



Revista Mexicana de Oftalmología

www.elsevier.es/mexoftalmo



HISTORIA DE LA OFTALMOLOGÍA EN MÉXICO

Logo Sociedad Mexicana de Oftalmología. “Síntesis de Valores y de Historia”

Francisco Martínez Castro

Asesor del Departamento de Enfermedades Inflamatorias, Asesor del Centro de Rehabilitación Visual CADIVI, Fundación Hospital Nuestra de la Luz, Ciudad de México, México

Un logo es un elemento gráfico visual utilizado por personas, organizaciones o instituciones para presentarse y promover su reconocimiento.

Contar con un logo obedece a una necesidad implícita en la naturaleza de cada individuo por encontrar un sentido de identidad, y esto mismo resulta imperativo cuando algunos individuos deciden agruparse al identificarse con intereses similares. Así, en la historia, desde tiempos remotos se ha utilizado banderas, sellos y emblemas, entre otros simbolismos, para ser reconocida su identidad ante otros grupos.

Para sustentar mi contribución a este número especial de nuestra Sociedad Mexicana de Oftalmología, comparto estas definiciones de identidad y de emblema o logotipo: *identidad*, “conjunto de intereses y datos de una persona o de un grupo, que le permiten diferenciarle de los demás”, y de logotipo, “figura o símbolos claramente asociados en quienes representa y generalmente acompañado de un texto”.

La historia del logo se inicia con las raíces de la expresión humana y ha evolucionado por miles de años. El valor de los símbolos continúa siendo el elemento más importante en el diseño de un logo.

Se sabe que los antiguos egipcios lo hacían en sus animales domésticos para establecer una evidencia de pertenencia; así, también los romanos y griegos imprimieron marcas distintivas en su cerámica. Todas las grandes religiones del mundo han adoptado símbolos para facilitar su reconocimiento. Desde el siglo XII hasta la época medieval, los escudos de armas identificaban también su pertenencia y rango entre los nobles.

En general, los logos más tempranos se utilizaron para reconocer incluso el origen o la calidad de un producto. Un

ejemplo de esto son las marcas que aún están presentes para identificar la pureza de un metal preciado.

A partir del siglo XX, con el advenimiento de la impresión a color y de la industria de la publicidad, el logo ha evolucionado incorporando palabras, imágenes y símbolos para lograr identidad entre el público e, incluso en fechas más recientes, incorpora en su diseño utilizarlo como herramienta de promoción de producto, para interesar a una población previamente seleccionada.

Un logotipo, generalmente muestra símbolos o emblemas para identificar a quienes representa y es un pilar de identidad, para la creación de una “marca” y conseguir un impacto social, al promover a través de ella su misión, valores y cultura de una organización. Por ello, un logo debe idealmente ser sencillo, pero incluir los elementos suficientes para representar su identidad.

Siendo nuestra especialidad en medicina la primera en organizarse formalmente en nuestro continente americano, al fundarse en 1893 como Sociedad Mexicana de Oftalmología y contar con una publicación formal, *Anales de la Sociedad Mexicana de Oftalmología* en 1898, me puse a investigar indicios de un logo con el material disponible a mi alcance y probablemente encontré el primero de ellos, que ilustro en la figura 1. Pude recuperarlo en uno de los primeros documentos oficiales que exhibe nuestra Sociedad Mexicana de Oftalmología, al extender membresía a uno de sus fundadores en el año 1893; en este caso, al insigne Dr. Lorenzo Chávez Aparicio. Posterior a este documento, no pude encontrar evidencia de que se conservara este emblema en los siguientes años, pues incluso la continuidad de nuevos encuentros académicos entre sus socios a inicios de la segunda

Correo electrónico: fmartinezcastro@prodigy.net.mx



Figura 1

década del siglo XX, se interrumpió por el turbulento período de la Revolución mexicana, y fue hasta inicios de la tercera década en que se reiniciaran actividades académicas por voluntad de sus integrantes.

