



00221
1

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

***"Diseño de Cartel
para la Campaña Institucional
-El DIF es parte de nosotros -"***

Tesis que para obtener el título de:
Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Presenta:

ACOSTA CABALLERO JONHATAN PIERRE.

Directora de Tesis:

M.A.V. Ma. Elena Martínez Durán.

México, D.F. 2003

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLÁSTICA,
XOCHIMILCO D.F.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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.

TESIS CON FALLA
DE
ORIGEN

Dedicatoria.

Dedico esta Tesis:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A Mis Padres

Por guiarme en el mejor de los caminos,
y darme cuando más lo necesite
todo su amor, apoyo y confianza.

A Mi Hermana Gemela

Por tu cariño y por el apoyo
que siempre me brindaste
para alcanzar el éxito.

A los verdaderos Amigos

Quienes siempre estuvieron ahí,
en los momentos más difíciles
y nunca me dejaron sólo.

A Mon Chum

Avec une grande "A".
Parce que tu as toujours été à mes côtés et
que tu m'as toujours encouragé à regoindre mon but.
Pour notre projet de vie ensemble
Mon Amour XXXXX...

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo excepcional.

NOMBRE: Acosta Caballero
Johatan Pierre

FECHA: 01-DIC-703

FIRMA: [Firma]

**A la Escuela Nacional
de Artes Plásticas**

Por haberme formado en mi vida profesional de la mejor manera posible.

**A la Universidad Nacional
Autónoma de México**

Por darme la oportunidad de pertenecer a esta magnífica casa de estudios.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**A Mi Directora de Tesis
y al Honorable Juarado**

Por haber dedicado su tiempo y compartido sus conocimientos conmigo.

**Y a Todas
Aquellas Personas ...**

Que creyeron en mí y que estuvieron conmigo en todo momento.

GRACIAS
Por hacer este sueño realidad.

Introducción	1
.....	
Capítulo I -La Institución-	3
.....	
1.0 El Sistema Nacional de Asistencia Social	4
1.1 El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia	4
1.1.1 Atribución de la Institución	5
1.1.2 Origen de la Institución	5
1.1.3 Objetivo General	6
1.1.4 Objetivos Específicos	6
1.1.5 Mandato de la Institución	6
1.1.6 Trabajo de la Institución	7
1.1.7 Funciones de la Institución	8
1.2 El Sistema Nacional DIF Coordina, Concerta y Fomenta	9
1.3 Interés de la Institución por las Familias	9
1.4 Oferta Institucional	10
1.5 Modelos de Atención	11
1.6 Hacia el Nuevo DIF	13
1.6.1 Misión de la Institución	13
1.6.2 Visión de la Institución	13
1.6.3 Principios Filosóficos	14
1.6.4 Principios Rectores	14
1.6.5 Retos	14
1.6.6 Estrategias	15
1.7 Problemática y Riesgos	16
1.8 Estadísticas	17
1.9 Programas	19
1.10 Otras Organizaciones	22
1.11 El Organismo	24
1.11.1 Organigrama del DIF Nacional	25
1.11.2 Directorio y Curricula del DIF Nacional	25
Resumen Capitular	26

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo II -La Comunicación-	27
.....	
2.0 Definición	28
2.1 Propósito de Comunicación	28
2.2 Proceso de Comunicación	29
2.3 Modelo de Comunicación	30
2.3.1 Retroalimentación	32
2.3.2 Canal, Medio y Código	32
2.4 Elementos de Comunicación	33
2.5 Funciones de Comunicación	34
2.6 Semiótica	36
2.6.1 Organización del Signo	36
2.6.2 Análisis del Signo	38
2.6.3 Clasificación Semiótica	40
2.7 Diseño y Comunicación Visual	45
2.7.1 Diseño	45
2.7.2 Comunicación Visual	46
2.8 Mercadotecnia Social	48
2.8.1 Propósito	48
2.8.2 Estrategia	49
2.9 Metodología	49
2.9.1 Definición	49
2.10 Método Proyectual	49
2.10.1 Definición	49
2.10.2 Esquema	50
2.10.3 Elementos del Modelo Metodológico	51
Resumen Capitular	53

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Capítulo III -Metodología del Diseño- **55**

