

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Acatlan

RECIBO DE
REGISTRADO
16
2 EJ

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN

**TESIS: PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

MA. MARISELA HUERTA JURADO

**TEMA: " COMUNICACIÓN EN LA ASISTENCIA MÉDICA DEL IMSS
(ANÁLISIS DEL BOLETÍN EXCELENCIA)"**

FALLA DE ORIGEN

SANTA CRUZ ACATLÁN SEPTIEMBRE DE 1995.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1 Antecedentes generales del IMSS	5
Capítulo 2 Imagen de la Institución	9
2.1 Evolución cronológica de la imagen	12
Capítulo 3 Las comunicaciones internas	15
3.1 Acciones de comunicación interna en el IMSS -	33
3.2 Medios de comunicación Institucional	36
3.3 Comunicación multidireccional	38
Capítulo 4 Descripción y análisis del boletín informativo	
"Excelencia"	44
4.1 Boletín "Excelencia" como canal	
de comunicación	50
4.2 Nombre del boletín institucional de la UMF 58 --	75
4.3 Cabezas, secciones y ladrillos del boletín	
"Excelencia"	78
4.4 La fotografía de "Excelencia"	85
4.5 Directorio de "Excelencia"	91
4.6 Formato de "Excelencia"	92
Conclusiones	95
Glosario	99
Bibliografía	107
Hemerografía	112

A mi madre, la mejor mujer, guía y ejemplo.

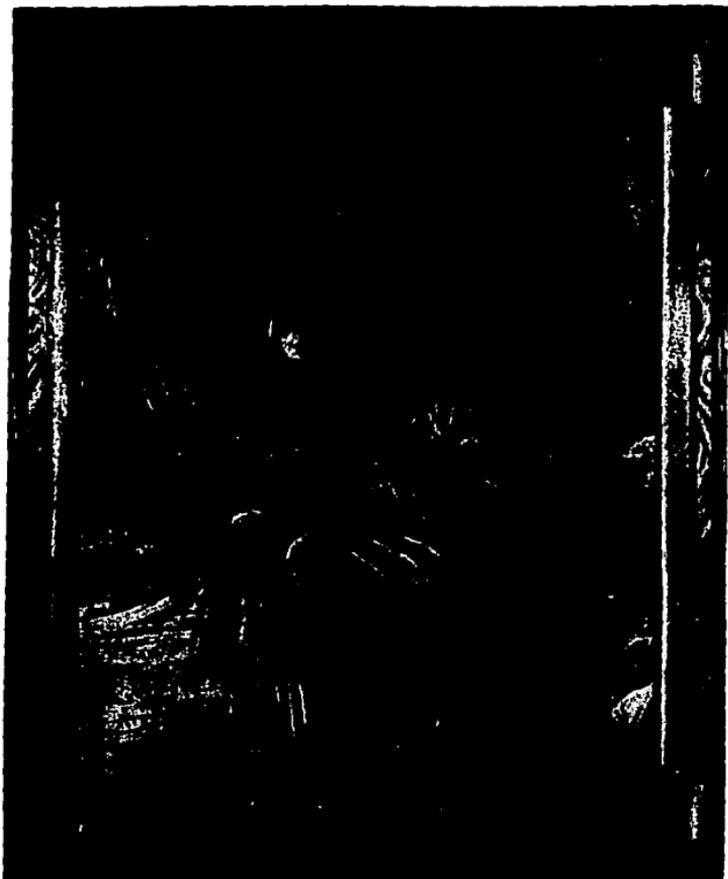
Agradezco a mis padres por su presencia permanente a lo largo de mi formación con su apoyo y comprensión.

A mis hermanas Rosalinda, Yolanda, Graciela, Oli, Lili y Margarita. Y a mis hermanos Juan Manuel, Carlos y Ramiro por su apoyo y compañía y por ser parte importante de mis logros.

A mi hermano Adolfo ejemplo de constancia y disciplina, por su apoyo incondicional permanente, a mi hermano Javier por su apoyo profesional, a la Universidad Nacional Autónoma de México, por haberme dado la oportunidad de hacer una carrera profesional.

A todos mis maestros de la ENEP-Acatlán, por haber compartido sus conocimientos. A mi director de tesis, lic. Rafael de Jesús Hernández Rodríguez por haber compartido su experiencia profesional. A la lic. Minerva Ramírez y a Roberto Alberto Badillo por su apoyo en la captura de datos en este trabajo. A mi sobrino Yuri Karel por el apoyo gráfico

Al Instituto Mexicano del Seguro Social por el apoyo para lograr esta investigación. Al dr. Miguel Angel Rubín Valencia, al Ing. Salvador Ponce, al lic. Martín Castro; así como a todos aquellos trabajadores de la Institución que contribuyeron de alguna manera para el logro de la misma



*" Si negamos la importancia de la comunicación,
entonces negamos nuestra propia existencia, porque
somos el producto de relaciones comunicativas."*

La autora

Efigie

*"Durante la administración de Benito Coquet, Federico Cantú recibió la encomienda de trabajar una efigie: "Después de varios intentos, bueno, como cuatro o cinco emblemas antes de sacar el mero mero, el último lo hice en granito. No voy a negar que fuese todo mi empeño para que quedara algo bonito". Su gran habilidad plástica le permitió crear un concepto integral de nación: la enorme águila, con sus grandes y fuertes alas protege al binomio madre-hijo, es decir, el Estado brinda protección y seguridad al pueblo de México. De este modo el emblema del IMSS se convierte en símbolo al representar a la seguridad social mexicana."*¹

¹ Revista Institucional (IMSS) Cuestión Social, No. 24, enero-marzo. 1992, P. 28.

Introducción

Desde todos los tiempos, la comunicación ha sido una necesidad para el ser humano, ya que es un ser social y necesita expresar su manera de ver el mundo, por ello, se dice que la comunicación es el proceso social fundamental inherente a cualquier relación humana en el mundo; ya que todas las actividades del hombre se basan en este proceso en donde actúa como emisor o receptor de información.

Debido a esta necesidad comunicativa, el hombre ha buscado a través del desarrollo de la tecnología nuevas formas de comunicación para llegar cada vez más a un mayor número de lugares en el mundo y de una manera más rápida, en este sentido, las comunicaciones están en permanente desarrollo y llevan el papel de identificadoras del mundo (sólo en desarrollo no en contenidos).

En el presente siglo, la comunicación humana rebasa las barreras del espacio y con el uso de la transportación se da la movillización de seres y cosas, logrando vencer las distancias entre mares y continentes. Además se logra dar un salto tecnológico mediante la captación de imagen con la propagación de ondas electromagnéticas captadas primero por la radio y posteriormente por la televisión. De tal manera que con el paso del tiempo quedan más lejanas las formas de comunicación de antaño como las torres de fuego en las partes más elevadas de las montañas, palomas mensajeras, trompetas y tambores. Así, es posible decir que existe una correlación entre las historias del mundo y la de las comunicaciones.

Por otra parte, el ser humano ha tenido, a través de la comunicación, que organizarse incluso para sobrevivir, hay que recordar que en otro tiempo el hombre utilizó la comunicación para coordinar las actividades y esfuerzos de varios individuos para conseguir un propósito común que era la caza del gran

mamut. Esta coordinación a través de la comunicación actualmente sigue siendo fundamental para el logro de los objetivos de cualquier organización humana, aunque los medios se han desarrollado y transformado por necesidades y evolución del hombre mismo para satisfacer los requerimientos de relaciones más complejas.

Sin embargo, el aspecto comunicativo en las organizaciones no se ha desarrollado de manera simultánea porque no se ha profundizado en su estudio a pesar de tener un papel importante para el logro de los objetivos. Ocurre que muchas veces las comunicaciones en las organizaciones no satisfacen las necesidades comunicativas del individuo al que van dirigidas.

Es importante considerar que debido a que el ser humano desarrolla su manera de ver el mundo dentro de diversas esferas interactivas tales como la escuela, la familia, equipo deportivo, institución para la que trabaja, la comunicación es fundamental.

Por otra parte, en las instituciones se pretenden logros, pero éstos sólo se cumplen a través de la comunicación al propiciar la coordinación de actividades entre los individuos que participan en ellas. Es básico, que si se logran adecuadas comunicaciones internas, la actuación de cada miembro incidirá en el logro de las metas institucionales.

Por lo antes mencionado y tomando en cuenta que los boletines informativos son un instrumento comunicativo institucional muy importante, el objeto de la presente investigación es analizar el boletín informativo de la Unidad de Medicina Familiar No. 58 (UMF 58) del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) el cual lleva por nombre "Excelencia". Describo y estudio a este órgano informativo, haciendo algunas observaciones pertinentes para su mejoramiento.

Quiero dejar claro, que el boletín solamente es uno de los instrumentos de las comunicaciones internas y en esta investigación solamente me refiero a aspectos comunicativos que tienen que ver con este medio y particularmente con el boletín "Excelencia", para lo cual describo y analizo dicho impreso, en este

sentido, pretendo mostrar sus límites con el fin de comprobar que la elaboración o supervisión de los productos comunicativos debe realizarse por profesionales de la comunicación.

Desde la perspectiva funcionalista, si tomamos a la sociedad como un todo y a las organizaciones como parte de ese todo, el buen funcionamiento de estas a través de la comunicación, incidirá en el buen funcionamiento y desarrollo de ese macrosistema que es la sociedad. En este sentido, ésta es la búsqueda fundamental que me ocupa en el análisis de "Excelencia".

MI experiencia laboral durante diez años en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), primero como asistente médico y después en el área de comunicación, me ha permitido conocer de cerca problemas institucionales que pueden resolverse o controlarse y atenuarse utilizando el recurso más importante en todas las relaciones humanas me refiero a la comunicación.

Los productos comunicativos deben hacerse por comunicadores; así como la medicina por médicos. Es necesario que en las áreas de comunicación se encuentren especialistas y no aficionados; que en las clínicas y hospitales se cuente con un departamento de comunicación, además de la coordinación de comunicación social a nivel delegacional y central. Sería lo deseable.

La comunicación como la medicina debe hacerse por individuos que tengan una formación académica, que sepan valorar y desarrollar de una manera seria, eficaz, comprometida y profesional su función. Desde ese nivel se tienen que detectar las deficiencias por lo que a comunicación institucional se refiere. Con base en esto, hablaré de la pertinencia de cambios significativos hasta llegar a los puntos necesarios a considerar en la elaboración de contenidos en un boletín institucional.

En esta investigación se utilizan los cuatro boletines de 1993 de la Unidad de Medicina Familiar No. 58 (UMF 58), los cuales fueron bimestrales y tuvieron un tiraje de mil ejemplares por número (el boletín nace en mayo de 1993).

Para este estudio se utilizaron únicamente los boletines de 1993, debido a que inicialmente pretendí un estudio comparativo. Sin embargo esto no fue posible debido a que el boletín desapareció, por lo tanto me concreté a su descripción y análisis para de ésta manera mostrar la pertinencia de mejoras al mismo para hacerlo más eficaz.

Inicio este trabajo con un marco referencial institucional, para ubicar al lector e introducirlo a través de datos e información general al espacio de interés, posteriormente presento un marco teórico conceptual que aporte información y datos más específicos y así ubicar el objeto de investigación, en el tercer capítulo desarrollo el estudio de caso y finalmente concluyo.

CAPÍTULO 1. Antecedentes Generales del Instituto Mexicano del Seguro Social

Desde la Constitución de 1917 se tenía la inquietud de crear un organismo de seguridad social que respondiera a las necesidades de los trabajadores asalariados y sus familias, que carecían de servicio médico; sin embargo, fue hasta 1943 cuando se dieron las condiciones para ello.

Bajo la presidencia de Lázaro Cárdenas (1938) se encomendó al secretario de Gobernación, Ignacio García Téllez, la redacción de un anteproyecto de ley del seguro social, para lo cual se integró una comisión mixta en la que participaron representantes gubernamentales, abogados, médicos y economistas.

Posteriormente, el 2 de junio de 1941, con Manuel Ávila Camacho en la presidencia, se nombró la comisión técnica del Seguro Social, conformada por representantes obreros, patronales y funcionarios estatales.

Discutido y aprobado el proyecto de Ley por la Cámara de Diputados primero, y luego por la de Senadores, el 19 de enero de 1943 el Diario Oficial publicó la ley de creación del Instituto; el primer director general fue Vicente Santos Guajardo, en ese entonces subsecretario de trabajo.

Después de estudiar las posibilidades de ubicación de ciudades como Monterrey, Nayarit, Puebla y el Distrito Federal, que brindarían los servicios necesarios de seguridad social a los trabajadores y sus familias, se decidió que fuera en la capital de la República la implantación de los servicios, por tener mayoría de población trabajadora.

En la misma fecha de la promulgación de la Ley del Seguro Social, el 15 de mayo de 1943, por decreto presidencial se dio a conocer que a partir del 1º de enero de 1944 de iniciaría la prestación de servicios.

Fue necesario pensar en una inscripción general de patrones y trabajadores, así como la contratación de personal, pues en aquel entonces la plantilla era de 32.

Antes de que se recibieran a 200 nuevos empleados se formó el sindicato con las 32 personas que había y se formaron dos planillas; se efectuó una asamblea y el resultado de la votación fue empate; se llevó el asunto a acuerdo y se decidió en ese instante por un candidato de coalición, Ismael Rodríguez Aragón, quien así se convirtió en el primer secretario general del sindicato. El lunes 12 de julio de 1943 se recibió en el departamento de afiliación la primera cédula de inscripción.

Habían muchos problemas por resolver, el más urgente era el económico, se requería de una fuerte inversión para iniciar actividades; pero esto no fue motivo para detener lo que ya estaba en camino, por el contrario, fue un reto a vencer, y así se empezó a otorgar consulta en las oficinas del IMSS ubicadas en Ignacio Mariscal y Rosales.

A los pocos meses de su nombramiento como director general del Instituto, Santos Guajardo fue removido de su puesto para pasar a ocupar la Subsecretaría de Relaciones Exteriores; fue sustituido por Ignacio García Téllez, quien había tenido gran experiencia en la fundación del Instituto, tomó las directrices del mismo el 3 de enero de 1944.

A partir de entonces se inició el cobro de cuotas con objeto de allegarse recursos para la prestación de servicios que rápidamente crecían en demanda, motivo que llevó al Instituto a celebrar convenios con hospitales médicos particulares para que atendieran a los trabajadores que así lo requirieran, con cargo al Seguro Social.

En 1945 ingresaron al IMSS 825 médicos, 111 practicantes, 647 parteras, 201 químicos responsables y auxiliares de farmacias y 42 químicos y técnicos de laboratorio.

De sus inicios a la fecha el Seguro Social se abrió camino y extendió su régimen de seguridad social a todos los estados de la República, tanto en las zonas urbanas como en las rurales. En 1954 se sumaron a este régimen los trabajadores del campo de los estados de Sinaloa, Baja California y Sonora.

Posteriormente, en 1963, la extensión llegó a los productores de caña y sus empleados, y es así como ha crecido el Instituto Mexicano del Seguro Social.

Actualmente, el IMSS, con más de medio siglo ha acumulado muchas experiencias en su recorrido institucional y ha ampliado sus prestaciones las cuales son de carácter social, recreativas, culturales y en dinero.

"El término institución tiene diferentes significados, desde el que la define como el grupo de personas unidas y organizadas para conseguir un propósito determinado (enfoque organizacional) hasta el que la identifica como el conjunto de mecanismos a través de los cuales los individuos participan unos con otros en relaciones estructurales más o menos persistentes (enfoque sociológico).

En ambas corrientes se identifican como elementos indispensables dentro de una institución a los individuos en interacción y a una estructura básica formal."

Carlos Bonilla Gutiérrez.



IMSS

SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

CAPÍTULO 2. Imagen de la Institución

La imagen se establece integrando aquellos componentes que expresan voluntad y energía, teniendo una dinámica superior que pertenecen al símbolo del "Águila" que sugiere un movimiento brusco y protector, así como una actitud de mirada larga y penetrante.

El primer nivel determina la acción del plano medio en donde la figura de la madre simboliza a la comunidad histórica vigente. En él, observamos la energía el apasionamiento y el celo de la voluntad que vigila y protege; en el segundo nivel se percibe la figura materna, el calor humano y la naturalidad, y es interesante el efecto que expresa la mano sosteniendo a la criatura y que es tan grande como un nido. Finalmente en la base del símbolo aparecen con caracteres enérgicos, las iniciales IMSS (logotipo) y con letras más pequeñas la consigna "Seguridad y Solidaridad Social" (lema). De este modo se observa como la energía que expresa el contenido se distribuye en todo el campo y manifiesta la acción y función en cada componente.

El maestro Federico Cantú concibe a la imagen de la siguiente manera:

*"Es la madre con el niño en los brazos representando al pueblo mexicano, y la nación los protege porque son lo más sagrado de su esencia; es lo que viene a ser una representación de la seguridad social, pues nadie da mayor cuidado y protección que una madre a su hijo."*¹

El logosímbolo

Es el agrupamiento del símbolo y el logotipo en un sólo conjunto visual. Este es el módulo básico e indivisible en torno al cual se constituye todo el sistema de identidad institucional, es la expresión gráfica básica y única que identifica a la institución.

Los elementos gráficos se complementan entre sí dándose el apoyo que tomándolos por separado, son incapaces de transmitir la imagen institucional.

Los elementos gráficos (símbolo, logotipo y lema), no se modificarán en sus relaciones proporcionales y su uso estará determinado por la función para la que fue diseñado.

El símbolo

Es uno de los elementos de la identidad más importante de la Institución, y no debe presentarse de manera aislada, siempre integrado al logotipo y al lema.

El símbolo asociado a la protección que brinda la seguridad social al pueblo mexicano está constituido por el Águila que entre sus alas protege a una mujer que alimenta a su hijo.

Tiene un diseño representativo de su función, sencillo, de fácil captación, memorización y reproducción, conteniendo siempre sobriedad en su conjunto como elemento gráfico.

El logotipo

Está representado por las siglas IMSS o Instituto Mexicano del Seguro Social (de acuerdo a la variante del logosímbolo) y el lema "Seguridad y Solidaridad Social".

El tipo de letra es sencilla, armoniosa de líneas suaves identificada con la función social que representa, es de la familia "Sans serif" o "Palo seco", letras sin patines denominada óptima bold u oracle negras en los catálogos internacionales de tipografía.

2.1. Evolución Cronológica de la Imagen

Se entiende por imagen todos los componentes técnicos que deben considerarse desde una perspectiva profesional en la elaboración de un medio comunicativo.

1943 Nace el Instituto Mexicano del Seguro Social por decreto presidencial, sin ejercer hasta el siguiente año.

1944 Surge el símbolo del Instituto, dándole presencia a las actividades de una Institución pionera de la seguridad social en México. Fue diseñado por Salvador Zapata a propuesta del entonces Director General de la Institución, Lic. Ignacio García Téllez.

1944 A fines de este año se agrega a la imagen del Instituto Mexicano del Seguro Social el lema "SEGURIDAD PARA TODOS".

1945 En julio de este año aparece la imagen como un sólo conjunto visual al símbolo y logotipo.

1960 En la unidad Independencia surge la solución artística del símbolo del Instituto, realizada por Federico Cantú a petición del entonces Director General de la Institución Lic. Benito Coquet. Conmemorando los 150 años de la Insurgencia de independencia.

1973 En marzo de este año se sustituye el lema "SEGURIDAD PARA TODOS", por el nuevo enfoque "SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL" reflejando la evolución histórica de la institución para así brindar, por parte del régimen, seguridad a las zonas rurales.

1983 Se diseña el logotipo institucional, respetando la identidad que hasta este momento se manejaba, proyectándola y presentándola como una institución creciente, dinámica y de protección a la población.

Fue rediseñada por Jorge Canales en coordinación con el Departamento de Diseño Gráfico y Comunicación Técnica dependiente de la jefatura de Proyectos de la Subdirección General de Obras y Patrimonio Inmobiliario, a solicitud del entonces Director General de la Institución Lic. Ricardo García Sáinz.

"Comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales".

Carlos Fernández Collado

CAPITULO 3. Las Comunicaciones Internas

La comunicación eficaz en las organizaciones e instituciones es la base del éxito de las mismas; sin embargo, durante largo tiempo le han restado importancia debido a que las áreas de comunicación ubican a personal improvisado, o que no saben donde colocarlo, propiciando que el área o departamento de comunicación quede integrada (si es que existe) en su mayor parte por un equipo de trabajo no calificado, no profesional, incapaz de resolver problemas comunicativos y de planeación, creando mala fama o menosprecio al trabajo comunicativo.

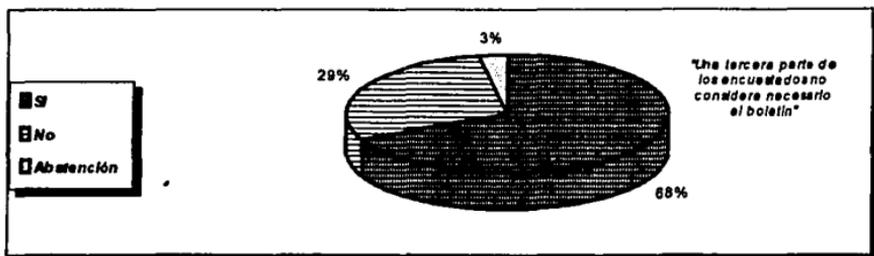
*"La organización requiere de un sistema que administre el uso de los medios de comunicación en la misma, que los concibe holísticamente, lo cual desde luego no implica que cada medio tenga un uso particular de acuerdo con sus ventajas comparativas ni tampoco que cada empresa o planta utilice los medios de que dispone para satisfacer sus necesidades específicas de acuerdo con su cultura organizacional. Se trata de establecer esfuerzos comunes y coordinados en el uso de los medios de comunicación."*²

El desprestigio en el que cae la comunicación por elaborar planes y programas de trabajo no profesionales al interior de las subinstituciones provoca respuestas como la que se refleja en la gráfica No. 1; la cual es el resultado de una encuesta aplicada al personal de la clínica No. 58, que es el público receptor del boletín "Excelencia", del cual casi una tercera parte de los entrevistados no considera necesario un boletín.

² Fernández Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones, Trillas, México, p. 269.

Gráfica No. 1

"Opinión de los trabajadores si el boletín es necesario"



Para que un sistema de comunicación tenga éxito es indispensable el estudio de las características del público al que se dirige la información (receptores) tales como: edad, nivel socioeconómico, nivel educativo, sexo, pues al conocer a nuestros receptores sabemos cual es la forma más adecuada para lograr que nuestra comunicación sea eficaz. Incluso vamos a lograr que el público se sienta identificado con los contenidos al tomar en cuenta sus necesidades comunicativas.

Por eso coincido con Jorge Ríos Szalay cuando dice que al planear una publicación debemos considerar que:

"... al público más numeroso, al que llegará este medio, será seguramente el personal de la organización. Este grupo representa por sí solo, un público demasiado heterogéneo. En él se encuentran incluidas personas de los más variados niveles socioeconómicos y educativos (desde el personal de limpieza hasta los más altos directivos) ello debe ser considerado de manera muy especial al determinar el contenido de las publicaciones y el lenguaje en que será transmitido."³

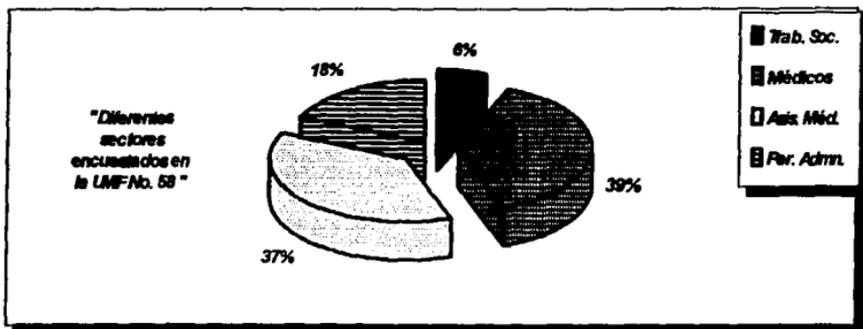
³ Ríos Szalay, Jorge. Relaciones Públicas. (Su administración en las organizaciones), Trillas, México, 2a. ed. p. 34.

En la gráfica No. 2 se muestra al público entrevistado para el análisis de "Excelencia" y las preferencias en los contenidos del boletín por categorías, de acuerdo a las funciones desempeñadas al Interior de la UMF 58 respectivamente.

Las gráfica 2 y 4 revelan los distintos sectores de la UMF 58 en donde se aplicó la encuesta y el tipo de información que les interesa respectivamente.

Gráfica No. 2

Ocupación de personal encuestado "



Contrario a lo que se pudiera pensar, el personal médico de la UMF 58 prefiere temas culturales, las asistentes médicas, prefieren temas médicos, así como el personal administrativo y trabajo social prefiere información de tipo social. (Ver gráfica No. 1)

Estos datos muestran las diferentes preferencias de los empleados, respecto al tipo de información que reciben en su centro de trabajo (UMF 58); en este sentido, es necesario recordar que:

** Para realizar una investigación previa a la elaboración de planes, es indispensable que éstos se desarrollen con base en datos*

objetivos y no partiendo de simples suposiciones, corazonadas, intuiciones, o inclinaciones personales.”⁴

El problema al que se enfrentan las Instituciones o empresas que no manejan redes de comunicación eficaces, hacia diversas direcciones y que solamente se manejan como emisores de información (obstruyendo o no creando espacios o instrumentos que permitan conocer las respuestas de su público) (como se muestra en el Organigrama General de Comunicación del IMSS) consiste en que se den relaciones poco sanas, que el trabajador viva una tercera parte de su vida en un ambiente patológico y que refleje una actitud negativa que necesariamente se reflejará en el producto final, en el caso de los prestadores de servicios como los trabajadores del IMSS obviamente se reflejará en una inadecuada relación con los derechohabientes.

“ Es frecuente encontrar que gran parte de los problemas de relaciones con el personal se debe a deficientes comunicaciones con el mismo, por lo que es altamente recomendable que se les preste especial atención.”⁵

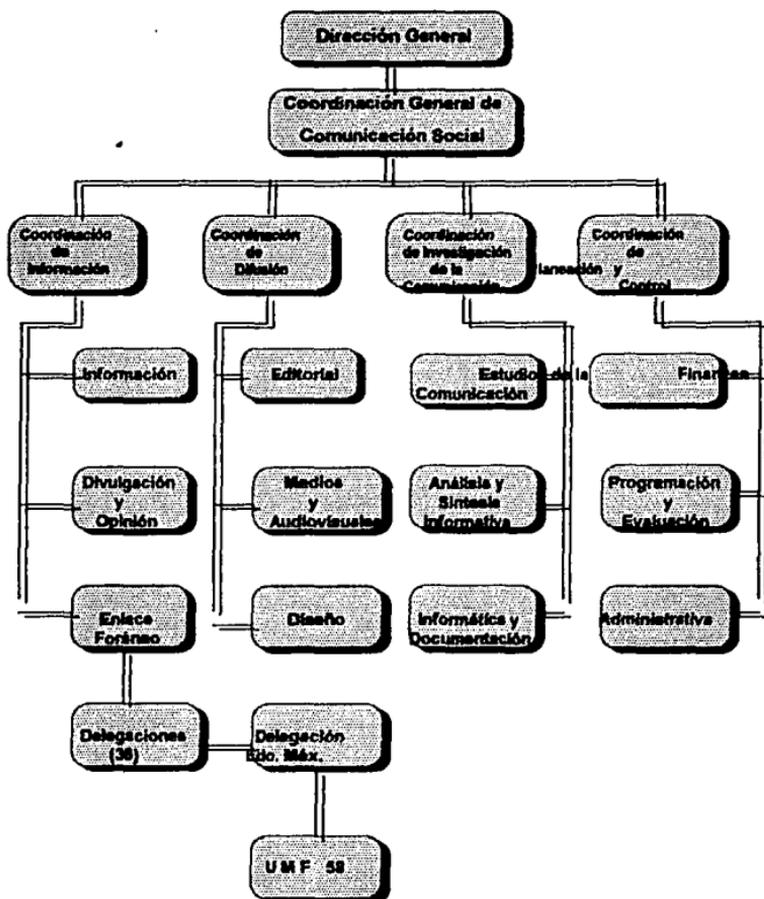
Para una comunicación recíproca, sincera y libre entre los miembros de una empresa como lo menciona Ríos Szalay, se requiere el intercambio de puntos de vista opuestos para después poder encaminar un esfuerzo común a la conciliación de diferencias en beneficio del mejor interés de todos. La empresa, en este caso el IMSS, deberá, por tanto, establecer medios fluidos de comunicación ascendente y descendente con su personal. La ascendente tendrá como fin conocer los problemas del personal, sus buenas o malas opiniones acerca de la organización o los motivos en que éstas se basan, así como saber qué es lo que más les interesa, de la empresa, a los empleados.

⁴ Ríos Szalay, ... Op. cit. p. 93.

⁵ Ibidem. p. 24.

De esta forma, se muestra la estructura organizacional en materia de comunicación social que rige al IMSS hasta 1995.

"Organigrama General de Comunicación del IMSS"



El considerar y tomar en cuenta la comunicación ascendente es fundamental ya que actualmente no podemos aferrarnos a actitudes caducas e inoperantes que en lugar de hacernos crecer nos lleven de una manera más rápida y eficaz al fracaso, es el momento de tomar más en serio lo que son las comunicaciones internas. Debemos de resolver el aspecto comunicativo al interior de las organizaciones e instituciones ya que no podemos tomarlo como algo separado al éxito, hay que romper con la actitud pasiva por parte del receptor, debemos darle la oportunidad de participar y entonces ser comunicadores y no solamente informadores.

