

Los colores de la Universidad *The University colours*

Daniel Tena-Parera. Universitat Autònoma de Barcelona, daniel.tena@uab.cat

Resumen

Superando las implicaciones comunicativas propias de cada color, el uso de los colores en las togas universitarias, un elemento ya de por sí cargado de sentido, hace que sea un mensaje no siempre decodificado ni utilizado. En este texto se muestra la normativa específica existente en el uso de las togas universitarias, su origen (egipcio y romano) y debido protocolo comunicativo que ello implica en las universidades. Su origen, eminentemente vinculado a la mente de las personas (egipcio) pasa a ser signo de estatus (roma), para ser un signo de identificación y de pertenencia al grupo, pero también de visualización e identificación perceptiva en la actualidad. No obstante, la comunicación moderna hace que ese código sea un elemento con carga perceptiva y comercial que relega el elemento más simbólico a un elemento de visualización.

Palabras clave

Color; código; togas universitarias; protocolo; sentido

Abstract

Overcoming the communicative implications of each color, the use of colors in university gowns, an element already loaded with meaning, which makes it a message that is not always decoded or used. This text shows the specific regulations that exist on the use of university togas, their origin (Egyptian and Roman) and the due communication protocol that this implies in universities. Its origin, eminently linked to the minds of people (Egyptian), becomes a sign of status (Rome), to be a sign of identification and belonging to the group but also of visualization and perceptual identification today. However, modern communication makes this code an element with a perceptual and commercial load that relegates the most symbolic element to a display element.

Keywords

Colour; code; university robes; protocol; sense

EDITORIAL pp. 41-50

como citar este artículo/referencia normalizada

Tena-Parera, Daniel (2024) "Los colores de la Universidad". *Questiones Publicitarias*, 34, pp. 41-50

En esta editorial queremos continuar con el tema de los colores abordado en la anterior editorial (V7#33) pero focalizando el uso que se hace de los colores en la identificación universitaria. La Sectorial de Secretarios Generales de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) acordó remitir a las Secretarías Generales este Catálogo de orientaciones sobre el traje académico y sus colores en atención a su interés orientativo (Cádiz en noviembre de 2008). El documento pretendía ser un instrumento para los profesionales del patrimonio cultural y simbólico de cada institución de acuerdo con su autonomía.

<http://www.protocolouniversitario.ua.es/manuales.jsp>

Pero aquí queremos observar el uso de los colores en aplicaciones que también representan las instrucciones universitarias y conocer el color que usan. Así, la pregunta sería: ¿de qué manera son usados los colores asignados al “conocimiento o saber universitario” según la tradición académica? ¿son usados como representación simbólica en las sites de las universidades, de sus facultades o de sus departamentos? ¿Los colores usados se correlacionan con los colores que les corresponde por el protocolo de los colores universitarios? El protocolo universitario es seguido como la pauta del saber hacer o actuar. Es decir, como el conjunto de reglas establecidas por norma o costumbre y que se deben emplear en las relaciones personales o públicas.

PRECEDENTES DE LA REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA EN LOS COLORES UNIVERSITARIOS

Es complejo determinar un origen preciso de los colores como elemento de referencia visual. Ya en el Egipto antiguo el color era un elemento de referencia de arte y cultura. Según ello, cada color representa un significado o está asociado a una deidad como explica Jenny Hill de la web Ancient Egypt Online (J. Hill 2010). Así, podemos convenir que el color ha tenido y tiene un fuerte componente de significación.

En el caso que nos ocupa, el espacio gráfico o mensaje gráfico publicitario (Tena: 2017, p. 160) que queremos analizar es la Toga (traje principal exterior y de ceremonia, que usan los magistrados, letrados, catedráticos, etc., encima del traje ordinario). En concreto, queremos fijarnos en el color asignado en función del estudio universitario. En este sentido, la Toga es una prenda de vestir exterior que comenzó a ser utilizada por primera vez en la Roma republicana como símbolo de rango entre los ciudadanos de la República. La Toga romana (prenda principal exterior del traje nacional romano, que se ponía sobre la túnica), era una prenda semicircular, voluminosa y elegante, que originalmente se utilizaba como prenda diaria de uso común y que paulatinamente, debido a que daba poca libertad de movimiento para la realización de las labores cotidianas, fue adaptada sólo como prenda para usarse en las sesiones del Senado o en ceremonias solemnes. Para el uso diario, fue sustituida por túnicas o estolas y más adelante por capas, abrigos y recientemente por chaquetas y suéteres.