3.0	Método Proyectual Aplicado al Desarrollo del Proyecto	56
3.1	Fases del Proceso Metodológico	56
3.2	Fases del Proceso de Diseño	59
3.2.1	Pre-Bocetos	60
3.2.2	Variantes	63
3.2.3	Pruebas de Color	66
3.2.4	Propuesta Final	69
3.2.5	Diagramación	71
3.3	Análisis del Contenido	72
3.4	Elección del Soporte	72
3.4.1	El Cartel	73
3.5	Contemplación Cromática	76
3.6	Aspectos Técnicos y Materiales	77
3.7	Verificación	77
3.8	Consideraciones	77
3.9	Construcción Semiótica	78
	Resumen Capitular	80

Conclusiones **81**

Glosario **83**

Apéndice **84**

Bibliografía **89**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN****Introducción.**

Si logramos comprender que la sociedad encuentra su origen en la familia, y que es en este núcleo donde los seres humanos se proveen inicialmente de los elementos necesarios para alcanzar su pleno desarrollo, llegaremos a la conclusión que para favorecer una dinámica adecuada en la familia, hay algunas necesidades que deben ser satisfechas.

Si bien es cierto que en todas las familias se presentan situaciones que vulneran su equilibrio hasta llegar a su desintegración, no es menos cierto que siempre existen mecanismos, alternativas o apoyos organizacionales para superar los conflictos.

El DIF es en muchas ocasiones, la primera y a veces la única respuesta pública para gran cantidad de mexicanos que viven situaciones de adversidad; además desde hace más de dos décadas es el organismo público encargado de coordinar actividades y desarrollar políticas públicas en el campo de la asistencia social, y es beneficiario de instituciones y programas que, con otras identidades, constituyen valiosas respuestas ante las situaciones de desventaja social que viven muchos mexicanos.

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) tiene la necesidad de convocar la atención del público en general y sensibilizar a todos los actores sociales que conforman el núcleo familiar y lo importante que es contar con una Institución dedicada a fortalecer, proteger y prevenir a los padres e hijos y en general a la familia de los riesgos que representa su desintegración; así como de resolver ciertas cuestiones relacionadas con la esfera afectiva de las personas como son; el afecto compartido y la interacción social.

El presente documento es un texto de Diseño y Comunicación Visual, que pretende resolver teórica y gráficamente un problema de índole social, cuya solución principal será satisfacer una necesidad institucional.

Esta tesis se ha dividido para su estudio en tres capítulos.

El primero aborda los antecedentes históricos de la Institución, así como su organización, programas y servicios que ofrece el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF).

En el capítulo dos nos ocupamos de la comunicación, como proceso y explicaremos la función que desempeña cada uno de los elementos que hacen posible el proceso comunicativo. Y la importancia que tiene el diseño y la comunicación visual hacia la resolución de problemas.

Todo diseño puede ser explicado a partir de los elementos del proceso comunicativo.

Finalmente, el último capítulo describe los pasos a seguir de una metodología proyectual; la cual será aplicada para resolver el problema de diseño solicitado por la Institución. Este capítulo, también se encuentra dedicado al desarrollo gráfico de la campaña institucional, donde se aplica lo expuesto en capítulos anteriores de la investigación.

El desarrollo de esta tesis parte de un problema que tiene como objetivo posicionar al DIF como agente integrador de las familias mexicanas mediante la promoción de los valores y las tradiciones de nuestra sociedad.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PRIMER
CAPITULO

LA INSTITUCIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La Institución.

El Sistema Nacional de Asistencia Social.

El Sistema Nacional de Asistencia Social es un conjunto de instituciones públicas, sociales y privadas, encargadas del desarrollo de la familia, de la protección de la infancia y de la prestación de servicios de asistencia social.

El Sistema Nacional de Asistencia Social, del cual forma parte el organismo denominado Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), es quien coordina y promueve los trabajos en este campo que complementa muchas de las acciones encaminadas a proteger el capital social y el capital humano de la nación.

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF).

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia se identifica con una serie de instituciones que por ley deben apoyar el desarrollo de la familia y de la comunidad, especialmente de aquellas que presentan mayor riesgo de desintegración, violencia o presentan alguna situación adversa y no tienen capacidad para enfrentarla.