Fue en este período en que la Sociedad Mexicana de Oftalmología decidió invitar a los miembros de la Sociedad de Otorrinolaringología a fusionarse, realizando reuniones conjuntas y compartiendo una misma revista para la publicación de experiencias académicas, lo que aconteció prácticamente durante 3 décadas; sin embargo, revisando también varias de estas publicaciones en diferentes décadas, no pude identificar que se utilizara ningún emblema o logo en sus portadas.

Cuando el individuo toma conciencia de grupo, le resulta más fácil interpretar las necesidades de sí mismo y de sus pares, lo que conlleva explorar nuevas maneras eficaces y efectivas, y es a partir de ello que surge la necesidad de organizarse para defender sus valores y exhibir un sentido de pertenencia frente a su comunidad y organizaciones afines.

Fue en este escenario en que se hizo consciente la necesidad de definir nuevamente una personalidad para nuestra Sociedad Mexicana de Oftalmología, al decidir separarse de la Sociedad de Otorrinolaringología en 1946, y para decidir con plena autonomía la celebración del Primer Congreso Nacional de Oftalmología (período moderno), celebrado en Ciudad de México en el año de 1949 bajo la gestión de su presidente anual, el Dr. Francisco Martínez Hinojosa (mi padre), quien valorando la importancia de este hecho hizo una convocatoria con tiempo y oportunidad a todos los socios (Sociedad Mexicana de Oftalmología) adheridos, para diseñar con un emblema o logo institucional.

Al no tener respuesta a esta solicitud y ya próximos a este Primer Congreso, del cual fue designado presidente el Dr. Lino Vergara y tesorero el Dr. Feliciano Palomino Dena, y para

no dejar desierta esta convocatoria, el Dr. Martínez Hinojosa, con la orientación de un amigo antropólogo, finalmente logra con la cabeza de Quetzalcoatl el diseño del logo, el que prácticamente ha perdurado hasta nuestros días, y que solo ha requerido pequeñas modificaciones, de las que haremos mención más adelante.

Para entender el diseño de este original emblema sugiero remontarnos a las corrientes de nacionalismo que aún florecían en México en la década de los años cuarenta, que abiertamente exaltaban a que nuestro sentido de identidad incluyera tomar conciencia de nuestra vasta cultura prehispánica, que cuenta con un alto contenido en simbolismos en la mayoría de pueblos prehispánicos, y que estaban vigentes durante la conquista. De esta forma se fomentó a estas generaciones a reconocer valores y raíces, para reafirmar un sentido de identidad.

El logo de nuestra organización fue conformado por la cabeza del Quetzalcoatl, por ser esta una de las figuras más representativas en nuestras principales civilizaciones prehispánicas, de la que hay un amplio testimonio de su importancia en pinturas, códices y pirámides dentro de las principales culturas mejor organizadas, las que lo identifican como un dios humanizado, sacerdote poseedor de extraordinaria sabiduría y además navegante.

Tradicionalmente, Quetzalcóatl definido como el "dios pájaro serpiente", le proviene del significado de 2 elementos que lo componen: quetzal, para hacer referencia de una preciosa ave por su colorido plumaje y que generalmente habita en la selva centroamericana, y coatl, que significa en náhuatl serpiente.

También es necesario compartir el concepto que prevalecía en las principales culturas de Mesoamérica, un pensamiento mágico en el que se asociaba la presencia de una



Figura 2 Modelo reconstruido del palacio de Quetzalcoatl en Teotihuacán.

deidad con un animal, lo que se identificaba como el náhuatl; así entonces, entre las más destacadas civilizaciones, el dios-jaguar en la cultura olmeca, mientras que en la teotihuacana es el dios-pájaro-serpiente; sin embargo, en la mayoría de las otras civilizaciones la figura del Quetzalcoatl tiene una gran influencia como una deidad, y se encuentra evidencia en sus códices, pinturas y esculturas de olmecas, toltecas, teotihuacanos e incluso entre la cultura maya, en la que también se hizo presente, aunque bajo el nombre de “kukulcán” (fig. 2).

