métodos y se estructura en diferentes fases:

FASE 1.- Elaboración de una **tabla** de Excel con los datos básicos a recopilar y analizar de cada universidad.

FASE 2.- Encuesta electrónica: entrevista estructurada que se ha enviado por correo electrónico a los responsables de protocolo de las universidades de la muestra.

Por nuestra profesión, ya tenemos establecida una relación con el resto de responsables de protocolo de las universidades. Además, ya se expusieron los objetivos y el grupo de trabajo en la última reunión de la CdCUE - CRUE. Por este motivo, no se ha realizado ningún contacto previo, ni correo electrónico previo al envío de la encuesta, sino que simplemente se ha explicado en un breve párrafo su finalidad.

Para recoger y ordenar los datos, se ha redactado un formulario breve en forma de encuesta por Internet de GoogleDocs, que permite registrar directamente los datos de manera automática.

La principal dificultad de esta encuesta ha sido el bajo nivel de respuestas. En un año, y tras dos envíos de la misma encuesta, la han rellenado sólo 36 universidades de las 76 encuestadas.

FASE 3.- Búsqueda en Internet de los lemas de las universidades e información sobre ellos.

La búsqueda de los lemas se ha realizado a partir de diferentes estrategias:

- La búsqueda manual intuitiva en las páginas web institucionales. La mayoría de las universidades tienen una sección llamada “la Universidad”, “conoce la universidad”, o algo parecido, que es donde se ubica la información más institucional. También se ha mirado en las secciones sobre su historia, manual de identidad visual, estatutos y otros reglamentos, y en las secciones de comunicación y prensa.
- La búsqueda en el buscador de la *home* institucional que da como resultado enlaces dentro de la propia web. Se han considerado sólo los 25 primeros resultados.
- La búsqueda en Google (www.google.com). Cuando la primera y la segunda estrategia no han obtenido resultados, se ha optado por el empleo del buscador generalista, mirando sólo las 25 primeras respuestas y que la fuente fuera la misma universidad.

Se ha ido rellenando la tabla con los datos obtenidos.

En esta fase nos hemos encontrado con dificultades como:

- No saber previamente qué universidades tiene un lema.
- Dificultad para encontrar información en las webs institucionales. En ocasiones, tras una infructuosa búsqueda intuitiva en las webs, se ha accedido a la sección de interés a través de una búsqueda en Google.
- Hay universidades cuyos manuales de identidad son sólo accesibles a través de la Intranet.

4. RESULTADOS

Una vez completada la recopilación de los datos pasamos a su análisis para extraer nuestras conclusiones.

4.1. Análisis descriptivo de la recopilación de los lemas

4.1.1. Número de lemas universitarios

En un primer análisis de los datos, obtenemos que de 76 universidades, 39 tienen un lema y 37 o no tiene o no hemos sabido encontrarlo. Por tanto, es muy similar el número de universidades que tienen lema y las que no.

El hecho de ordenar y agrupar las universidades por antigüedad, nos permite apreciar que la antigüedad no va ligada siempre al hecho de tener lema. Así como tampoco se ha obtenido correlación con la titularidad privada o pública, ni con la modalidad presencial o a distancia



4.1.2. Idioma

Si miramos el idioma del lema, obtenemos que la mayoría de los lemas universitarios están escritos en latín (33 lemas). Otros idiomas utilizados excepcionalmente (uno en cada idioma) son: inglés (*Expanding Knowledge*, Universidad Internacional de Andalucía), vasco (*Eman ta zbal zazu*, Universidad del País Vasco), castellano (*Ante todo somos personas*, Universidad Católica de Valencia) y catalán (*Ser i saber*, Universidad Ramon LLull), e incluso hay un lema que mezcla inglés y castellano (*Living Nebrija, living Universidad*, Universidad Nebrija).

Resulta obvio que los lemas que utilizan el catalán y el vasco, tienen en su comunidad autónoma dicha lengua como oficial. En el caso de la mezcla de castellano e inglés, entendemos que esta forma idiomática se asemeja más a un eslogan comercial que a un lema y en el caso del inglés responde a una idea de internacionalización.