El Sistema DIF está integrado por un organismo central, el DIF Nacional, que de acuerdo a la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social debe coordinar las actividades en la materia, así como por 32 sistemas estatales y municipales DIF que actualmente existen en alrededor de 1,500 en los 2,414 municipios mexicanos.

El DIF Nacional es un organismo público, descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, y que, de acuerdo al artículo 13 de la Ley sobre el Sistema Nacional de Asistencia Social de 1986, es el promotor de la asistencia social y la promoción de la interrelación sistemática de las acciones, por lo que es el rector del campo de la asistencia social y coordinador del sistema compuesto por los órganos estatales y municipales.

El DIF es el responsable de la atención de menores en situación de abandono, desamparo, desnutrición o sujetos de maltrato, de menores infractores, de alcohólicos, de los fármaco dependientes y de los individuos en condición de vagancia, de mujeres en período de gestación o lactancia, de ancianos en desamparo, incapacidad, marginación o desamparo, de los inválidos con problemas de diferentes órganos o sistemas, de los indigentes, de personas que por su ignorancia requieran servicios asistenciales, de las víctimas de la comisión de delitos en estado de abandono, de los familiares que han sido abandonados y dependan económicamente de aquellos que se encuentran detenidos por causas penales, de los habitantes del medio rural o urbano que estén marginados y de las personas afectadas por desastres.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Atribución de la Institución.

Se entiende por Asistencia Social al conjunto de acciones tendientes a modificar y a mejorar las circunstancias de carácter social que impidan al individuo su desarrollo integral, así como la protección física, mental y social de personas en estado de necesidad, desprotección o desventaja física y mental, hasta lograr su incorporación a una vida plena y productiva.¹ (Consultar Apéndice N°1)

Origen de la Institución.

El primer antecedente que se tiene es el programa "Gota de Leche" que en 1929 reunía a un sector de mujeres mexicanas, quienes se encargaban de proporcionar alimento a niñas y niños de la Ciudad de México. Ello dio origen a la creación de la Asociación Nacional de Protección a la Infancia que reorganizó la Lotería Nacional para apoyar a la Beneficencia Pública.

Posteriormente, en los años cuarenta, el gobierno mexicano creó una Sub-Secretaría especializada en la asistencia pública, la cual compartía con Salubridad funciones de atención a los grupos sociales con mayor desventaja.



En los años sesenta y bajo la divisa de los Desayunos Escolares se crea el Instituto Nacional de Protección a la Infancia (INPI). A finales de los años sesenta, es creado el Instituto Mexicano de Asistencia a la Niñez (IMAN), para atender a niñas y niños huérfanos, desvalidos, discapacitados o con ciertas enfermedades.

Con crecientes atribuciones, el INPI se desempeñó a lo largo de 14 años hasta que en diciembre de 1975, con miras más ambiciosas, se convirtió en el Instituto Mexicano para la Infancia y la Familia (IMPI); creado para promover el desarrollo de la familia y la comunidad.

Por un tiempo convivieron el IMAN y el IMPI; y la confluencia de estas dos instituciones dio origen, el 13 de enero de 1977, al actual Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, el DIF, que reunió los esfuerzos enfocados a atender los problemas de las familias y de las niñas y los niños, pero que a lo largo del tiempo amplió su espacio de acción ante la problemática, cada vez más compleja, que plantea el campo de la asistencia social.² (Consultar Apéndice N°2)

¹ y ² DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s/ed., 1998, pág.4 y 5

<p style="text-align: center;">TESIS CON FALLA DE ORIGEN</p>
--

Objetivo General de la Institución.

El objetivo general de la institución es fortalecer el intercambio de programas, proyectos, experiencias y recursos humanos en el ámbito de competencia del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia a nivel internacional.³

Objetivos Específicos de la Institución.

- Promover convenios de cooperación bilateral y multilateral.
- Intercambiar programas de asistencia social con entidades internacionales.
- Procurar recursos financieros, técnicos y humanos con el fin de fortalecer la capacidad de respuesta del Sistema Nacional DIF.
- Incrementar la difusión y contribuir al cumplimiento de los acuerdos internacionales suscritos por el Sistema Nacional DIF.
- Difundir cursos, talleres y capacitación en el extranjero proporcionado por entidades internacionales.⁴

Mandato de la Institución.

