

Méx., Tlax., Qro., Mor., S. L. P.)	87,404	
Matlalzincas (México)	1,123	
Popolocas de Puebla	8,870	
Mazahuas (Méx.)	39,587	139,892
		522,708

Zona del Golfo

Huastecos (S. L. P., Ver., Hgo.)	25,628
Tepehuas (Hgo.)	1,561
Totonacos (Ver., Pue.)	59,242
Popolocas de Veracruz	9,998

Zona del Pacifico

Chatinos (Oax.)	8,586
Tlapanecos (Gro.)	1,441
Amuzgos (Gro., Oax.)	7,540
Huaves (Oax.)	4,135
Chontales de Oaxaca	8,496

Zona del Sur

Mazatecos (Oax.)	55,543
Cuicatecos	4,261
Mixtecos (Oax., Gro., Pue.)	172,114
Chinantecos (Oax.)	20,387
Chochos	2,308
Triques	2,741
Zapotecos (Oax., Ver., Pue.)	104,661
Mixes (Oax.)	27,238
Zoques (Oax., Chis., Tab.)	6,881
Mames (Chis.)	21,685

96,429

30,198

417,819

1.067,154

Zona del Sureste

Tzotziles (Chis.)	49,194
Zeltales	34,502
Choles	19,499
Tojolabales	6,882
Lacandones	200
Chontales de Tabasco	15,610
Mayas (Camp., Tab., Yuc., Q. R.)	114,011
	239,898
	1.307,052

LA EXPOSICION ETNOGRAFICA

Hemos dicho con anterioridad de la importancia que para la elaboración y la síntesis del material recolectado por los investigadores, tuvo la cooperación de los fotógrafos. Sin la ilustración de los textos con motivos arrancados al paisaje agreste; sin la presencia de retratos de tipos o de escenas domésticas o del trabajo de los indios; sin el dato gráfico de la indumentaria o el motivo pintoresco de los días de plaza o de la festividad regional, los trabajos científicos publicados no hubieran perdido su característica gravedad y tiesura, además de que su elocuencia hubiera desmerecido sin el auxilio de la foto oportuna para subrayar determinado hecho importante, pero inefable. Allí fué donde la cooperación de los fotógrafos se hizo indispensable a los investigadores, quienes estimularon a sus compañeros para impresionar el mayor número de negativos. Esta actividad dejó a los archivos del Instituto un acopio de cerca de cinco mil fotografías, que constituyen la mayor colección existente en el mundo, de asuntos indígenas mexicanos.

Ante semejante acopio revivió el viejo interés del Director del Instituto, licenciado Lucio Mendieta y Núñez, de realizar una Exposición Etnográfica. Tan precioso material reclamaba ser conocido por el público; era necesario presentarlo en forma decorosa y en salas apropiadas, acompañado por breves reseñas y guías con datos generales, para mayor información de quien se interesara. Claro que la exposición quedaba al margen de las altas finalidades que persigue la investigación y era tan sólo un aprovechamiento del material básico usado ya en trabajos elaborados o en proceso, que además de ofrecer al público un sugestivo aspecto del problema indígena, serviría para hacer un buen ambiente a las publicaciones que prepara el Instituto. Fué así como se empezó una laboriosa selección de fotografías, a la que siguió el trabajo de ampliaciones realizadas por el personal y en los laboratorios fotográficos del mismo Instituto; se realizaron las síntesis etnográficas y se dió cima a la distribución de los pueblos indígenas en diversas cartas geográficas, para culminar en la Exposición Etnográfica "México Indígena", recientemente inaugurada en las galerías del Teatro de Bellas Artes.

No fué pues, como se ha dicho o se ha pretendido hacer creer, que la exposición etnográfica ha sido un fin. Los antecedentes de ella son de tal manera importantes, que no se justificaría una cosecha tan menguada.