Por tanto, el idioma vehicular de la mayoría de los lemas universitarios es el latín, manteniendo una tradición que remite a los orígenes de la institución (la lengua de la Roma clásica y de la Iglesia fue idioma universitario de uso obligatorio en toda Europa desde el siglo XIII hasta el siglo XVII).

4.1.3. Contenido

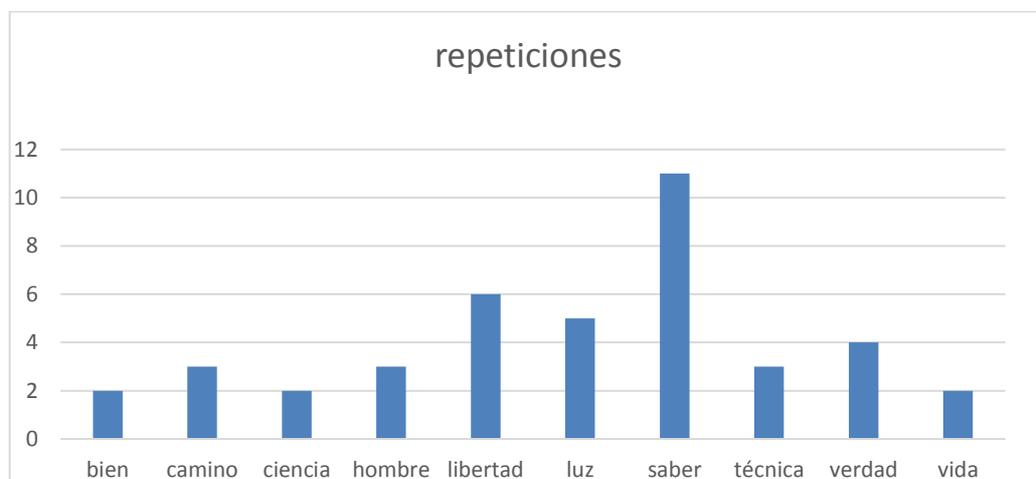
A la hora de analizar el contenido, lo primero que se ha detectado es que hay 2 lemas que se repiten.

El primero se repite en tres ocasiones: *Sapere aude* (atrévete a saber) de la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo, de la Universidad de Huelva y de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

El segundo, es el lema *Libertas perfundet omnia luce* (la libertad lo inunda todo de luz o la libertad ilumina todas las cosas) aparece en dos ocasiones: en la Universidad Complutense de Madrid y en la Universidad de Barcelona.

Hay otros lemas que no son iguales pero que conceptualmente son muy parecidos como: *In veritate libertas* (la libertad está en la verdad), *In itinere veritas* (la verdad está en el camino) y *Veritas liberabit vos* (la verdad os hará libres), de la Universidad CEU San Pablo, de la Universidad de Burgos y de la Universitat Internacional de Catalunya, respectivamente.

Para analizar su contenido, a parte de la repetición de lemas, se ha seleccionado las palabras clave o conceptos que parecen más frecuentes en los lemas. Estas son:

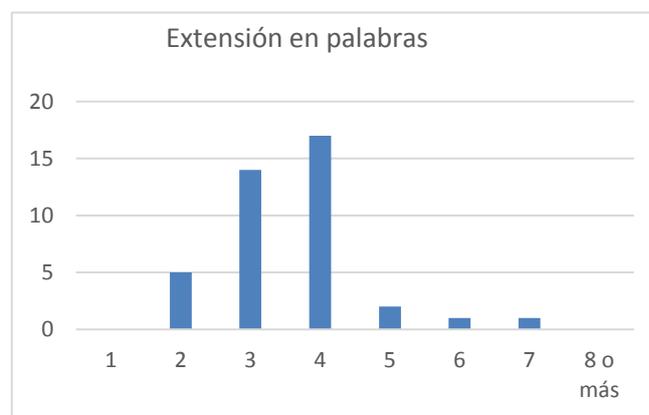


Los conceptos que más aparecen en los lemas son: saber/sabiduría, libertad, verdad, luz y técnica. Resulta interesante como dichos conceptos en ocasiones aparecen en los lemas como los objetivos a alcanzar o como los medios para llegar a otras metas, y el concepto de la iluminación frente a la oscuridad medievalista.