En el caso de los medios impresos de una institución o empresa, es recomendable y necesario tomar en cuenta al receptor de la información, e incluso invitarlo a participar en la elaboración de los mismos para que se sienta interesado, identificado, motivado y en armonía con la información que recibe.

*"A fin de lograr que el contenido de las publicaciones esté más acorde con los gustos y deseos del público al que van dirigidos, deberíamos fomentar la participación en su elaboración de ese grupo especial del personal. Esta participación, podría ser en el sentido de contribución mediante artículos, así como a través de críticas constructivas y sugerencias de temas o secciones a incluir. Para fomentar esta participación se puede emplear la misma publicación, pidiendo a través de ella las mencionadas contribuciones."*⁶

Al tomar en cuenta la respuesta de los receptores implica el conocimiento y reconocimiento del mismo, esto propicia que los flujos de información sean más dinámicos y existan mayores probabilidades de lograr una comunicación eficaz.

⁶ Ibidem. p. 34.

*"Debemos buscar un equilibrio entre lo que la organización quiere que su público lea y lo que éste desea leer, pero jamás debe olvidarse el no ir contra los gustos y deseos de la mayoría de los lectores, que deben respetarse."*⁷

Insisto, independientemente de que en la UMF 58 se cuenta con flujos de información vertical descendente (ver Modelo 1 de "redes de comunicación"), es necesario crear a través de un área de comunicación, espacios de respuesta pública, conocer el sentir del público, para que cada clínica u hospital participe de manera directa en las estrategias de comunicación (Modelo 2), con la previa evaluación del o los públicos y además haga uso de los recursos comunicativos que estén a su alcance para lograr eficacia en los mensajes y evitar la pérdida de recursos (Modelo 3).

⁷ Ibid.

A continuación se presentan tres modelos de redes de comunicación importantes en el proceso comunicativo.

" Redes de Comunicación " "

Modelo 1

Comunicación Unidireccional

(Retroalimentación ausente)



Modelo 2

Comunicación Bidireccional

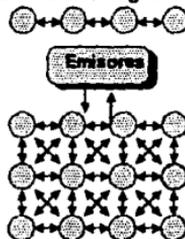
(Retroalimentación ascendente, presente)



Modelo 3

Comunicación Integral Multidireccional

Público receptor



(Retroalimentación ascendente y horizontal, presentes)

* Fernández Collado, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Trillas, México, p. 137.

El cartel institucional, es un instrumento de comunicación muy eficaz que requiere de trabajo comunicativo previo para lograr el objetivo, por ejemplo: en una institución donde las relaciones interpersonales no son empáticas, de respeto, de cooperación, de motivación permanente para la superación, de reconocimiento a cada individuo de la importancia de su trabajo en un área específica, donde no hay evaluaciones permanentes, etc., cuando ocurre esto y la única posibilidad de información llega de "arriba" a través de un cartel que no coincide en su mensaje con la relación que se ha manejado en la práctica, es muy probable que no se logre el objetivo.

"El cartel institucional, se dirige a un público más o menos cautivo y especializado o sensibilizado hacia ciertos temas. Dicho tipo de cartel cuenta de ante mano con una cierta atención; es posible prever que el receptor se detendrá a leerlo. Esto implica en muchos casos la presencia de una mayor cantidad de texto y una complejidad en la imagen."⁸

En las Unidades de Medicina Familiar y Hospitales del IMSS se requieren cursos de relaciones humanas, dirigidos a los directivos para que comprendan la importancia de éstas y las apliquen a la vida laboral.

Este tipo de cursos pueden incluso estar programados por las mismas áreas de comunicación; las cuales son necesarias en cualquier institución u organización, sobre todo en estos momentos de crisis en donde en ocasiones no se tiene el privilegio de escoger la actividad laboral que más nos guste sino que tenemos que adaptarnos a las ofertas de trabajo que se nos presenten.

Es necesario no perder de vista que el trabajador en toda empresa o institución es la persona más importante y que teniéndolo lo más motivado posible

⁸ Prieto Castillo, Daniel. Elementos para el análisis de mensajes, ILCE. p. 175.

a través de incentivos, reconocimientos, respeto, comunicación, etc., éste rendirá más y estará más dispuesto a cooperar y entonces sí se "pondrá la camiseta".

A continuación se muestran cuatro carteles dirigidos al personal del Instituto Mexicano del Seguro Social utilizados para motivar al trabajador y fomentar la integración de cada individuo al equipo de trabajo al interior; sin embargo, estos carteles no cuentan con trabajo comunicativo de apoyo y ocurre lo que maneja Daniel Prieto en su libro sobre el análisis de mensajes.

** Muchas veces se confía una campaña al cartel, lo que constituye un error porque un simple contacto urbano o institucional no asegura de antemano un interés de la gente, además la distribución suele ser muy irregular.⁹*

En el IMSS este tipo de carteles es manejado muy ocasionalmente y no cuentan con ningún otro trabajo comunicativo de sensibilización que contribuya a lograr el objetivo.

En los siguientes carteles: "cada pieza es importante par integrar un todo perfecto", UN EQUIPO SIEMPRE NECESITA DE TODOS SUS INTEGRANTES PARA PODER FUNCIONAR. ¡ No nos dejes solos!"; "TRABAJO EN EQUIPO MI COMPROMISO"; "PORQUE DAÑA TU SUPERACIÓN EN EL TRABAJO..... DI NO AL AUSENTISMO". Es evidente que el objetivo del emisor (IMSS) es sensibilizar al trabajador para que coopere, participe, actúe, se integre y adquiera un compromiso de equipo; sin embargo, reitero, esto no es posible si previamente no se establecen relaciones comunicativas multidireccionales que permitan la interacción de todas las áreas para poder trabajar en equipo de manera eficaz y comprometida. En las siguientes páginas se muestran los carteles del IMSS.

⁹ *Ibidem*, p. 177.




**UN EQUIPO SIEMPRE
 NECESITA DE TODOS SUS
 INTEGRANTES
 PARA PODER
 FUNCIONAR.**



¡No nos dejes solos!

DELEGACION ESTADO DE MEXICO COORDINACION DELEGACIONAL
 DE COMUNICACION SOCIAL






Cada pieza es importante para integrar un todo perfecto.

COORDINACION DELEGACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL



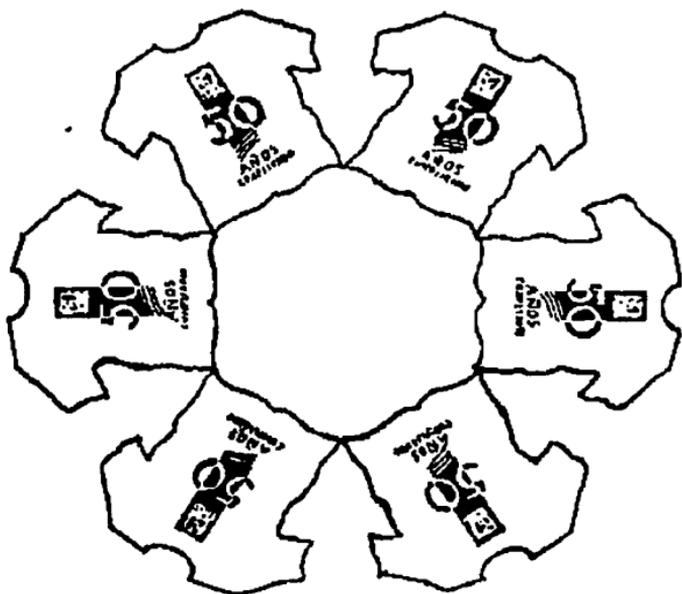

PORQUE DAÑA TU SUPERACION EN EL TRABAJO...



.. DI NO AL AUSENTISMO

DELEGACION ESTADO DE MEXICO COORDINACION DELEGACIONAL DE COMUNICACION SOCIAL

TRABAJO EN EQUIPO



**MI
COMPROMISO**

"La falta de una comunicación fluida con el personal, en algunas ocasiones provoca problemas tales como altos índices de ausentismo y de rotación de personal, falta de iniciativa y de colaboración por parte de los empleados, apatía por los nuevos sistemas o procedimientos, alto grado de retardos, etc...."

Jorge Rios Szalay

*"Las relaciones públicas internas, o sea las que se establecen entre los directivos y los empleados, buscan una comunicación recíproca entre ambos, que tienda a lograr que el personal de la organización labore satisfecho con ella y, por tanto, sus actitudes hacia la empresa sean positivas mediante la aportación de todo su apoyo. Estas actitudes favorables del personal hacia la organización son indispensables para que ésta pueda lograr sus objetivos."*¹⁰

El IMSS, debido al tipo de servicio que ofrece - atención a enfermos - tiene que poner especial atención en que las necesidades de sus trabajadores sean cubiertas y la práctica de buenas relaciones humanas al interior, así como el uso de diversos instrumentos de comunicación de manera planeada, responsable y profesional, ayudará a que las de tipo psicológico se resuelvan.

*"El personal no es sólo un recurso más, necesario en la organización, como las instalaciones o los recursos financieros, sino que, por encima de todo, la organización está compuesta por seres humanos que buscan satisfacer necesidades de diversa índole a través del trabajo y que, tratar de satisfacerlas es una de las responsabilidades sociales de aquella. Las necesidades que busca satisfacer el ser humano no se reducen a las económicas o materiales, sino que abarcan también otra clase de necesidades muy importantes, las de tipo psicológico."*¹¹

El personal del IMSS requiere condiciones de trabajo que, si bien es cierto, no esté en la actualidad lo necesariamente bien remunerado, tenga otro tipo de satisfactores a través de formas de comunicación que lo hagan estar lo suficientemente informado de su entorno laboral, capacitado, motivado, donde se le conozca y reconozca, y donde tenga opciones de crecimiento.

¹⁰ Ríos Szalay, ... Op. cit. p. 21

¹¹ *Ibidem.* P.P. 21, 22.

El individuo cuando presta sus servicios en una institución, organización o empresa, cubre sus necesidades de pertenencia, ya que éste necesita sentirse que pertenece a un grupo más fuerte que él e identificarse con otros hombres. También independientemente del nivel jerárquico o categoría en la institución, todo trabajador, desde el intendente hasta el directivo, necesita ser reconocido por la actividad que realiza y de esta manera cubrir su necesidad de dignidad.

*"El empleado adquiere un sentimiento de dignidad si sabe que el trabajo que realiza es importante y que merece la estimación social e individual. Por el contrario, si cree que lo que realiza no es trascendente y que él sólo es un engranaje más dentro de una enorme máquina, su interés por el trabajo disminuirá."*¹²

Otra necesidad que el trabajador debe cubrir es la de crecimiento personal y requiere que en la institución tenga la posibilidad de lograrlo; ya que por naturaleza necesita saber que avanza. También necesita saberse capaz de crear y la institución debe propiciar su participación.

*"A la organización le va a convenir, satisfacer en la medida de sus posibilidades las necesidades materiales y psicológicas que su personal busca ver satisfechas a través del trabajo puesto que va a reportar beneficios no sólo al empleado, sino también a la organización, porque al encontrar el personal esa satisfacción trabajará motivado y no se limitará a cumplir exclusiva y estrictamente lo que se le ordena, sino que mostrará iniciativa y dará lo mejor de sí en la realización de sus labores, desarrollando al máximo sus capacidades que serán aprovechadas por la empresa."*¹³

¹² Ibidem. p. 22.

¹³ Ibidem. p. 23.

El personal del IMSS, es un importante transmisor de imagen para la institución, es por ello que se debe poner mucha atención a este público y practicar una comunicación multidireccional fluida, así como buenas relaciones internas; ya que de lo contrario las relaciones al exterior también se verán afectadas así como la imagen.

"El trabajador es un importantísimo transmisor de imagen de la organización hacia otros públicos, a quienes lógicamente transmitirá la misma imagen que él reciba. De aquí la importancia de que la organización empiece por establecer unas buenas relaciones públicas internas, antes de iniciar las externas. Unas malas relaciones internas no pueden originar unas buenas relaciones externas. Incluso, cuando las primeras sean buenas y la organización se disponga a emprender el programa de relaciones con el exterior, su personal debe ser el primero en saber lo que va a emprender, cómo se va a realizar y por qué..."

... " Debemos tener presente que una de las cosas que más influyen en la imagen que se forman los clientes actuales y potenciales de una organización, y que pueden influir en su decisión de compra, es lo que comúnmente se conoce como 'buen servicio' o 'buena atención'. Para un cliente, su apreciación de buen servicio o atención puede basarse en cuestiones tales como el que sea atendido amablemente y con esmero. " ¹⁴

Así como es importante el estudio del personal al interior de la institución, también es importante el estudio de los usuarios de los servicios del IMSS; ya que ellos son también transmisores de imagen. El estudio debe estar encaminado a tomar medidas que satisfagan las necesidades de los usuarios, estas pueden apoyarse en cuestionarios aplicados al momento de recibir el servicio, o bien, al concluir, en la colocación de un buzón de sugerencias, en la creación de un espacio en el boletín informativo de la clínica u hospital, reservado a sugerencias y

¹⁴ *Ibidem.* p. 21, 63-64.

comentarios del público usuario, de los servicios, etc. Esto con el objeto de conocer el punto de vista de los usuarios.

*"Los hospitales han generado una imagen de desconfianza y temor, hay gente que se agrava en un hospital o que los compara con una cárcel, debido al maltrato que recibe por parte del personal que además es soberbio y poco comprensivo. En vez de que fuera la regla, se ha vuelto la excepción el personal que trata bien, con aprecio, comprensión y que brinda aliento o apoyo moral a sus pacientes."*¹⁵

El IMSS es una institución que atiende a personas que sufren alguna alteración de salud (enfermos), por lo tanto necesitan ser atendidos por personal que esté lo suficientemente sensibilizado, motivado e integrado a un equipo de trabajo que permita una adecuada relación y comunicación con el paciente. Para ellos, se debe tener claro que:

*"Para tratar a la gente como seres humanos racionales, se debe recurrir a la estrategia de la sensibilización, donde se maneja la empatía palabra inglesa cuya traducción adecuada al español sería algo como: 'Ponerse en los zapatos de...' o 'estar en el lugar de...', comprender a través de la capacidad empática, de ponerse en el lugar de la persona o hecho, para entender su cosmovisión. Lo contrario a la empatía es la apatía, la pasividad, el acriticismo".*¹⁶

El IMSS debe crear instrumentos de comunicación que le permitan evaluar su interacción con el público exterior y tomar en cuenta las opiniones tanto positivas como negativas para tomar medidas pertinentes ya que estas opiniones repercuten en la imagen que se tenga de la institución.

¹⁵ Baena Paz, Guillermina. Comunicación para la salud. (Una estrategia para la participación comunitaria), Ed. Pax, México, p. 21.

¹⁶ *Ibidem*. p. 40.

" Los clientes reales son un importantísimo vehículo transmisor de imagen de la organización, por razón de que sus opiniones, acerca de ésta tanto favorables como desfavorables, son generalmente muy tenidas en cuenta por los clientes potenciales. Un cliente satisfecho tendrá buena opinión acerca de la empresa, los insatisfechos por iniciativa personal se dedican a retransmitir la mala imagen que les causó la empresa en cuestión. " ¹⁷

3.1. Acciones de Comunicación Interna en el IMSS

En el IMSS las redes de comunicación trabajan de manera vertical descendente, incluso en algunas ocasiones (campañas) conjuntamente con la Secretaría de Salud, ISSSTE y UNAM, las cuales no están reforzadas por trabajo previo al interior de clínicas y hospitales en donde a través de información y comunicación preparan al receptor para la adecuada lectura de los mensajes.

"En no pocas organizaciones, los medios de comunicación interna se utilizan de manera aislada, fragmentada. No se tiene un sistema para planear, organizar, usar y evaluar dichos medios como un conjunto de propósitos. " ¹⁸

Uno de los instrumentos de comunicación interna en el IMSS son las revistas institucionales, las cuales se distribuyen a través de las 36 delegaciones a todas las oficinas de la Institución, así como a los 3 niveles de atención médica. Así, los impresos que a continuación describiré constituyen las acciones más importantes de comunicación interna del IMSS.

¹⁷ Ríos Szalay,... Op. cit. p. 59

¹⁸ Fernández Collado,... Op. cit. p. 150.

"Solidaria" surge en 1983, tiene un tiraje por número de 80 mil ejemplares, está dirigida a todos los trabajadores del IMSS; ya que su información no usa un lenguaje especializado y es de interés general y laboral; está conformada por secciones fijas las cuales son: editorial, caricatura, reportajes, bitácora, función y realidad (lo que es el IMSS y su historia), de todo el país (información de provincia), cultura, ecología, tu espacio (colaboraciones de trabajadores), tiempo libre (sugerencias de distracción, cuentos, humor), seguro (cartas de hijos de trabajadores).

La revista "Solidaria" es mensual, la única transformación importante - según el responsable de la misma - ha sido en 1994 cuando se amplía el tamaño, mejora la calidad del papel y se asigna un espacio para colaboraciones.

La distribución del impreso, se hace a través de las delegaciones y corresponden alrededor de 2 mil ejemplares por delegación, oficinas centrales y centro interamericano de estudios de seguridad social; aunque es conveniente mencionar que la distribución por número de ejemplares es variable y depende de la información que se maneje en cada edición.

"Solidaria" es una revista formada por dos antropólogos, un literato, un doctor en historia y una secretaria que reporta y hace trabajo de fotografía cuando se requiere, los cuales pertenecen a la coordinación de difusión.

La revista está dirigida exclusivamente a trabajadores (alrededor de 340 mil), contempla el sondeo de opinión a través de un cupón distribuido por medio de la revista misma y además cuenta con distribución a domicilio; la cual se logra al llenar una solicitud que también se encuentra en la revista (actualmente son 3 mil trabajadores que reciben "Solidaria" en su domicilio).

"Cuestión social" es una revista para funcionarios y surge en 1985 de la fusión de tres revistas ("Cuestión social revista Internacional", "Reseña documental" y "Revista mexicana de seguridad social") se edita trimestralmente con un tiraje de 25 mil ejemplares, está dirigida a trabajadores con cierta jerarquía (jefes de servicio, coordinadores, directores, etc.). La publicación se distribuye a

demás en bibliotecas de escuelas de medicina, Secretaría de Salud, a organismos internacionales como: la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y a la Organización Mundial de la Salud (OMS); a embajadas (casi a todas); a los miembros de la Conferencia Internacional de Seguridad Social y a investigadores.

Mil quinientos son los ejemplares que se asignan a cada una de las cuatro delegaciones del DF y su distribución es de manera personal; quinientas revistas le corresponden a cada una de las 32 delegaciones restantes (una en cada estado y dos en Veracruz) las cuales se envían por correo.

La revista "Cuestión Social" cuenta con secciones fijas, las cuales son: institucional (información por áreas médicas generadoras y son colaboraciones), de estudio, internacional, cultura y recreación, ciencia y tecnología, salud y solidaridad social, acervo. Este impreso trata temas especializados.

Forman la revista una filósofa, un periodista, una antropóloga y una secretaria; los cuales están adscritos a la coordinación de difusión.

Cabe mencionar que esta revista al igual que solidaria contempla el sondeo de opinión a través de la misma, además de llamadas al azar.

Otro impreso elaborado por la coordinación de difusión es: "Mural IMSS SI" el cual surge en 1990, por iniciativa del entonces director general, aunque cabe mencionar que ya existía uno.

"Mural IMSS SI" es un periódico de 70 por 95 cm, quincenal, no tiene secciones fijas, su objetivo es llegar a los trabajadores de la institución para estimularlos, reconocer y resaltar su labor, también informar sobre los avances del instituto y siempre se manejan dos notas de actividades relevantes del director general.

Tiene un tiraje de 3 mil ejemplares y se distribuye en las 36 delegaciones; 50 corresponden a cada una de las delegaciones foráneas y 250 por delegación del área metropolitana.

Este Impreso no contempla el sondeo de opinión, y es formado por una licenciada en letras españolas y una secretaria.

3.2. Medios de Comunicación Institucional

Hay dos tipos de instrumentos de comunicación institucional: los mediatizados que son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre emisor y receptor se establece a través de un vehículo físico externo (no es directo); y los directos que no necesitan de tecnología y el contacto entre emisor y receptor es cara a cara.

Dentro de los medios o canales del primer tipo se encuentran los impresos (el boletín "Excelencia") y los electrónicos, los cuales presentan diferencias entre sí debido a su naturaleza. Algunas de ellas son las siguientes: requieren de habilidad de lectura, no requieren ningún entrenamiento especial; generalmente se experimentan individualmente y en silencio, se experimentan en compañía y con sonido; su difusión es relativamente lenta, es relativamente inmediata; puede ser releído y comprobado, generalmente no pueden hacerse revisiones; generalmente está creado para minorías, planeado para grandes auditorios respectivamente.

Los impresos institucionales presentan una desventaja en relación a los electrónicos ya que requieren de un código aprendido para su comprensión.

Las publicaciones institucionales como los folletos, periódicos, volantes, revistas o boletines pertenecen al tipo de comunicación llamada intermedia, ya que se dirigen a grupos especiales.

"La comunicación intermedia, se ocupa de la comunicación que queda en la interfaz entre la comunicación

*cara a cara y la comunicación masiva. Se distingue por la presencia de un instrumento técnico que las más de las veces se emplea en condiciones restringidas en que intervienen participantes identificables.*¹⁹

Así, el boletín informativo "Excelencia" pertenece al nivel de comunicación intermedia ya que se dirige, a un público específico (personal de la institución), aunque este medio tiene que considerar lo heterogéneo del público receptor al manejar información general y de interés para públicos específicos (áreas de trabajo).

*"Al igual que en las situaciones de comunicación masiva, los miembros de un auditorio de comunicación intermedia pueden ser heterogéneos y estar muy separados en el espacio, es decir, reciben el mismo mensaje en diferentes ubicaciones físicas".*²⁰

Es conveniente dejar claro que la comunicación de tipo intermedio, tiene características de la comunicación interpersonal y masiva, ya que como la primera el grupo que recibe el mensaje es, por lo general poco numeroso y conocido por el comunicador y al igual que la segunda requiere la presencia de un instrumento técnico para la transmisión de mensajes.

Como señalé al inicio del presente apartado, también se dan en las instituciones las comunicaciones de tipo directo en las cuales no se requiere de tecnología, ya que el contacto entre la fuente y receptor o receptores es cara a cara. En este tipo se ubica la comunicación interpersonal, la cual ofrece la ventaja de una respuesta inmediata.

¹⁹Reed H. Blake. *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. Ed. Nuevaomar, p. 36.

²⁰ *Ibidem.*, p. 37

La comunicación interpersonal puede ser verbal oral, en la que se expresa un mensaje por medio de palabras; o, no verbal, que se refiere a las expresiones faciales o intensidad de la voz, que indica al receptor cómo interpretar las palabras que escucha. Este tipo de comunicación se manifiesta en forma espontánea u organizada. Las Instituciones se dan de las dos maneras y para el segundo tipo los medios son; las entrevistas, discursos, conferencias, charlas, juntas, reuniones, etc.

3.3. Comunicación Multidireccional

En esta parte de la Investigación se habla de dos tipos de público: el interno y el externo, trabajador y usuario de los servicios médicos respectivamente y de la importancia de su estudio, así como de la práctica de una comunicación multidireccional que permita una verdadera comunicación y que no reduzca a la emisión de información de manera descendente. Este es un grave problema que se debe resolver ya que, como lo menciona Guillermina Baena:

*"El desafío cotidiano al que se enfrenta el comunicólogo o comunicador social, o se queda en el juego de las apariencias, es decir, en el tratamiento unilateral y superficial de los problemas objeto de su quehacer comunicativo, o asume el compromiso de analizar críticamente la realidad social y actuar en consecuencia. Esta contradicción se expresa claramente cuando nos planteamos la diferencia entre informar y comunicar, entre quienes se limitan a la transmisión de un mensaje porque están convencidos de que la comunicación se reduce a trasladar dicho mensaje, de manera vertical, desde un 'emisor' hasta un 'receptor' y entre quienes entienden la comunicación como un proceso de diálogo entre los seres humanos, histórica y socialmente determinado."*²¹

²¹ Baena Paz, ... Op. cit. P.P. 14, 15.

El IMSS ha mostrado, incluso desde el análisis de su logotipo una postura paternalista que se refleja en la relación que ha establecido con los usuarios de sus servicios y no ha entendido que ésta ha llevado a la institución a problemas que van desde la pérdida de recursos materiales, hasta el asumir la responsabilidad de la salud de la comunidad sin involucrar al individuo como el responsable de su salud y no fomentando la educación para la salud a través de la comunicación.

"La comunicación para la salud debe hacer que la comunidad sienta la obligación y el derecho de fomentar y cuidar su salud, lograr la toma de conciencia y la participación integral, activa y responsable para el logro de objetivos de salud; impulsar la búsqueda de la conciencia social, conducir a la reflexión y valoración permanente de la salud a efecto de adquirir un firme compromiso con la realidad social; buscar que los individuos se conviertan en comunicadores para fomentar el valor salud entre la población de manera activa para lograr la participación social integral."...

... "La comunicación para la salud debe contemplarse como una comunicación que posibilite al hombre la discusión franca de su realidad. Una comunicación que involucre al hombre común en su derecho a la participación, que lo conduzca a una nueva posición, frente a los problemas de su tiempo y espacio. los comunicadores para la salud han de guardar una posición de intimidad con la comunidad, de estudio y no de molesta repetición de afirmaciones desconectadas de sus mismas condiciones de vida." ²²

Es necesario dejar claro que independientemente de que exista un departamento de comunicación a nivel delegacional o central (caso del IMSS) es imprescindible un departamento de comunicación al interior de cada clínica u

²² Baena Paz, ... Op. cit. p. 14-15, 31

hospital que sea eficaz y dirigido por comunicadores, ya que es necesario crear redes de comunicación primero de manera interna que propicien relaciones sanas, y que se reflejen al exterior (en la prestación de servicios).

Afortunadamente, Carlos Bonilla plantea la importancia de la buena comunicación en todos los nivel, y afirma:

"Se empieza a crear conciencia en las organizaciones acerca de la importancia que reviste contar con una buena comunicación en todos los niveles y direcciones. Esto es resultado de los logros obtenidos por los pioneros de la comunicación organizacional, quienes han demostrado que la optimización de los procesos comunicativos incide de manera importante en la productividad y en el logro de la solidaridad de propios y extraños con los objetivos organizacionales".²³

La comunicación en las instituciones u organizaciones tiene que hacer uso de todos los instrumentos de comunicación posibles y "Excelencia" solamente es uno de varios, por lo que si es conveniente aclarar que aunque el boletín estuviera perfectamente bien elaborado, no resolvería los problemas comunicativos institucionales, aunque tiene grandes alcances a este nivel si se elabora con información adecuada.

La comunicación institucional requiere de un gran trabajo permanente; ya que la efectividad de esta se reflejará tanto en las relaciones interpersonales como interinstitucionales; es por ello que debe de contar con un gran trabajo previo de planeación, elaborando planes anuales de comunicación, estableciendo normas para el uso de los medios de comunicación, evaluando permanentemente el funcionamiento de los mismos y su utilización, así como retroalimentándose de todas las áreas de la institución incluso de su público externo y elaborando estrategias de cambio social en la institución con la introducción de nuevos medios.

²³ Bonilla Gutiérrez, Carlos. La comunicación. Trillas, México. p. 31.

"La interacción se establece a través de relaciones personales e institucionales, en la medida en que la comunicación sea efectiva, la interacción lo será también. Aquí es posible identificar la función de la comunicación como catalizador de las relaciones interpersonales y entre instituciones, que se dan en el ámbito organizacional".²⁴

El problema al que se enfrenta la comunicación institucional en el IMSS, es que se maneja de manera parcelaria (fragmentada) y provoca que sólo haya contactos en el trabajo que se asigne como tarea común - esto a nivel central, mis visitas para conseguir entrevistas, así como mi experiencia laborando en el área de comunicación me permitieron conocer este aspecto - hay problemas comunicativos en las clínicas y hospitales del IMSS que están determinados por la forma de trabajo en que se maneja la comunicación a nivel de la "Coordinación General de Comunicación".

Coincido con Fernández Collado cuando dice que se debe evitar que cada medio difunda mensajes en su propia dirección, que no haya esfuerzos coordinados ni intervenciones entre ellos, inexistencia de estrategias multimedia en pro de una misma causa. A veces los diferentes medios son manejados por distintas personas que no mantienen contacto entre sí, y el lenguaje utilizado, los conceptos presentados y los fines perseguidos, presentan variaciones considerables. No hay congruencia.²⁵

²⁴ *Ibidem.* p. 34.

²⁵ Fernández Collado, ... Op. cit. 269.

El análisis de contenido tiene como objetivo "tratar de averiguar cómo son realmente los medios de comunicación para encontrar conclusiones de tipo general con referencia a un medio, a un grupo de ellos, a un país concreto o a un ámbito geo-político determinado.

En definitiva, pretende examinar cómo se presenta la información al público. Por tanto, el análisis de medios se puede considerar una asignatura científica desde el momento en que supone una recapitación, una reflexión rigurosa sobre unos datos reales, concretos, vivos, cambiantes y cotidianos."

José María Casasus.