La Toga romana, como referente, podía ser de distintos colores, de formas sencillas o más elaboradas para diferenciar y representar el estatus de la persona que la llevaba. Hoy en día, aunque pueden existir elementos formales de la Toga que marcan cierta diferenciación, la Toga se ha convertido en el espacio gráfico de representación que metafóricamente vincula la identificación y asignación académica de quien la ostenta donde la diferencia viene marcada, significativamente, por el color.

COLORES Y LA TOGA UNIVERSITARIA

La Toga como prenda universitaria, comenzó a ser utilizada en el siglo XI, cuando la Universidad de Toulouse en Francia, la adoptó como vestimenta para distinguir al Rector y a sus Consejeros; más tarde, en la Universidad de París, fundada en 1231, se instituyó y reglamentó por primera vez, como una prenda para resaltar a quienes la institución había distinguido con reconocimientos, grados y dignidades propias de su trayectoria académica. De esta forma, y a partir de ese momento, fue adoptada como símbolo de dignidad en diversas universidades del mundo. (Portal enciclopédico y divulgativo sobre protocolo oficial, social y empresarial, reglas de etiqueta, buenas maneras y habilidades sociales [Protocolo.org], 2024).

En el estado español, quedó heredada la legislación napoleónica sobre el tema. Fue en 1931 cuando se estableció por el Real Decreto de 10 de enero los criterios para los actos de solemnidad

en las Universidades. El texto del decreto decía: “Reciente hoy una loable resurrección de la casi olvidada solemnidad universitaria española de la investidura doctoral en que buscó la Universidad de Madrid para recinto del acto el venerado solar complutense, a la sombra de Cisneros, en el viejo artístico paraninfo del siglo XVI, la gloriosa entre las viejas centurias académicas hispánicas, parece que los renovados recuerdos solicitan y otras circunstancias de mayor modernidad, en sentido bien distinto, piden, a la vez, la reforma de los protocolos que dejó establecidos con absoluta uniformidad para todas las Universidades del Reino la legislación de tipo napoleónico de 1857 y 1859”. Reino de España. (1931). «Gaceta de Madrid» núm. 11, de 11 de enero de 1931, páginas 265 a 267.

En general, su uso no es homogéneo. Hay organizaciones que regulan con mucho detalle los pormenores del protocolo universitario, donde su uso es imperativo para los actos académicos ordinarios mientras que, en otras, su uso incluso puede ser considerado como un elemento clasista.

Uno de los ejemplos minuciosos de su reglamentación es el de la Universidad Nacional Autónoma de México. En esta Universidad, se especifica el uso de la Toga indicando que la prenda se reinstauró y reglamentó a partir del 8 de septiembre de 1949, fecha a partir de la cual entró en vigor el “Reglamento de la Toga Universitaria”, compuesto por 12 artículos, en los que se señala, entre otras cosas, que la Toga se compone de una túnica abierta, muceta y birrete, todas estas prendas en color negro. Además, se especifica como debe ser usada, quien la debe llevar y qué complementos debe tener. La reglamentación de la Universidad Autónoma de México especifica para el color lo siguiente:

“el birrete con borla y flecos de acuerdo con el color asignado a cada facultad; quienes no poseen el grado de doctor, usan solamente el birrete con botón y, quienes poseen más de un grado de facultades o escuelas distintas, usan cintas en la muceta y pueden elegir el color de la borla y el del botón del birrete.”

(Universidad Autónoma de México, sf.)

En cualquier caso, en el estado español la regulación de la Toga ha seguido pareja a la del resto del mundo. En este sentido, el ya mencionado Reglamento de 1931 publicaba en la “Gaceta de Madrid» núm. 11, de 11 de enero de 1931, páginas 265 a 267”, el protocolo a seguir por la Universidades respecto de la Toga Universitaria (Fig. 1). Así, en su artículo 5 se indicaba:

“El uso de la toga y traje académico será exclusivo para las solemnidades, y nunca para las clases y exámenes. En aquéllas, los Catedráticos que sean Doctores o Licenciados podrán concurrir al acto en traje negro de etiqueta, usando tan sólo la medalla y cordón como distintivo. Deberán concurrir, sin embargo, precisamente con traje académico los Catedráticos que ejerzan cargo de gobierno o de administración en el Centro respectivo. Igualmente, todos los Doctores matriculados en el Claustro que concurren a la solemnidad.”