En el caso de los lemas que utilizan la palabra técnica, dos son universidades tecnológicas: Universidad Politécnica de Valencia (*Ex technica progressio*) y Universidad Politécnica de Madrid (*Technica impendit natione*). En el caso de la tercera, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (*Ad orbem per technicam*), el lema hace referencia a su origen como universidad politécnica también, y lo mantiene pese a que, actualmente, también tiene estudios de humanidades.

4.1.4. Extensión

Respecto a la extensión de los lemas, la mayoría tienen 4 o menos palabras. Los lemas más breves son de 2 palabras: *Sapere aude* (Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Universidad de Huelva y Universidad Europea Miguel de Cervantes), *Hac luce* (Universidade da Coruña) y *Expanding Knowledge* (Universidad Internacional de Andalucía); el lema más extenso es de 7: *Iter facite eius quae ascendit super occasum* (Universidad de Alicante). Por tanto se verifica que los lemas, generalmente, son breves.



4.1.5. Origen

Respecto a la procedencia de estos lemas, de 39 sólo se ha encontrado el origen de 14 de ellos.

Los lemas inspirados en textos religiosos son los más numerosos:

- *In libertatem vocati* (Universidad Católica San Antonio de Murcia) es una cita de San Pablo en su carta a los gálatas.
- *Omnibus mobilibus mobilior sapientia* (UNED) es una frase del libro de la sabiduría del Antiguo testamento, capítulo 7 versículo 24.
- *Viam sapientiae monstrabo* (Universidad Abat Oliba CEU) aparece en Pr.4,11
- *Quid facet veritatem venit at lucem* (Universidad Cardenal Herrera CEU) es una cita de los Evangelios, Juan, 3,21.
- *Vince in bono malum* (Universidad Francisco de Vitoria) es una adaptación de un verso de la Epístola de San Pablo a los romanos: *Noli vinci a malo, sed vince in bono malum* (Rm 12,21).

Dos de ellos tienen su origen en una de las obras más famosas del filósofo, político y orador romano Lucio Séneca, sus *Cartas a Lucio* (*Epistulae Morales ad Lucilium*):

- *Sapientia sola libertas est* (Universitat Jaume I) es una adaptación de *Sapientia, quae sola libertas est* de la Epístola 37
- *Homo homini sacra res* (Universidad Carlos III de Madrid) es una frase de la Epístola 95



Otros:

- *Sapere aude* (Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Universidad de Huelva y Universidad Europea Miguel de Cervantes) tiene su origen en la Epístola II de Horacio del *Epistolarium Liber Primus*, que divulgó posteriormente el filósofo Immanuel Kant.
- *Libertas perfundet omnia luce* (Universidad Complutense de Madrid y Universidad de Barcelona) es una paráfrasis del pasaje de Lucrecio que sustituye la palabra *sol* por *libertas*
- *Scientiae patriaetque impendere vitam* (Universidad de Vic) es una adaptación realizada en 1997 por poeta y profesor Segimon Serrallonga, a partir de un verso del poeta romano Lucano.
- *Eman ta zabal zazu* (Universidad del País Vasco) es un verso del popular himno Gernikako Arbola de Iparragirre.
- *Humanitas, fides, iustitia, utilitas* (Universidad Loyola de Andalucía) hace referencia a las cuatro características espirituales inspiradoras del Paradigma Pedagógico Ignaciano.

4.1.6. Vinculación con otros emblemas

El 54% de los lemas aparecen como divisa en los escudos o sellos universitarios. De hecho algunos de estos lemas aparecen descritos en los estatutos incluidos en la descripción del escudo o sello. Algunos de estos lemas, como por ejemplo el de la Universitat de Vic, aparece también en su medalla.