EXCELENCIA

BOLETIN INFORMATIVO DEL HGZ Y UMF No.58

No 4 Año 1

Noviembre 1993

EXCELENCIA

BOLETIN INFORMATIVO DEL H.G.Z Y U M F 58

AÑO 1 No. 3

2 DE SEPTIEMBRE DE 1993

BOLETIN INFORMATIVO

H.G.Z. Y U.M.F. No. 58

AÑO 1 No. 2

2 DE JULIO DE 1993

BOLETIN INFORMATIVO

Unidad de Medicina Familiar 58



AÑO 1 No. 1

2 DE MAYO DE 1993

CAPÍTULO 4: Descripción y Análisis del Boletín Informativo "Excelencia"

En esta investigación manejaré algunas unidades de análisis, suficientes para demostrar que el boletín "Excelencia" (Órgano Informativo de la Unidad de Medicina Familiar del IMSS) fue una publicación institucional que pudo mejorarse.

Las unidades básicas para el análisis de "Excelencia" serán: nombre de la publicación y su tipografía, cabezas y tipografía, ladrillos, fotografía, directorio y formato, debido a que mi interés es mostrar por qué "Excelencia" pudo ser mejor.

"Lo mejor-como ya proponía Kyser - es confiar en que cada investigador construirá a su manera, según sus necesidades y objetivos, la clasificación por unidades que le sea más útil pero en todo caso, será necesario definir la materia estudiada con cierto rigor, con el fin de que el coeficiente de errores inevitables sea lo más reducido posible, evitando igualmente dos clases de riesgos: los derivados de un exceso de generalización que asocie materias muy distintas y los derivados de una descomposición minuciosa que desnaturalice las visiones de conjunto".²⁶

Antes de iniciar con la descripción de "Excelencia", objeto de la presente investigación, daré algunos datos que son importantes y que quedan fuera del contenido de la publicación.

"Excelencia", fue un órgano informativo (institucional) de la Unidad de Medicina Familiar No. 58; que nace en mayo de 1993 por iniciativa del director de la clínica. ¿Objetivo? "pasatiempo". Con periodicidad bimestral en los cuatro primeros números y en los números 5 y 6 irregular (sólo se publicaron seis

²⁶ Casasús, José María. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Dopesa. p. 97.

números, "Excelencia" desaparece), tiraje por número, mil ejemplares, distribución imprevista (esto según los empleados encuestados), según directivos, "se encuentra en la dirección o en la coordinación médica".

El impreso "Excelencia" fue un órgano informativo bimestral, formato carta; el cual en sus dos primeros números lo conformaron cuatro páginas y en los números tres y cuatro presentaron una modificación en esta característica amplió su número de páginas a seis.

El nombre del boletín en los cuatro números que serán analizados en la presente investigación presentó cambios significativos, desde la tipografía hasta el nombre mismo; ya que el primer número llevó como nombre "Boletín Informativo, Unidad de Medicina Familiar 58" (llevando el logotipo del IMSS - Instituto Mexicano del Seguro Social -, en un recuadro con fondo de agua, en el ángulo superior derecho); el boletín dos "Boletín Informativo HGZ y Unidad de Medicina Familiar No. 58"; en el número tres, en letra tipo gótica de tamaño mayor a las de los números anteriores llevó por nombre "Excelencia Boletín Informativo del H.G.Z. y UMF No. 58", y el número cuatro y último utilizado para este trabajo "Excelencia" boletín informativo del HGZ y UMF No. 58 (nombre que recupera el tamaño de la tipografía de los dos primeros números).

"Excelencia" ocupaba un espacio aproximado de cuarenta picas entre fotografía, gráficas y texto, en dos y tres columnas, no tuvo secciones fijas y definidas aunque las más constantes fueron: la editorial en los números uno, dos y tres, ubicada en la página dos; y una sección de tipo cultural llamada "¿Cuánto sabe usted?", en los números dos, tres y cuatro, ubicada en las páginas tres y cinco respectivamente.

En cuanto a la fotografía, esta carecía de nitidez en algunos casos, aunado a la omisión de pie de foto haciendo difícil la lectura de la misma (es el caso de las dos que aparecieron en la página cuatro del boletín número dos).

En el extremo superior derecho de los cuatro boletines se manejó una fotografía de mayor o menor tamaño, pero siempre de algún funcionario de la

Institución (IMSS), esta lectura se pudo hacer gracias al pie de foto, ya que no tuvo la suficiente nitidez.

En cuanto al directorio, éste apareció en la página tres, en el boletín uno; en la cuatro en el dos; en la cuatro en el tres y en la cuatro en el cuatro. Lo integraron diez, once y doce personas, de las cuales siete en cada uno de los números eran médicos. La siguiente tabla, muestra algunos de los cambios sustanciales de la publicación analizada en los rubros antes mencionados.

" Principales cambios tipográficos en el boletín Excelencia "

Tipografía	Boletín No. 1 82 / 86 / 83	Boletín No. 2 82 / 87 / 83	Boletín No. 3 82 / 88 / 83	Boletín No. 4 Noviembre 83
Nombre del Boletín	Times Roman 24 puntos en recuadro con fondo de agua	Helvética 24 puntos y Times Roman 18 puntos en recuadro con fondo de agua	Letra gótica 20 puntos	Helvética 24 puntos en negritas y helvética 16 puntos en negritas
Cabezas	<ul style="list-style-type: none"> - Times Roman 24 puntos en negritas - Helvética 16 puntos en negritas y helvética 14 puntos - Helvética de 16 puntos en negritas y helvética de 14 puntos - Times Roman 16 puntos en altas y bajas - Times Roman 12 puntos en negritas 	<ul style="list-style-type: none"> - Times Roman 14 puntos altas y bajas en negritas. - Helvética 16 puntos en negritas y times Roman 14 puntos. - Helvética 16 puntos en negritas. - Itálicas o cursivas 14 puntos. - Helvética 12 puntos. - Times Roman 16 puntos en negritas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Times Roman 14 puntos en negritas. - Times Roman 16 puntos en negritas y times Roman 12 puntos . - Times Roman 12 puntos en negritas. - Helvética 20 puntos en negritas. - Helvética 16 puntos en negritas. - Times Roman 12 puntos. - Itálicas o cursivas 12 puntos. - Helvética itálica o cursiva 14 puntos en negritas. - Helvética 14 puntos. - Helvética 16 puntos en negritas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Helvética 20 puntos en negritas. - Helvética 12 puntos normal. - Helvética 14 puntos normal. - Helvética 14 puntos en negritas. - Times Roman 14 puntos en negritas. - Times Roman cursiva 16 puntos normales. - Times Roman 14 puntos en negritas. - Times Roman 12 puntos normal.
Ladrillos	<ul style="list-style-type: none"> - Times Roman 16 puntos en negritas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Times Roman 16 puntos en negritas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Times Roman 16 puntos en negritas. - Times Roman 16 puntos en negritas 	

"Principales cambios en el directorio del boletín Excelencia"

Directorio	Boletín No. 1	Boletín No. 2	Boletín No. 3	Boletín No. 4
	02 / 05 / 93	02 / 07 / 93	02 / 09 / 93	Noviembre / 93

Director Honorario	Dr. Vicente Escalante Otero	Dr. Vicente Escalante Otero	Dr. Vicente Escalante Otero	Dr. Vicente Escalante Otero
Editor	Dr. Miguel Ángel Rubín Valencia.	Dr. Miguel Ángel Rubín Valencia	Dr. Miguel Ángel Rubín Valencia	Dr. Miguel Ángel Rubín Valencia
Colaboradores	Dr. Helódoro Guzmán G.	Dr. Helódoro Guzmán G.	Dr. Juan F. Rincón Z.	Dr. Juan F. Rincón Z.
	Dr. Carlos Porraz C.	Dr. Carlos Porraz C.	Dr. Helódoro Guzmán G.	Dr. Helódoro Guzmán G.
	Dr. Juan Castillo y Rosas.	Dr. Juan Castillo y Rosas.	Dr. Carlos Porraz C.	Dr. Carlos Porraz C.
	Dr. Jesús R. García F.	Dr. Rafael García J.	Dr. Rafael García J.	Dr. Rafael García J.
	Dr. Rafael García J.	Enf. Mercedes Escoriza J.	Enf. Mercedes Escoriza J.	Dr. Jesús Rey García F.
	Enf. Mercedes Escoriza J.	T.S. Ma. Teresa Pérez S.	T.S. Ma. Teresa Pérez S.	T.S. Ma. Teresa Pérez S.
T.S. Ma. Teresa Pérez S.	C. Eva Beatriz García F.	C. Eva Beatriz García F.	C. Eva Beatriz García F.	
	Dr. José Manuel Martínez	Dr. José Manuel Martínez	Dr. José Manuel Martínez	C. Ma. Marisela Huerta Jurado
Fotografía	Sr. Adolfo Cano Alcántara	Sr. Adolfo Cano Alcántara	Sr. Adolfo Cano Alcántara	Sr. Adolfo Cano Alcántara
Corrección de Estilo	Ubicación: Pág. 3	Ubicación: Pág. 4	Ubicación: Pág. 4	Profa. Yolanda Suárez Padilla. Ubicación: Pág. 4

La improvisación de publicaciones internas (como es el caso del boletín informativo institucional "Excelencia"), debido a que no tienen claro su objetivo mueren o desaparecen de una manera rápida, "Excelencia" solamente se imprimió en seis ocasiones con un tiraje de mil ejemplares por número. En los cuatro números utilizados para este trabajo, presentó algunos cambios en sus contenidos y en el nombre mismo, así como la tipografía y tamaño de la misma, en este sentido hay una gran coincidencia con la siguiente cita de Fernández Collado.

"...en ocasiones un mismo medio es utilizado sin continuidad ni propósito plenamente predeterminados, por ejemplo: el periódico de una empresa que en un número tiene una orientación y en la siguiente otra, se publica al azar posible y como sea, el medio es usado como fin, se usa por usarse".²⁷

El boletín institucional como es el caso de "Excelencia" es un instrumento de comunicación muy útil que requiere de una planeación rigurosa que vaya desde el estudio y evaluación permanente del público al que se dirige, formato, nombre de la publicación y tipografía, secciones o contenido, periodicidad, tiraje, hasta la forma de distribución. Siempre considerando como algo muy importante la forma y el diseño de la misma ya que todo esto contribuirá a que dicho impreso tenga mayores posibilidades de ser aceptado. Ríos Szalay considera que :

"Es preciso resaltar la importancia de que la publicación privada esté diseñada de tal manera que atraiga la atención e interés del personal y de las demás personas a que se destine, ya que de otra manera estará destinada a ser sólo una publicación más, leída por unos cuantos y arrojada al cesto de la basura por muchos otros, dando lugar a desperdicio de dinero, tiempo y esfuerzo".²⁸

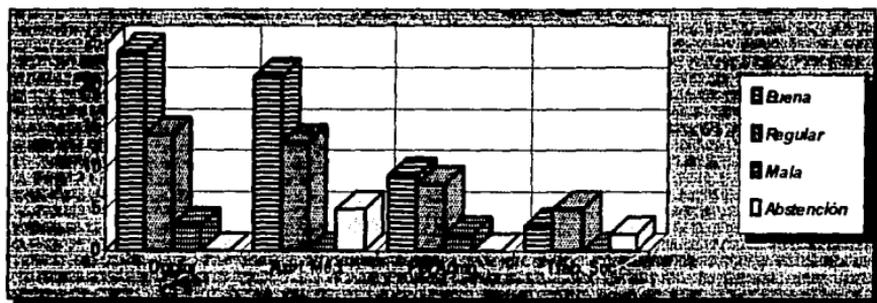
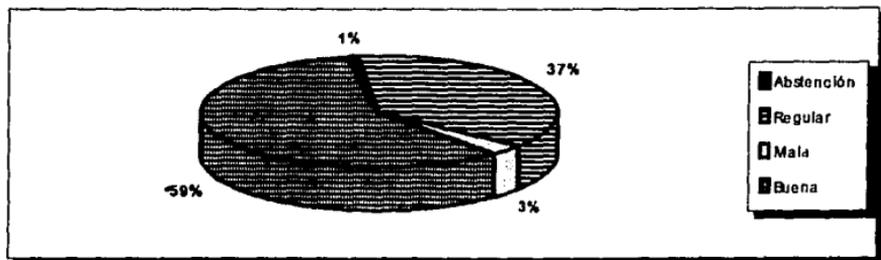
La gráfica No. 3 muestra la opinión de los trabajadores sobre el boletín "Excelencia" donde el mayor porcentaje, 58% tuvo una buena opinión, el 3% mala, el 1% se abstuvo y un porcentaje también amplio 37% tuvo regular opinión del impreso, lo cual reflejó que existía un número importante de trabajadores que no estaban completamente satisfechos con el boletín y a los que se les debió considerar para mejorar el mismo.

²⁷ Fernández, ... Op. cit. p. 269.

²⁸ Ríos Szalay, ... Op. cit. p. 33.

Gráfica No. 3

"Opinión del personal encuestado sobre el boletín"



Es necesario aclarar que la opinión regular que se tuvo de "Excelencia" está distribuida en cuatro áreas de actividad (sectores) que se utilizaron para la encuesta; aunque esta opinión predomina en el área de trabajo social.

Al planear un boletín, antes que todo debemos definir los objetivos, también es necesario que en la publicación exista información balanceada como lo menciona Ríos Szalay. (cfr. p. 43)

"Excelencia" debió ser un instrumento antes que todo, aceptado por los receptores (personal de la clínica) para funcionar como instrumento de unión entre el personal de la Institución y posteriormente incluir al público externo (que también es importante). El objetivo primordial de los impresos institucionales es:

*"no sólo suministrar información, sino más bien utilizar ésta como medio para fomentar el interés y comprensión de los empleados por la situación y problemas de la organización. Es preciso aclarar también que el alcance de estas publicaciones no tiene por qué estar limitado únicamente al personal, sino que puede además aprovecharse y hacerse llegar a otros sectores, como los familiares de aquél, clientes (derechohabientes), etc."*²⁹

4.1. Boletín "Excelencia" como Canal de Comunicación

Como se ha señalado con anterioridad, los elementos de la imagen del IMSS son diversos, aclarando que no son estos el motivo de la investigación, sino que el objetivo de la misma es el análisis del boletín "Excelencia" como uno más de los elementos de la imagen.

Cuando se va a enviar un mensaje se tiene que seleccionar el vehículo a través del cual ha de transportarse, a éste se le llama canal. El boletín "Excelencia" representa un canal a través del cual, la fuente o institución transporta los mensajes que pretende hacer llegar a sus receptores que en este caso es el personal de la Unidad de Medicina Familiar 58 del IMSS.

Es importante retomar el objetivo inicial, para que con base en éste, se seleccione el medio más adecuado para lograrlo; ya que las causas que determinan la selección de los medios son varias, por ejemplo, el dinero que se

²⁹ *Ibidem.* p. 32.

Invierte, lo que se puede conseguir utilizando determinado medio debido a sus características, las preferencias de la fuente; así como también que sea el canal que capte a la mayoría de gente y que tenga mayor efecto; los que se adapten más al propósito de la fuente y más adecuados al tipo de mensaje.

Se debe considerar el canal a través del cual se transmiten los mensajes debido a que éste puede determinar en un momento dado la eficiencia y la efectividad de la comunicación. Es por ello que se ha tomado al boletín "Excelencia" como objeto de investigación, recurriendo al análisis de contenido, así como a la encuesta para poder hacer una descripción de este importante canal comunicativo institucional; y recoger los puntos de vista y opiniones de sus receptores (personal de la UMF 58) para determinar si éste es el canal más adecuado y si las necesidades comunicativas de los individuos a quienes se dirige se satisfacen.

Hay un punto importante en el que coincide con David K. Berlo en el sentido de que generalmente dos canales son mejores que uno sólo y es más factible que el receptor decodifique el mensaje con precisión si puede verlo y oírlo al mismo tiempo.³⁰

En el caso del medio impreso se puede captar mejor una información que se muestra e ilustra con una fotografía apoyada por un buen pie de foto que sintetice el contenido de una nota, más que una nota muy extensa (incluso esto la puede hacer más difícil de seleccionar para ser leída).

"Rao sugiere también que los canales de comunicación tienen "dimensiones" que permiten al investigador evaluar la eficiencia relativa de diferentes canales de comunicación e incluyen: crédito del canal, la pericia y confiabilidad del canal según las perciben los receptores. A menudo el crédito del canal se vincula directamente con las características del auditorio y el comunicador. Pero en general los miembros de los grupos socioeconómicos superiores otorgan más

³⁰ Berlo, David K. El proceso de la comunicación, El Ateneo, Buenos Aires. 13 De. P. 53.

*crédito a los medios impresos; en cambio, los grupos socioeconómicos inferiores lo conceden a la televisión"*³¹

Considerando este punto, en mi propuesta plantearé la necesidad de un canal audiovisual que permita la comunicación no sólo a nivel interno sino a través del contacto con sus usuarios, pues muchos pertenecen a grupos socioeconómicos bajos.

Otra dimensión de los canales que propone Rao, es la que tiene que ver con la "Retroalimentación del canal", afirmando que, ésta puede darse como:

"La oportunidad que proporciona un canal para que el receptor responda inmediatamente y en forma de influir sobre la fuente del mensaje en una transacción de comunicación.

*La comunicación cara a cara tiende a facilitar la retroalimentación; la comunicación masiva tiende a restringirla."*³²

En este sentido, en el caso del boletín "Excelencia" el mayor contacto posible con el receptor se logra cuando la fuente a través de encuestas y entrevistas periódicas detecta las necesidades comunicativas del receptor y las toma en cuenta al elaborar sus contenidos, si se tiene una supervisión constante sobre las reacciones de sus receptores; si se cuenta con un buzón de sugerencias ubicado en el área de comunicación (el departamento de comunicación debe estar ubicado en una zona de fácil acceso y con letreros de gran tamaño en lugares estratégicos) además se deberá contar en el boletín con un espacio fijo dedicado a peticiones y sugerencias del receptor de la fuente ya que por razones propias del tipo de canal no es posible conocer la respuesta del receptor de manera inmediata.

³¹ Rao cit. post. Blake H. Reed. Una taxonomía de conceptos de comunicación, Ediciones Nuevaomar, 1977. P.P. 16, 17.

³² Ibid. p. 17.

La "participación" en el canal es otra de las categorías analíticas que maneja Rao, entendiendo que ésta debe ser:

"El esfuerzo perceptual exigido a todos los sentidos para comprender la información de un canal de comunicación. También aquí la comunicación cara a cara ofrece la mayor posibilidad de participación y los medios impresos la menor".³³

Sin embargo, no es posible mantener comunicación cara a cara cuando existen relaciones comunicativas más complejas, por ejemplo las institucionales, por ello es necesario conocer al público receptor perfectamente para lograr el objetivo que se pretende, o sea, la comunicación.

Otra propuesta del autor es la "Disponibilidad del canal", que significa:

"La frecuencia y grado en que se utiliza un canal para llegar a determinado auditorio. En algunas zonas geográficas puede no disponerse de algunos canales, por ejemplo, la televisión en áreas muy poco pobladas o los medios impresos en zonas de alto analfabetismo".

³⁴

Bajo esta lógica y considerando que la población de receptores, sobre todo en una segunda etapa de "Excelencia" (donde se planteará como propuesta en esta investigación la necesidad de una cobertura más amplia donde se contemple a la población interactuante en esta relación comunicativa trabajador-derechohabiente) pertenecen a diversos grupos socioculturales, se plantearán las ventajas y conveniencias de utilizar tanto el medio impreso como el audiovisual ya

³³ Ibidem.

³⁴ Ibidem

que como lo menciona Rao, el IMSS y particularmente la UMF 58 trabaja con derechohabientes que pertenecen a zonas de alto grado de analfabetismo.

La "permanencia del canal" o la capacidad que tiene éste para conservar un mensaje, es otra categoría de análisis que se basa en:

"La durabilidad de un canal de comunicación con respecto al tiempo de llevar un mensaje. Los medios impresos poseen en alto grado esta dimensión; la radio, en cambio carece de ella."³⁵

No obstante cada canal tiene sus ventajas, es por ello que éstas se deben considerar para multiplicar los canales y así complementarse para que la comunicación sea más eficaz, e incluso es posible recurrir a la comunicación cara a cara en las salas de espera y lograr captar a un importante grupo de receptores.

Considerando los aspectos que maneja Rao como dimensiones de los canales es fundamental tomar en cuenta el público a quien va dirigido el mensaje y determinar el canal adecuado; ya que puede ocurrir que "Excelencia" para un público determinado sea eficiente y para otro no .

Como ya se dijo, el objeto de esta investigación es el boletín informativo "Excelencia" que es un canal formal de comunicación, sin olvidarnos de la existencia de los canales informales que también juegan un papel importante en el proceso comunicativo ya que al incrementar el número de canales, la comunicación tiende a ser más rica y efectiva. Por ejemplo, si vemos a una persona es más fácil recordarla que si solamente la escuchamos por teléfono .

Cuando se incrementa el número de canales en la comunicación el interés del receptor aumenta y se fortalece el mensaje, aumentando la posibilidad de comprensión de éste. Sin embargo, los canales informales se dan en la

³⁵ *Ibidem.*

comunicación interpersonal, en la que existe una interacción cara a cara de personas con intereses y propósitos comunes.

Las relaciones entre los individuos a través de la comunicación siempre han existido, pero al desarrollarse y volverse más complejas se requiere de canales y medios más eficaces para el nivel de desarrollo de esas relaciones que satisfagan las necesidades informativas del público a quien va dirigido.

Cuando el hombre descubrió la necesidad de actuar en conjunto para desarrollar tareas que requerían de fuerza mayor a la de un solo individuo, recurrió a la comunicación para desarrollar tareas y coordinar actividades de varias personas. En la actualidad, se empieza a crear conciencia en las organizaciones e instituciones acerca de la importancia de contar con un canal de comunicación para varios niveles y direcciones. En este sentido, los pioneros de la comunicación organizacional han demostrado que la especificidad de un canal de comunicación incide de manera importante en la optimización de los procesos comunicativos y también en la productividad y en la solidaridad para el logro de los objetivos de la institución.

El boletín informativo "Excelencia" debe y necesita actuar como un instrumento de unión e intercambio de información de todas las áreas que conforman la UMF 58 como son: medicina del trabajo, medicina preventiva, estomatología, nutrición y obviamente atención de médicos familiares; llegando a personal médico, asistentes médicos, administrativos y trabajo social, manejando información de la delegación o subdelegación a la que pertenece la clínica y ayudando a que la interacción de los trabajadores sea más cordial y éste "se ponga la camiseta" de la institución para la que trabaja. Esto repercutirá como consecuencia en su interacción con el derechohabiente.

A continuación se muestran algunas fotografías de diversas áreas operativas de la UMF 58



Para que se logre una adecuada comunicación institucional, ésta requiere de un vehículo para el transporte de sus mensajes y uno de los más eficaces, por sus propias características, es el boletín informativo.

** Una vez identificada la organización como sistema de proceso de mensajes donde sus integrantes interactúan, intercambian información y desarrollan actividades para hacer posible la consecución de los objetivos organizacionales, queda claro que el factor dinámico que hace posible esa interacción, esa coordinación de actividades y ese intercambio de información es la comunicación.*³⁶*

Para que una institución o empresa crezca y se desarrolle es necesario que el personal que labora en ellas se identifique con las mismas y se sienta a gusto por ser tomado en cuenta. Esto ocurrirá si el individuo se siente motivado, respaldado y apoyado, que se le conozca y reconozca, y la comunicación para ello es fundamental.

**Sin un adecuado flujo de comunicación interna, los individuos que forman parte de la organización no desarrollan adecuadamente sus actividades, ello repercute en el logro de los objetivos de la misma... Por eso es necesario procurar y preservar el buen funcionamiento de la comunicación en las organizaciones, ya que éstas no pueden concebirse aisladas de su entorno. Así como cada miembro de una institución o empresa forma parte de ella y su actuación incide en el logro de sus objetivos, la propia organización, a su vez, forma parte de la sociedad.*³⁷*

³⁶ Bonilla Gutiérrez, Carlos. La comunicación, Trillas, México, 1988. p. 34.

³⁷ *Ibidem*

La comunicación juega un papel muy importante en todas las sociedades y es necesario que se le reconozca ya que puede curar enfermedades sociales. Considerando su influencia en las instituciones y tomando en cuenta que incluso la familia es una de ellas donde los individuos interactúan. Si las instituciones no funcionan adecuadamente, esto se reflejará necesariamente en la sociedad entera.

El boletín informativo en las instituciones, es uno de los instrumentos para la interacción del personal. Debemos considerar que la comunicación actúa como catalizador de las relaciones interpersonales; así como también entre instituciones. En este sentido podemos afirmar que el boletín informativo "Excelencia" debe contribuir a que su personal tenga contacto con lo que ocurre al interior de su centro de trabajo; así como a tener una proyección hacia el exterior, hay que recordar que el IMSS presta atención médica al sesenta por ciento de la población global del país.

Los impresos institucionales como: la revista, el periódico y el boletín son ante todo canales y se deberá recurrir a ellos en la medida que nos permitan alcanzar nuestros objetivos de la mejor forma, pues existen diversos medios impresos, pero lo importante es seleccionar el más adecuado para "transportar" nuestro mensaje y que reduzca distancias entre el propósito y los efectos.

En la UMF 58 a pesar de que existe el boletín "Excelencia" no se cuenta con un departamento formal de comunicación al interior de la clínica que se dedique a la difusión de información a través de varios canales.

"En no pocas organizaciones, los medios de comunicación interna se utilizan de manera aislada, fragmentada. No se tiene un sistema para planear, organizar, usar y evaluar a dichos medios como un conjunto en forma global. Así las publicaciones internas se usan para ciertos propósitos, por ejemplo; para motivar al personal, proporcionar

*una mayor integración entre éste e informarlo acerca de sucesos que ocurren en la compañía, etc."*³⁸

"Excelencia" es un órgano informativo bimestral difundido a partir de mayo de 1993, el cual se "distribuye" en todas las áreas de la clínica 58 teniendo un tiraje por número de 1000 ejemplares y surge por la iniciativa de un aficionado fungiendo éste como editor (se sugiere revisar el directorio del boletín "Excelencia") los colaboradores, en su mayoría pertenecen al área médica. Este hecho origina esfuerzos dispersos si no se cuenta con la supervisión de profesionales en el área; hay contradicciones, se desperdician recursos y se pierde credibilidad en el mensaje.

Un boletín o cualquier impreso institucional desde su creación, o incluso desde su proyecto mismo debe contemplar hasta el último aspecto, es decir, la forma en que será distribuido ya que esto es importante para que se logre el objetivo, también este hecho habla de la seriedad, formalidad y profesionalismo de la fuente. El impreso requiere de un sistema de distribución adecuado, después de plantearse, realizarse e imprimirse, que garantice llegar a las manos de su receptor ya que la lectura se dará como consecuencia al manejar cabezas y titulares atractivos para el receptor donde se contemplen temas de interés para éste y permita una ágil lectura.

Todo se viene abajo si no se cuenta con una adecuada y eficaz distribución, por ello es importante que se constate las más de las veces y sobre todo al principio, que llegue a los destinatarios a su escritorio o se entregue con sus sobre de pago de ser posible, para poder estar seguros de que la información llegó a tiempo. Es necesario que el boletín llegue a todos sus destinatarios al mismo tiempo y evitar que se lea por casualidad "porque me lo encontré en el escritorio del director".

³⁸ Fernández Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones. Trillas, México, 1991. p. p. 268, 269.

"Una de las condiciones indispensables para la comunicación humana es que exista una relación interdependiente entre la fuente y el receptor. cada uno de estos afecta al otro. A cierto nivel de análisis, la comunicación implica tan sólo una interdependencia física esto es, la fuente y el receptor son conceptos; cada uno necesita del otro incluso para su definición y existencia".³⁹

Todas las relaciones humanas están basadas en la comunicación; ya que nuestras actividades están fundamentadas en este proceso comunicativo en el cual podemos ser emisores o receptores de información.

En "Excelencia" podemos ubicar a la fuente como el grupo de personas que participan en la elaboración de este canal informativo, las cuales deben tener una razón y objetivo para entrar en comunicación y esto requiere que la fuente esté asesorada por comunicólogos que revisen los contenidos ya que la fuente debe emitir mensajes que se codifiquen de tal manera que se produzca la respuesta esperada .

Debe evitarse para la elaboración de los contenidos en el boletín la participación de aficionados; ya que esto puede afectar la fidelidad y por consecuencia el proceso comunicativo. "Excelencia" requiere que la fuente o emisor tenga habilidades comunicativas, una actitud profesional al estudiar a sus destinatarios o receptores, un nivel de conocimientos que permitan considerar los aspectos comunicativos que hagan la comunicación más eficaz, además de un nivel sociocultural que permita enriquecer los contenidos manejados en este boletín institucional.

Para hablar de comunicación hay que considerar un aspecto al que Hybels Weaver llama "realimentación" que consiste en un proceso doble en el que la fuente recibe respuesta de su receptor, en este caso, del personal de la UMF 58, de lo contrario estamos hablando de información o "comunicación" vertical descendente, donde la fuente (en este caso grupo de personas que emiten los

³⁹ Berlo K. Op. cit. p. 99

mensajes) se concreta a saturar de mensajes al personal (receptores), sin conocer su respuesta. En el caso del boletín "Excelencia" se debe contar con personal que se encargue de la realización de entrevistas periódicas a los receptores, de los contenidos de "Excelencia" para saber si se está logrando el objetivo.