COLOR: PROTOCOLO VERSUS VISIBILIDAD

El dominio de lo visual, de lo impactante y de las marcas implica la relevancia de los elementos formales en la transmisión de mensajes. Sin embargo, el uso de los colores en las Togas universitarias no es, solamente, una necesidad genérica de visualización (Tena: 2005, p.49 y Tena: 2017, p 151), en la que todo el potencial recae en el efecto agradable para la atracción visual y emocional (Tena: 2017, p. 149). Hoy en día, hay un número creciente de Universidades y un exponencial número de estudiantes. Y las Universidades compiten por los recursos que representan los estudiantes para sus organizaciones. Así las cosas, las Universidades no tan solo compiten entre las ellas. Dentro de cada universidad, sus facultades, sus departamentos compiten por tener la mayor visibilidad. A la condición de transmitir una pertinencia a través de la representación simbólica, se debe añadir la condición básica de todo mensaje gráfico de “la capacidad de percibir y de distinguir partes de un todo mayor” y en consecuencia de tener visibilidad (Tena: 2005, p. 55). También lo requieren los grupos de investigación, pero además, se exige que tengan visibilidad sus productos: grados, bachelors, másteres, doctorados. Así, bajo la aparente homogeneización protocolaria que permite asignar pertinencia y un determinado orden en la Universidad, la necesidad de ser identificado en un mar de opciones, de ser visible o diferente, rompe con la función del protocolo.

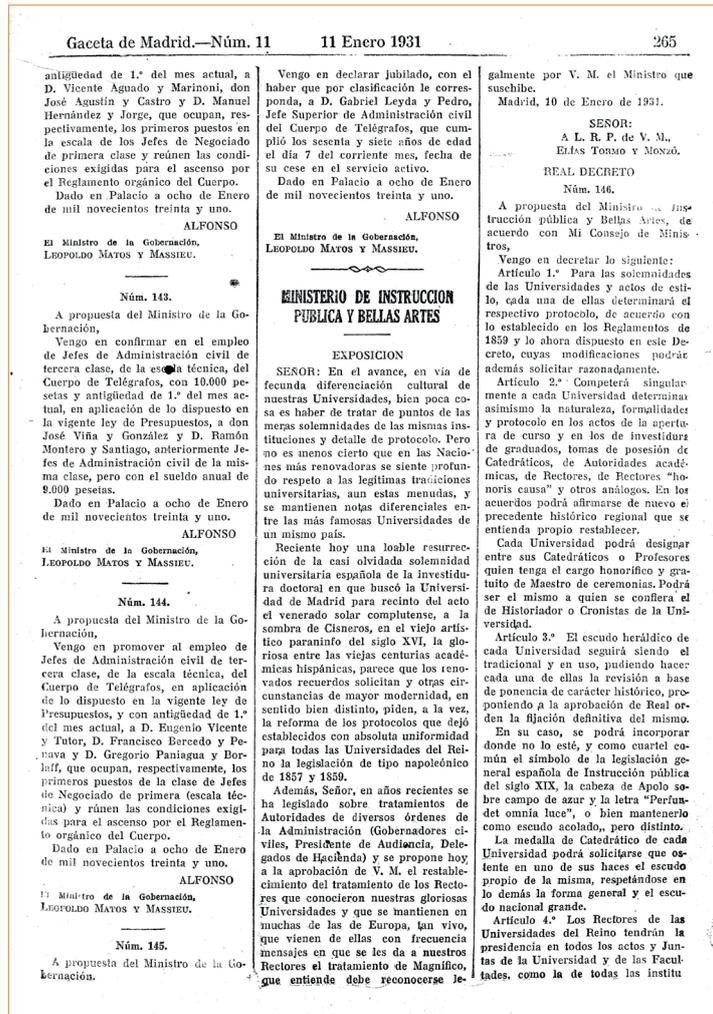


Fig. 1. Regulación del año 1931. <https://sercomunicacion.es/el-traje-academico-cumple-170-anos/>

Con la finalidad de dotar de un protocolo universitario, la CRUE (Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas) proporcionó en 2010 un catálogo sobre el uso del traje académico y sus colores. Un trabajo realizado sobre 67 universidades que definen el protocolo de los trajes universitarios y del color de los mismos.