El Instituto de Investigaciones Sociales, una vez explorado el campo de sus futuros estudios e investigaciones, se dispone ahora a continuar el proceso de sus grandes monografías sobre las regiones indígenas, su población y sus recursos, para ofrecer algún día, a propios y extraños, el perfil más característico de la nacionalidad, hacer de él un examen constructivo y, finalmente, abrir cauces a las corrientes transformadoras.

CAMPAÑA DE LOS 10 MILLONES

UNA CRUZADA NACIONAL

POR EL LIC. SALVADOR PINEDA

Jefe de la Campaña

MUEBLES FINOS PARA OFICINA



AV. 5 DE MAYO 40-D.
MEXICO, D. F.

J-00-57

18-24-25

A la campaña de los 10 millones, emprendida por el doctor Salvador Zubirán, hay que llamarla por su verdadero nombre: cruzada universitaria. En efecto, las colectas y donativos han servido de pretexto para extender el mensaje de la Universidad por todos los ámbitos del país.

Por todas partes se advierte la presencia de la Universidad y en todas partes se pronuncia su nombre, con cariño y devoción. De esta manera, se pretende justificar el calificativo de Nacional que le diera su ilustre fundador, para que sea cada día con mayor realidad el espíritu de la patria y el alma de la nación.

La campaña ha servido para interesar a todos los mexicanos en la suerte de nuestra Casa de Estudios. Por eso, como antes se ha di-

cho, no se trata de simples pedimentos económicos, sino de un llamado al deber y a la unidad para que las fuerzas vivas del país se vinculen, en pensamiento y corazón, con los destinos de nuestro máximo centro de cultura. Hemos querido ganar voluntades y conquistar conciencias en beneficio de la cultura superior. Al proceder así, se pretende mejorar los servicios académicos y prestigiar moralmente las actividades universitarias.

La campaña está en todos los labios y en todos los corazones. No hay establecimiento, organismo, persona o institución que no hable de la cuestión universitaria. Las donaciones obtenidas hasta hoy son un índice halagador de la buena voluntad que anima a quienes tan generosamente cooperan

por el bien de México. Las cantidades reunidas alcanzan ya una cifra importante y muy pronto se llegará a la meta.

La campaña se ha extendido hacia todos los sectores de nuestra población, en forma conjunta y unitaria. Se ha principiado por requerir a todos los profesionistas salidos de la Universidad para que demuestren su cariño a la Institución que los formó y traten de compensar, en parte, los beneficios intelectuales que les fueron proporcionados desde los años de estudio y aprendizaje. Todos ellos, casi sin excepción, han sabido atender a los requerimientos de la Universidad y sus donativos no se han hecho esperar: llegan constantemente, en remesas periódicas y efectivas.

La Rectoría se ha dirigido también a más de quince mil padres de estudiantes universitarios, solicitando su ayuda y haciéndoles comprender que la gratitud hacia nuestra Casa de Estudios deben compartirla, también, los que, como ellos, sepan valorizar la trascendencia de la educación profesional. Han sido muy pocos los que, por su precaria condición, no han podido hacer remisiones económicas en beneficio de la Universidad; pero la inmensa mayoría ha respondido de inmediato con el envío de aportaciones considerables. En los centenares de cartas que han enviado al Rector, los padres de los universitarios expresan, con admirables afirmaciones de literaria sencillez, el cariño y reconocimiento que guardan por nuestra Alma Mater, donde sus hijos aprenden a ser hombres útiles y más tarde el orgullo de sus hogares.

La colaboración de los industriales y hombres de negocios, por su cuantía y significación, merece citarse como ejemplo de noble ayuda para el sostenimiento de las actividades del espíritu y la inteligencia.

Los particulares en general, comerciantes, trabajadores, funcionarios, ganaderos y agricultores, han estado contribuyendo a la campaña, en forma voluntaria o atendiendo las solicitudes que al respecto les formulan las comisiones universitarias. Muchos de estos donativos han llegado a la Rectoría o a la Oficina de la Campaña Económica en forma anónima, sin más referencia que la buena fe que los ampara, denunciando al verdadero personaje que los envía: el pueblo. Es el pueblo mexicano, en

realidad, el más auténtico y efectivo de los contribuyentes en la colecta universitaria.