El que este logo nuestro haya perdurado por más de 6 décadas permite considerar que la elección de la cabeza de Quetzalcoatl fue asertiva, pues además de estar representado en primer plano el órgano de la visión, lo que nos da un sentido de congruencia al interés de nuestra especialidad, por otro lado, al estar ampliamente difundida en las diferentes civilizaciones prehispánicas, la figura del Quetzalcoatl nos resulta familiar para la mayoría de nosotros, los mexicanos, en nuestro vasto territorio.

Finalmente, muy pocas modificaciones se le han hecho desde su diseño original, y estas han sido una alegoría que pretende enmarcarlo preferentemente en su sector inferior; la segunda modificación es la incorporación de un texto, “La Luz de la Verdad al Servicio del Ojo”, que posteriormente se modificó al expresarlo en latín, “Veritatis Lux Oculo Inseriens”, lo que debió haber sucedido en la década de los ochenta, probablemente en 1984, bajo la iniciativa del entonces presidente de la Sociedad Mexicana de Oftalmología, Dr. Luis González y Gutiérrez, y que mostramos en un collage para ilustrar estos cambios (fig. 3).

Al seleccionar una figura o símbolo para buscar identidad de un grupo organizado y perdurar a la vuelta del tiempo por su diseño, queda institucionalizado, cumpliendo así cabalmente su intención.

Debo mencionar que con la intención de renovar el diseño y contenido de nuestra Revista, también se propuso durante la Mesa Directiva de la Sociedad Mexicana de Oftalmología en 1985 un nuevo diseño en el logo, basado en un trabajo serio y fundamentado en los hallazgos en códices y esculturas en la cultura Náhuatl Olin, en donde se identifica el sol y la repre-



Figura 3 A) Logo original utilizado por más de 3 décadas. B) Logo modificado con motivo del XC aniversario de la Sociedad Mexicana de Oftalmología. C) Una modificación en 1984. D) Modificación a partir de la segunda mitad de la década de los años ochenta hasta la fecha. E) Diseño o proyecto para modificar nuestro logo Sociedad Mexicana de Oftalmología que no prosperó.

sentación de un ojo con un sentido cosmogónico, que ofrece una imagen equilibrada; sin embargo, ello no prosperó, en la práctica muy probablemente, debido a que después de 34 años continuados de utilizar nuestro logo, y ya arraigado entre los colegas como un signo de identidad, nos reveló que se había cumplido su cometido.

Agradecimientos

Agradezco a la Dra. Rosario Sánchez, colega oftalmóloga, por sus valiosas orientaciones en la introducción al tema, dado su interés personal y formación en materia de diseño gráfico.

Bibliografía recomendada

Laidler-Kylander N, Stone C. The Role of Brand in the Nonprofit Sector. Stanford Social Innovation Review. 2012;10:35-41.

- Redding D. The Evolution of the Logo. Revista InstantShift. November 2012.
- Glaser M. A Short History of Logo Design. Graphic Design Lessons. 2014.
- García-Bárcena J. Época prehispánica. En: Historia gráfica de México 1. México: INAH/Editorial Patria; 1991.
- Matos Moctezuma E. Breve historia de la arqueología en México. México: SER; 1992.
- Solís F. Tesoros artísticos del Museo Nacional de Antropología. México: Aguilar; 1991.
- Meyrán García J. Historia de la Sociedad Mexicana de Oftalmología 1893-1945. Anales de la Sociedad Mexicana de Oftalmología. 1986;60.
- Meyrán García J. Historia de la Sociedad Mexicana de Oftalmología 1893-1993. Libro conmemorativo del Primer Centenario Sociedad Mexicana de Oftalmología. 1993.
- Gutiérrez Cirlos A. Un nuevo escudo en nuestra Sociedad. Anales de la Sociedad Mexicana de Oftalmología. 1985;59.
- Saleem N. The Importance of a Logo. Smashing Magazine. July 2010.