Ya en el trabajo de campo se evidenció que había titulaciones con distintos colores dependiendo de la universidad donde se imparte.

El trabajo de la CRUE se concretó, en lo que hace referencia a los colores utilizados en:

1. Reducir el número de colores que aparecen en el informe, agrupando colores iguales con matices distintos.
2. Asignar a las titulaciones que aparecen con varios colores, el color que tenga asignado el mayor número de ellas para orientar a las universidades que aun no han asignado un color a una titulación determinada.

En algunos casos, el color atribuido a cada titulación se basa en la tradición o en el número de universidades que han decidido asignarlo a la titulación (Fig. 2)

Dada la evidente dificultad de encontrar una solución única e indiscutible, similar a la que existía en los decretos de 1944 por los que se regulaban los estudios universitarios en el estado español y conscientes de la necesidad de ordenar la situación actual, la CRUE, en su documento, propone una serie de medidas entre las que queremos reproducir las siguientes (CRUE):

Periodismo	Gris
Publicidad y Relaciones Públicas	
Comunicación Audiovisual	

Figura 2. El color gris asignado a las titulaciones vinculadas a Comunicación se coge en base al color gris asignado al estudio histórico de Ciencias de la Información.

- A. Las universidades usarán los colores como símbolo de sus estudios con motivo de la celebración de las solemnidades académicas. Lo utilizarán en las *becas* que se imponen a los graduados y en el traje académico de los profesores. También el en traje académico de los doctores y de los doctores honoris causa para su investidura.
- B. Se especifica los colores de los estudios con tradición histórica:
- Ciencias Jurídicas: rojo
 - Humanidades: azul celeste
 - Bellas Artes: blanco
 - Ciencias: azul turquí
 - Estudios de Medicina: amarillo
 - Veterinaria: verde
 - Ciencias Económicas y Empresariales: naranja
 - Ciencias Políticas y Sociología: naranja
 - Ingeniería y Arquitectura: marrón.
 - Teología: blanco
 - Psicología: malva.
 - Odontología: fucsia
 - Ciencias de la Información: gris
 - Ciencias de la Actividad Física y el Deporte: verde claro
- C. Los colores de las ramas de conocimiento y los elementos de representación simbólica del ceremonial académico serán los siguientes:
- Artes y Humanidades: azul celeste.
 - Ciencias: azul turquí.
 - Ciencias de la salud: gris claro.
 - Ciencias Sociales y jurídicas: naranja.
 - Ingeniería y Arquitectura: marrón.
- D. Cuando las universidades atribuyan un color a sus centros lo harán siguiendo los siguientes criterios:
- Los centros en los que se impartan titulaciones de una única rama de conocimiento tendrán el color que corresponde a esa rama.
 - En los centros en los que se impartan titulaciones de dos o más ramas de conocimiento, se estará al acuerdo de la Junta de centro, que tendrá exclusivamente efectos protocolarios. Si no hubiera acuerdo, tendrá el color correspondiente a la rama de conocimiento principal, atendiendo al número de créditos.
- E. Se establece que las *becas* o *bandas* según la denominadas popularmente que se impongan a los graduados o a los estudiantes que obtengan el título de máster, en los actos académicos organizados para este fin, serán del color de la rama de conocimiento que figure en la inscripción del título. Las universidades que así lo decidan, usarán para las *becas* el color de la Universidad, en vez del de la rama de conocimiento de la titulación.
- Cuando se trate de dobles titulaciones, si tienen el mismo color, se distinguirá la *beca* con la denominación de ambas titulaciones. Si el color que les corresponde fuera diferente, la *beca* será de los dos colores por mitades.
- F. El traje que revestirán los doctores en el acto de su investidura será el siguiente: La toga de color negro con vueltas de raso. Su longitud debe prolongarse hasta los 30 – 35 centímetros



Figura 3. Becas grises según el estudio histórico de Ciencias de la Información o bien, naranja según la moderna asignación a el área de conocimiento de ciencias de la comunicación.

por encima del suelo. Llevaran: muceta, vuelillos (su uso es privativo de los doctores), birrete doctoral del color distintivo, la borla, del mismo color que los flecos, guantes blancos (sólo los doctores), y la medalla doctoral.