** La realimentación es un proceso doble, ya que es la respuesta que el receptor facilita a la fuente y la respuesta que la fuente devuelve al receptor. Si la realimentación es positiva (el receptor muestra interés y placer en el mensaje), es muy probable que la fuente continúe con el mensaje de la misma forma. Pero sin embargo, si la realimentación es negativa y el receptor pierde parte del interés o no se siente complacido, la fuente deberá revisar el mensaje para que éste vuelva a despertar el interés y la atención".⁴⁰*

En las instituciones y organizaciones es necesario que el departamento de comunicación heche mano de aquellos recursos que le permitan conocer a través de personal capacitado la respuesta de los receptores (encuesta) para saber si los mensajes provocan una respuesta positiva o las necesidades comunicativas de los receptores no se satisfacen y entonces corregir el rumbo del Impreso para poder lograr el objetivo.

Para Berlo el mensaje significa un producto físico verdadero del emisor-encodificador, ya que:

"Cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; cuando escribimos, lo escrito; cuando pintamos, el cuadro; finalmente si gesticulamos, los movimientos de nuestros brazos, las expresiones de nuestro rostro constituyen el mensaje".⁴¹

⁴⁰ Hybels, Weaver. La comunicación. Logos, 2a. De. p. 18.

⁴¹ Berlo, K... Op. cit. p. 43.

En el caso de "Excelencia", debido a las características propias de un impreso institucional, es necesario recomendar la utilización de un lenguaje que permita ser comprendido por sus receptores; ya que si éste es rebuscado provocará dificultades en la comunicación. Si el mensaje está elaborado adecuadamente entonces se logra que el receptor comprenda el mensaje y sea más probable la comunicación.

Cuando se elige un lenguaje adecuado, se propicia que las palabras utilizadas en el mensaje tengan una mayor impresión en el receptor, siendo muy probable que éstas no sean olvidadas rápidamente.

Considerando a "Excelencia" como un instrumento de unión e intercambio de información de todas las áreas que conforman la UMF 58, los emisores de los mensajes contenidos en el boletín deben manejar un estilo verbal efectivo. Las palabras que utiliza el emisor del mensaje reflejan lo familiarizado o no que se está con el tema, así como los conocimientos que se tienen de él o la ignorancia de aspectos importantes que deban manejarse en el mensaje.

El que se considere el estilo verbal y el que se cuente con un instrumento de medición para conocer cómo el receptor recibe el mensaje, es determinante para el logro del objetivo en el proceso comunicativo, ya que al detectar algún problema en los contenidos, el emisor tendrá que revisar los mensajes.

"Podemos definir el tratamiento de un mensaje como las decisiones que toma la fuente de comunicación al seleccionar y estructurar los códigos y contenidos".⁴²

En el tratamiento de los mensajes, deben estar totalmente contempladas las características del público receptor y para ello el departamento de comunicación debe realizar sondeos periódicos que permitan al boletín "Excelencia" irse adecuando a las características del receptor.

⁴² Ibid. p. 47.

Partiendo de los requerimientos en cuanto a contenidos comunicativos de todas las áreas que conforman la UMF 58, el boletín "Excelencia" debe lograr la aceptación e identificación del receptor con el Impreso, manejando contenidos que sean atractivos. Es probable que por lo heterogéneo de la población receptora de la institución se requiera de un tratamiento particular de nuestro mensaje para algunos sectores, por ejemplo: los que sólo saben leer y escribir, los que terminaron la primaria, los que terminaron la preparatoria, los que tienen una carrera profesional. Es probable que se requiera de diferentes lenguajes o que la información cuente además con refuerzos visuales como la caricatura y la fotografía.⁴³

"Nuestras posibilidades comunicativas, actitudes, conocimientos, cultura y posición que ocupamos dentro de los sistemas sociales dictaminan algunas de nuestras elecciones.

Como fuentes necesitamos tener constantemente presente al receptor. Elegimos códigos que nuestro receptor pueda entender, seleccionamos elementos del código que habrán de llamarle la atención, que le resulten fáciles de decodificar. Estructuramos estos elementos con el fin de reducir al mínimo el esfuerzo exigido para decodificar e interpretar el mensaje, elegimos un contenido que habrá de resultar convincente para el receptor y pertinente a sus intereses y necesidades. Finalmente, por lo general tratamos el mensaje para tener el máximo efecto posible a fin de lograr nuestro propósito."...

... "Podemos definir el contenido del mensaje como el material del mensaje que fuera seleccionado por la fuente para expresar su propósito".⁴³

Cuando hablamos de mensajes no podemos salir de un lenguaje adecuado que permita la descodificación inmediata por el receptor y lograr que la comunicación se establezca. La utilización de un lenguaje es fundamental para el proceso comunicativo.

⁴³ Ibid. p. 47, 48.

A continuación se muestran diversas áreas de operación de la UMF 58 en las que se debe de considerar la importancia de los códigos y el uso adecuado del lenguaje para que se de la comunicación.





*"El lenguaje es un sistema que implica tanto los elementos como las estructuras. Como en todo sistema, podemos definir las unidades elementales y estructurales a distintos niveles según el propósito. A todo nivel, empero, el lenguaje comprende un conjunto de símbolos (vocabulario) y los métodos significativos para combinar esas unidades (una sintaxis)."*⁴⁴

La utilización de un lenguaje que tenga unidades de significado convenientes para ser decodificadas por grupos con características tan diversas como en el público receptor de la clínica 58 es lo más conveniente. Debemos considerar en "Excelencia" todas las dificultades que puedan propiciar e influir de manera negativa en el proceso de la comunicación y un punto en el que debemos poner especial cuidado es en el lenguaje, ya que si en éste se utilizan términos rebuscados es posible que un porcentaje elevado de receptores no entienda el mensaje, por ejemplo, en una clínica se usa la terminología del argot médico pero en un boletín es conveniente considerar que no para todo el público receptor es terminología fácil de decodificar, por lo tanto no hay que perder de vista las características del destinatario, desde su nivel educativo hasta sus preferencias deportivas y pasatiempos.

*"Tanto los símbolos como las relaciones estructurales deben producir respuestas similares de un grupo de gente (usuarios del lenguaje). Cuando un grupo de personas codifica y encodifica un conjunto de símbolos que son mutuamente significativos para ellas o cuando los combinan de manera similar, entonces puede decirse que este grupo de personas posee un lenguaje."*⁴⁵

⁴⁴ Ibid. p. 130.

⁴⁵ Ibidem.

Por ello se requiere de un lenguaje común para que se produzca la comunicación. En el caso del boletín "Excelencia" necesariamente se deben tomar en cuenta los intereses y necesidades comunicativas de cada una de las áreas de operación; "Excelencia" fue un órgano exclusivamente interno distribuido sólo al personal de la UMF 58 y era probable que existieran intereses y necesidades diversas a las que el boletín debió responder de manera profesional y eficaz, de tal manera que el receptor se sintiera identificado y motivado por ser tomado en cuenta y entonces sí pudiera sentir como propio este órgano informativo.

*"La palabra es un símbolo; representa un objeto o un concepto. Algunas veces presumimos que los demás saben lo que estamos hablando, cuando de hecho tienen muy pocas experiencias en común con nosotros. Debido a que dichas experiencias y sus interpretaciones varían en gran medida de una persona a otra, cuando otra persona dice la misma palabra puede dar a entender algo completamente distinto. Una niña de doce años que dice que está enamorada, está expresando una gama de experiencias completamente distintas si fuese una mujer de veinticinco años quien dijese las mismas palabras."*⁴⁶

En la comunicación es necesario ponerse en el lugar del receptor al emitir los mensajes, o sea, ser empático. La empatía la definen algunos autores como "el ponerse en el lugar del otro."

La empatía consiste en la predicción, por parte del emisor de la conducta del receptor, basada en los estados psicológicos del mismo al ponerse en comunicación. Esta quiere decir que cuando dos personas mantienen una relación comunicativa, para que esta sea ideal, es necesaria una perfecta combinación de sí mismo y del otro, de capacidad para anticipar, predecir y conducirse de acuerdo con las necesidades de ambos.

⁴⁶ Hybels ... Op. cit. p. 130, 132.

En la comunicación no se puede dar por hecho que el receptor entenderá el mensaje sólo porque maneja el mismo código, es por ello que se le debe conocer perfectamente.

"El comunicado debe tener algún conocimiento de la audiencia para saber si existe alguna médula común; sin ello es imposible que dos personas se comuniquen. Cuando más sabe el comunicador del oyente, más facilidad tendrá para seleccionar las palabras claras y precisas".⁴⁷

En el caso de la clínica 58 los trabajadores de esa institución comparten un espacio y un tiempo, en el que son necesarios y fundamentales para el desarrollo de la vida institucional, existiendo entre ellos una actividad común, que es el trabajo de servidor público, así como un motivo importante para estar en comunicación; pues estos necesariamente interactúan para dar el servicio demandado por los usuarios, es por ello conveniente fortalecer las redes comunicativas de manera permanente y usar un lenguaje adecuado considerando el perfil de los trabajadores en cada área.

"Las palabras son portadoras del significado, los medios por los que el significado es transferido de una persona a otra. El deseo del comunicador es que la otra persona entienda el significado en respuesta a un estímulo específico: las palabras que él o ella emplean" "El comunicador no puede emplear las mismas palabras para comunicar la misma idea a dos personas distintas. Cuando cambian los oyentes, deben cambiar las palabras. Es muy posible que tengan que sacrificar algunas de sus frases preferidas, o rechazar algunos de los detalles triviales o tal vez olvidarse de su vocabulario profesional o técnico para poder comunicarse como un oyente particular. Es obvio que cuando

⁴⁷ Ibid. p. 133.

mayor sea su vocabulario más probabilidades tendré de encontrar la palabra adecuada en el momento preciso para la persona indicada.⁴⁸

El boletín Institucional de la clínica 58 debió elaborarse por gente profesional que considerara los aspectos empáticos necesarios para lograr la comunicación y evitar aquellos que influyeran de manera negativa obstruyéndola. Este es el problema más grave que existe en las organizaciones, instituciones y empresas, pues no se ha dado a la comunicación y a los profesionales en el área, la importancia que requiere como parte necesaria y básica en éstas últimas.

"Quizá la mayor diferencia entre cómo funcionan las palabras en la comunicación oral y la escrita está en el resultado del significado que es transferido al hablar, tan sólo debido a que involucra organismos vivos que respiran y reaccionan. En la comunicación escrita se pierde parte del significado debido a la ausencia del comunicador."⁴⁹

Respecto al contenido de los mensajes el emisor - como menciona Hybels Weayer - cuando más sabe del oyente, más facilidad tendrá para seleccionar las palabras claves y precisas para emitir el mensaje, de tal manera que su efectividad sea más amplia. Deben conocerse previamente las necesidades comunicativas de los receptores para dar equilibrio entre lo que la Institución quiere informar y lo que el receptor desea saber. Hay que tener presente que el objetivo de un impreso a nivel institucional no es sólo suministrar información, debe utilizar ésta como medio para fomentar el interés y comprensión de los empleados hacia la situación y problemas de la institución.

En el caso del boletín "Excelencia", apliqué una encuesta al personal de la UMF 58 (50% de personal de ambos turnos por área: médicos, asistentes médicos, personal administrativo y trabajadores sociales) los cuales son

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Ibid. p. 134.

receptores del boletín y tienen diversos intereses comunicativos. Los resultados se reflejan en siete gráficas, la primera muestra el tipo de información que más interesa por áreas.

Contrariamente a lo que se pudiera pensar, los médicos prefieren información de tipo cultural y el personal administrativo de tipo médico, esto se muestra en la gráfica número 4.

Gráfica No. 4
"Información de Interés por sectores del IMSS"



Al hacer la descripción del boletín informativo, objeto de estudio de mi investigación, no me gustaría dejar de lado un aspecto importante que puede presentarse en algún momento del proceso comunicativo y que afecta la fidelidad del mensaje, me refiero a lo que en comunicación se llama Ruido o Rumor.

El ruido es la distorsión o pérdida de significado de un mensaje durante su transmisión y puede darse tanto en los canales formales como en los informales.

"En la comunicación masiva el ruido del canal incluye perturbaciones tan diversas como los ruidos parásitos en radiofonía, la tinta borroneada en el periódico, una pantalla no estabilizada en televisión o un tipo de letra demasiado pequeño en una revista. Como ruido de canal Emery agrega también todas las causas de distracción entre la fuente y el auditorio.

En la comunicación interpersonal, alguien que habla en un cuarto superponiéndose a otra conversación, una puerta que se cierra y otras causas semejantes de distracción pueden también considerarse ruido de canal ya que la distracción perjudica la transferencia informativa.⁶⁰

En el caso del boletín "Excelencia", objeto de mi investigación se da el ruido tanto en el texto como en la fotografía, ya que ésta última no tiene la suficiente nitidez y en la parte del texto se utilizan lo que en periodismo se llaman "balazos o ladrillos" de una manera muy particular cortando la nota, incluso después de un guión al final del renglón, aún antes de terminar una idea, con una tipografía algunas veces mayor que la utilizada en la cabeza, lo que me hace pensar que probablemente se manejen de esta forma los "balazos o ladrillos" para enfatizar; pero también lo considero como una arbitrariedad y un punto importante que puede provocar ruido por no usarse este recurso de una manera adecuada y profesional. Este hecho provoca ruido semántico al interpretar el mensaje de una manera equivocada.

Respecto al rumor, Reed Blake dice que generalmente éste es transmitido a través de canales informales y cuando la información de los canales formales u oficiales no es suficiente. En lo cual estoy totalmente de acuerdo; sin embargo, pienso que algunas veces el rumor puede manejarse a través de canales formales por así convenir a los intereses de determinada o determinadas personas.

Respecto a la interacción que se establece en las comunicaciones de la institución, la fuente pretende influir en la reacción del receptor y éste en la

⁶⁰ Blake, Reed... Op. cit. p. 14

reacción subsiguiente de la fuente, las reacciones de feedback aumentan la efectividad de la comunicación, pero en la comunicación, la empatía es un aspecto verdaderamente importante, ya que en muchas situaciones puede ser que de ésta dependa que la comunicación se pueda establecer.

Berlo dice que la empatía puede significar un valioso enfoque para la efectividad de la comunicación. En lo cual coincido, sin embargo considero que a nivel institucional, particularmente en la UMF 58 donde se difundió el boletín "Excelencia", no existe un departamento de comunicación donde se cuente con personal profesional en dicha área y se trabaje en la elaboración del órgano Informativo de una manera responsable tomando en cuenta estos aspectos, es decir, trabajando empáticamente, de tal manera que es necesario que por lo menos se consulte a profesionales en comunicación.

En el caso de "Excelencia", su elaboración y contenido se encuentra en manos básicamente de personal médico, dando la impresión de responder a intereses muy particulares.

En cuanto a los contenidos es necesario recordar que existen características sociales del receptor y que se deben considerar para la elaboración de estos, tales como: educación, ingreso, ocupación, religión, edad, sexo, etc. Las personas con características sociales semejantes muestran un comportamiento de comunicación similar. Y la fuente, en este caso los emisores de la información que se maneja en "Excelencia", deben considerar este punto ya que la población a la que va dirigido el boletín es heterogénea, incluso hay áreas tales como: administrativas y de asistencia médica con diferentes niveles de estudio, que va desde la secundaria hasta nivel profesional.

"Cuanto sea nuestra experiencia anterior, con un individuo determinado, tanto menor será nuestra capacidad de empatía con él."

*Cuando la comunicación anterior es mínima, la exactitud empática disminuye.*⁵¹

En este sentido, mientras no se tome de una manera seria a la comunicación y se encuentre ésta en manos de personal inadecuado o aficionados en esta área de las instituciones, no se podrán resolver los puntos que causan ruido en el proceso comunicativo al interior de ésta.

** Existen diferencias individuales entre las personas en cuanto a su capacidad para predecir la conducta y desarrollar expectativas exactas sobre los estados internos de los demás. Poco sabemos de las causas de estas diferencias individuales. Poseemos una evidencia adecuada de que una persona puede predecir la conducta mejor que otra. También es posible que una persona prevea mejor una conducta de cierta gente que de otra. Esta habilidad o sensibilidad influye en la exactitud empática. Cuando somos insensibles a la conducta de los demás la exactitud empática disminuye.*⁵²

En este sentido, es necesario que en la interacción comunicativa la persona que pretenda hacer las predicciones se encuentre motivada para hacerlo. Cuando el intento de entendimiento se da en ambas partes emisor-receptor al interactuar, podemos decir que hemos alcanzado la situación ideal para la comunicación.

⁵¹ Ibid.

⁵² Ibid.

4.2. Nombre del Boletín Institucional de la UMF No. 58

"Excelencia".- Grado eminente de perfección. Habría que ver si el nombre de la publicación tiene relación con la realidad de la institución ya que esto puede crear una actitud de rechazo por el receptor (trabajadores). Tomemos en cuenta que la palabra excelencia quiere decir mucho "no hay algo mejor" y en la UMF ni el boletín Informativo ni las relaciones humanas son excelentes, es más ni siquiera éstas son sanas. Es recomendable para la elección del nombre de las publicaciones institucionales, invitar a participar al personal, de tal manera que el nombre del impreso sea elegido por el mismo.

"La participación del personal en la elaboración de las publicaciones no sólo contribuirá a la mejora de estas, sino que sería además un medio de lograr un mayor acercamiento e identificación entre la organización y sus recursos humanos."...

... "El ser humano necesita sentirse capaz de crear algo, tener la oportunidad de sugerir y desarrollar cosas nuevas. Se debe de tratar de satisfacer esta necesidad propiciando la participación del personal, mediante sus sugerencias para la mejora institucional estimulando su habilidad creativa mediante incentivos, concursos, buzones de sugerencias, etcétera."⁵³

La palabra "excelencia" ha sido igual que otras (calidad, calidez, eficiencia y efectividad) muy usada en el IMSS por diversos funcionarios, tanto institucionales, como en algún momento el mismo presidente de la República, lo que hace que esa palabra se haya desgastado y no logre ser lo suficientemente convincente como nombre para la publicación institucional, ya que por lo mismo puede sonar demagógica.

⁵³ Ibidem. 35, 23.

*"Como ocurre en todas las demás cosas, las palabras y las frases se desgastan. Lo nuevo y lo inusitado retiene el interés de todo el mundo. ¿ no lo hemos sentido todos alguna vez ? Desde nuestros primeros años, cuando permanecíamos boquiabiertos fuera del circo anhelando ver las maravillas que había dentro, lo nuevo y lo inusitado han despertado nuestro interés."*⁵⁴

A nivel institucional existen palabras claves de connotaciones diversas, las cuales concentran contenidos lingüísticos específicos, como es el caso de "Excelencia", en este sentido, se retoma lo que plantea Casasús:

*"Algunos ítems representan en el fenómeno comunicacional el papel de operadores semánticos, que son algo así como "condensadores de significados". Son categorías de uso muy institucionalizadas en los medios masivos y de una enorme complejidad desde el punto de vista semántico, porque están asociados a campos muy complejos de significados sociales. Como ha demostrado Eliseo Verón, "terrorismo" es uno de los operadores semánticos claves para la sistematización de la violencia de masas."*⁵⁵

Por otro lado, no es conveniente que se manejen tantas modificaciones de nombre y tipografía del boletín de la UMF No. 58; ya que en los cuatro números presentó cambios (ver cuadro correspondiente) y esto provoca desconcierto y confusión en el receptor, dicho impreso pierde credibilidad; mostrando a su vez falta de planeación.

⁵⁴ F. Fraser, Bond. Introducción al periodismo. Limusa, 1979. P.P. 88, 89.

⁵⁵ Casasús, José, ... Op. cit. P.P. 100, 101.

"Modificaciones en el nombre del boletín"

Boletín	No. 1	No. 2	No. 3	No. 4
	02/05/83	02/07/83	02/09/83	Noviembre 83
Nombre	"Boletín Informativo Unidad de Medicina Familiar 58".	"Boletín Informativo H.G.Z. y Unidad de Medicina Familiar No. 58"	"Excelencia boletín informativo del H.G.Z. y UMF No. - 58"	"Excelencia" Boletín Informativo del HGZ y UMF No. 58

"La tipografía del contenido. Sólo con una adecuada distribución del material, se conseguirá dar un ritmo propio al número. Este concepto resulta en extremo importante, sobre todo porque se vincula con los de atención y participación. Si concentramos bloques de difícil asimilación en una parte de nuestra revista y bloques muy sencillos en otra, nuestro órgano evidentemente sufre de arritmia: se siente parchado y resulta poco atractivo para el lector."⁵⁶

La improvisación de publicaciones Internas como "Excelencia" provoca en poco tiempo la inexistencia de las mismas, ya que no se tiene claro el objetivo o éste no responde a intereses comunicativos que busquen contribuir al mejoramiento de las relaciones al Interior de la institución.

"Asimismo, en ocasiones un mismo medio es utilizado sin continuidad ni propósitos plenamente predeterminados, por ejemplo: el periódico de una empresa que en su número tiene una orientación y en el siguiente otra, se publica al azar lo posible y como sea, el medio es usado como fin, se usa por usarse."⁵⁷

⁵⁶ Fernández Collado, ... Op. cit. p. 159.

⁵⁷ Ibidem. p. 269.

En Instituciones o empresas u organizaciones grandes, es necesario la coordinación de todas las áreas de comunicación para el uso de los medios siguiendo una estrategia, en donde no se dispersen los esfuerzos de comunicación en la organización, se evite duplicar funciones, tanto a nivel local, como a nivel central evitando disminuir la credibilidad de los mensajes, la pérdida de recursos y las contradicciones.

En este sentido, es fundamental que el IMSS, tome el compromiso que aún no ha asumido y fortalezca y coordine una área de comunicación al interior de la Institución que resuelva las interacciones comunicativas de ésta. Hay que recordar que el IMSS es la institución de salud más importante de México; ya que absorbe alrededor del 65% de la población a nivel nacional.

4.3. Cabezas, Secciones y Ladrillos del Boletín "Excelencia"

Las cabezas de la información contenida en "Excelencia" (Ver cuadro de cabezas o secciones) principalmente los de la primera plana caen en lo institucionalizado; de tal manera que puede ser rechazada o provocar en el receptor disgusto, debido a que éste se enfrenta nuevamente a un tipo comunicativo vertical descendente.

"Excelencia" debió tomar en cuenta lo importante y determinante que son los títulos o encabezados de las noticias ya que éstos deben suscitar en el lector interés y atención sobre la información, forzándolo a desear más y por lo tanto leer la noticia.

"El discurso periodístico de los títulos suele ser como un rótulo luminoso que pretende despertarnos la curiosidad y atraernos a la

fascinación del espectáculo informativo. De ese guiño, pretenciosamente seductor, dependerá que el cliente de la información siga o no leyendo.⁵⁸

"Cuadro de Cabezas en el boletín"

Cabezas	Boletín No. 1 02/05/83	Boletín No. 2 02/07/83	Boletín No. 3 02/09/83	Boletín No. 4 Noviembre/83
7 y 9 (Respectivamente)	<ul style="list-style-type: none"> - Modernización del modelo de atención a la salud en el IMSS. - Aprovechar los aspectos positivos del actual modelo de atención. - Felicidades por el 6 de abril. - 50 aniversario del IMSS. - 18 años de la UMF 58. - El programa de planificación familiar. - Fundadores del HGZ y U.M.F. 58 (sin texto, sólo fotografías) 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentando la comunicación. - El cuidado de la salud debe empezar con uno mismo. - La actitud un paso hacia la calidad. - Sociales. - ¿Cuánto sabe usted? - Reflexión. - XVIII aniversario de la UMF No. 58. 	<ul style="list-style-type: none"> - Automatización de los servicios mediante el uso de computadoras. - "50 años cumpliendo". - 35 años de fructifera labor. - ¿Cuánto sabe usted? - Qué es el trabajo. - Sociales. - Está temblando! 	<ul style="list-style-type: none"> - La actualización médica. - La juventud. - Breviario de la salud reproductiva. - Entrevista al Lic. Germán Ugalde Figueroa. - Socioculturales. - Tips, tips y algo más. - ¿Cuánto sabe usted? - La flora medicinal mexicana ocupa el quinto lugar a nivel mundial. - La supervisión

"Excelencia" debió encabezar o titular su información con mucho cuidado, pues el modo en que se maneje este aspecto en la información, será la forma en que se invite al lector a acercarse a la misma; de tal manera que el titular va a ser determinante para que la información logre el objetivo para el que fue creada (informar).

"Los titulares forman el primer nivel informativo y de ellos depende, entre otros aspectos, que los lectores sigan o no leyendo, tanto el periódico como las noticias. Aún conviniendo que un titular siempre debe guardar fidelidad al cuerpo noticioso que acompaña, jamás debe olvidarse su garrá, porque 'un buen título hace leer el artículo.'" (Floría, 1975: 27)E.3".⁵⁹

⁵⁸ Gómez Mopart, Josep Lluís. Los titulares en prensa, Mitre, 1982. p. 7.

⁵⁹ *Ibidem*. P.P. 9, 10

El boletín informativo, requiere de personal que reconozca lo importante que son los titulares, que se comprometa con el impreso. Muchas veces una información es aceptada o rechazada por la forma en que se diga. Se puede decir lo mismo siempre en forma nueva.

*"La práctica periodística, demuestra que la titulación no es tarea fácil ni sencilla y que aquellos periódicos que descuidan este fundamental sistema de comunicación, suelen acabar siendo de lectura monótona y aburrida, así como de mediocre calidad y demostrativos de aficionados, pese a que las informaciones sean interesantes y estén bien escritas."*⁶⁰

Cuando me refiero a las cabezas de "Excelencia" y digo que caen en lo muy institucionalizado y que esto pueda provocar que el impreso no sea aceptado, me apoyo en la siguiente cita de F. Fraser Bond con la cual coincido:

*"Puede juzgarse a un periódico, con bastante exactitud, por sus encabezados. Si lo que persigue es divertir y asombrar a sus lectores, antes que ninguna otra cosa, e informar después, sus encabezados harán gala de un repertorio inmenso de palabras enigmáticas."*⁶¹

El boletín "Excelencia" nunca presentó un perfil definido, mostró arritmia en muchos aspectos; desde la tipografía en el nombre (diferente) de los cuatro números utilizados en esta investigación, secciones indefinidas, mezclas tipográficas desordenadas, (lo que provoca confusión en la lectura) mal uso de los subtítulos y "ladrillos" o intertítulos, falta de nitidez en la fotografía, etc.

⁶⁰ Ibidem. P.P. 30, 31.

⁶¹ F. Fraser Bond, Op. cit. p. 214.

*"Los periódicos conservadores tienen como meta el decoro y la armonía, en tanto que los sensacionalistas recurren a una mezcla, al parecer desordenada, de noticias y títulos, para atraer por algún lado la atención del lector. La formación ordenada, como su nombre lo indica, lo que se obtiene es un arreglo metódico de noticias y de ilustraciones, un diseño simétrico y armonía entre los distintos tipos que se emplean."*⁶²

Actualmente, debido a que la vida es dinámica, incluso en la institución para la que trabajamos, leemos muy de prisa la información impresa e incluso en muchas ocasiones, sólo leemos los titulares, por ello deben de ser elaborados por personas preparadas que busquen informar y atraer al lector, pero sin caer en lo sensacionalista.

*"Aunque su trabajo es anónimo, el corrector de originales, cuando compone un buen titular o encabezado, ingresa a las filas de los artistas creadores. Sabe que el encabezado debe satisfacer dos requisitos : atraer la atención hacia la noticia y anunciar los hechos principales de la misma."*⁶³

Respecto a los "ladrillos" o intertítulos de la información manejada por el boletín "Excelencia", éstos fueron utilizados de manera arbitraria ya que se insertaron en la nota, incluso inmediatamente después de un guión al final del renglón, cortando el párrafo, con tipografía aún mayor de la del titular (primera página del número dos y tres, en el cuarto no se maneja) y en el número uno, reemplazando palabras del titular (Modelos de atención).

⁶² Ibidem. P.P. 217, 219

⁶³ Ibidem. P. P. 212, 213

"Los ladrillos o intertítulos sirven para aligerar la lectura y para atraer la atención de algún nuevo dato. Van entre los párrafos de la noticia, en un cuerpo mayor o distinto de letra que los de la información. Es conveniente que sean cortos (dos o tres palabras) y que no repitan palabras que aparezcan en el título."⁶⁴

Por otra parte, en el boletín "Excelencia" número dos, en la nota que lleva como titular "Fomentando la Comunicación", en la entrada o primer párrafo, el colaborador inició (como parte de la información) agradeciendo al director de la UMF 58 (y editor de "Excelencia") la oportunidad brindada para participar, lo cual no es conveniente; ya que hay que recordar que la entrada de la nota es la esencia de la misma.

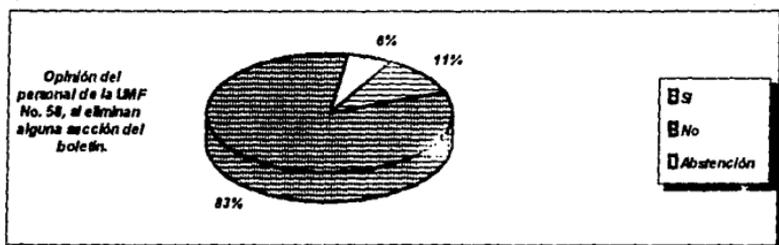
"El lead (párrafo inicial donde se expresa lo principal) es la puerta de la noticia, por él decide el lector seguir leyendo."⁶⁵

Por lo expuesto, es evidente que el boletín "Excelencia" no fue excelente y por lo tanto pudo mejorarse; no obstante, al ser sometido a encuesta por sus receptores (personal de la UMF 58) al cuestionarlos sobre si eliminarían alguna sección del boletín, sólo el once por ciento contestó afirmativamente, el 83% negativamente y el 6% se abstuvo. Esto se muestra claramente en la siguiente gráfica:

⁶⁴ Gómez Mopart, ... Op. cit. p. 29.