4.1.7. Leyendas relevantes

Se ha querido dedicar un espacio a las leyendas y divisas que aparecen en los escudos y sellos, en ocasiones conviviendo con los lemas, porque se ha detectado que en muchas ocasiones se confunden estos conceptos con el de lema. De hecho, en algunas encuestas se indicaba como lemas estas leyendas o divisas. Si bien estas sentencias aportan información relevante sobre las universidades, no se han considerado lema porque no expresan ningún ideal o motivación, sino hechos relevantes, como por ejemplo:

- indican el año de creación:
 - Universitas Extremadurensis MCMLXXIII (Universidad de Extremadura)
 - Universidad Pablo Olavide – Sevilla – 1997 (Universidad Pablo Olavide)
 - Universitas Granatensis 1531 (Universidad de Granada)
- aparece el rey vinculado a su creación:
 - Alexander PP VI Valentinus Ferdinandus Dei Gra Rex Aragonum (Universidad de Valencia)
 - Reg. Sancti Ferdinandi Universitatis Canariarum Stemma (Universidad de La Laguna)
- hacen referencia al estudio general primigenio:
 - Universitas Studiorum Murciana, Anno MCCLXXII (Universidad de Murcia)
 - Universitas Studiorum Navarrensis (Universidad de Navarra)
 - Sigillum Universitatis Studii Salmntini (Universidad de Salamanca)
 - Studium Generale Civitatis Caesaraugustanae (Universidad de Zaragoza)



- indican que es el sellos antiguo de la universidad:
 - Sigillum Universitatis Gaditanae (Universidad de Cádiz)
 - Sigillum Reg Universitat Compostellan (Universidad de Santiago de Compostela)
 - Sigillum Universitatis Litterariae Hispalensis (Universidad de Sevilla)

- Otros aportan otros detalles (vinculación a la Iglesia,...):
 - Pontificia Universitas Comillensis Matriti (Universidad Pontificia de Comillas)
 - Universitas Ecclesiae Deutensis (Universidad de Deusto)
 - Compluti Urbis Universitas (Universidad de Alcalá)

En cambio, otras leyendas sólo dicen el nombre de la universidad:

- Universitas Luentina (Universidad de Alicante)
- Universitas Legionensis (Universidad de León)
- Universitas Malacitana (Universidad de Málaga)
- Burgensis Universitas (Universidad de Burgos)
- Universitas Onubensis (Universidad de Oviedo)
- Universitas Giennensis (Universidad de Jaén)

4.2. Difusión en Internet

Internet es una red muy extensa y las universidades tienen presencia de múltiples formas, por ello, nos centraremos sólo en las páginas web institucionales (oficiales) de las universidades.

Dentro de las páginas webs de las universidades, hemos encontrado los lemas en diferentes ubicaciones. Se ha realizado búsquedas intuitivas en las secciones sobre la universidad, su normativa, su identidad visual y en su buscador; si no se han localizado, la búsqueda ha procedido a través de Google.

La mayoría de los lemas se han localizado en los estatutos de las universidades publicados en Internet, en el artículo sobre emblemas o símbolos. También en los reglamentos relativos al ámbito del protocolo universitario (Símbolos, honores, distinciones, ceremonial,..). Comentar que, en la mayoría de los casos, ha sido más rápido llegar a estos documentos buscándolos directamente en Google que en las propias webs.

También hemos localizado algunos lemas descritos en los manuales de identidad corporativa o identidad visual. En este caso nos hemos encontrado con la dificultad que algunos de estos manuales se consideran de uso interno y se encuentran en la Intranet, donde sólo son accesibles para miembros de su comunidad universitaria.

En la mayoría de los casos la información encontrada ha sido simplemente la descripción: “El lema de la universidad es...” sin mencionar su traducción, origen ni significado.