El color del birrete, la muceta, los vuelillos y el cordón de la medalla doctoral será el de la rama de conocimiento en la que se enmarque el programa de doctorado que ha cursado. En el caso de que en el doctorado intervengan varias ramas de conocimiento, el color será el de la rama principal, atendiendo al número de créditos. Si hubiera paridad entre ramas, tendrá preeminencia la rama de conocimiento en la que el doctor sea graduado.

Gris para Comunicación. - La CRUE establece un color GRIS a los estudios del ámbito de la Comunicación. Lo hace en base al GRIS correspondiente a la Rama de conocimiento histórico de Ciencias de la Información. Si bien, en base al área de conocimiento bien pudiera ser valorado elegir el color naranja de ciencias sociales y jurídicas, área a la que están asignadas las ciencias de la comunicación (Fig 3).

EL COLOR UNIVERSITARIO, HOY

Realizamos una verificación del color asignado según el protocolo CRUE y el color utilizado por las organizaciones universitarias. Para ello, focalizamos la rama de conocimiento de “Comunicación/ Comunicación Audiovisual y Publicidad”.

La elección del color usado en las titulaciones parece concretarse en dos opciones, con algunos matices:

- Seguir el protocolo propuesto por la CRUE.
 - o la titulación usa su color independientemente de la organización a la que pertenezca.
 - o La titulación usa el color indicado por la tradición (según la CRUE).
- No seguir el protocolo propuesto por la CRUE.
 - o La titulación usa el color de la organización, independientemente de la titulación a la que se refiera.

Para ello revisamos algunas noticias que nos proporcionase alguna evidencia sobre el uso actual. Por ello, nos hacemos eco de la Graduación de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Oviedo. En este caso, el color utilizado es el protocolario color GRIS (El adelantado de Segovia, 2019). O el caso de los graduados en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad de Alicante, que por impartirse los estudios en la Facultad de Empresariales usan como color un naranja; que también podría ser adjudicado por pertenecer a ciencias sociales (Universidad de Alicante, sf.). Otro ejemplo de la utilización de los colores según la tradición protocolaria es la Universitat de Barcelona. En sus graduaciones cada estudio tiende a usar su color (Fig. 4) (Universitat de Barcelona, sf.).

A estos usos más protocolarios antepone otros como puede ser el caso de la Universidad Pompeu Fabra. En este caso, el color usado para la graduación de los estudiantes es unificado



Figura 4. Universitat de Barcelona: Distintos actos de graduación.

La promoción 2023 de la Universidad Pompeu Fabra, a punto de subir al escenario

Cerca de 1.900 estudiantes de grado de la 30ª promoción de la UPF celebrarán su graduación los días 7 y 8 de julio en el patio del edificio Roger de Llúria del campus de la Ciutadella, repartidos en seis sesiones, y acompañados por sus familiares y amigos.

03.07.2023

Graduados y graduadas durante la celebración del acto de 2022

Categorías:
 Institucional Comunidad UPF

ODS - Objetivos de desarrollo sostenible:
 04. EDUCACIÓN DE CALIDAD

Els ODS a la UPF >

Para más información
 Noticia publicada por:
 Oficina de Comunicación
 • 93 542 21 00
 • comunicacio@upf.edu

El acto académico de graduación 2023, organizado con el apoyo del Consejo Social de la UPF, incluirá la participación de cerca de 1.900 graduados y graduadas, correspondientes a la 30ª promoción de la Universidad. Se repartirá en seis sesiones: dos el 7 de julio, en horarios de 18:00 y 20:30 horas, y cuatro el 8 de julio, a las 10:30, 12:30, 18:00 y 20:30 horas. Cada una de ellas reunirá entre 250 y 300 estudiantes pertenecientes a 25 grados y dobles grados de la Universidad. Todas ellas se podrán seguir en directo por la web institucional y vía redes sociales con la etiqueta #GraduacioUPF23.

Figura 5. Un rojo para la organización y graduación.

a un color rojo. Ese color rojo corresponde al color de la organización y no hace distinción alguna al estudio en concreto. Es decir, el color usado para la graduación de los estudiantes coincide con el de la organización independientemente del estudio al que pertenezcan (Fig. 5) (Universitat Pompeu Fabra, sf.).