⁶⁵ Ibidem. P.P. 10, 11.

Gráfica No. 5



Sin embargo considero que esta respuesta pudo haberse dado debido a que en la encuesta (ver apéndice, pregunta cuatro) se plantea la pregunta tanto de manera cerrada como abierta y para algunas personas es "mejor" aceptar lo ya impuesto o hecho que transformarlo. (Aceptar o cambiar el boletín "Excelencia")

"En el medio mexicano, por lo general el personal se muestra apático a sugerir y criticar por otro medio que no sean los simples rumores o comentarios entre amigos."⁶⁶

⁶⁶ Ríos Szalay, ... Op. cit. p. 34.

"Esa indiferencia y falta de iniciativa del personal (misma que podemos notar en otras muchas actividades de nuestra sociedad) es resultado, en gran parte, de todo el sistema educativo tradicional, tanto a nivel escolar como extracolegial, que ha prevalecido en nuestro medio hasta la actualidad, basado en una posición demasiado pasiva por parte de los educandos."

Jorge Ríos Szalay

El boletín institucional "Excelencia" mostró un interés básicamente con inclinación hacia lo que la institución o emisor quiere que su público lea, esto se ve incluso al leer únicamente los titulares. El emisor debe tomar en cuenta y tener siempre presente al receptor, seleccionar elementos del código que habrán de llamarle la atención y estructurar estos elementos con el fin de reducir al mínimo el esfuerzo exigido para decodificar e interpretar el mensaje. Como emisores o fuentes:

*"Elegimos un contenido que habrá de resultar convincente para el receptor y pertinente a sus intereses y necesidades. Por lo general, tratamos el mensaje para obtener el máximo efecto posible a fin de lograr nuestro propósito."*⁶⁷

4.4. La Fotografía de "Excelencia"

En la fotografía de "Excelencia" lo primero que se percibe es que carece de nitidez, lo cual indica que hay poco conocimiento en la materia, o bien, que hay deficiencias en la impresión. Cualquiera que sea el caso debió corregirse ya que eso dificulta su lectura.

"Excelencia" muestra (con muy poca nitidez) la fotografía de mayor o menor tamaño de funcionarios delegacionales del IMSS, en el extremo superior derecho de la primera plana de los cuatro primeros números utilizados para este trabajo, esto muestra un gran interés en destacar el trabajo o la actividad de dichos funcionarios.

⁶⁷ K. Berio, David, ... Op. cit. P.P. 48, 49.

*"Los estudios de legibilidad y de particularidades para captar la atención del lector en prensa - aspectos estos que la publicidad no descuida, de aquí que los precios varíen en función de su lugar de publicación - señalan como zonas preferentes las siguientes: de las dos páginas la impar, y, dentro de la página, el cuadrante superior izquierdo - en caso de página par - el cuadrante superior derecho - en caso de la página impar."*⁶⁸

Las imágenes como formas de comunicación tienen antecedentes desde la era primitiva cuando el hombre a través de estas se comunicaba y se relacionaba con sus semejantes para lograr objetivos comunes.

*"El periodismo empezó con ilustraciones. Cientos de siglos antes de la historia, el hombre primitivo, con trazos y pinturas en los muros de las cavernas, hizo el relato de su tiempo. Si visitamos las cuevas de Lascaux, en Francia, recientemente descubiertas, podremos ver estos reportajes gráficos - la narración de sus cacerías, sus combates, los animales que perseguían, los vestidos que usaban, las armas de que disponían, etc.- Con graffias se hizo el primer lenguaje escrito, y es desde ahí que se deriva el alfabeto que ahora empleamos, ya desarrollado."*⁶⁹

"Excelencia" debió tomar en cuenta la importancia que tiene la fotografía, principalmente la que manejó en la primera plana, debido a que en los cuatro números del boletín imprimió una de algún funcionario de la institución y no de manera ingenua.

Como lo sostiene Poloniato:

*"Jamás se encuentra una imagen literal en estado puro."*⁷⁰

⁶⁸ Gómez Mopart,... Op. cit. p. 32.

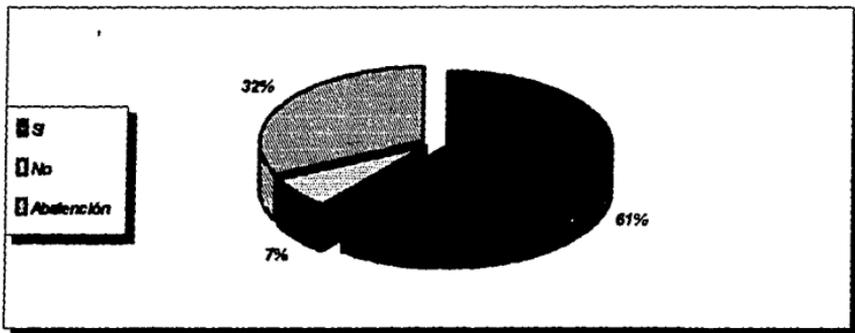
⁶⁹ F. Fraser, Bond,... Op. cit. p. 319.

⁷⁰ Poloniato Musumeci, Alicia. Taller de análisis de mensajes, ILCE, 2a. Ed. p. 96.

*"La idea fija de la primera plana es algo que se ha apoderado de los periódicos y de los lectores. Del lado del lector, consiste en la creencia falsa de que todo lo que necesita leer es la primera plana, para estar bien informado. Desde el punto de vista del periódico, el efecto nocivo de tal creencia es aún más penetrante, porque conduce no sólo a conceder demasiada importancia y a exagerar las noticias, en el caso de los periódicos menos serios, sino a escribirlas de manera sensacionalista."*⁷¹

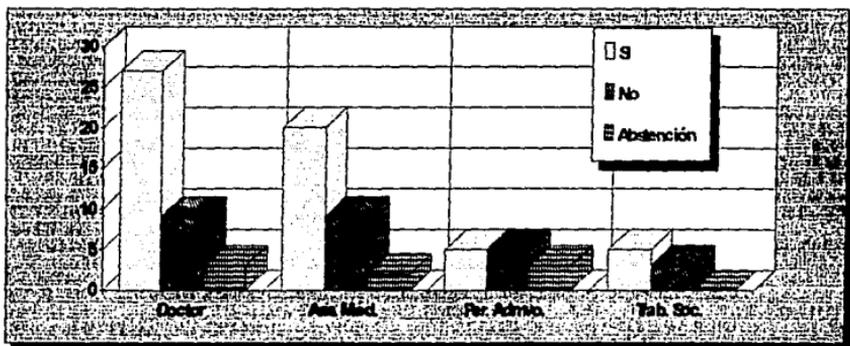
Algunas de las fotografías de "Excelencia" carecen de pie de foto y nitidez, lo que provoca dificultad para su lectura. En la encuesta realizada al personal del IMSS; receptor de "Excelencia", pude comprobar que alrededor de una tercera parte de los encuestados no les agradó la fotografía de dicho impreso (pregunta y respuesta cerrada) lo cual indica que debió mejorarse. A continuación se muestra la siguiente gráfica con la opinión de los trabajadores de la UMF No. 58 respecto a la fotografía del boletín.

Gráfica No. 6



⁷¹ F. Fraser, Bond, ... Op. cit. P. P. 221, 222.

En estas gráficas se muestran los resultados por sectores:



"El 'texto' es el término genérico para todo el material escrito que acompaña a un grabado, tanto el título como la descripción, 'encabezado' o simplemente 'cabeza' es la designación específica del 'texto' que debe ir arriba del grabado. El término 'pie' se refiere al 'texto' más detallado que debe publicarse abajo del grabado. Un buen director gráfico evade la molestia en la cuestión de poner encabezados y pies a los grabados."⁷²

Una imagen visual comunica por sí misma y debe ponerse mucha atención en los medios impresos, antes que todo debe ser nítida y atractiva para el lector y no pensar que debe funcionar para llenar espacios.

"De nuevo vivimos en una era gráfica. Encontramos ilustraciones en diarios, revistas, libros - muchos de ellos compuestos sólo de ilustraciones - en las películas, y en la televisión. Cada día aumenta el

⁷² F. Fraser, Bond, ... Op. cit. P.P. 326-328.

efecto que producen en nuestra cultura, pues los psicólogos nos dicen que la huella de una ilustración en la subconsciencia es más perdurable que la que deja la palabra impresa."...

... " El acentuado interés que existe en nuestros días por el periodismo gráfico sobresale como uno de los fenómenos del siglo XX. La información gráfica de las noticias sobresale como una de las tendencias características del periodismo de nuestros días. Los diarios grandes y pequeños de la nación, han descubierto la atracción que sobre los lectores ejercen las fotografías interesantes. " ⁷³

"Excelencia" es un impreso institucional que necesita reconocer que la lectura de las fotografías (nítidas) atrae a los lectores y satisface la curiosidad de los mismos, por el aspecto de la persona, lugar o cosa que se muestra en las mismas.

"Ha aparecido un alfabetismo visual sin precedentes, por el cual la gente lee las ilustraciones como no lo había hecho por cientos de años, dejando a las palabras la obligación de transmitir las ideas abstractas que no pueden comunicarse por formas gráficas, porque así como el oído se ha desarrollado y refinado, gracias a la radio y al fonógrafo, hasta el punto de que la música clásica se ha vuelto un lugar común en todos los ámbitos de la vida, así la vista se ensanchará y ejercitará en los años subsecuentes. " ⁷⁴

La fotografía de "Excelencia", así como los demás contenidos, deben estar en armonía con los gustos y necesidades de los receptores y, reitero, la importancia del estudio y evaluación permanente del público al que se dirige la

⁷³ Ibidem. p. 319, 327.

⁷⁴ Ibidem. p. 338.

información ya que éstos evitarán caer en el error de emitir contenidos que no logren la satisfacción de su público (receptores trabajadores de la UMF 58).

*"Todas las publicaciones que circulan mucho, dependen del apoyo de hombres y mujeres ordinarios y de estimular los intereses de personas ordinarias. Saben que las notas locales interesan más que las extranjeras, que la información gráfica es una buena carta."*⁷⁵

Cuando digo que ninguna imagen se presenta de manera ingenua en un Impreso, es porque existe la influencia de la persona que la emite y le da sentido, es por ello que coincido con Barthes cuando dice que hay un mensaje que resulta de la manera como el emisor da a "leer" la imagen y que significa muy a menudo, una cosa distinta a la que realmente representa la imagen. Esto quiere decir que el texto que acompaña la imagen envuelve a la misma con una significación que desborda su contenido real. Según Barthes, en toda imagen hay tres mensajes: el lingüístico (el del texto y/o título), el icono codificado (que es la interpretación personal) y el icono no-codificado (que es el contenido analógico).⁷⁶

Respecto a la fotografía de la primera página de los cuatro números, ésta funciona en "Excelencia" como operador semántico debido a que en todos los números aparece la fotografía de un funcionario, lo cual le da un sentido "Institucional demagógico" al Impreso.

*"En el análisis de contenido debe atenderse a los ítems (palabras, fotos, etc.), a los operadores semánticos, los significados condensados en determinados términos o en determinadas imágenes."*⁷⁷

⁷⁵ Ibidem. p. 87.

⁷⁶ Casasús, José, ... Op. cit. p. 41.

⁷⁷ Ibidem. p. 101.

4.5. Directorio de "Excelencia"

Es preciso reconocer que el boletín institucional "Excelencia", estuvo básicamente elaborado por personal no profesional en el área de comunicación (médicos) lo cual se reflejó en los titulares, contenidos, formato, distribución, cambios de nombre, etc., de la publicación. Esto hace pensar que la dirección editorial de "Excelencia" ignoró que requería de personas especializadas. Y reitero, no se puede menospreciar el trabajo del especialista en comunicación pensando que su actividad la puede desarrollar cualquier persona. Es como permitir a alguien que tenga algunos conocimientos de medicina operar o dar consulta.

*"El buen director de una publicación institucional, emplea en ella los mismos conocimientos que atraen al lector e influyen en él, empleados por los periódicos y las revistas de circulación general, una buena preparación, un buen reportaje, buena redacción, buenas ilustraciones y buen diseño."*⁷⁸

"Excelencia", debido a los contenidos que ofreció a su receptor y a la forma en que los trató, se apreció que devaluaba a su público, ya que la manera en que los presentó refleja lo que pensaba de éste.

"Todo proceso de comunicación implica una calificación y una autocalificación. El emisor (situándonos en este polo del proceso) evalúa al receptor y se evalúa así mismo, y de acuerdo con ello, estructura el mensaje. Si de esa evaluación el receptor es considerado un ser inferior, el mensaje, tanto por su calidad formal y material, reflejará ese

⁷⁸ F. Fraser, Bond,... Op. cit. P.P. 249, 250.

menosprecio del emisor. Ocurrirá algo muy distinto si de la evaluación se desprende que el receptor es un igual o un superior.⁷⁹

El directorio en los cuatro números de "Excelencia" mostró que la oportunidad de participar en la elaboración del Impreso era de un grupo prácticamente cerrado y en su mayoría formado por médicos; lo cual influye para intuir la intencionalidad del Impreso, de manera que ésta no tuvo que ver específicamente con un interés comunicativo institucional profesional; sino más bien con la búsqueda de una "proyección o lucimiento" de determinadas personas a través del boletín.

"Dado que en todo acto de comunicación, del lado del emisor, hay siempre una determinada intención, llamamos al papel que cumple el emisor en el proceso, función de intencionalidad. En términos generales, podemos afirmar, que no hay ningún mensaje inocente, que todos son intencionales."⁸⁰

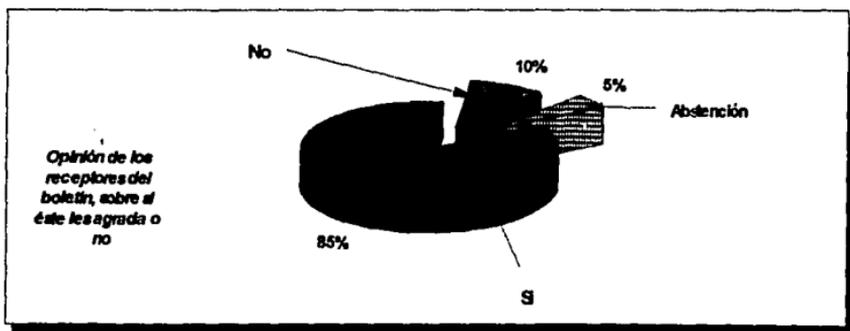
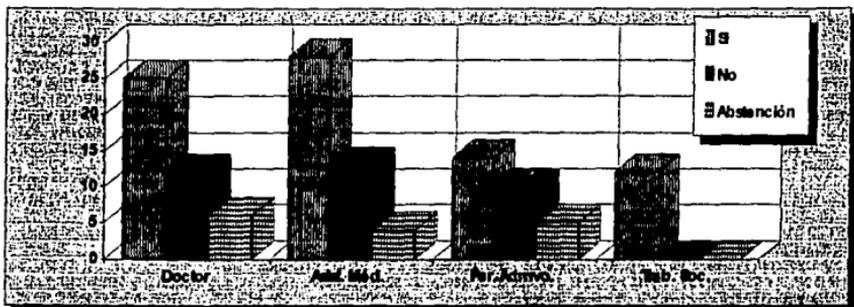
4.6. Formato de "Excelencia"

El formato de "Excelencia" se conservó en los cuatro números (carta), resultando muy simple y poco atractivo (Ver apéndice), sin embargo, en la encuesta aplicada a los receptores del boletín en su mayoría (85%) les agradó principalmente entre el sector de asistentes médicos y médicos, tal como lo muestra la siguiente gráfica.

⁷⁹ Poloiato Musumeci, ... Op. cit. p. 35.

⁸⁰ Ibidem. p. 35.

Grafica No. 7



"Los periódicos, al igual que las personas cuidan mucho su buena apariencia. Es cierto que aunque la mona se vista de seda, mona se queda, pero aún así, le ayuda a estar bien vestida. Los diversos tipos y la forma en que se les arregla no bastan para hacer un buen periódico, pero suelen revelar la calidad del contenido."...

...“Los redactores pueden satisfacer el deseo del lector, de cambio constante, variando la forma de su material, al volverlo continuamente atractivo a la vista. Sabrán su oficio si toman en cuenta el elemento del atractivo visual.”⁸¹

Hay que considerar que el primer contacto que se tiene con un impreso, es visual, y el emisor debe tener siempre esto muy presente, ya que todos los aspectos deben estar perfectamente bien cuidados - desde el formato, hasta la forma de distribución - para evitar en lo posible pérdida de recursos y lograr el objetivo de ser leído.

“Los redactores de anuncios se preocupan mucho del atractivo visual. Por medio del empleo de tipos diferentes y de tintas de diversos colores, espaciando y arreglando con mucho cuidado su mensaje, atraen un número suficiente de lectores para que valga la pena el gasto de una suma considerable que represente la publicación.”⁸²

⁸¹ F. Fraser, Bond,... Op. cit. P.P. 219, 220 y 92, 93.

⁸² Ibidem. p. 93.

Conclusiones

En esta parte de la investigación, más que conclusiones, trataré de proponer algunas líneas que sirvan para la reflexión y análisis de aquellos puntos que podrían contribuir a la búsqueda de alternativas viables para la implementación de canales de comunicación coherentes, sistemáticos y profesionales para garantizar una información que recupere lo positivo de las experiencias y la opinión de aquellos a quienes está dirigida.

Debe considerarse para el análisis el contexto que sirve de marco a cualquier reflexión comunicativa, en virtud de que se asiste a un período de grandes transformaciones tecnológicas que obligan al comunicador a la utilización de las mismas, es decir, garantizar canales de comunicación con un alto grado de profesionalismo y para ello requiere de una formación permanente que le permita acceder al conocimiento de las nuevas tecnologías.

La comunicación institucional, actualmente requiere de particular atención en el sentido que he señalado. Las empresas e instituciones requieren reestructurar y modernizar la función comunicativa.

Para este fin, se hace necesario la creación de una área o departamento que se responsabilice de crear la infraestructura necesaria para la elaboración de un boletín informativo que responda profesionalmente a las expectativas de sus receptores.

En este mismo sentido, se requiere explorar otras alternativas de comunicación que garanticen atender la comunicación institucional, considerando los distintos niveles socioeconómicos de los destinatarios, sugiero para tal efecto

la elaboración de video-cassettes sobre temas que refuercen el compromiso institucional del personal al servicio del IMSS.

Por otro lado, es importante la conformación de un equipo de profesionales de la comunicación altamente capacitados en el manejo de las nuevas tecnologías y en conocimientos sobre la función social que cumple la comunicación en un espacio de atención a amplios sectores de la sociedad.

En virtud de lo anterior, propongo la elaboración de proyectos de trabajo a corto, mediano y largo plazo, fundamentados en las relaciones de comunicación multidireccionales que deben darse al interior, con el objeto de que el equipo de profesionales pueda recuperar la experiencia cotidiana de las diversas áreas operativas, en la medida que entiendo a la comunicación como un proceso vivo y dinámico que requiere de la retroalimentación permanente.

Algo que se debe reconocer de "Excelencia", es que fue un esfuerzo que intentó ocupar un vacío informativo y estableció un canal de comunicación entre las distintas áreas de la institución, sin embargo, fue un intento que tuvo sus límites en la improvisación, la ausencia de conocimientos profesionales en esta área, así como de equipo e infraestructura y de un proyecto de corto, mediano y largo plazo. Pero el problema fundamental fue que el proyecto original (si es que existió) no tenía como fin el fortalecimiento institucional en el ámbito comunicativo, por tal motivo creo que es necesario darle un giro institucional al quehacer comunicativo a partir de la implementación de las medidas antes mencionadas.

Es importante determinar un conjunto de procedimientos institucionales que permitan realizar una evaluación permanente y periódica de los objetivos planteados en los planes y programas de corto, mediano y largo plazo de los proyectos de comunicación que se implementen por el departamento de comunicación, con el objeto de cancelar aquellos que no cumplan con los objetivos estratégicos y así tener la oportunidad de proponer otras alternativas de comunicación o perfeccionar las ya existentes.

El IMSS desde su logotipo, muestra una posición proteccionista-maternalista, la nación haciéndose responsable de la salud de la sociedad. De igual manera, en materia de comunicación, pretende una relación unilateral sin reconocer que la comunicación es un proceso que implica una retroalimentación a través de la relación Emisor-Receptor y estos necesitan un motivo en común que permita esa relación. En este sentido, propongo un cambio de actitud en las instancias institucionales que permitan la participación de otros actores hasta hoy marginados del proceso comunicativo, es decir, los trabajadores.

En los procesos de comunicación las relaciones Emisor-Receptor, implican la importancia de los mismos pues esto conlleva el cambio de roles; así, si el IMSS se ubica de manera permanente como emisor, es obvio que obstruye el proceso y no se logra la comunicación.

Para que se logre la comunicación eficaz, el IMSS requiere además de un boletín informativo, otros instrumentos que aseguren llegar a todo el personal, independientemente de que éste sea heterogéneo. Obviamente el boletín es uno de tantos y éste no resuelve por sí solo los problemas comunicativos al interior.

El IMSS debe mostrar interés por el personal a través de diversos instrumentos de comunicación. El trabajo comunicativo al interior de las clínicas y hospitales es fundamental y debe realizarse de manera permanente, el error del IMSS es que ha menospreciado el trabajo profesional en esta área y ha tenido que pagar las consecuencias, esto se refleja en la relación trabajador-enfermo en la que hay una predisposición al enfrentamiento de manera constante y como consecuencia afecta la imagen institucional.

La inversión de recursos en materia de comunicación al interior de la UMF 58, tendría necesariamente repercusiones positivas, la comunicación es un fenómeno social vital e inherente a las relaciones humanas, por lo tanto, las instituciones necesitan trabajar en programas de planeación de manera seria y responsable. El IMSS al igual que instituciones similares tiene que reconocer que la intervención que haga en materia de comunicación será mínima comparada con los resultados obtenidos gracias a ésta.

"Excelencia", boletín institucional de la UMF 58 del IMSS, muestra deficiencias importantes, debido a que no hubo una planeación y fue elaborado básicamente por médicos aficionados con algunos conocimientos en la materia; esto demuestra que los productos comunicativos deben de hacerse por comunicólogos; así como la medicina, por médicos. Se requiere de una reestructuración a fondo del mencionado boletín.

Glosario

Analogía.- f. (del gr. analogía, proporción, relación). Similitud (Sinón. Semejanza, parecido, conformidad, afinidad. V. tv. relación)

Analógico.- Perteneciente o relativo a la analogía.

Armonía.- Proporción y correspondencia de las partes de un todo.

Arritmia.- Irregularidad del ritmo.

Boletín.- Publicación destinada a tratar de asuntos científicos, históricos, artísticos o literarios, generalmente editada por una corporación, institución o empresa.

Cabeza.- Encabezado o titular.

Calidez.- Cualidad de cálido.

Cálido.- Que demuestra aprobación o afecto. Que da calor. (Sinónimo: AFECTUOSO, CALUROSO, AMABLE, CORDIAL)

Calidad.- Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla en relación con las restantes de su especie. / Que goza de estimación general o de prestigio social. / Conjunto de cualidades que constituyen la manera de ser de una persona o cosa. / Superior en su línea, categoría.

Catálisis.- Acción que ejercen ciertos cuerpos en las reacciones químicas de otros sin sufrir ellos mismos modificación. f. (del gr. katalusis, disolución)

Catalizador.- m. Cuerpo que provoca la catálisis.

Códigos.- m. Conjunto de reglas y normas que rigen el funcionamiento del lenguaje. Conjunto de conocimientos que poseen en común emisor y receptor, gracias al cual el mensaje puede ser producido, transmitido y correctamente interpretado.

Comunicación.- f. Transmisión de un mensaje (Información) entre un emisor (fuente) y un receptor (destinatario) mediante un código común y a través de un canal (Despacho, Información, Cadena, Medios de Comunicación).

Comunicación Institucional.- Sistema coordinado entre la Institución y sus públicos que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional.

Comunicación Interna. - Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Comunicación Organizacional.- Es el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes.

Condensación.- Reducción de una nota sin omitir lo fundamental.
(Concentración)

Crédito.- Mención de la procedencia de una información o de un grabado.

Decodificar.- Volver a su forma originaria un mensaje que había sido codificado; es decir, descifrar un mensaje mediante el correspondiente código.

Demagogia.- Política que alaga las pasiones de la plebe.

Diálogo.- m. (del gr. día, con y logos, discurso) Conversación entre varias personas. / En comunicación, es la información manejada en el nivel Intrapersonal e Interpersonal.

Difusión .- f. Acción y efecto de difundir (Medio, Órgano de difusión; Oficina de justificación de la difusión.) Alcance del medio Informativo. Penetración de una publicación en la zona geográfica en la que se vende y se lee. Acción de poner una publicación periódica a disposición del público, por un método cualquiera. Cantidad de ejemplares de un número o de una edición de una publicación distribuidos entre el público.

Eficaz.- adj. (lat. efficax). Activo, que produce efecto.

Eficiencia.- f. Virtud para lograr algo. Mex. Relación existente entre el trabajo desarrollado, el tiempo invertido en la inversión realizada en hacer algo y el resultado logrado, productividad: se tiene una eficiencia por obrero de un coche por día.

Efigie.- f. (lat. effigies). Representación o Imagen de una persona. / Imagen representada por una moneda o medalla (Sinón V. Retrato.)

El vocablo ("holismo" "todo" "entero" completo) ha sido empleado para designar un modo de considerar cierta realidad - y a veces todas las realidades en cuanto tales - primariamente como totalidades o "todos" y secundariamente como compuestas de ciertos elementos o miembros.

Emisor(ra).- s. Que emite .Sujeto que emite un mensaje. Profesional (redactor, reportero, etc.), grupo (una redacción) u organización (editorial, empresa periodística, emisora, etc.) dedicada a la comunicación social. (De él parten las señales, que, debidamente codificadas, pueden transmitirse a distancia por medio de un canal.)

Empatía.- Es "ponerse en los zapatos del otro". Es un valioso enfoque para la efectividad de la comunicación. Cuando los intentos empáticos son recíprocos, al interactuar, hemos alcanzado la situación ideal de comunicación.

Empatía.- f. Capacidad del individuo para comprender las emociones ajenas a través de un proceso de identificación con el otro.

Encodificar.- En comunicación significa utilizar y seleccionar un lenguaje específico a partir de la experiencia personal para emitir un mensaje

Enfermedad.- f. (lat. infirmitas) Alteración de la salud.

Enfermo.- adj. y s. (lat. infirmus). Que padece enfermedad.

Excelencia.- f. Grado eminente de perfección. "No hay algo mejor"

Firma.- Nombre del autor de un artículo que precede al mismo.

Flash.- (Relámpago). Mensaje transmitido por teletipo, en que se informa en unas cuantas palabras acerca de un acontecimiento importante que acaba de suceder.

Fonógrafo.- m. (del gr. phone, voz, y grapheln, escribir) Aparato que permite registrar y reproducir los sonidos.

Formación.- Arreglo de las palabras del periódico en la sala de composición o formación.

Formato.- m. Tamaño de un impreso.

Fuente.- f. Emisor, origen de una información. Oficina o persona que facilita noticias destinadas a su difusión por los medios de comunicación. Lugar donde procede un grupo de mensajes. / INSTITUCIONAL. Gabinete u oficina de

prensa o de relaciones públicas de una institución sea pública o privada. / OFICIAL. La que se expresa en nombre del gobierno o sus instituciones.

Grafías.- f. Sistema de escritura, empleo de signos determinados para expresar las ideas.

Holismo.- Tendencia de los historicistas a sostener que el organismo social, como el biológico, es algo más que la simple suma total de las relaciones existentes entre los miembros.

Ilustración.- Grabado.

Imagen.- f. Figura, representación de una persona o cosa. / Descripción muy real de algo. / Metáfora, símil.

Información.- f. Acción o efecto de informar o informarse. Conjunto de noticias, comunicados, informes, o datos necesarios para algo o que interesan a alguien. Anuncio o primer relato de un acontecimiento social, nuevo, circunstanciado y de naturaleza tal, que interese al público.

Institución.- Según Fishter es "una estructura relativamente de pautas, roles y relaciones que las personas realizan según determinadas formas sancionadas y unificadas con objeto de satisfacer necesidades sociales básicas". / (Ma. Luisa Muriel-Gilda Rota) "es un sistema que forma parte de un sistema mayor o suprasistema, el cual constituye su ambiente político, económico y social específico. A su vez el suprasistema está contenido en un macrosistema representado por la sociedad en general".

Interacción.- f. Influencia recíproca.

Intercomunicación.- f - Comunicación recíproca.

Ítem.- Cada uno de los elementos de que consta un conjunto de informaciones procesadas. Colección de caracteres tratados como una unidad lógica de información en un programa.

Lenguaje.- m. Facultad que posee el hombre de comunicarse con los demás hombres mediante sonidos articulados. Es la unión de la lengua más el habla, de las realizaciones abstractas sistemáticas con la realización social del sistema. / Conjunto de señales que dan a entender algo. Manera de expresarse calificada de algún modo: sencillo, culto, vulgar, común.

Literal.- adj. Conforme a la letra; sentido literal de un texto. Dícese de la traducción en que se respeta a la letra el original.

Mensaje.- m. Noticia o comunicación importante que envía una persona a otra. Comunicación dirigida de modo solemne a muchas personas. Sentido profundo transmitido por una obra intelectual o estética.

Negras.- Tipo pesado y oscuro.