El sistema Nacional para el Desarrollo de la Familia, es responsable de:

- Acreditar a las instituciones de asistencia y promover estímulos para motivar acciones asistenciales;
- Elaborar el Programa Nacional de Asistencia Social, el Servicio Nacional de Información;
- Organizar el Directorio Nacional de las Instituciones de Asistencia Social, el Servicio Nacional de Información;
- Realizar modelos de atención y promover el desarrollo de estudios e investigaciones;
- Formar y profesionalizar al personal encargado de las tareas asistenciales;
- Integrar fondos mixtos para la asistencia social y crear y desarrollar instituciones de asistencia social;
- Y promover la organización y participación de la comunidad.⁵

³ y ⁴ <http://www.dif.gob.mx>

⁵ DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s/ed., 1998, pág.6

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Trabajo de la Institución.

El quehacer del DIF es:

1. Ser un Sistema, es decir, una totalidad integrada.
2. Ser Nacional, es decir, tener presencia en el territorio nacional, llegando a grandes ciudades y a localidades humildes o lejanas.
3. Perseguir el Desarrollo Integral de las familias lo cual define su campo de acción en el marco de la asistencia social.⁶

Pero en general el DIF, enfrenta problemas, atendiendo a cientos de usuarios, en el marco de contextos familiares.

Los modelos de atención especializados en los problemas y temas que atienden, permiten:

1. Identificar las características y los comportamientos de las poblaciones a atender;
2. Estudiar los procedimientos idóneos para su atención;
3. La organización de los actores tanto públicos como privados; está orientada hacia la asistencia social;
4. La medición de los programas en beneficio de la población que se va a considerar.⁷

El DIF sé esta reestructurando permanentemente y construye un sistema que propicie la participación social ya que esta es la herramienta fundamental para el trabajo.



Esto implica que el DIF debe de encargarse de asegurar en sus localidades la presentación de servicios de primer nivel.

.....

⁶ y ⁷ DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s/ed., 1998, pág.6 y 7

<p style="text-align: center;">TESIS CON FALLA DE ORIGEN</p>
--

El DIF promueve una amplia movilización social en torno a la defensa de los derechos de los niños y al fortalecimiento de las familias.

Uno de los asuntos más representativos al respecto es sin duda la protección jurídica especializada que el DIF ha desarrollado en su trabajo, especialmente entorno a problemas tan graves como la violencia intrafamiliar, el maltrato, el abandono, el abuso sexual y las prácticas discriminatorias.

El DIF brinda protección jurídica a las niñas y niños víctimas de maltrato y abuso, de la asistencia especializada a través de la Procuraduría de la Defensa del Menor y la Familia y de las Agencias Especializadas en Menores o Incapaces, y de la tutela ejercida en protección de los menores en controversias de orden familiar, adopción, alimentación, patria potestad o con discapacidad, asuntos todos en los que el DIF tiene sumo interés para cumplir con los derechos de la infancia.

Funciones de la Institución.

- Dar seguimiento a los acuerdos o convenios internacionales suscritos por el Sistema Nacional DIF con gobiernos extranjeros y organizaciones internacionales en materia de asistencia social y temas afines, así como coadyuvar a la observancia de los instrumentos legales internacionales.
- Importar y exportar metodologías, programas y experiencias en materia de asistencia social.
- Mantener un diálogo permanente sobre temas de asistencia social y aspectos afines con entidades internacionales.
- Participar activamente en los encuentros internacionales relacionados con las responsabilidades institucionales del Sistema Nacional DIF.
- Gestionar ante organismos financieros internacionales y gobiernos extranjeros apoyos diversos para los programas y proyectos del Sistema Nacional DIF.
- Coordinar acciones de atención a las familias migrantes mexicanas con secretarías o agencias federales mexicanas y organismos extranjeros.⁸

⁸ <http://www.dif.gob.mx>

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El Sistema Nacional DIF coordina, concerta y fomenta.