Cabe destacar el trato excepcional de unas pocas universidades que citan o explican su lema en sus páginas web de presentación, como por ejemplo:



- La Universidad Francisco de Vitoria destaca por tener en su web, en el apartado sobre la universidad, una sección “nuestro lema”¹¹, en la que se explica ampliamente su lema universitario (su traducción, su origen, y los valores que transmite).
- La Universidad Pontificia de Comillas tiene el lema en la cabecera¹². Este hecho ha llevado a pensar por su excepcionalidad que se podía tratar de un eslogan. Lo cierto es que en su propio manual de identidad lo definen como eslogan, pero tras comprobar que lleva vigente desde 2005 sin modificaciones, se ha considerado un lema en este estudio, al entender que no se trata de un eslogan vinculado a una campaña efímera.
- La Universidad Nebrija lo nombra en su presentación.
- La Universitat Abat Oliba CEU, que en la sección sobre “Principios y Misión”¹³ explica el valor de su lema.

También ha habido lemas que no aparecen en sus estatutos, reglamentos, ni manuales de identidad, ni página de presentación de la universidad, pero los hemos localizado en secciones tan específicas de patrimonio cultural universitario como el Museo Virtual¹⁴ de la Universidad de Barcelona.

En general, podemos concluir que la información encontrada sobre los lemas universitarios en las webs institucionales es mínima. Además, la mayoría es simplemente enunciativa y no aporta información complementaria sobre cómo podría ser su origen y los valores que inspira o transmite.

5. CONCLUSIONES

El **objetivo principal** de este trabajo era *recopilar los lemas de las universidades españolas*. Consideramos que este objetivo se ha alcanzado, pese a que podría quedar alguna información incompleta, por no haber sido facilitada ni verificada por las propias universidades.

Respecto a las hipótesis, la **primera hipótesis** planteada afirmaba que *los lemas forman parte del patrimonio universitario*. El patrimonio de las universidades es muy rico (en cantidad y en diversidad) y hay elementos que son propios de cada universidad y otros que vinculan unas universidades con las otras. Después de este trabajo podemos afirmar que los lemas no sólo son parte del patrimonio cultural universitario, sino que son o deberían ser uno de sus símbolos más importantes.

La **segunda hipótesis** planteaba que *los lemas transmiten valores sobre conocimiento*. Ciertamente dos de los conceptos más reiterados en los lemas han sido el de la sabiduría y el de la técnica, pero al mismo nivel las universidades ensalzan el valor de la verdad y la libertad, así como la iluminación en todo su simbolismo.

La **tercera hipótesis** planteaba que *las universidades casi no difunden sus lemas en sus webs, no se transmite su significado, ni su valor*. Las dificultades para encontrar información en Internet sobre sus lemas, su significado y origen ponen de manifiesto la poca difusión que hacen las universidades sobre éstos (con pocas excepciones). No sólo casi no aparecen en sus webs institucionales, sino que algunos lemas ni

¹¹ <http://www.ufv.es/nuestro-lema>

¹² <http://www.upcomillas.es/es/>

¹³ http://www.uaoc.eu/es/conocenos/quienes-somos/por-que-estudiar-en-la-uao-1/copy_of_principios-y-mision

¹⁴ <http://www.ub.edu/museuvirtual/visitavirtualEH/index.html>



siquiera aparecen en sus estatutos. Si bien es cierto que algunos aparecen en sus manuales de identidad corporativa; también lo es que no todos son accesibles si no se es miembro de la comunidad universitaria.

En conclusión, tras realizar este trabajo, consideramos que los lemas universitarios, como extensión de la identidad de las universidades necesitan una puesta en valor, pues los lemas universitarios tienen poca visibilidad y reconocimiento dentro y fuera de las universidades.

Además, creemos que la investigación desarrollada, no sólo puede servir como una parte del trabajo sobre los emblemas universitarios, sino que puede ser una base para definir **nuevas líneas de investigación**. Una primera línea de trabajo podría estudiar los lemas desde una perspectiva semántica y gramatical, que precisaría de la colaboración de un experto en latín. Una segunda línea podría realizar una serie de casos de estudio breves sobre unos determinados lemas que pueden resultar interesantes, como por ejemplo: la historia del lema de la Universidad de Barcelona, en la que la palabra *Libertas* aparece y desaparece; la relación de los lemas de la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad de Alcalá y la relación con sus orígenes como institución; el papel aglutinador del lema en las universidades, etc. Una tercera línea de investigación, más sociológica, podría ser la realización de una encuesta que muestre el nivel de conocimiento de los miembros de la comunidad universitaria sobre su lema.