Opinión Pública.- Sentir en que coincide la generalidad de las personas acerca de un asunto.

Perceptor.- adj. y s. Que percibe o recoge.

Periódico.- Publicación periódica. Que se produce al cabo de períodos determinados. Que sale en época fija.

Pie.- Descripción de todo material gráfico, en la parte inferior del mismo.

Publicación.- f. Acción y efecto de publicar una obra (SINON. aparición, difusión, divulgación, lanzamiento, revelación.)

Público.- Conjunto de personas que participan de las mismas aficiones o concurren a determinado lugar.

Punto.- Medida fundamental de imprenta, que equivale a 72°. de pulgada.

Receptor.- adj. y s. Que recepta o recibe en el proceso de comunicación.

Sujeto que en el proceso de comunicación recibe el mensaje lanzado por el emisor.

Relaciones Públicas.- Actividades de toda industria, unión, corporación, profesión, gobierno u otra organización cualquiera, para la creación y mantenimiento de relaciones sanas y productivas, con ciertos sectores determinados de públicos, tales como clientes, empleados o accionistas, y con el público en general, a fin de adaptarse al medio de éstos y justificar su existencia ante la sociedad. (El Webster New International Dictionary). / Las relaciones públicas son el principio, en el conjunto de medios utilizados por las empresas a fin de crear un clima de confianza en su personal, en los medios con los cuales tiene relación, y generalmente en el público, con vistas a sostener su actividad y favorecer su desarrollo. Al final, son el conjunto armonioso de las relaciones sociales nacidas de la actividad económica en un clima de lealtad y de verdad. (M. Louis Salleron). / Función administrativa que evalúa la actitud del público, identifica la política y los procedimientos de un individuo o de una organización con el interés público, y lleva al cabo un programa de acción destinado a atraerse la comprensión y la aceptación del público. (Public Relations News). / Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización, y entre la organización y los demás sectores de opinión pública, o "públicos", tales como proveedores, clientes, inversionistas, gobierno y público en general, a fin de proyectar ante ellos una imagen favorable de la organización que contribuye al alcance de los objetivos de ésta. (Ríos Szalay Jorge).

Relleno.- Notas pequeñas y de interés secundario, empleadas para rellenar huecos.

Ruido.- Rumor que en comunicación connota la distorsión o pérdida de significado de un mensaje durante su transmisión.

Semántica.- Incorporada a la lingüística como dependiente de la fonética (ciencia de los sonidos), asignándole el sentido de las significaciones.

Símbolo.- m. Imagen, figura o divisa que tiene una significación convencional.

Simetría.- f. (del gr. syn, con y metron, medida) Proporción adecuada de las partes de un todo entre sí y con el todo mismo. Armonía que resulta de ciertas combinaciones.

Teletipo.- m. Aparato telegráfico en el que la recepción se efectúa con caracteres tipográficos.

Tipografía.- Composición de un texto destinado a la impresión valiéndose de elementos en relieve que tienen la misma altura.

Titular.- Letras que componen el título o encabezamiento de informaciones de un periódico.

Vehículo.- m. Medio de transporte. Sirve para transmitir o conducir fácilmente una cosa o idea, como el sonido, la escritura, las imágenes. En comunicación, es el canal a través del cual viaja el mensaje.

Bibliografía

Avarez Román, Jesús Antonio

Las Relaciones Humanas/ Jesús
Antonio Alvarez Román.-- 2a. ED.--
México: Jus, 1977.
217 P.

Baena Paz, Guillermina y Sergio Montero O.

Comunicación para la salud.
Edit. Pax México.
1989.
72 p.

Bonilla, Carlos.

La Comunicación
Trillas, México.

Casasús, José María.

Ideología y análisis de medios de comunicación
Doposa, Barcelona, 1972.
184 p.

Díazguajardo, G. H.

Relaciones Humanas y ética laboral/ H. Díazguajardo

G.— México: Guajardo.

1979.

143 P.

Fernández Collado, Carlos.

La comunicación en las organizaciones

Trillas, México, 1991.

369 p.

Fingermann, Gregorio.

Relaciones Humanas: fundamentos Psicológicos

y sociales

El ateneo, Buenos Aires.

1971.

177 P.

Fraser Bond, F.

Introducción al periodismo

Limusa, México.

1979.

440 p.

Gómez Mopart, Josep Lluis.

Los titulares en prensa

Mitre, México.

1982.

*H*ybels, Sandra y Richard L. Weaber.

La comunicación

Logos Consorcio Editorial

2a. De, México.

301 p.

R. Berlo, David.

El proceso de la comunicación

El ateneo, México.

15a. Reimpresión.

239 p.

*M*uriel, María Luisa y Gilda Rota.

Comunicación institucional: enfoque social de relaciones humanas/

María Luisa Muriel,

Gilda Rota.-- Quito, Ecuador: Muriel, 1980.

353 P.

*P*inilla Sánchez Concha, Antonio.

Principios de las relaciones sociales y administrativas; la interacción humana.

Técnicos Asociados, Barcelona.

1972.

575 P. IL.

*P*oloniato Musumeci, Alicia Amabel.

Talles de análisis de mensajes. Antología

Ilce, México.

2a. Ed.
1988.
340 p.

Prieto, Daniel.

Elementos para el análisis de mensajes

Iice, México.
1982.
186 p.

Reed, Blake.

Una taxonomía de conceptos de comunicación

Núevomar.
1977.
169 p.

Reyes Ponce, Agustín

Administración de personal

Limusa, México.
1971, 2V.

Ríos Szalay, Jorge.

Relaciones Públicas: su administración en las organizaciones

Trillas, México.
1972.
2a. Ed. 132 p.

Robinson, Edward J.

Comprensión de las relaciones públicas.— México; Instrucción programada de México, 1967.

1 V. Pág. Varía.

- Comunicación y Relaciones Públicas

Continental, México.

1971.

666 P.

Rogers, Carl Ransom.

Terapia, personalidad y relaciones Interpersonales

Traduc. Ofelia Carrido y A. Carmona.

Nueva Visión, Buenos Aires.

1972.

117 P.

Simon, Raymond.

Perspectivas de las relaciones públicas

Diana, México.

1970.

364 P.

Hemerografía

Boletín Informativo Unidad de Medicina Familiar 58

Año. 1 Núm. 1. 2 de mayo de 1993.

Boletín Informativo H.G.Z. y U.M.F. No. 58

Año. 1 Núm. 2 2 de julio de 1993.

Cuestión Social. Revista Institucional (IMSS), núm. 23 otoño-invierno 1991.

pp. 3- 13.

Cuestión Social. Revista Institucional (IMSS), núm. 24 enero-marzo 1992.

pp. 21- 24.

Cuestión Social. Revista Institucional (IMSS), Edición especial por el cincuentenario, 19 de enero de 1993. pp. 3- 12 y 22- 27.

Excelencia Boletín Informativo del H.G.Z. y U.M.F. 58

Año. 1 Núm. 3 2 de septiembre de 1993.

Excelencia Boletín Informativo del H.G.Z. y U.M.F. No. 58

Año. 1 Núm. 4 Noviembre 1993.

APÉNDICE

LA COMUNICACION INSTITUCIONAL EN LA U. N. P. 50
UNA DESCRIPCION GENERAL DEL BOLETIN INFORMATIVO.

- I.- ¿ Conocía Ud. el boletín informativo ? Sí () No ()
- 2.- ¿ Qué opinión tiene Ud. del boletín ? BUENA () REGULAR () MALA ()
- 3.- ¿ Piensa que el Boletín es muy necesario ? Sí () No ()
- ¿ Por qué ? *

- 4.- ¿ Eliminaría Ud. alguna sección del boletín ? Sí () No ()
- ¿ Cual ? 64-

¿ Por qué ?

- 5.- ¿ Qué tipo de información le interesa más del boletín ?
MEDICA () SOCIAL () CULTURAL () DEPORTIVA () OTRA _____
- 6.- ¿ Qué tipo de información propondría Ud. que se incluyera en el
boletín ? 856

- 7.- ¿ Estaría Ud. dispuesto a participar escribiendo para el boletín ?
Sí () No () ¿ Con qué tipo de información o aportación ? _____

- 8.- ¿ La fotografía del boletín le agrada ? Sí () No ()
- 9.- ¿ Propondría Ud. alguna otra sección para el boletín ?
¿ Cual ? _____
- 10.- ¿ Le gusta el formato del boletín ? Sí () NO ()
- II.- UD. ES :

DOCTOR () TRABAJADORA SOCIAL () ASISTENTE MEDICO ()

PERSONAL ADMINISTRATIVO ()

SEPTIEMBRE 93

FALLA DE ORIGEN

MARISOLA H. JURADO.

**Modernización del Modelo de Atención a la Salud en el I.M.S.S.***por Dr. Miguel Angel Rubín V.**Director de la Unidad de Medicina Familiar No. 58 desde el 16 de enero de 1992.***FUNCIONES GENERALES**

- Incrementar el nivel de Salud, disminuir los riesgos y prevenir los daños.
- Otorgar Atención Médica Integral.
- Formar, capacitar y desarrollar al personal.

Felicidades por el 6 de abril.

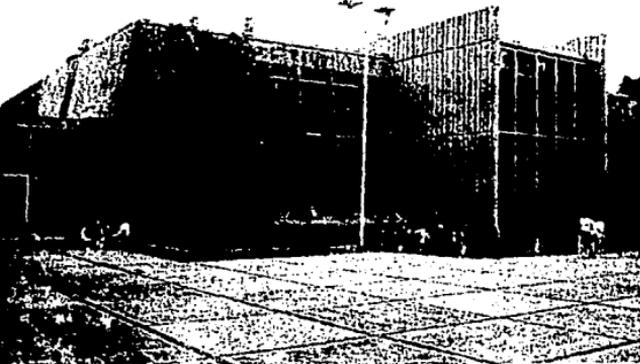
**Dra Patricia Viniegra Ramírez**

Jefe Deleg. de Servicios Medicos

Como es fácil apreciar, las unidades de medicina familiar tienen una gran responsabilidad, ya que una parte importante de estas acciones, son precisamente actividades cotidianas de los servicios de Medicina Preventiva como la protección específica por vacunas . Riesgo reproductivo y Planificación familiar , Atención Materno Infantil, aspectos que en las unidades de medicina familiar tenemos considerados como programas prioritarios.

En la Atención médica integral, la función de las U.M.F. cobra prioridad en virtud de que de cada 100 solicitudes de demanda de atención por parte de los derechohabientes , el 95 % de las mismas es resuelto en la propia U.M.F. y sólo el 5 % es enviado a interconsulta o para su atención en el 2o. y 3er. nivel.

Uno de los atributos que es un reto que se debe superar, es el que se refiere a la CALIDAD TOTAL, y que las acciones sean PERMANENTES y OPORTUNAS. Para eso es necesario que se den los servicios no sólo con CALIDAD, sino además con CALIDEZ, EFICIENCIA, y EFECTIVIDAD. Que nos preparemos y capacitemos , considerando como fundamental la SATISFACCION de los usuarios y de nosotros mismos al prestar los servicios.



Fachada de La U.M.F. 58

Se consideró que el modelo actual tiene aspectos positivos que se deben aprovechar, y sólo se deben modificar aquellos que ya fueron superados, e incorporar los que resulten indispensables, de acuerdo a las necesidades y demandas de salud de la población y los cambios que requiere la Institución. Para que sea adecuado a todas las Delegaciones y a los niveles de atención, se enviaron a las Unidades Médicas guías que contienen : funciones, atributos, actividades y acciones. para que sean analizadas en las propias Unidades por las áreas operativas y adecuadas a cada región.

- Realizar Investigación médica.

Se ha tomado como modelo la historia natural de la enfermedad en cuyos niveles de protección todos debemos participar y están fundamentalmente encaminados a prevenir el daño a la salud, realizando

Aprovechar los aspectos positivos del actual Modelo de Atención

acciones de promoción y protección específica, diagnóstico precoz , tratamiento oportuno y evaluación de los resultados obtenidos en cada unidad.

FALLA DE ORIGEN

EDITORIAL

50 ANIVERSARIO DEL I. M. S. S.

Este año es muy importante para los mexicanos; principalmente para los trabajadores y derechohabientes del Instituto Mexicano del Seguro Social, ya que en este año se cumplen 50 de que el Instituto inició sus actividades. Son años en que se consolida la Seguridad Social en nuestro país. No fué empresa fácil y se necesitó de la participación de funcionarios, directivos y fundamentalmente la de los propios trabajadores de la Institución para el engrandecimiento de la misma.

El deseo de contar con un Seguro Social para México se inició muchos años antes, pero fué en el gobierno del presidente Manuel Avila Camacho cuando resurgió la idea, en el momento mismo de su toma de posesión de la presidencia de la República en el año de 1940, solemnizando el compromiso contenido en la fracción XXXIX del artículo 123 al decir: "Toda conciencia libre de perjuicio que reflexione en que un país no puede realizar grandes y nobles aspiraciones sin haber elevado a las masas a la dignidad de sus derechos, a la conciencia de su fuerza y de su responsabilidad, llegará a la conclusión de que la Revolución Mexicana ha sido un movimiento social guiado por la justicia histórica...el hombre que tiene trabajo necesita la certidumbre de que los beneficios de sus contratos colectivos sean permanentes y, por otra parte, todos debemos unir desde luego el propósito de que un día próximo la Ley del Seguro Social proteja a todos los mexicanos en las horas de adversidad, en la orfandad, en la viudez de las mujeres, en la enfermedad, en el desempleo, en la vejez, para substituir este régimen secular que por la pobreza de la nación hemos tenido que vivir".

El 2 de junio de 1941 se crea, por acuerdo presidencial, la Comisión Técnica Redactora de la Ley del Seguro Social, que encabezada por el licenciado Ignacio García Téllez, incluye a destacadas personalidades del medio obrero-patronal, así Francisco J. Macín, representante de la Confederación de Trabajadores de México; Agustín García López, por el bloque de la Cámara de Diputados; Alfonso Sánchez Madariaga, por el bloque de la Cámara de Senadores; y Emilio Schoenbaum como asesor actuarial, entre otros. El 23 y 29 de diciembre de 1942, las Cámaras de Diputados y Senadores aprueban respectivamente el proyecto de

Ley en la forma y los términos planteados por el Ejecutivo Federal. Y el Código de Seguridad Social aparece publicado en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1943.

En medio de una fuerte oposición de grupos patronales y aún de algunas agrupaciones obreras que, mal orientadas consideraban que el establecimiento del Seguro Social lesionaba sus intereses. Esta oposición culminó en los motines habidos en el Zócalo, y aún más en hechos sangrientos, que no fueron obstáculo para que se mantuviera firme la decisión presidencial.

El cuerpo de gobierno, así como todos los trabajadores adscritos a nuestra Unidad de Medicina Familiar 58, por este motivo, nos unimos al júbilo nacional y nos congratulamos de pertenecer al Instituto Mexicano del Seguro Social y de haber dedicado a esta noble Institución nuestra vida profesional. Hoy reafirmamos el compromiso de continuar la obra de aquellos que nos antecedieron y día a día proporcionar atención médica integral a nuestros derechohabientes con calidad, oportunidad y verdadero calor humano.



General Manuel Avila Camacho

Fundador del Instituto Mexicano del Seguro Social

FALLA DE ORIGEN

18 AÑOS DE LA U.M.F. 58.

RECORDAR ES VIVIR.

Han pasado 18 años... y el recuerdo sigue presente como si fuera el primer día. Transcurre el 2 de mayo de 1975. Para aquellos que fuimos los fundadores de la U.M.F.58, recordar ese día, es algo que nos deja un grato sabor de boca y que nos permite transportarnos a través del tiempo para volver a vivir aquellos momentos que fueron tan importantes en nuestra vida profesional.

Recuerdo que 15 días antes de la inauguración, se convocó a todo el personal, para que asistiéramos a un curso de iniciación; este curso tenía muchos objetivos, pero el más importante era el de conocer las nuevas instalaciones y al grupo de compañeros que iniciábamos la feliz aventura en esta nueva Unidad.

Estamos realmente orgullosos y felices de ser los iniciadores de estas áreas de trabajo. Los comentarios se sucedían en cascada cuando conocimos las instalaciones y su diseño, su funcionalidad, sus espacios tan bien aprovechados, sus áreas verdes, todo nos parecía bello, un lugar digno para el desempeño de nuestras labores, dándole al derecho-habiente un lugar cómodo y adecuado a sus necesidades.

DIRECTORIO.

Dr. Vicente Escalante Otero.
Director Honorario.

Dr. Miguel Angel Rubín Valencia
Editor.

Colaboradores:

Dr. Heliodoro Guzmán García
Dr. Carlos Porraz Contreras
Dr. Juan Castillo y Rosas
Dr. Jesús R. García Flores
Dr. Rafael García Junco
Enf. Mercedes Escoriza Juárez
T.S. María Teresa Pérez Sánchez

Fotógrafo:
Sr. Adolfo Cano Alcántara

A lo largo de 18 años de existencia de nuestra Unidad, se han sucedido un sin fin de eventos que nos han dejado gratísimas experiencias. Cada uno de los fundadores, podría escribir un libro de no pocas páginas, narrando las anécdotas y hechos que se han suscitado en todos esos años.

Nuestro primer Director fué el Dr. Guillermo Ruíz Rojas. El solicitó a las autoridades correspondientes del I.M.S.S.; que a todos los médicos OS fundadores se les otorgara la base. Así, como niños con zapatos nuevos, acudimos aquel 2 de mayo de 1975 a nuestra nueva fuente de trabajo (a la que consideramos como una extensión de nuestro hogar) y donde continuamos prestando nuestros servicios como médicos de base, gracias a aquella solicitud hecha por nuestro Director, a quien recordamos con especial afecto y agradecimiento.

Desafortunadamente, muchos de nuestros compañeros también fundadores, no se encuentran actualmente trabajando con nosotros. Sin embargo, vaya para ellos nuestro reconocimiento y cariño por el compañerismo demostrado en aquel entonces, ya que en una u otra forma, fueron arquitectos de esta Institución que también mucho les debe a ellos.

Saludos a todos, donde quiera que se encuentren.

MEDICOS FUNDADORES DEL
HGZ Y UMF 58.



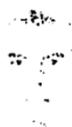
Dra. Rosa Ma. Alatorre Gutiérrez
Dr. Maximino Alvarez Delgado



Dr. Honorio Bucio García
Dr. Gregorio Tovar Olvera



Dr. Raúl Montero Tapia
Dra. Cristina Vigueras Tenorio



Dr. Omar Luna Bausa
Dr. Juan José Rodríguez Girón



Dra. Haydée Ramírez Uribe
Dra. Edith González Sánchez



Dr. Teodoro Moncada Duarte
Dr. Baldomero López Ruiz



Dr. Francisco Baca Valdez
Dr. Arturo Saavedra Martínez



El Programa de Planificación Familiar en la U.M.F. 58.

Por: Dr. Heliodoro Guzmán García
Jefe de Departamento Clínico.

Como es bien sabido el Programa de Planificación Familiar y Riesgo Reproductivo es prioritario no sólo para la Unidad, sino a nivel nacional.

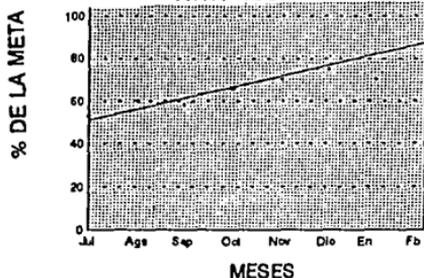
En los últimos meses se ha notado el aumento progresivo en el ingreso de nuevas usuarias al Programa y ésto se debe a la decidida participación de todo el equipo de salud de la Unidad.

fundamentalmente evitar los embarazos de alto riesgo.

De acuerdo a lo anterior y con el objeto de consolidar e incrementar las actividades del Programa de Planificación Familiar en nuestra Unidad:

Se cuenta con la participación directa de los médicos familiares en la prestación de este servicio, pero además, con el propósito de dar cobertura oportuna a toda persona que lo solicite, sea o no asegurada, se cuenta con un Módulo de Planificación Familiar, con lo que se reducen los tiempos de espera y por lo tanto, la atención resulta más accesible y oportuna, ya que se cuenta con un médico por turno, que se dedica en exclusiva a la atención de las pacientes enviadas por los médicos familiares y de las que llegan en forma espontánea.

UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR 58 P.P.F. 1992-93



En el proceso de atención de la mujer en edad reproductiva, que acude a la Unidad además de la promoción a la salud y de las detecciones oportunas, se debe incluir una valoración de los factores de riesgo reproductivo, que respalde el uso de algún método de control del embarazo para permitir, no sólo una procreación más congruente con la realidad social actual, sino también que permita el embarazo en edades más favorables de la vida reproductiva de la mujer, un adecuado espaciamiento de los embarazos y fun

Los resultados se han hecho notar en el incremento de las aceptantes al Programa y en la mejora de la calidad en la atención. Además, esto contribuirá a la reducción de la morbilidad materno-infantil.

FUNDADORES DEL HGZY U.M.F. 58



Eva García Franco
Dra Adriana Monroy Rios



Dra Ma. Eugenia Robles Saavedra
Veronica Alvarez Vargas



Enf. Eldy Estrada Spíndola
Josefina Soto Herrera



Patricia Cataño Sanchez
Rosa Ma. Romcu del Castillo

INVITACION

SE INVITA A TODO EL PERSONAL A PARTICIPAR EN EL EVENTO, QUE CON MOTIVO DEL 16º ANIVERSARIO DE INICIACION DE ACTIVIDADES DE LA UNIDAD, SE EFECTUARA EL 7 DE MAYO DE 1993 A LAS 10 HS. EN EL AUDITORIO DE ENSEÑANZA.

BOLETIN INFORMATIVO

H.G.Z. Y U.M.F. No. 58

AÑO 1 No. 2

2 DE JULIO DE 1993

Fomentando la Comunicación

por *Dr. José Manuel Martínez Canchola.*

Encargado del Programa de Fomento a la Salud en la U.M.F. No. 58.

Quiero agradecer la invitación del

a la participación de todos los que forman el equipo de salud y en el que todos estamos involucrados de una u otra forma, por lo que invitamos a todos los compañeros de la Unidad a participar asistiendo al módulo de Fomento a la Salud a que se les haga su Historia Clínica y los estudios correspondientes para comprobar su estado de salud. Así, tendremos el diagnóstico de salud del 100% de los



Figure -I-
Equipo de Fútbol de la Unidad

Dr. Miguel Angel Rubín Valencia de permitirme un espacio dentro de este Boletín Informativo, material de comunicación que es tan valioso como nosotros lo hagamos ser y que sirva en nuestras labores para que el trabajo sea más gratificante, deseando que fructifique cada vez más ésta iniciativa; le enviamos nuestra felicitación.

Pasando al tema que nos ocupa, pocos de nosotros supimos qué pasó con los exámenes médicos practicados el año pasado a todo el personal que labora en la U.M.F. 58 y que se repetirán este año.

Les podemos informar que el programa se cubrió en el 87%, gracias

trabajadores de nuestra Unidad médica y seguir fomentando nuestra salud.

Cabe hacer mención que la incertidumbre y rumores relacionados con este programa fueron superados y se venció la resistencia de algunos

El cuidado de la Salud debe empezar con uno mismo

compañeros que asistieron a su estudio y se inició la formación de grupos de autoayuda y acciones encaminadas a mejorar el estado de salud y así incrementar la calidad de



Dr. Vicente Escalante Otero

vida de los que aquí laboramos, así como de nuestras familias.

En el estudio practicado en 1992 se encontraron como las siete causas de morbilidad mas frecuente en el sexo femenino las siguientes:

- 1.- Mastopatía fibroquistica
- 2.- Trastornos de la columna
- 3.- Obesidad
- 4.- Ametropía
- 5.- Colitis Míxta
- 6.- Cérvico vaginitis
- 7.- Insuficiencia venosa periférica

En el masculino:

1. Ametropías
2. Trastornos de la columna
3. Obesidad
4. Infecciones de vías respiratorias altas
5. Caries Dental.
6. Enfermedad Articular Degenerativa
7. Neurosis

En base a lo anterior se ha iniciado como adiestramiento a los trabajadores el ejercicio, la pausa a la salud, así como la canalización a los servicios correspondientes para el adecuado manejo de la patología encontrada. Te exhortamos una vez más a continuar fomentando nuestra salud, que nuestros familiares lo agradecerán. Participa en todas las acciones que mejoren tu calidad de vida. Te esperamos.

Asiste al examen periodico.

FALLA DE ORIGEN

EDITORIAL

LA ACTITUD, UN PASO HACIA LA CALIDAD.

Por: Enf. Mercedes Escoriza Juárez.

¿Qué es lo que hace la diferencia entre la atención al paciente que da buenos resultados y la que falla. De la atención que da recompensas y la que causa dolor?. Sencillamente es la calidad de la relación con el usuario lo que es crucial, y se traduce en la ACTITUD.

La actitud forma parte del universo expresivo del ser humano; quiere decir la disposición de ánimo manifestada al través de la expresión corporal. Es el elemento de la modalidad pragmática de la comunicación que connota el efecto y cómo afectan en la conducta los mensajes no verbales y el lenguaje corporal. Son señales mudas que dicen más que las palabras, y nuestro rostro es la región más expresiva del cuerpo, que conjuntamente con la postura adoptada, constituyen parte de la imagen que tenemos de nosotros mismos.

"Si se puede hacer una analogía de la personalidad con una escultura de piedra, siendo la piedra el temperamento, y la escultura cincelada o grabada sobre ella, el carácter"; las respuestas conductuales y la ACTITUD entonces se pueden cambiar, modelar hacia formas constructivas, en nuevos modos de estar y de ver la vida. La única fuente del cambio, el único cincel en perfilar la actitud, es el propio individuo, aquél que desea sentirse orgulloso de sí mismo y de lo que "es" y/o quiere ser en su calidad como persona.

El individuo, cuando se percibe o se siente amenazado, se enfrenta a situaciones o expectativas no agradables para "sí mismo",

que le producen tensión y ansiedad. Cuando hay dolor psicológico, la depresión se instala y la energía vital queda colapsada, dando origen a una actitud negativa o defensiva. Sin embargo, el ser humano se expresa en diferentes formas en razón de lo que cada situación signifique para él; así como de la habilidad individual para hacerle frente.

Es frecuente que al acceso del paciente/usuario a la Unidad Médica, éste se sienta aterrizado, angustiado, que no sabe qué hacer, a dónde ir o por dónde empezar. Es víctima de la tensión emocional, sufre psicológicamente y su dolor en ocasiones lo vuelve doblemente exigente, manifestando su miedo con rabia, enojo e ira; todo lo puede distorsionar o confundir. Resulta curioso que cuando estamos alterados emocionalmente, siempre hemos de tener la razón y se nos dificulta ver el punto de vista de las demás personas.

La actitud del prestador de servicios es el elemento más significativo en la calidad de la atención. El manifestar una actitud de respeto, el escuchar al paciente con empatía, tratarlo con toda la cortesía y amabilidad posible, es la respuesta que nuestro cliente solicita, necesita y hace que éste se sienta satisfecho de la atención recibida. El respeto juega un papel muy importante, significa considerar y apreciar a la persona como el ser humano que "es". Esto quiere decir manifestar un sentimiento de interés, de aceptación franca e incondicional, resistir la compulsión de juzgar y criticar. El saber escuchar con empatía puede propiciar la oportunidad de satisfacer sus necesidades, evitar dar respuestas que no quiso o no debió dar pues incrementa su angustia. Cualquier actitud positiva que ayude a aliviar su pena, que es una fuente poderosa y significativa para él, y piense en la última vez que la sonrisa de un paciente incentivó su estado de ánimo y se sintió satisfecho de su labor.

SOCIALES

Por Eva Beatriz García Franco.

¡Hola! Permítanme presentarme. Sé que algunos de ustedes ya me conocen, pero la gran mayoría de los que laboramos en esta U.M.F. 58, sólo tenemos el agrado de conocernos de "vista", y en otros casos, ni de ésta forma.

Por este motivo, y con plena confianza de aportar un granito de arena para fomentar más el compañerismo, sin importar el Servicio en el que laboramos; esta columna dará a conocer los sucesos más significativos que ustedes quieran compartir con todos nosotros.

Aunque no lo creas y te rías al momento de leer lo siguiente, A tus compañeros les importa saber un poquito más de tí. Este es tu espacio.

Para empezar con una buena noticia les comunico que el Dr. Ricardo Reyes Blancarte, recibió con su esposa el pasado 20 de mayo, la visita de la cigüeña, quien les dejó un bello varón. ¡FELICIDADES!

¡OJO! No se les olvide pedirle el clásico puro.

Muy divertida resultó la fiesta de Aniversario de la Unidad en el Cortijo "La Movida". Mucho por los valientes "mataores", que cortaron orejas, rabo y patas, saliendo a hombros del "Respetable". Destacando por su faena, el Dr. Heliodoro Guzmán, el Dr. Baldomero López Rufz y el banderillero Eugenio Molina, quien puso un hermoso par al cuarteo.

Una cariñosa despedida a los compañeros que se jubilaron después de una fructífera vida Institucional:

Dr. Ignacio de la Fuente
Tec. Rx Virginia Barajas Ruiz
Dr. Julio Pérez López (Director de la U.M.F. 80).

Hoy cumple 45 Años de vida el H.G.O con M.F.No. 60. Les deseamos a todos los compañeros de esa Decana Unidad del Estado de México muchas felicidades.

Por ser esta la primera vez, nada más les dí una probadita. Hasta la próxima.

¿CUANTO SABE USTED?

por Dr. Miguel Angel Rubin V.