- Las acciones que orientan el destino de los recursos que, en materia de asistencia social, realizan las dependencias del Gobierno en sus tres niveles.
- La ejecución de programas de cooperación con organismos nacionales e internacionales.
- Los esfuerzos públicos y privados para la integración al desarrollo de los sujetos de la asistencia social.
- La participación ciudadana en las acciones de asistencia social y desarrollo familiar y comunitario.
- El Sistema Nacional **DIF** es una de las estructuras de gobierno más federalizadas. Cuenta con 32 sistemas estatales, autónomos y que dependen de los Ejecutivos Estatales y más de 1,500 sistemas municipales, que dependen de los presidentes municipales.
- Los sistemas DIF a nivel federal y estatal son rectores y normativos; a nivel municipal ejecutan los programas.⁹

Interés de la Institución por las Familias.

Las familias son el centro del organismo público, encargado de protegerlas, de apoyarlas, y fortalecerlas para que cumplan mejor con sus funciones. Por ello, el **DIF** busca prevenir los riesgos de su desintegración y promover su desarrollo.



<p style="text-align: center;">TESIS CON FALLA DE ORIGEN</p>
--

Oferta Institucional.

La principal oferta del **DIF** Nacional consiste en la provisión de modelos de atención, métodos, tecnologías o procedimientos que puedan ser aplicados. En conjunto estos procedimientos y modelos operan como franquicias sociales.

Oferta orientada hacia:

A. Las Familias:

1. Prevención de la desintegración familiar;
2. Adopción, asistencia jurídica;
3. Prevención de la violencia, el maltrato y el abuso;
4. Escuela para padres de familia;
5. Adolescentes embarazadas;
6. Orientación nutricional;
7. Planeación familiar;
8. Movilización social por los derechos de las niñas y los niños;
9. Atención integral a familias afectadas por la farmacodependencia; y
10. Atención integral a familias migrantes.

B. El Desarrollo Comunitario:

1. Desayunos escolares;
2. Desayunos comunitarios; y
3. Paquetes integrales de atención.

C. Mujeres y Perspectiva de Género:

1. Asistencia jurídica a mujeres en controversias de orden familiar;
2. Capacitación con perspectiva de género; y
3. Impulso a programas de desarrollo con equidad.

D. La Infancia y Adolescencia:

1. Atención de menores huérfanos y abandonados, protección jurídica;
2. Prevención de farmacodependencia;
3. Prostitución infantil y pornografía;
4. Atención a niños en y de la calle;
5. Menores migrantes y repatriados; y
6. Atención a preescolares y niños trabajadores.

E. Los Grupos y Problemas Especiales:

1. Ancianos desprotegidos y abandonados;
2. Personas con discapacidad; y
3. Personas y grupos damnificados.¹⁰

¹⁰ DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s /ed., 1998, pág.13 y 14

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

El aumento de la población, objeto de la asistencia social y de los problemas susceptibles de ser atendidos por ésta, hacen que la atención que se brinda requiera de nuevas formas para ser abordada; ya que generalmente el trabajo se realiza a través de diferentes programas y servicios, que incorporan a los beneficiarios como sujetos pasivos. Bajo esta premisa se retoma entonces el enfoque de "modelo", dado que éste permite la formalización del quehacer institucional a través del análisis, explicación y modificación de la realidad social.



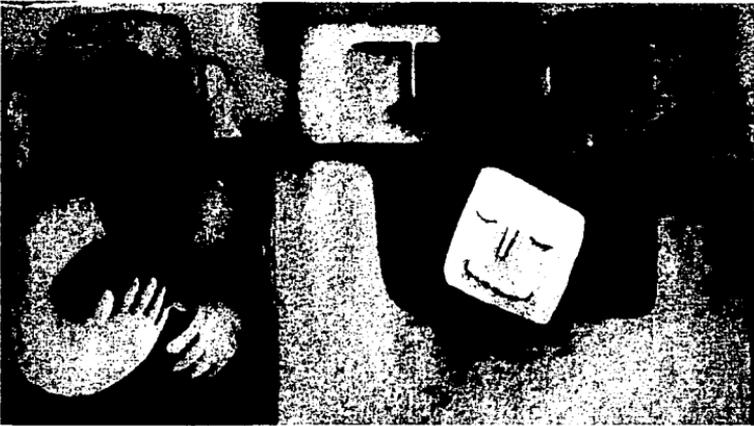
Modelos de Atención **Modelos de Atención.**

Las transformaciones que ha sufrido la asistencia social han llevado a replantear las estrategias de intervención de manera que se establezcan políticas que regulen y contribuyan al mejoramiento de la calidad de los servicios asistenciales, a través de modelos desarrollados bajo una metodología bien definida, procedente de lineamientos debidamente sustentados y premisas adecuadamente establecidas.