Hemos encontrado una tercera tendencia o posibilidad (Universitat Autònoma de Barcelona). En esta universidad algunos estudios se gradúan con su color histórico (medicina con un amarillo), mientras otros lo hacen con el color de la organización (publicidad y relaciones públicas y todos los estudios de comunicación con un verde).

Parece ser más potente el código de color usado por la organización (Universidad) que el color según el protocolo universitario (CRUE). En este sentido, nos hemos fijado en la armonización o no del color de las sites de las tres universidades mencionadas: UB, UAB i UPF. En estos tres ejemplos, se mantiene un verde organizacional para todos los estudios de la UAB, un rojo para la UPF pero no un azul en la UB (Fig. 6). Esto nos indica que hay una tendencia a unificar los colores según la institución independientemente del protocolo universitario (CRUE). Es decir y a nuestro

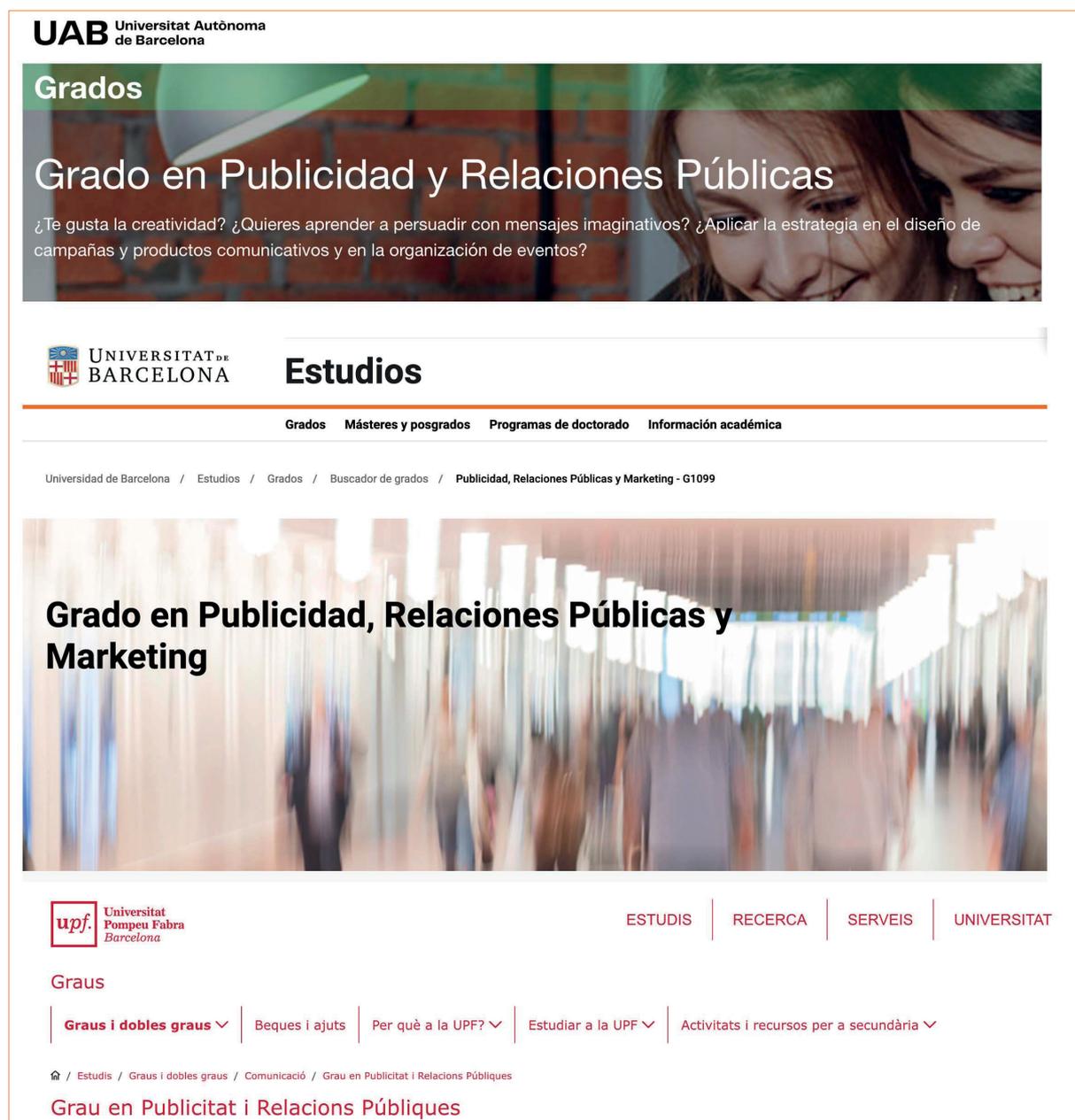


Figura 6. Sites de tres universidades vinculadas a page land de Publicidad y Relaciones Públicas: UAB, UB y UPF (consulta mayo 2024).