1. Cuauhtémoc fué el último Emperador Azteca, pero ¿Recuerdas quién fué el primero?

- (a) Huitzilhuilic
- (b) Chimalpopoca
- (c) Acamapixtli
- (d) Tizoc.

2. En el siglo V a. de C. comenzó a construirse en China la muralla más larga de la tierra. Sus 600 km. de largo protegían el país de las incursiones de los pueblos nómadas.

¿Sabes cuál es el Centro ritual Maya más grande y más antiguo?

- (a) Palenque
- (b) Tical (Guatemala)
- (c) Chichén Itzá
- (d) Tulum

3. El primer alunizaje controlado lo realizó el Lunik 9 soviético el 3 de febrero de 1966.

¿Sabes quién, el 20 de julio de 1969 y tripulando el Apolo 11, fué el primer hombre en pisar la luna?

- (a) Edwin Aldrin
- (b) Neil Armstrong
- (c) Edward White
- (d) Yuri Gagarin

4. El famoso mural que se encuentra en el auditorio del Centro Médico La Raza llamado "Por una seguridad completa para todos los mexicanos" (1952-54) fué pintado por:

- (a) Rufino Tamayo
- (b) Diego Rivera
- (c) José Clemente Orozco
- (d) David Alfaro Siqueiros

5. Sin duda alguna los frijolitos refritos con totopos, queso y un poco de salsa son muy mexicanos.

¿Sabes qué país produce mayor cantidad de frijol en el mundo?

- (a) India
- (b) Brasil
- (c) China
- (d) México

6. La letra del coro "El Himno a la Alegría" de la 9a. Sinfonía de Beethoven fue escrito por:

- (a) Beethoven
- (b) Wolfgang Goethe
- (c) Schiller

(d) Leonor von Breuning

7. "Apuntes de un lugareño", "Mi caballo, mi perro y mi rifle" y "La vida inútil de Pito Pérez" son obras del genial escritor michoacano:

- (a) Octavio Paz
- (b) Carlos Fuentes
- (c) José Rubén Romero
- (d) Luis Spota

8. El Palacio de Cortés es probablemente la estructura colonial de carácter civil más antigua de México. Fué construido sobre los restos del Tlatocayanacalli tlahuica, que fungía como centro de recolección de tributos para las poblaciones dependientes del señorío de Cuauhnhuac.

Este palacio se encuentra en:

- (a) Centro Histórico de Méx. D.F.
- (b) Cuernavaca, Morelos.
- (c) Veracruz, Veracruz.
- (d) Tacuba, Méx. D.F.

9. ¿Qué tanto sabes de Náhuatl?

- () Cipactli a. Tigre
- () Calli b. Caimán
- () Coatl c. Casa
- () Ocelotl d. Serpiente

10. Graciela Olmos, mujer de vida bohemia conocida como "La bandida", escribió un famoso bolero que fué un éxito en la voz de Javier Solís.

¿Cuál es?

- (a) Sin un amor
- (b) Perdida
- (c) La enramada
- (d) Hoja seca

REFLEXION

Triste cosa es no tener amigos, pero satisfacción más triste debe ser, no tener enemigos. Por que quien enemigos no tenga, señal es que no tiene: Ni carácter con energía, Ni valor que le teman, Ni honra que le murmuren, Ni bienes que le codicien, Ni cosa buena que le envíen

¿Quién es el autor?

Las soluciones aparecerán en el próximo número el 2 de septiembre de 1993.



El pasado 7 de mayo de 1993 La U.M.F. No. 58 festejó su XVIII aniversario. Con la presencia del Dr. Vicente Escalante Otero, Coordinador de la Atención Médica de la zona Naucalpan, quien en representación de la Dra. Patricia Viniegra Ramírez, Jefe Delegacional de Servicios Médicos presidió la Inauguración oficial de los eventos. Se contó además con la presencia de los C. Directores de las Unidades de Medicina Familiar de la zona Naucalpan: Dr. José Tomás Rojas Brassetti, Dr. Daniel Sánchez Hernández, Dra Elizabeth Cáceres Alvarado, Dr. Luis Rojas Rodríguez, Dr. Felipe Darío Duque Aguilar, Dr. Luis Miguel Cuevas Villanueva, Dr César Tomioka Suzuki, Dr. Alberto Moreno Machín. También nos acompañaron en el festejo los Coordinadores de Programas de la Zona Naucalpan: Dr Juan Félix Rincón Zacatelco, Dra. Rosa Laugier V., Enf. María Cruz Marbán M., T.S. Esperanza Navarrete Forastieri, Enf. Olga Martínez Alamillo. La Jefe de Trabajo Social de la Unidad, T.S. Ma. Teresa Pérez Sánchez, presentó una semblanza histórica del Instituto Mexicano del Seguro Social, muy interesante.

A continuación se llevó a cabo la entrega de Diplomas a los trabajadores de la Unidad que estuvieron presentes en la inauguración del H.G.Z. y U.M.F. 58 el 4 de mayo de 1975 y que aún continúan en la Unidad. Además se entregaron Reconocimientos a los trabajadores que se caracterizaron por su atención de alta calidad a los derechohabientes. Durante la Ceremonia que se desarrolló en un ambiente de alegría y entusiasmo, fueron aplaudidos muy calurosamente todos y cada uno de los compañeros homenajeados. Además, para amenizar el acto se presentaron un grupo de jóvenes artistas: "Los Trovadores de la Tierra de Enmedio" que interpretaron un variado repertorio de canciones mexicanas. Después de la clausura del evento realizada en el auditorio, se efectuó un convivio en donde compartimos deliciosos platillos preparados por los compañeros de los distintos Servicios.

Fue muy festejada la grata participación de las compañeras que fungieron como edecanes, quienes lucieron bandas con el mismo emblema de la U.M.F. 58 y la leyenda "ANIVERSARIO" y que acompañaron a los festejados a recibir su diploma.



El presidium estuvo compuesto por el Dr. Vicente Escalante Otero. El Dr. Miguel Angel Rubín Valencia, Director de la U.M.F. 58. El Dr. Eduardo Gracida King Jefe de Enseñanza de la Unidad y La Dra. Margarita Pérez Villalobos, Jefe de Departamento Clínico de la UMF. Fungió como Maestro de Ceremonias el Dr. Heliodoro Guzmán García, Jefe de Departamento Clínico de la UMF.

Directorio

Dr. Vicente Escalante Otero
Director Honorario

Dr. Miguel Angel Rubín V.

Editor

Colaboradores

Dr. Heliodoro Guzmán García

Dr. Carlos Porraz Contreras

Dr. Juan Castillo y Posas

Dr. Ratael García Junco

Enf. Mercedes Escoriza Juárez

T.S. María Teresa Pérez Sánchez

C. Eva Beatriz García Franco

Dr. José Manuel Martínez Canchola

Fotógrafo

Sr. Adolfo Cano Alcántara

FALLA DE ORIGEN

EXCELENCIA

BOLETIN INFORMATIVO DEL H.G.Z Y U M F 58

AÑO 1 No. 3

2 DE SEPTIEMBRE DE 1993

Automatización de los servicios mediante el uso de computadoras.

por :Dr. Miguel Angel Rubin Valencia.

Primero fué el SIMO, Sistema de Información Médica Oportuna, pionero de los servicios de la Unidad, en que se usaron las computadoras para su trabajo cotidiano. Proporcionando información como lo indica su nombre, tanto para el Hospital como para la UMF, información de la población adscrita, servicios otorgados, diagnósticos, motivos de consulta, cirugías, datos de los pacientes hospitalizados e inclusive la información para las unidades de adscripción de los pacientes dados de alta. Posteriormente la farmacia fue equipada con el Sistema IMSS Farmacias, el cual permite generar información homogénea, veraz y oportuna sobre el consumo y movimiento de medicamentos, propiciando un mejor abastecimiento, la administración óptima de los inventarios, así como la asignación del gasto por centro de costos, además se enlaza con los sistemas IMSS- Suministros y IMSS-Contabilidad Presupuestos. Posteriormente el Departamento de personal fue equipado con el Programa IMSS-Personal, que capta en forma rápida y eficaz las incidencias de los trabajadores de la Unidad, simplificando significativamente el procedimiento. En el almacén no se quedaron atrás y comenta su encargo que gracias a la introducción del sistema de cómputo al servicio, se han logrado alcanzar los objetivos que se pretendían y que son : Mayor confiabilidad en el control de los materiales que se manejan, optimizando la recepción, guarda y surtido de los artículos. La obtención rápida y precisa de los estados de inventario, así como de

los informes contables y de suministros. Es importante resaltar la simplificación administrativa, ya que reduce en alto grado el uso de formatos que se utilizaban con los anteriores sistemas.

Ahora se da un paso muy importante en el equipamiento de la Unidad al instalar el Sistema SINDO en Control de pres-

La tecnología, un apoyo para la atención con calidad y oportunidad.

taciones y en el Servicio de Urgencias. Con este equipo se obtendrá la información inmediata y exacta de la vigencia de los derechohabientes y de sus beneficiarios , ahorrando mucho



Equipo de Cómputo de Control de Prestaciones

tiempo que se necesitaba para la consulta de los archivos, tarjeteros, listados y microfichas que en muchas ocasiones no se podían tener al día por diferentes motivos y que al retardar el trámite, causaba inconformidad en el derechohabiente cuando asistía al servicio para trámites de inscripción, recabar el sello de vigencia para pases a otras unidades , cambios o cobro de incapacidades.



Dr. Felipe de la Mata Homs.
Coordinador Médico Delegacional

Próximamente, se iniciará el programa para proporcionar a todos los derechohabientes la nueva tarjeta de afiliación , la cual

agilizará la prestación oportuna de los servicios, al identificar rápidamente al trabajador y sus beneficiarios.

Con estos recursos se complementa el programa de modernización del I.M.S.S. con el que se logrará mediante la sistematización, proporcionar una atención de calidad , con cortesía y oportunidad.

FALLA DE ORIGEN

EDITORIAL

Por: Dr. Rafael García Junco y Juárez.

"50 AÑOS CUMPLIENDO".

PROCESO DE MADURACION Y CRECIMIENTO DEL ARBOL Y DEL FRUTO.

¿QUE SON 50 AÑOS DE VIDA? ...

Para algunos podrían ser muy pocos, o muchos para otros, según el cristal con que se mire.

En lo individual este lapso puede representar toda una vida (aprovechada o desperdiciada); que de una manera inevitable se acerca a su fin, culminación o conclusión de la misma. Desde el punto de vista de una Institución es diferente.

En nuestro país, el promedio de vida actual es de 65 a 67 años; en 1940 éste era de 46 a 48 años y en 1910, la esperanza se reducía a 38 años. Sacudido por guerras intestinas, la población, lejos de incrementarse, decrecía y la calidad de vida también.

Posteriormente y a partir de 1940, la mortalidad infantil se redujo en forma impresionante, con un mundo envuelto en guerra y destrucción. Con lo cual se incrementó, también en forma impresionante la población, en el término de lo que dura la existencia de una vida humana, nuestra población se cuadruplicó, no así LA CALIDAD DE VIDA a la que todo ser humano aspira y a la cual tiene derecho. En la que también ha habido grandes avances, estancamientos y retrocesos.

En la vida de una Institución, es indudable que 50 años de trabajo y esfuerzos continuos en el campo de la salud, constituyen en sí, un logro importante y trascendente.

Podrá ser un solo paso en el camino, si se quiere y dado por quienes nos han precedido en la realización de esta tarea tan importante. Ese solo paso ha sido gigantesco y de gran responsabilidad. De eso podemos sentirnos orgullosos. Tarea nuestra es continuar y engrandecer este camino, con la suma del esfuerzo maduro y responsable de cientos de miles de vidas en el trabajo cotidiano, no siempre bien comprendido o realizado, suma de recursos humanos, materiales y tecnológicos incrementados. Tomando en cuenta necesidades cada vez mayores. Es el gran reto que forma parte del patrimonio de la población productiva y trabajadora, incluidos los trabajadores de la Institución; cuya labor ha sido enorme y ha dado grandes frutos.

Así como el árbol que tarda en crecer, en madurar y fructificar, nuestro Instituto Mexicano del Seguro So-

cial ha ido creciendo y madurando progresivamente durante sus primeros 50 años de vida.

¿QUE ES MADURAR PARA EL SER HUMANO? ES ADQUIRIR LA CONCIENCIA DE LOS VALORES PROPIOS; CON SUS LIMITACIONES. ASUMIENDO PLENAMENTE LA RESPONSABILIDAD DE TODOS Y CADA UNO DE SUS ACTOS.

BREVIARIO DE LA SALUD REPRODUCTIVA

PARTE I (De cinco partes)

Por el Dr. Juan Félix Rincón Zacatelco
Coordinador de Salud Reproductiva y Materno infantil de la zona Naucalpan. 1993

Desde siempre me ha gustado la lectura, de todo tipo, me impresiona lo que se ha escrito en épocas diferentes, lugares distantes y circunstancias especiales. La humanidad ha plasmado su evolución en diferentes idiomas y tipo de documentos. Al respecto tuve la oportunidad de leer recientemente un libro que trata de la evolución del ser más importante de la creación, el ser humano, y me llamaron mucho la atención dos aspectos: el primero, que la especie humana, según Darwin, evolucionó durante millones de años, y el otro aspecto, que es preocupante, es el crecimiento poblacional que se ha dado en este planeta y en las diferentes épocas por las que ha atravesado la humanidad. Este tal vez sea uno de los motivos más importantes para los estudiosos de la demografía, la sociología, los economistas y futuristas, ya que el crecimiento de la raza humana está agotando las reservas ecológicas a un paso acelerado y sin darle oportunidad a la naturaleza de renovarse. De hecho, en nuestro país ya se han tomado medidas para frenar este crecimiento demográfico y es nuestra Institución la vanguardista en acciones directas para la solución de este problema y aún más, con un enfoque de calidad en los servicios de salud.

Es evidente que a todos nos preocupa el crecimiento poblacional de nuestro país, ya que en 1970 había 50,694,000 habitantes, llegaremos en el año 2,000, a la fabulosa cantidad de 128,355,000 habitantes, con los consiguientes problemas de impacto tanto en lo económico, político y de servicios. Estas situaciones están íntimamente ligadas con la problemática poblacional, como sería, la falta de vivienda, de alimentación, de educación, de fuentes de trabajo y de servicios, sobre todo de servicios de salud. Sin ser fatalistas, las cifras que se mencionan no deben hacernos pensar en la creación de un plan maestro que nos dé la solución a todos los problemas que traerá como (continúa en la página 4)

ENTREVISTA AL DR. FELIPE DE LA MATA HOMS.

por : Dr. Miguel Angel Rubín V.

Esta sección de nuestro Boletín "EXCELENCIA" la dedicaremos a personas que laboran en la Delegación del Estado de México y que se han distinguido por su trabajo. En esta época muchos trabajadores, no sólo de nuestra Institución, sino de otras empresas, al completar los años de servicio o al llegar a la edad de la jubilación, inmediatamente tramitan su pensión y dejan de



El Dr Felipe de la Mata Homs en su despacho

prestar sus servicios en donde están laborando. Por eso es que nuestro entrevistado es diferente, ya cumplió 35 años de antigüedad efectiva en el IMSS, y continúa trabajando sin que siquiera piense en su retiro; hace planes a largo plazo y esto sin duda alguna lo hace singular.

Nos recibió en su despacho con la amabilidad que siempre le ha caracterizado; a la pregunta: ¿En qué fecha ingresó Ud. al IMSS?

Dr.- Desde el año de 1957.

B - ¿En qué servicio inició?

Dr.-En las oficinas centrales del IMSS, como mensajero en una oficina que se llamaba Control al personal y posteriormente en la de atención domiciliaria y hospitalización que estaba en el 4o.piso de Reforma.

B - Se acuerda de alguna anécdota de esa época?

Dr.-Hay muchas, pero me acuerdo que en esa oficina trabajaba el Dr. Luis Velasco Cándano que es-

El ejercicio de mi profesión me ha dado la oportunidad de poder servir a los demás.

B -De entre los distintos cargos que ha desempeñado en el Instituto, ¿Hay alguno que le haya dejado más satisfacciones?

Dr. - Cada uno en su momento me ha dejado muchas satisfacciones; el actuar como médico ejerciendo mi profesión fué el más satisfactorio.

R -Con tantos años de servicio, algunas personas creen que es usted de más edad, ¿Sería indiscreto preguntarle su edad?

Dr.- (Sonrisas) 52 años.

B -Dr. de la Mata, el hecho de que usted haya empezado como mensajero y actualmente tenga un cargo tan importante, (Coordinador Médico Delegacional) lo pone de ejemplo para muchas personas, me gustaría que les mandara un mensaje a los compañeros de nuevo ingreso de todas las áreas.

Dr.- Como principio, son importantes los valores que trae cada persona como la lealtad, el arraigo, la institucionalidad, que en este caso fué al Seguro Social. Esto tiene que repercutir indudablemente en la vida laboral de todo individuo. El espíritu de servicio, para mí ha sido significativo y fué uno de los motivos para estudiar la carrera de médico que me dió la oportunidad de poder servir a los demás.

B - Dr. usted es un gran conversador y podríamos extendernos mucho en la entrevista, pero nuestro espacio es reducido, le voy a hacer la última pregunta. ¿Cuál es su personaje favorito?

Dr.- Don Quijote de la Mancha, porque refleja un poquito quizá mi filosofía de dar sin esperar mucho de los demás, de amar al prójimo por el prójimo mismo, por lo que éste representa, creo que ésta ha sido siempre mi filosofía. "Don Quijote" de Miguel de Cervantes, obra que he leído en numerosas ocasiones y que cada vez que la leo, le aprendo algo nuevo.

tuvo en cargos de responsabilidad: como Jefe de los Servicios Médicos del Valle de México y otros, era una persona muy importante. En esa época hacía vi: as; con él nos llevábamos muy bien, cuando hacía calor nos jugábamos los refrescos. Posteriormente una vez, cuando estaba tomando una clase con él en el Hospital de la Raza, me preguntó que cómo me había parecido su clase, y como me pareció que había tenido algunas fallas se lo dije. Obviamente se molestó mucho y me puso "6" en su clase, por cierto el único.

BREVIARIO DE LA SALUD REPRODUCTIVA.

(Viene de la Página 2)

consecuencia esta explosión demográfica, sino más bien en cómo se deberá reorganizar nuestra sociedad para un crecimiento armonioso, donde se tomen en cuenta los servicios de los que se dispondrá, los recursos materiales y ecológicos con lo que se contará y sobre todo la planeación y organización de nuestras familias para una repartición equitativa de la riqueza, del trabajo, de la educación y sobre todo de la alimentación. En fin, si les parece interesante este artículo, les diré en los boletines subsecuentes (espero me sigan reservando un espacio en este magnífico medio de difusión) algunos otros aspectos de una de las ciencias más importantes de nuestra era, de cómo ha evolucionado nuestra sociedad y qué se ha hecho en planificación familiar en el Instituto Mexicano del Seguro Social. No me despidó, sino hasta luego.

Directorio

Dr. Vicente Escalante Otero

Director Honorario

Dr. Miguel Angel Rubín V.

Editor

Colaboradores:

Dr. Juan Félix Rincón Zacatelco

Dr. Heliodoro Guzmán García

Dr. Carlos Porraz Contreras

Dr. Rafael García Junco y Juárez

Enf. Mercedes Escoriza Juárez

T.S. Ma. Teresa Pérez Sánchez

C. Eva Beatriz García Franco

Dr. José Manuel Martínez Canchola

Fotógrafo

Sr. Adolfo Cano Alcántara

¿CUANTO SABE USTED?

1. Siete Leguas fué el caballo de Villa. ¿Cómo se llamó el caballo del Cid Campeador?

- a- Arete
- b- Rocinante
- c- Babieca
- d- Lucero

2. La frase: "Nunca tantos le debieron tanto a tan pocos" es de?

- a- Henry Kissinger
- b- Charles de Gaulle
- c- W. Churchill
- d- Gandhi

3. La Frase "Vida nada te debo, vida estamos en paz." Es de...

- a- Amado Nervo
- b- Manuel Acuña
- c- Antonio Machado
- d- Gustavo A. Bécquer

4. En las novelas de la época colonial destaca por su belleza "Monja y Casada, Virgen y Mártir." ¿Quién la escribió?

- a- Justo Sierra O'Reilly
- b- Carlos de Sigüenza y Góngora
- c- Luis González Obregón
- d- Gral. Vicente Riva Palacio

5. "El Aguila y la Serpiente", "Memorias de Pancho Villa" y "La Sombra del Caudillo", fueron escritas por ...

- a- Luis Spota
- b- Martín Luis Guzmán
- c- José Vasconcelos
- d- Mariano Azuela

6. En la película "Nosotros los Pobres" de Ismael Rodríguez, con Pedro Infante y Blanca Estela Pavón, el villano fué...

- a- Carlos López Moctezuma
- b- Miguel Inclán
- c- Roberto Cañedo
- d- Carlos Rivas

7. La Primera película sonora en México fué ...

- a- "Nezahualcōyotl".
- b- "¡Vámonos con Pancho Villa!"
- c- "Allá en el Rancho Grande"
- d- "Santa"

8. La isla más grande del mundo es...

- a- Groenlandia
- b- Nueva Guinea
- c- Australia
- d- Borneo

9. El médico descubridor de la vacuna: ¿Quién es?

- a- Luis Pasteur
- b- Edward Jenner
- c- Roberto Koch
- d- Albert Calmette

10. ¿Cuál es el país que más plata produce en el mundo?

- a- Estados Unidos.
- b- Perú.
- c- Rusia.
- d- México.

Respuestas al cuestionario de Cuanto Sabe usted del boletín No. 2

- 1.- c Acamapixtli
- 2.- b Tical (Guatemala)
- 3.- b Neil Armstrong
- 4.- d David Alfaro Siqueiros
- 5.- a India
- 6.- b Wolfgang Goethe
- 7.- c José Rubén Romero
- 8.- b Cuernavaca Morelos.
- 9.- Cipacli Caimán
Calli Casa
Coatl Serpiente.
Ocelotl Tigre
- 10.- c-La Enramada

QUE ES EL TRABAJO.

Por: Dr. Rafael García Junco.

Para algunas personas, el trabajo es simplemente una obligación impuesta por la necesidad y una carga; para otras menos simplistas, es una verdadera oportunidad y un reto, una oportunidad con una posibilidad de realización y de superación personal, además de una fuente segura de ingresos y por lo tanto, un patrimonio familiar importante. En múltiples casos su único ingreso. El primer grupo lo integran las personas insatisfechas, irresponsables e inmaduras, los inconcientos de su propio valor como seres humanos.

Al otro grupo pertenecen, por lo contrario, las personas concientes y maduras, las responsables de cada uno de sus propios actos. Lo que confiere la CALIDAD HUMANA, a los seres pensantes.

A ti: ¿A qué grupo te gustaría pertenecer?

Esta es la breve historia o el cuento de cuatro sujetos llamados: **TODO MUNDO, ALGUIEN, CUALQUIERA Y NADIE.** (Como bien se puede ver, son actores ficticios, sin un nombre real y carentes de identidad propia.

La historia se llama:

¿DE QUIEN, ES EL TRABAJO?...

Se le asignó un trabajo importante a **TODO MUNDO**, quien estaba seguro de que **ALGUIEN** lo haría y de que también **CUALQUIERA** podía hacerlo. Pero **NADIE** lo hizo.

ALGUIEN se enojó, porque **NADIE** lo hizo, siendo este el trabajo de **TODO MUNDO**.

TODO MUNDO pensó que **CUALQUIERA** lo podía hacer, pero **NADIE** se dio cuenta, de que **TODO MUNDO** no lo haría.

¿DE QUIEN ES EL TRABAJO?

La historia termina cuando **TODO MUNDO** culpa a **ALGUIEN**, cuando **NADIE** hizo, lo

que **CUALQUIERA** pudo hacer.

Esta es la historia simpática, si se quiere, que a veces ocurre; para explicar el **FRACASO**, pero totalmente absurda y carente de lógica, con la cual todos los pertenecientes al primer grupo de **IRRESPONSABLES**, pretenden justificar las propias fallas y carencias, culpando siempre a otros por ello. Para evadir toda responsabilidad.

¿Por qué? Pensemos un poco en ello, para no caer en un error.

Toda persona o sujeto tiene un nombre y una identidad propia que lo distinguen de los demás, así como sus propias labores o tareas, muy claras y específicas, para lo cual se encuentra preparado.

A menos que pretenda ser un don nadie, un ser cualquiera sin ningún valor o alguien anónimo, insignificante e intrascendente, que forme una parte pequeña, como un átomo entre todo el mundo. Simplemente como uno más del montón.

Cada trabajo y cada acción tienen su propia meta y objetivo, su propia finalidad de utilidad y de servicio. Nadie hace cosas inútiles y sin ningún propósito.

TODO TRABAJO ES IMPORTANTE y tiene funciones específicas y claramente asignadas, su campo de acción y su área de responsabilidad propia.

No se asigna un trabajo a nadie, a alguien o a cualquiera, así nada más, ni a todo el mundo; sino a personas maduras, responsables y con capacidad para cumplir bien, con una tarea determinada y especificada, con toda claridad. Que es algo a lo que todos podemos y debemos aspirar, para poder alcanzar nuestras metas personales.

Un trabajo organizado, seguro, confiable, importante y gratificante, útil y apreciado por nuestros semejantes.

DEL TRABAJO

Y manteniéndoos siempre laboriosos, amaréis realmente la vida;

Y amar la vida merced al trabajo, es intimar con el secreto más oculto de la vida.

También se os ha dicho que la vida es tenebrosa, y en vuestro cansancio repercutís lo que fué dicho por el cansancio.

Y yo digo que la vida es ciertamente tenebrosa, salvo cuando haya actividad.

Y toda actividad es ciega si no la acompaña el conocimiento,

Y todo conocimiento es vano, salvo cuando haya trabajo,

Y todo trabajo es infructuoso si no lo acompaña el amor;

Y cuando trabajáis con amor, vosotros mismos os unís uno al otro y a Dios.

¿Y qué es trabajar con amor?

Es tejer el vestido con fibras extraídas de vuestro corazón, como si fuera para vestir al ser más amado.

Es construir una morada con cariño, y embellecerla como si fuera para albergar al ser más amado.

El trabajo es amor hecho visible.

Y si no podéis trabajar con amor, sino con aversión, será preferible que abandonéis el trabajo para irós a sentar a la puerta del templo, y ahí, pedir limosna a los que trabajan con regocijo.

Tomado de "El Profeta" de

Gibran Jalil Gibran.

SOCIALES

Por Eva Beatriz García Franco.

¡Sorpresa! Después de dos meses de ausencia, esta columna tiene la suerte de estar otra vez entre tus manos.

Y como la cosa va directa, mandamos multitud de porras, vivas y burras a nuestro compañero Bernardo Ramírez, por el segundo lugar que obtuvo su pequeño hijo de 4 años, Misael Armando Ramírez Pérez, en un concurso de actuación, baile y canto, organizado por importante empresa privada de televisión el pasado 6 de agosto. A ver cuándo tenemos la oportunidad de escucharlo cantar.

Y hablando de los famosos, Alejandro Rivera Arredondo, del área de archivo fué visto en toda la República Mexicana y en una que otra Nación hermana, intentando bajar cinco centenarios, de la cúspide del palo encebado. Aunque no lo pudo lograr en su único intento, sabemos que volveremos a verlo con sus pants amarillo, en el gustoso programa de concursos.

Por lo que respecta al personal médico, los felicitamos anticipadamente, ya que el 23 de octubre estarán de manteles largos festejando su día. Esperamos no sólo que se la pasen de "lujo", sino que aprovechen para conocerse más entre ustedes.

Más vale tarde que nunca, dice el refrán, pero de verdad recordamos también el día del Técnico Especializado que fué el pasado mes de agosto. En hora buena.

Felicitamos calurosamente a nuestras compañeras asistentes médicas y trabajadoras sociales, que fueron festejadas en su día.

Muy animada resultó la comida en la que los Directores de la zona Naucalpan festejaron al Dr. Vicente Escalante Otero, Coordinador de la Atención Médica de la Zona Naucalpan, el día 19 de agosto.

Respetuosamente, mandamos a nuestro compañero, Ernesto Chávez Centeno, Jefe de la Oficina de Plantillas, nuestro más sentido pésame, por el fallecimiento de su señor padre, Ernesto Chávez Chávez.

¡ESTA TEMBLANDO!

Por: José Manuel Chávez M.

Los habitantes del Valle de México y de muchas partes del mundo hemos tenido la desagradable experiencia de sentir un sismo. En nuestro país, en 1985, ocurrió un terremoto, que dejó muy malos recuerdos por lo destructivo que fué, pero, ¿Se ha puesto Usted a pensar cuál es el origen de este fenómeno y por qué México está en una zona sísmica? A continuación le presento una sencilla explicación de este interesante tema.

Origen de los Terremotos.

En el siglo IV A.C., Aristóteles explicaba que los terremotos eran causados por el esfuerzo del aire al tratar de salir de las cavidades subterráneas.

Hasta mediados del siglo XIX, los ingenieros reconocieron a los temblores como expresión de ondas elásticas en movimiento y los geólogos supusieron que su origen provenía del movimiento de grandes bloques situados en la corteza terrestre. El temblor siempre es el resultado de un proceso geológico, como avalanchas, caídas de rocas, explosiones, desplome de sedimentos marinos, el colapso del techo de una caverna, la erupción de un volcán.

Los sismos originados por el fenómeno de tectónica de placas se deben a:

A- Cordilleras bajo los océanos, con volcanes en actividad.