En todos los Estados de la República, profesionistas y particulares de solvencia moral reconocida se han encargado de formar comités especiales para intensificar los trabajos de la campaña y reunir fondos en beneficio de la Universidad. Es justo decir que muchos de los Gobernadores y funcionarios locales, se han dedicado personalmente a integrar las comisiones y organizar festivales para aumentar los fondos de la campaña de los 10 millones.

La limpieza de la causa universitaria se ha puesto de manifiesto, sobre todo, por el concurso de la niñez y la juventud de México: los alumnos de las escuelas primarias, oficiales y particulares, de todo el país, han roto sus alcancías para entregarlas a la Universidad. Ha sido ésta la contribución más pura y conmovedora de las que hasta ahora hemos recibido. La virtud y la inocencia de los niños y los jóvenes mexicanos se han traducido, por suerte, en un lema de inobjetable veracidad: el espíritu generoso y transparente de las nuevas generaciones, en inquebrantable devoción por la cultura patria.

Las comisiones estudiantiles no descansan en la tarea de mexicanizar la campaña, aprovechando esta oportunidad propicia para que, con mayor intensidad, el emblema universitario penetre en todas las conciencias y hable al porvenir con el espíritu de la raza. La campaña aspira a concluir, finalmente, en la afirmación de un gran anhelo: el enlace fecundo entre la Universidad y el pueblo.

ABB OFILINA

(Teofilina-metil-glucamina)



ALIVIO PRONTO, PROLONGADO

Y SEGURO EN ASMA

ABBOT LABORATORIES DE MEXICO, S. A.

Av. Coyoacán N° 1622

México, D. F.

Productos
Químicos,
Farmacéuticos
y Medicinales

Establecimientos Mexicanos

Colliere, S. A.

Plaza de la República, 43

MEXICO, D. F.

OBRAS NUEVAS

HISTORIA DE LA PINTURA
EN OCCIDENTE

por JUAN DE LA ENCINA,
Ex Director del Museo de Arte
de Madrid.

TOMOS PUBLICADOS

TOMO I

Pintores de la Escuela Florentina. Un
volumen de 33 por 24 cms., 245 pá-
ginas y 112 láminas. \$65.00.

TOMO III

Pintores de la Escuela Veneciana. Un
volumen de 33 por 24 cms., 220 pá-
ginas y 96 láminas. \$65.00.

MEXICO

LEYENDAS Y COSTUMBRES,
TRAJES Y DANZAS

Prólogo del Lic. Nemesio García Na-
ranjo. Selección y comentarios por
Luis Alvarez y Alvarez de la Cadena.
Un volumen de 23 por 32 cms., y
más de 450 páginas, ilustrado con 20
viñetas en negro y 56 tricromías,
en tela. \$125.00.

HISTORIA DEL ARTE
HISPÁNICO

por JUAN DE CONTRERAS,
Marqués de Lozoya,
Catedrático de Historia de España
y de Historia del Arte en la
Universidad de Valencia.

Cuatro volúmenes de 25 por 18 cms.,
y más de 2,000 páginas, primorosa-
mente ilustrado con figuras y láminas
en negro y color.

VEALAS EN LA

LIBRERIA HERRERO

Av. 5 de Mayo, 39
MEXICO, D. F.



M. I. R. PAT. 38465

CALIDRA

Un SOLIDO
PRESTIGIO para
UNA SOLIDA
CONSTRUCCION

"CALIDRA", S. A.

FERROCARRILES NACIONALES 155.

COL. ANAHUAC, D. F.

Eric. 17-32-23 y 17-39-65; Q-29-46. Ap. Postal 1. Suc. Mariano Escobedo, D. F.