Acabada esta primera parte del trabajo sobre los emblemas universitarios ahora toca intentar que no quede en un cajón y valorar su posible difusión. Por una parte, consideramos importante su **difusión** entre los rectores, así como los responsables de patrimonio y comunicación del patrimonio universitario, para intentar que la visibilidad y divulgación de nuestros lemas esté al nivel de su relevancia. Esta difusión se podría hacer en formato artículo o buscar una alternativa más multimedia dentro de la misma web de la CRUE. Fuera del ámbito universitario cabría valorar si sería de interés para revistas de patrimonio u otros ámbitos y adaptarlo a los requisitos formales necesarios si fuera el caso.

6. REFERENCIAS (BIBLIOGRAFIA / WEBGRAFIA)

*Las referencias que se indican son sólo del corpus teórico.

Bibliografía

Boylan, P.J. (2003) *European cooperation in the protection and promotion of the university heritage*. ICOM Study Series, 11: 30-32.

Casanova, V., *Rito y poder: el protocolo académico desde una perspectiva semiótica*, Maestría en Ciencias de la Comunicación, Universidad del Zulia
http://luz.academia.edu/VanessaCasanova/Papers/397678/Rito_y_poder_el_protocolo_academico_desde_una_perspectiva_semiotica

Consejo de Europa. (2005) *Recomanació sobre la governança i la gestió del patrimoni de les universitats*. [CM\(2005\)159E / 09 November 2005 / CM\(2005\)159addE / 09 November 2005](#)

Galino, F. (1999) *Del protocolo y ceremonial universitario y complutense*, Editorial Complutense, Madrid.

Kozak, Zenobia, (2007) *Promoting the past, preserving the future : British university heritage collections and identity marketing*, Thesis , University of St. Andrews, Arthistory thesis <http://hdl.handle.net/10023/408>

Lourenço, M. (2005) *Between two worlds: The distinct nature and contemporary significance of university*



museums and collections in Europe. Tesis, Conservatoire National des Arts et Métiers, Paris.
<http://webpages.fc.ul.pt/~mclourenco/>

Marchamalo, A. (2009) *Simbolismo, tradiciones y ceremonial histórico en la universidad cisneriana complutense*. Ayuntamiento de Alcalá de Henares.

Marco, M. (2004) *Patrimonio cultural universitario a Periférica*. Revista para el análisis de la cultura y el territorio, núm. 5, Cadis. Universitat de Cadis, desembre, pàg. 89-99.

Marco, M. (2005) *Alicante lidera un proyecto para la difusión del Patrimonio Cultural Universitario*, a PH *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, año XIII, núm. 53. Sevilla, Consejería de Cultura, abril

Mateos Rusillo, S. (2011) - *El patrimoni Cultural* - P08/18011/01956 – FUOC

Rüegg, W.; de Ridder-Symoens, H. (1994) *Historia de la universidad en Europa*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Sanz, N., i Bergan, S. (eds.) (2005) *Legado y patrimonio de las universidades Europeas*. Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, A.C. y Ediciones del Consejo de Europa, México (2002 versió anglesa)
http://www.6x4uealc.org/site2008/monografias/02_Legado_y_patrimonio.pdf

VV.AA. (2008) *Declaración de Salamanca sobre o patrimonio histórico-cultural das Universidades*
http://xornal.usc.es/xornal/opinions/opinion_0042.html

Webs consultadas:

UNIVERSEUM www.universeum.it

CRUE Conferencia de Rectores de Universidades Españolas <http://www.crue.org>

Diccionario Oxford <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Diccionario RAE <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>