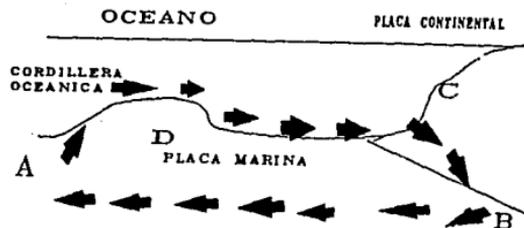
B- Zona de subducción: Aquí es en donde la placa marina se sumerge por debajo de la placa continental, el material de la placa marina se funde y hace un flecha, haciendo que haya un equilibrio del material que forma la corteza del fondo del mar, pero es aquí en donde la fricción que produce la subducción libera la energía que se traduce en ondas sísmicas.

C- Placa Tectónica Continental.

D- Placa Tectónica Marina.

En México, gran parte de los sismos tienen su origen en las costas de Guerrero principalmente así como Oaxaca y Michoacán y es debido al fenómeno de la tectónica de placas ya que en esa zona están los límites de dos placas tectónicas que son la placa pacífica y la placa americana; es por eso que en Chile, Perú, Ecuador, Colombia, Centroamérica y Alaska se han registrado grandes sismos.

Además de que la composición del subsuelo del Valle de México es de origen lacustre, esto es, que antes de ser poblado existió un lago en su superficie y las ondas sísmicas se propagan con facilidad en este material. Cuando los sismos son de origen estructural, los ocasionan las fallas geológicas, esto es cuando dos porciones de tierra sufren desplazamientos. Una de las fallas más conocidas es la falla de San Andrés, localizada en la costa del Pacífico entre California, Estados Unidos y Baja California, México.



FALLA DE ORIGEN

Boletín Página 6

EXCELENCIA

BOLETIN INFORMATIVO DEL HGZ Y UMF No.58

No 4 Año I

Noviembre 1993

LA ACTUALIZACION MEDICA

Por Dr. Jesús Rey García Flores.

Dr. Baldomero López Ruiz.

En todas las actividades del mundo moderno las personas tienen que estar al pendiente de los cambios que se presentan en su especialidad para estar actualizados. Esto, si bien es necesario para muchas actividades, resulta indispensable en el ejercicio de la medicina, ya que lo que un día se pensó que podía ser la panacea, un nuevo descubrimiento la rechaza por peligrosa; por tal motivo, los médicos tienen que seguir estudiando toda su vida, además de asistir a Congresos, de recibir las revistas médicas de su especialidad, etc. En las Instituciones Médicas, se tiene la costumbre de fomentar la actualización de sus médicos, mediante cursos de actualización, cursos monográficos, sesiones generales de la Unidad, así como departamentales, sesiones anatomoclínicas etc.; Pero no siempre son reconocidos esos medios de estar al día, sino que se tiene que demostrar mediante documentos que avalen el curriculum vitae y entonces se dan diplomas por asistencia a los cursos y a los congresos, así como por las horas que duró cada uno y el tipo de participación que se tuvo en el evento, recibiendo diferente calificación por asistir o participar como ponente en algún trabajo de investigación. También se acredita si se asiste como alumno o si se participó como profesor del mismo. Así, los médicos van incrementando su calificación curricular. Actualmente se ha puesto al alcance de los médicos especialistas un procedimiento que certifica que se encuentran actualizados en conocimientos y en la práctica de su especialidad; esto es mediante un examen muy completo que presentan ante los consejos examinadores de su especialidad y que generalmente cada cinco años se recalifican, con lo que quedan reconocidos oficialmente sus conocimientos.

Estos consejos de especialidad están constituidos por las Sociedades Médicas reconocidas por la Academia Nacional de Medicina, que es la máxima autoridad dentro del ámbito de la medicina en México.

Por este medio, invitamos a todos los compañeros médicos a incrementar su curriculum vitae, así como a actualizarse con el reconocimiento de sus respectivas Sociedades Médicas, a través de los Consejos Examinadores.



Lic. German Ulage Figueroa
Titular de la Subdelegación de Naucalpan

Algunos Consejos de especialidad reconocidos por la Academia Nacional de Medicina:

- Consejo Mexicano de Anestesiología, A.C.
- Consejo Mexicano de Angiología y Cirugía Vascular.
- Consejo Mexicano de Cardiología.
- Consejo Mexicano de Cirugía General.
- Consejo Mexicano de Dermatología A.C.
- Consejo Mexicano de Endocrinología A.C.
- Consejo Mexicano de Gastroenterología, A.C.
- Consejo Mexicano de Medicina Interna, A.C.
- Consejo Mexicano de Médicos Anatomopatólogos A.C.
- Consejo Mexicano de Oftalmología, A.C.
- Consejo Mexicano de Ortopedia y Traumatología A.C.
- Consejo Mexicano de Otorrinolaringología y Cirugía de Cabeza y cuello A.C.
- Consejo Mexicano de Patología Clínica.
- Consejo Mexicano de Radiología e Imagen.
- Consejo Mexicano de Certificación en Medicina del trabajo.
- Consejo Mexicano de Certificación en Medicina Familiar.
- Consejo Mexicano de Certificación en Pediatría, A.C.
- Consejo Mexicano de Salud Pública, A.C.

Caption

FALLA DE ORIGEN

LA JUVENTUD

Por C.P. Felipe Figueroa,
Subdirector Administrativo del H.G.Z. 58

En todas las sociedades y épocas de la existencia del hombre, se ha hablado de personas jóvenes y personas viejas como si la juventud y la senectud fueran un fenómeno meramente biológico.

No se desconoce que los seres humanos experimentamos un ciclo de desarrollo desde el nacimiento mismo y que concluye con la muerte; pero; ¡Por Dios! la juventud no es tan solo una etapa biológica, sino una manera de enfrentarse a la vida.

La gran verdad de esta reflexión radica en que "La juventud no es una etapa de la vida, sino un estado mental" y aún más, hay quien dice "que la edad es un estado emocional".

Se es joven cuando se tiene interés en muchos aspectos de la vida y se es viejo cuando ya no se interesa ni se entusiasma uno por nada de aquello que nos rodea.

Así pues, lo mismo a los 60 que a los 16 años, si hay optimismo o pesimismo, interés o desinterés, apatía o empatía, entusiasmo o temor según sea el caso, seremos jóvenes o estaremos viejos, pues cuando ya no vemos las cosas bellas que nos brinda la vida, cuando las nieves del pesimismo cubran nuestro espíritu, entonces sí habremos envejecido aunque solo tengamos 20 años; pero mientras nuestras antenas receptoras sigan en lo alto dispuestas a captar las ondas del optimismo, hay esperanzas de que seamos jóvenes aun cuando seamos octogenarios.

Por lo antes dicho, tengamos presente que con nuestro estado emocional manifestaremos ser:

"Un viejo joven" o "Un joven viejo"

"Sin placer y sin fortuna,
pasó como una quimera
mi juventud, la primera...
la sola, no hay más que una:
La de dentro es la de fuera".

Antonio Machado.

BREVIARIO DE LA SALUD REPRODUCTIVA

PARTE II

Por el Dr. Juan Félix Rincón Zacatelco,
Coordinador de Salud Reproductiva y Materno Infantil
de la zona Naucalpan.

Así pues, la evolución de la sociedad en México no ha sido sustancialmente diferente al de otras sociedades, como

por ejemplo las europeas. Los fenómenos demográficos que históricamente se han observado en Inglaterra, junto con sus revoluciones como la industrial, son muestra de lo en que en nuestro país ha estado sucediendo.

De hecho, en México los movimientos de población se han caracterizado por tres etapas importantes, sucesos que han sido marcados por políticas, situaciones bélicas y económicas.

La primera etapa se caracterizó por un crecimiento poblacional sin limitantes, donde se buscaba cubrir el vasto territorio nacional (1940-1960), creación de mano de obra para incrementar la planta productiva del país, dando así más fuerza económica como respaldo a las políticas externas de México. Esta etapa se caracterizó por el crecimiento al doble de la población, se estimaba que la población en 1940 (19.7 millones de habitantes) tardaríamos 32 años, de 1960 a 1970 nos llevaríamos 22 años, ahora para 1990 tardaremos 37 años. Otro aspecto que caracterizó esta primera etapa fue la tasa elevada de natalidad, así como la de mortalidad.

La segunda etapa de transición se caracterizó por una tasa de natalidad alta y la de mortalidad baja. Esta etapa finalizó hasta la década de los 70's, en esta fase, a pesar de que se iniciaron (1950-1970) actividades específicas al control de la fecundidad, ésta se mantenía aún en niveles altos (en promedio 7 hijos por mujer), sobre todo en el grupo de 25 a 29 años. Así también, el número de abortos comienza a descender, esto debido a la liberación de métodos de planificación familiar.

México aún está en una tercera fase que nos caracteriza como un país en vías de desarrollo; es en esta etapa (1970 hasta la fecha), donde no sólo se abordan los aspectos de planificación familiar como problemas de crecimiento poblacional, sino como de salud reproductiva del binomio madre-hijo y culminando con el enfoque de riesgo.

En esta etapa las tasas de crecimiento natural (2.47%), la tasa bruta de natalidad de 48.1 x 1000 y la de mortalidad de 23.4 x 1000 respectivamente. La tasa global de fecundidad pasó de 7 a 4.2 en 1982 y 2.9 para 1990.

Sería innecesario continuar llenando este artículo con más y más datos estadísticos, pues lo interesante de ello es el tenerlos en mente como parte de una historia que muchos de nosotros dejamos al olvido, sin tener en cuenta que la dinámica nacional, aún nos reserva una cuarta etapa para la cual todos debemos estar preparados y como obligación preparar a nuestros hijos para los retos que tendrán que enfrentar.

Es una alta responsabilidad para el trabajador de la salud como ser humano, como miembro de esta sociedad y como trabajador de la Institución de Salud más importante del país, el estar plenamente convencido de que tiene que estar capacitado y preparado para dar promoción a la salud, información adecuada y una atención de excelente calidad, ya que es lo que nuestra sociedad necesita y es lo que hará que nuestro país avance hacia un desarrollo que nos beneficie a todos.

ENTREVISTA AL LIC. GERMAN ULAGE FIGUEROA.

Por. Dr. Miguel Angel Rubin V.

En esta ocasión tenemos el gusto de que el Lic. Germán Ulage Figueroa, Subdelegado de Naucalpan, nos reciba para charlar unos minutos. Es un gran conversador con el que se pasa rápido el tiempo.

- Licenciado: En la unidades médicas muchos trabajadores no conocen a nuestras autoridades; en ocasiones sólo de nombre o de vista cuando asisten a eventos; esta oportunidad de conocerlos ayudará a entender más la responsabilidad que tienen.

- ¿De dónde es Usted?

- De la Ciudad de México, D.F.

- ¿En dónde estudió su carrera?

- En la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México.

- ¿Qué cargos ha desempeñado en el IMSS?

- He hecho carrera dentro del IMSS. Ingresé en el año de 1966 como mensajero, en la Clínica 7 que está frente al Estadio Azteca, tenía el turno vespertino dejándome tiempo para estudiar y así terminé la carrera profesional; al año siguiente pasé de A.U.O. en la clínica 11, en Caruso y Leoncaballo. Me recibí en 1973 y me ofrecieron trabajo en el IMSS como abogado del Jurídico, empezando desde abajo como ayudante de 6 horas, luego de 8 horas, posteriormente como abogado de confianza y jefe de oficina hasta 1985, en que después del temblor me nombraron titular de la Jefatura de Servicios Jurídicos de la Delegación cinco que estaba en el Centro Médico. Pero como se había caído, el Departamento Jurídico lo pasaron a las oficinas de Reforma, y ahí conocí al Lic. García Garza que fue nombrado Titular de la Delegación del Estado de México y poco tiempo después titular de la Delegación Uno. En 1986 me propusieron como jefe del Departamento Jurídico en Toluca y posteriormente con la fusión de esta delegación con la Uno, quedé como titular de Servicios Jurídicos de esta Delegación.

- Licenciado Ulage: ¿Estaba Usted en el Consejo Consultivo?

- Efectivamente, el Jefe del Jurídico tiene el cargo de Secretario del Con-



Lic. German Ulage Figueroa

sejo Consultivo, por cierto que en ese momento había dos Consejos Consultivos: uno en Toluca y otro en la Delegación Uno, me tocó ver cómo se fusionaron en uno.

- ¿Desde cuándo está como Subdelegado aquí en Naucalpan?

- A partir del 10 de agosto de 1992.

- ¿Nos podría explicar cómo está constituida esta Subdelegación?

- Hay dos tipos de Subdelegaciones: las foráneas y las que están en el mismo municipio de la sede delegacional; en el caso de la del Estado de México, Toluca y Naucalpan son subdesdes, así quedaron éstas como metropolitanas, y el resto: Tlalnepantla, Ecatepec y los Reyes, como foráneas. Aquí estoy como titular y de mí dependen cuatro departamentos; el más grande y que tiene mucha importancia es el Departamento de Tesorería, en donde fundamentalmente se recaudan las cuotas; tiene una oficina para cobros, que es la que se encarga de cobrar a aquellos patrones que no han pagado. También el Departamento de Prestaciones en dinero, que es el que le paga al asegurado y a los pensionados, así como el pago de subsidios de las empresas que tienen convenio de reembolso; también se paga la ayuda para gastos de matrimonio, así como ayuda para gastos de defunción. También aquí se tramitan préstamos a cuenta de pensión. Todo lo relativo a pensiones ahí se paga. Tenemos el otro departamento que está muy vinculado

al área desaparecida de servicios técnicos que es el área de afiliación y vigencia de derechos, en donde se registran y se dan todas las modificaciones de salarios de los trabajadores y se reciben los avisos, que nos presentan los patrones, éstos se trabajan y se pasan a informática. El cuarto Departamento es el de Auditoría a patrones, en el cual se va a verificar que los patrones estén cotizando correctamente, integrados los salarios y obviamente que estén registrados todos los trabajadores.

- Licenciado, es famoso el Municipio de Naucalpan por su gran cantidad de empresas, ¿Que tan cierto es?

- Mire: en cuanto a tamaño, la Subdelegación de Naucalpan es la segunda del estado, la más grande es Tlalnepantla, que es más grande en cuanto al número de asegurados y patrones, que 11 Delegaciones estatales chicas; y Naucalpan es alrededor de 10.

- En relación a las actividades de un subdelegado ¿Cuáles son?

- Fundamentalmente, como las de la mayoría de los jefes, es supervisar que las cosas vayan caminando de acuerdo a lo normado para cada departamento. En ocasiones, atiende a personas que vienen por que sienten que los jefes de área o los jefes de departamento no les dieron el trato que esperaban, vienen porque creen que se les puede dar alguna facilidad extra, que tampoco es

posible por que todo lo tenemos normal en el Instituto.

- Licenciado Ulage, usted que es, una persona que ha hecho una carrera tan importante en el Instituto, su opinión sería muy apreciable para todos los que trabajamos en esta subdelegación. ¿Que les recomendaría a los trabajadores de nuevo ingreso?

- A mí me tocó desde muy joven conocer la grandeza y el crecimiento del IMSS, ya que mi papá fué colaborador del Lic. Benito Coquet que fué Director del IMSS en el gobierno del presidente López Mateos y vi cómo se construyeron grandes clínicas, hospitales, y centros recreativos como Oaxtepec y el mismo Centro Médico Nacional. Entonces, cuando ingresé al IMSS, me puse la "camiseta" con mucho orgullo y afortunadamente nunca me la he quitado, por eso les recomiendo a los trabajadores que le tengan cariño a la camiseta, que estamos en una Intitución muy importante. Que amen al Instituto, independientemente del área en que se encuentren laborando, que todos somos importantes, que no debe romperse ni un sólo engrane para que nuestro Instituto Mexicano del Seguro Social siga cumpliendo para lo que fue creado. "El proporcionar el derecho humano a la salud".

DIRECTORIO

Dr. Vicente Escalante Otero
Director Honorario

Dr. Miguel Ángel Rubín Valencia
Editor

Colaboradores:

Dr. Juan Félix Pincón Zacatello
Dr. Heliodoro Guzmán García
Dr. Carlos Porraz Contreras
Dr. Rafael García Junco y Juárez
Dr. Jesús Rey García Flores
T. S. Ma. Teresa Pérez Sánchez
C. Eva Beatriz García Franco
C. Maricela Huerta Jurado

Fotógrafo

Sr. Adolfo Cano Alcántara

Corrección de Estilo

Profra. Yolanda Suárez Padilla

SOCIO CULTURALES

Por Eva Beatriz García Franco

Qué pasó mis queridas brujitas, brujos, chamanes, duendes y chancos que; otra vez por aquí festejando su día y haciendo latentes nuestras bellas tradiciones, mientras nosotros como seres normales y predecibles, también festejamos el inminente casamiento que les tocará escenificar a nuestro compañero del laboratorio Alfonso Trueba Martínez y a Cristina Rodríguez Velázquez, el próximo 6 de Noviembre, " feliz luna de miel...".

Honor a quien honor merece, por lo que mandamos un merecido reconocimiento a nuestros compañeros hasta hace unos días en activo, que se jubilaron, después de dedicar tantos años de su vida a nuestra noble Institución, ellos son: Rosa María Romero del Castillo, Oficial de Personal; Enriqueta García Ramírez, Auxiliar de Enfermería; y Ronaldo Zafra Ayala, Médico Pediatra. Ahora sí compañeros, a darle duro a la hilacha pero con precaución ¡He!

Ya que hablamos de jubilados, también mandamos congratulaciones a las nuevas generaciones, ya que el 3 de Noviembre, el hijo de Janet Morales, de Rayos X, cumple su tercer año de vida, "haber sí invitas al Reven...".

Muy festejados nuestros compañeros Médicos en su día. El evento con la Internacional Marimba Nandayapa resultó un éxito. También los convivios de los distintos departamentos fueron muy lucidos, por cierto que en medicina familiar se lucieron con los patillitos las compañeras Asistentes, así como el exquisito mole de Medicina Preventiva que todos se lo saborearon. Los compañeros del turno vespertino no se quedaron atrás. En su festejo médico cultural con la rodalla de PEMEX que delicitó a todos los asistentes. Felicidades a los organizadores.

Pese a todo - inflación, violencia, transculturaización y desdén por lo nuestro -, ya están aquí como año tras año, nuestras muy picantes calaveras, claro que no podían faltar; nadie se salva, ni políticos, ni los artistas pues mucho menos los trabajadores del I.M.S.S., prepárate y encuentra la tuya, ¡ hasta el próximo número ...!

TIPS, TIPS Y ALGO MAS ...

Por Eva Beatriz García Franco

Sabías que a pesar de que el Instituto Mexicano del Seguro Social, organiza, promueve y apoya actividades culturales de primer nivel, la asistencia de trabajadores I.M.S.S. a éstos, por lo general es muy escasa, salvo algunas excepciones.

Preocupados por ésta situación y con ánimos de transmitir el placer que nos causa asistir a una obra de teatro, escuchar un concierto de rock, un recital de poesía; de llevar a nuestros pequeños al teatro guñol o a una función de payasos, daremos algunos tips y recomendaremos siempre lo más agradable y divertido ...

Tercera llamada, comenzamos.

Lo más recomendable no sólo para divertirnos, sino para apoyar: los proyectos culturales que llevan a cabo varias instituciones de nuestro país (I.M.S.S., I.S.S.S.T.E., D.D.F. y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes), es no perdersen una sola de las obras teatrales que se están presentando en los foros Wilberto Cantón y Tepcayac, en el marco de la segunda convocatoria nacional de teatro 1993.

Al momento de leer ésta información, se estarán presentando las obras de teatro "Las Viudas" y "Al Son de un Corazón", de Salvador Mrozek y José Camacho respectivamente. Si realmente quieres divertirte, solo o con tu familia no dejes de asistir a éstas dos puestas en escena.

Antes de despedirnos de ésta columna, te pasamos al costo, que dejes la apatía, y te des una vuelta al Centro Estatal de Capacitación y Productividad Tlalneantla, en donde encontrarás desde talleres vivenciales hasta cursos de diseño gráfico, pasando por la introducción al uso de las microcomputadoras.

¡ Ha! se me olvidaba, si tienes algún interés porque realicemos y organicemos juntos eventos culturales en las instalaciones de ésta unidad, esperaremos tus propuestas en el buzón próximo a instalar para este fin.

¿CUANTO SABE USTED?

Por: Dr Miguel Angel Rubín V.

1.- En 1571 se desarrolló la famosa batalla de Lepanto, entre Felipe II, el Papa y los Venecianos contra la flota turca de Mahomet Siroco. En dicha batalla perdió la mano izquierda....

- a- Andrea Doria
- b- Don Juan de Austria
- c- Miguel de Cervantes Saavedra
- d- Alvaro Obregón.

2.- El más famoso de los diestros mexicanos, nació en León, Guanajuato, en 1888. Fue uno de los más completos y elegantes toreros de todas las épocas. Se retiró en México en 1928. Fué...

- a- Carlos Arruza
- b- Fermín Espinosa "Armillita"
- c- Rodolfo Gaona
- d- Lorenzo Garza

3.- La forma más solemne de documento pontificio usado para asuntos de gran trascendencia se llama :

- a- Cartas pontificias
- b- Bula
- c- Enciclica
- d- Precepto

4.- Ahora una de fútbol : Del Sol, DiStéfano, Puskas y Gento fueron estrellas del equipo cinco veces campeón de Europa, que se llama:

- a- "Real Madrid" de España.
- b- "Ajax" de Holanda.
- c- "Spartak" de Praga.
- d- "Barcelona" de España.

5.- "Sandokan", "Los tigres de la Malasia" y "El León de Damasco" novelas de aventuras fueron escritas por:

- a- Victor Hugo
- b- Emilio Salgari
- c- Alejandro Dumas
- d- Marcel Proust

6.- Nació en Fresnillo Zacatecas, a los 4 años de edad tocaba el piano, escribió "La danza del Sarampión" cuando padecía de esta enfermedad a los cinco años. Entre sus composiciones más conocidas se encuentran "A la orilla de un palmar" y "Estrellita" ¿Quién fué?

- a- Lorenzo Barcelata
- b- Manuel Esperón
- c- Manuel M. Ponce
- d- Tata Nacho

7.- La zona arqueológica de El TAJIN se encuentra en el estado de...

- a- Chiapas
- b- Yucatan
- c- Oaxaca
- d- Veracruz

8.- La fortaleza de San Diego se encuentra en el puerto de:

- a- Veracruz
- b- Tampico
- c- Campeche
- d- Acapulco

9.- El lema de nuestra máxima casa de estudios, la Universidad Nacional Autónoma de México, "POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU" Se debe a:

- a- Don Justo Sierra
- b- José Vasconcelos
- c- Guillermo Prieto
- d- Alfonso Caso

10.- El famoso convento e iglesia de Santo Domingo en Oaxaca son visitados por todos los turistas que pasean por ese hermosísimo estado. Pero ¿Sabe qué estilo tiene ?

- a- Barroco
- b- Churrigüesco
- c- Plateresco
- d- Neoclásico

Respuestas al cuestionario del boletín No. 3

- 1.- c Babieca
- 2.- c W. Churchill
- 3.- a Amado Nervo
- 4.- d General Vicente Riva Palacio
- 5.- b Martín Luis Guzmán
- 6.- b Miguel Inclán
- 7.- d Santa
- 8.- c Australia
- 9.- b Edward Jenner
- 10.- d México

LA FLORA MEDICINAL MEXICANA OCUPA EL QUINTO LUGAR A NIVEL MUNDIAL

Por: Maricela Huerta Jurado.

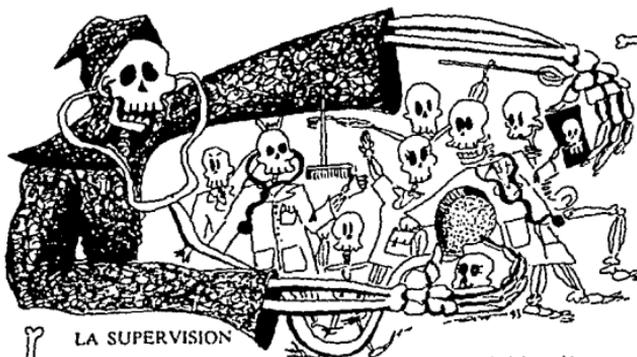
Alrededor de 5 mil especies de la flora mexicana son medicinales, esto se ha comprobado en algunos estudios fitoquímicos (para saber con precisión su composición y saber por qué cura la planta); aunque actualmente no ha sido estudiada en su totalidad, la herbolaria es una alternativa para problemas de salud, afirmó la maestra en ciencias Abigail Aguilar, jefa del herbario del IMSS.

La realización de investigaciones de campo, entrevistando a terapeutas tradicionales, amas de casa y usuarios en general, ha rescatado el conocimiento popular médico según el uso de las plantas y ha facilitado la investigación científica y experimental, en donde se trabaja con estudios fitoquímicos y farmacológicos poniendo a prueba los resultados, primero con animales crónicos y con otros sanos, con el propósito de comprobar la acción de la planta y para poder recomendar su uso.

En la medicina tradicional mexicana existen diferentes prácticas terapéuticas que han sido comprobadas; una de ellas es la llamada "limpia", que es el barrido por todo el cuerpo con plantas aromáticas principalmente, las cuales, al ser aplicadas al paciente, despiden sustancias que proporcionan alivio al organismo (plantas tranquilizantes) por los efectos de penetración transdermal.

El IMSS, como Institución de Salud, es pionero en esta meta del siglo, es por ello que estudia de una manera científica las plantas medicinales, para lo cual mantiene convenios con otras instituciones como el I. P. N., la U. N. A. M., así como otras universidades de provincia y el Instituto Nacional Indigenista.

En el IMSS, hay diversos grupos de trabajo que investigan varios tópicos de las plantas medicinales como son sus orígenes etnobiológicos y farmacológicos, los cuales explican la acción de ciertas especies; sin embargo es necesaria la participación de un mayor número de investigadores interesados en valorar científicamente el uso medicinal de las plantas.



LA SUPERVISION

por: El Prof. Nibur Pasha Leugim.

Esto sucedió un día en la clínica cincuenta y ocho y como ya se temía, no iba ser un bizcocho.

Esperaban con gran emoción, al Coordinador Escalante, que en cualquier instante, vendría a hacer supervisión.

todo estaba limpio y ordenado, cada cosa en su lugar, y se había comisionado, quien llegando, debía avisar.

Pero ¡oh terrible estupor! en lugar de el doc Escalante, venía como coordinador la muerte y su acompañante.

Llegando con precisión, y sin perder un instante, se presentó en la dirección con la guadaña por delante.

Laurita, al creer que era su fin, le preguntó: ¿Asunto a tratar? Vengo a supervisar al Dr. Rubén y me lo voy a llevar.

Revisándole los informes, hechos en computadora, te voy a llevar para que reformes, mis archivos desde ahora.

pero me dan tentaciones, y creo que me voy a llevar, por que lo voy a necesitar, al jefe de control de prestaciones.

Toño Romero, asustado, le dijo: yo no soy de confianza, y no puedo ir a su lado y si voy, quien paga la fianza.

En mi nueva administración vamos a necesitar, además de computación, a quien el panteón ha de limpiar.

y de paso a la consulta, con Cuautle también cargó, quien como catapulta, al mas allá se alargó.

Un amigo que aquí trabaja, dijo la muerte al de junto, que haga también su mortaja, Rafael García Junco.

Muy mona apareció Teresita, jefa de trabajo social, y de un guadañazo fatal, le tumbó la cabecita.

Y esa de blanco ¡quién es? Idíganme a toda prisa! Es la jefe de enfermeras, La señorita Escoriza.

También con ella cargó y se fué al auditorio, y a todos los ahí presentes, al panteón ya los mandó.

Yo no puedo acompañarlo, Eduardo Gracida repuso, que va a empezar un curso y tengo que inaugurarlo.

El curso lo vas a tener en los apretados infiernos, y ahí tendrás que aprender de todos estos cuadernos.

En Urgencias sin tardar, Felipe Cervantes Cardiel, Al verla tan desnutrida, la quiso hospitalizar.

Mira, amigo Felipe, a tí te voy a llevar,

para que me hagas guitarras y pa que me cures la gripe.

Según la calaca iba pasando, cargaba con médicos y enfermeras, y de diferentes maneras, los iba acomodando.

Heliodoro Guzmán no pudo esquivar a la huesuda, que haciéndolo como nudo, dejó a la Dra. Lupita viuda.

Un abrazo cariñoso le dieron los ortopedistas. A ustedes, queridos amigos, por trabajar con los huesos, los voy a dejar ilesos.

Iba a entrar en un consultorio, pero se ya se arrepiñtó, se metió al laboratorio, donde al químico Zecua encontró.

Hazme un examen de calcio, con calmita y muy sereno, mas hazlo despacio, que el anterior me lo hizo Galeo.

Como no le gustó el resultado, pues le encontró hipocalcemia, lo dejó decapitado, muriendo pronto de anemia.

¿Qué hacen esa gentes? Son las que asisten a los doctores, ya que son sus asistentes. Contesté, no sin temores.

Para no hacerla muy larga, con media clínica cargó. Era tan grande la carga, que la muerte se fatigó.

Ahora en el panteón todos contentos trabajan, pues les pagan un montón con todos los que amortajan.

De las acciones tan fulminantes que acabamos de relatar, en la Clínica cincuenta y ocho quedaron plazas vacantes,

que tendrán que contratar. Ahora con mucho ahínco por concepto cero ocho, o por concepto treinta y cinco.