entender, puede más el mercado que lo simbólico. Podemos ver que por lo general, cada Universidad tiene un color corporativo que le es identificativo. Así la Universitat Autònoma de Barcelona tiene un color verde; la Universitat de Barcelona, un color azul; la Universidad Pompeu Fabra, un color rojo. La tendencia parece inclinarse por el uso del color de la organización en todas sus manifestaciones.

Por ello, aún a pesar nuestro, debemos constatar que el protocolo de las universidades, pese a los esfuerzos, parece ceder terreno frente a los esfuerzos de visualización e identificación en un mercado universitario.

¿Quedará algo del color de la Rama de conocimiento de las Ciencias Sociales y Jurídicas (un naranja)? ¿Quedará algo del color gris del estudio histórico de Ciencias de la Información (un gris)?

Por el momento, el color de Questiones Publicitarias es un naranja.

V7 # 34 Questiones Publicitarias

En el número que presentamos de “Questiones Publicitarias” se publican tres artículos que han seguido el proceso de revisión doble ciego de manera satisfactoria: Se trata de tres textos publicados en la sección de investigación. Además de la Editorial, les acompaña una reseña sobre la elección lingüística en la publicidad.

El primer artículo de investigación está firmado por Santiago Mayorga Escalada, de la Universidad Isabel I, España. Su texto lleva por título “Uso de la identidad visual corporativa en la comunicación de marca de las universidades privadas españolas a través de sus perfiles de Instagram “. Se trata de un paper donde se estudia uso de la identidad visual corporativa (nomenclatura, icono y color) en la comunicación de marca de las universidades privadas españolas a través de los perfiles de sus cuentas oficiales de Instagram. La investigación se realiza a través del método del análisis de contenido. El uso de la identidad visual que hacen este tipo de universidades se centra en su dimensión comercial potenciando su identidad, el posicionamiento y la visibilidad.

El segundo artículo de investigación trata de un texto en inglés que se titula: “La promoción de marcas hospitalarias a través de las tecnologías inteligentes”. Lo firma Pablo Medina Aguerrebe- re, de Canadian University Dubai (United Arab Emirates), junto con Eva Medina y Toni González Pacanowski, ambos de Universidad de Alicante (España). Este paper analiza cómo los hospitales usan las tecnologías inteligentes para promocionar su marca y su reputación. Para ello, se realiza una revisión bibliográfica sobre los hospitales inteligentes y sus procesos de marca. Se definen 34 indicadores o categorías para analizar cómo los 100 mejores hospitales del mundo gestionaban dichas tecnologías para fortalecer sus marcas. Los indicadores fueron agrupados en 4 grupos: a) pacientes y sociedad; b) medios de comunicación; c) autoridades públicas, proveedores y accionistas; y d) empleados. Los resultados revelaron que la mayoría de los hospitales utilizaban las tecnologías inteligentes para comunicarse con los pacientes (7,09 criterios de 11 posibles). La conclusión se centra en la necesidad de reforzar sus relaciones con todos los públicos, acelerar su transformación digital e implementar procesos de construcción de marca colectiva consistentes con los valores humanos.

El tercero de los artículo de investigación lleva por título: “Blockchain, NFT y producción bajo demanda en el sector de la moda”. Lo firman Ramon Martín-Guart, de la Universitat de Girona, España, Joan-Francesc Fondevila-Gascón, de Blanquerna-Universidad Ramon Llull, España, Josep Lladós, de la Universitat de Girona, España y Imma Paitiví, también de la Universitat de Girona, España. El objeto de estudio consiste en investigar la disposición de los consumidores hacia productos bajo demanda y tokens no fungibles (NFTs), centrándose en la marca Laagam, e-commerce especializado en moda, como estudio de caso. La metodología, cuantitativa, combina fuentes estadísticas secundarias y encuestas a una muestra de 380 usuarios en España e internacionales. Los datos hacen suponer que la preferencia por redes sociales como Instagram y que la admiración por los NFT y el interés en la producción bajo demanda es todavía incipiente. Y lo es, en un ecosistema digital que evoluciona con rapidez, en el que surgen nuevas plataformas y redes sociales que modifican la forma en que se consumen contenidos.