Así pues, el proyecto estratégico de la Dirección de Modelos de Atención se encamina a fortalecer el carácter rector y normativo del Sistema Nacional **DIF**, precisamente bajo la premisa de que éste se constituya como un facilitador para los sistemas estatales y municipales.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

De acuerdo con lo que fue planteado en atribuciones y tareas del Sistema Nacional **DIF**, se crea, en el año 2000, la Dirección de Modelos de Atención como un área estratégica de la institución (**DIF**) cuyo propósito es impulsar el desarrollo de modelos de intervención social, a través de asesoría, capacitación, evaluación y normalización. Con ello, se cumple una función 1996, durante el Foro Nacional de Consulta sobre Asistencia Social, donde se concretó una nueva estructura, sustancial en el ámbito de asistencia social, ya que promueve la colaboración y participación de los sectores público, privado y social en la elaboración de modelos de intervención para mejorar las condiciones de aquellos grupos humanos que, por su situación socioeconómica, de género o de edad, son considerados vulnerables, a través de un paquete de instrumentos metodológicos que coadyuven a profesionalizar el trabajo asistencial.



En esta perspectiva la oferta institucional de la Dirección de Modelos de Atención está enfocada a:

- Desarrollar modelos.
- Manuales y guías técnicas para el diseño y sistematización de modelos de intervención social.
- Asesoría y capacitación para el diseño y desarrollo de modelos de intervención.
- Recopilación y difusión de modelos de intervención exitosos.
- Elaboración de modelos de intervención de asistencia social.¹¹

Su ámbito de acción son las diversas áreas del **DIF** Nacional, los sistemas estatales y municipales, otras instituciones gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil vinculadas con la asistencia social.

¹¹ <http://www.dif.gob.mx>

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Hacia un Nuevo DIF.

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (**DIF**), es la consolidación de un proceso en el cual, se ha ido realizando una profunda reorganización de dicha institución buscando actualizarla para adecuarla a las necesidades que se les imponen en los tiempos actuales.

Durante este proceso de reorganización el **DIF** ha encontrado nuevos significados para la labor social que desempeña y por otro lado ha buscado nuevas metodologías, procedimientos y modelos de trabajo para enfrentar con mayor y mejor capacidad el desafío de atender a las familias, que son las estructuras básicas que han generado a la sociedad humana y que viven hoy, en plena era de la globalización, uno de sus momentos de definición. La transformación de la manera en que se organizan y la búsqueda para adecuarse a la oferta institucional de servicios a las necesidades de los nuevos tiempos les han llevado a un proceso de reflexión que culmina con la definición de los elementos fundamentales del trabajo; así el **DIF** hoy encara el futuro con las siguientes definiciones:

Misión de la Institución.

"Promover y constituir el Sistema Nacional de Asistencia Social Pública y Privada, reorientando los recursos públicos para complementar el esfuerzo de las organizaciones privadas y sociales".¹²

Visión de la Institución.

*"Lograr que el **DIF** sea una institución conocida y prestigiada en el mundo como líder en desarrollo y asistencia social, creando vías y modelos de intercambio y colaboración internacional que contribuyan sustantivamente a la reducción de la vulnerabilidad social".¹³*

¹² DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s/ed., 1998, pág.17

¹³ www.dif.gob.mx

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Principios Filosóficos.

- Incrementar la cobertura en la asistencia social a las familias, impacto favorable en la población considerada;
- Promoción de la participación social a favor de la integración familiar;
- Calidad en la prestación de sus servicios;
- Desarrollo de oportunidades a la población vulnerable; y
- Articulación de las acciones del Sistema.¹⁴

Principios Rectores.