Universeum <http://universeum.it/>

UMAC <http://publicus.culture.hu-berlin.de/umac/>



Lemas de las universidades españolas

UNIVERSIDAD	LEMA ORIGINAL	TRADUCCIÓN
UNED	<i>Omnibvs mobilibvs mobilior sapientia</i>	De todas las cosas que se mueven, el conocimiento es lo que más se mueve.
Universidad a Distancia de Madrid	<i>Labor omnia vincit</i>	El trabajo todo lo vence
Universidad Abat Oliba CEU	<i>Viam sapientiae monstrabo</i>	Te guiaré por el camino de la sabiduría
Universidad Alfonso X el Sabio	<i>Bonum est diffusivum sui</i>	El bien se difunde por sí mismo
Universidad Nebrija	<i>Living Nebrija, living Universidad</i>	Viviendo Nebrija, viviendo Universidad
Universidad Autónoma de Madrid	<i>Quid ultra faciam</i>	¿Qué más debemos hacer?
Universidad Carlos III de Madrid	<i>Homo homini sacra res</i>	El hombre es sagrado para el hombre
Universidad Católica San Antonio de Murcia	<i>In libertatem vocati</i>	Llamados a la Libertad
Universidad CEU Cardenal Herrera	<i>Qui facit veritatem venit ad lucem</i>	Quien obra la verdad va hacia la luz
Universidad CEU San Pablo	<i>In veritate libertas</i>	La libertad está en la verdad
Universidad Complutense de Madrid	<i>Libertas perfundet omnia luce</i>	La libertad ilumina todas las cosas
Universidad de Alicante	<i>Iter facite eius quae ascendit super occasum</i>	Os hago el camino que asciende hasta el ocaso
Universidad de Almería	<i>In lumine sapientia</i>	En la luz está la sabiduría
Universidad de Barcelona	<i>Libertas perfundet omnia luce</i>	La libertad lo inunda (lo llena) todo de luz
Universidad de Burgos	<i>In itinere veritas</i>	En el camino está la verdad
Universidad de Cádiz	<i>Non plus ultra</i>	
Universidad de Deusto	<i>Sapientia melior auro</i>	La sabiduría es mejor que el oro
Universidad de Huelva	<i>Sapere aude</i>	Atrévete a saber
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	<i>Ad orbem per technicam</i>	Hacia el mundo a través de la técnica
Universidad de Salamanca	<i>Omnium scientiarum princeps salmantica docet</i>	Salamanca, reina de todas las ciencias, enseña
Universidad de Valladolid	<i>Sapientia aedificavit sibi domum</i>	La sabiduría edificó su casa
Universidad del País Vasco	<i>Eman ta zabal zazu</i>	Da y extiéndelo
Universidad Europea Miguel de Cervantes	<i>Sapere aude</i>	Atrévete a saber
Universidad Francisco de Vitoria	<i>Vince in bono malum</i>	Vence el mal con el bien
Universidad Internacional de Andalucía	<i>Expanding Knowledge</i>	Expandir el conocimiento



Universidad Internacional Menéndez Pelayo	<i>Sapere aude</i>	Atrévete a saber
Universidad Loyola Andalucía	<i>Humanitas, fides, iustitia, Utilitas</i>	Humanidad, fe, justicia, utilidad
Universidad Politécnica de Cartagena	<i>Fechos allend mar</i>	Hechos más allá del mar
Universidad Politécnica de Madrid	<i>Technica impendi nationi</i>	La técnica impulsa las naciones
Universidad Pontificia de Comillas	<i>El valor de la excelencia</i>	
Universidad Rey Juan Carlos I	<i>Non nova, sed nove</i>	No cosas nuevas, sino de una manera nueva
Universidade da Coruña	<i>Hac luce</i>	Con esta luz
Universitat de Vic	<i>Scientiae patriaetque impendere vitam</i>	Dedicar la vida al servicio de la ciencia y de la patria
Universitat Internacional de Catalunya	<i>Veritas liberabit vos</i>	La verdad os hará libres
Universitat Jaume I	<i>Sapientia sola libertas est</i>	Sólo la sabiduría es la libertad
Universitat Politècnica de València	<i>Ex technica progressio</i>	El progreso a través de la técnica
Universitat Ramon Llull	<i>Ser i saber</i>	Ser y saber
Universitat Rovira i Virgili	<i>Sapientiae liberi libertati sapientes</i>	Libres para la sabiduría, sabios para la libertad
Universidad Católica de Valencia	<i>Ante todo somos personas</i>	