Acompaña a estos tres papers, una reseña de Andreu van Hooff de la Communication and Information Studies (CIW) Radboud University Nijmegen - The Netherlands. En este texto se da noticia del artículo publicado recientemente en la revista *Folia Linguistica* titulado “First language as a determinant of implicit and explicit languages attitudes. Catalan/Spanish bilinguals’ general language attitudes and response to language choice in a COVID-19 vaccination advertisement” (van Hooff et al. 2023). En él, se presentan los resultados de una de las primeras investigaciones de corte experimental realizadas en sociedades bilingües en Europa sobre los efectos de la elección lingüística en campañas publicitarias de salud. Se trata de un estudio centrado en el efecto de la lengua usada en un anuncio institucional (catalán o castellano) a favor de la vacunación contra el COVID-19 en ciudadanos bilingües en Catalunya. La reseña describe esta investigación, reflexiona acerca de la relevancia científica y práctica en el ámbito de la publicidad institucional.

Finalmente, queremos agradecer a todos los que hacen posible la publicación de Questiones Publicitarias. Especialmente a las personas autoras de los textos y a las que los han revisado. Esperamos y deseamos que el número que presentamos tenga una buena y valiosa lectura.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (2010) *Catálogo de Orientaciones sobre el uso del traje académico y sus colores*. Universidades Españolas http://www.protocolouniversitario.ub.edu/wpcontent/uploads/2015/06/catalogo_de_orientaciones_sobre_el_traje_academico_y_sus_colores_mayo_2010.pdf
- El adelantado de Segovia, 2019. <https://www.eladelantado.com/segovia/galeria-fotografica-graduacion-publicidad-y-relaciones-publicas/>.
- Hill, Jenny (2010) *Ancient Egypt Online* <https://ancientegyptonline.co.uk/colour/>.
- Portal enciclopédico y divulgativo sobre protocolo oficial, social y empresarial, reglas de etiqueta, buenas maneras y habilidades sociales [protocolo.org, 2024] <https://www.protocolo.org/ceremonial/protocolo-universitario/uso-de-la-toga-universitaria-sus-origenes.html>
- Portugal Bueno (2020) El traje académico cumple 170 años, Ser Comunicación. <https://sercomunicacion.es/el-traje-academico-cumple-170-anos/>
- Reino de España. (1931). «Gaceta de Madrid» núm. 11, de 11 de enero de 1931, páginas 265 a 267. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1931-396>.
(Publicado 20/02/2007 00:00:00 CET Modificado 16/02/2009)
- Tena, Daniel (2005) *Diseño gráfico y Comunicación*. Pearson Educación, Madrid
- , (2017) *Diseño gráfico publicitario*. Editorial Síntesis, Madrid
- Universidad Autónoma de México, sf. <https://www.unam.mx/acerca-de-la-unam/identidad-unam/toga>
- Universidad de Barcelona, sf. https://www.google.com/search?sca_esv=25d4fcab23a30d49&sxsrf=ACQVn09BiUjoR5hgBCfJOyHr-b71-uthCw:1710003962307&q=graduaci%C3%B3n+en+la+universidad+de+barcelona&tbm=isch&source=lnms&sa=X&ved=2ahUKEwixlfOV1eeEAXUrUKQEHZq4Bu8Q0pQJegQICxAB&biw=2560&bih=1319&dpr=2#imgrc=Whp-A4U7nRU9NM.
- Universidad de Alicante, sf. <https://www.informacion.es/fotos/alicante/2022/12/16/acto-graduacion-estudiantes-publicidad-relaciones-80070170.html#foto=1>.
- Universitat Pompeu Fabra, sf. https://www.upf.edu/es/web/comunicacio/noticies/-/asset_publisher/Z43gkEdp7zFm/content/la-promoci%C3%B3n-2023-de-la-universitat-pompeu-fabra-a-punt-per-pujar-a-l-escenari/10193/maximized
- Uso de la toga universitaria. Sus orígenes (<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1931-396>)
Publicado 20/02/2007 00:00:00 CET Modificado 16/02/2009