- Hacer efectiva la declaratoria que define a la asistencia social como parte de una Política Social de Estado;
- Promover la defensa de los derechos de la población vulnerable;
- Promover el desarrollo humano, comunitario y la integración familiar;
- Poner énfasis en las acciones que atiendan los aspectos preventivos de la asistencia social; y
- Promover el carácter integral e incluyente de la asistencia social a favor de las familias.¹⁵

Retos.

Su principal desafío está marcado por lo que identifican como la misión de la institución, es decir, la promoción y articulación del Sistema Nacional de Asistencia Social Pública y Privada.

Pero además tienen, otros desafíos, tareas urgentes y respuestas necesarias como:

- Cumplir con las funciones estratégicas de diseño, de metodologías, normatividad y operación de proyectos.
- Organizar y coordinar a los actores públicos y privados, para que con su participación se agregue valor a los esfuerzos asistenciales y se oriente a una política asistencial integrada y orientada profesionalmente.
- Establecer mecanismos y estructuras de participación, de modo que actores y beneficiarios participen en los procesos de identificación de necesidades, ejecución y evaluación de las acciones asistenciales.
- Promover y crear estructuras en la sociedad que permitan organizar todos los recursos financieros, materiales, humanos y técnicos para ofrecer un buen servicio.
- Fortalecer los procesos, permitiendo que las estructuras de gobierno establezcan los programas asistenciales.¹⁶

¹⁴, ¹⁵ y ¹⁶ DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s/ed., 1998, pág.17 y 18

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Estrategias.

El **DIF** está trabajando, a través de todo el Sistema, en cuatro estrategias fundamentales: Reingeniería, Participación Social, Concentración y Fortalecimiento.

Reingeniería.

Se ha iniciado un procedimiento de reingeniería institucional, primero en el nivel nacional y después de manera ampliada a los niveles estatal y municipal, basado en la identificación de cuatro procesos estratégicos de valor agregado relacionados con el trabajo, los cuales tienen que ver con los beneficiarios de las actividades, con los actores involucrados en la institución y en el campo de la asistencia social, con los modelos de atención para los problemas y poblaciones identificados; y con la evaluación de la gestión, del impacto y del trabajo institucional.

Participación Social.

Es la más importante de las estrategias, así como se plantea que van hacia las familias y hacia los contextos comunitarios, también necesitan un movimiento en sentido inverso. Por lo que buscan una amplia movilización social para la familia y la infancia, y sus instrumentos son la creación de los consejos, cuyos integrantes pertenezcan y sean representativos de los diferentes sectores, tanto públicos como privados y sociales, para que a través de ellos se convoque y coordine la participación ciudadana.

Concentración.

Acordar con los diferentes actores, que intervienen en la asistencia social, en las estrategias que deben desarrollar conjuntamente a efecto de definir las expectativas y las acciones de cada uno. Se trata de estrategias que aseguren la participación social.

Fortalecimiento.

Esta estrategia está basada en el desarrollo de los soportes y andamiajes sociales indispensables para dar sustentabilidad a las acciones, tales como fundaciones, organizaciones comunitarias, organización de voluntariado, asistidas con organizaciones de soporte y consultoría, así como de centros de investigación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Problemática y Riesgos.

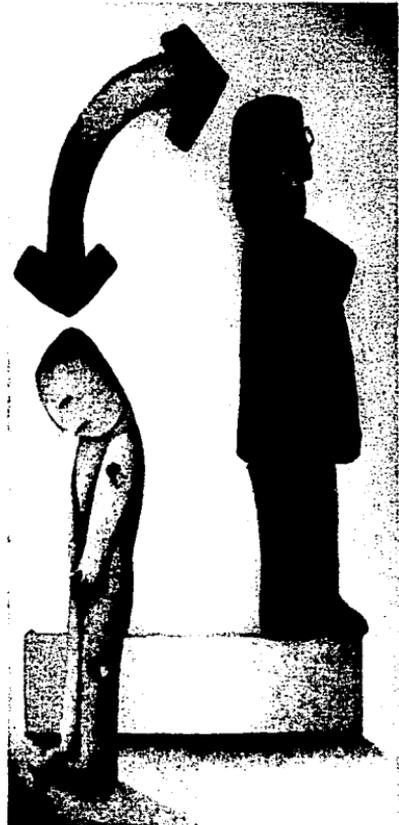
Todos juntos estamos dados a la tarea de crear un nuevo **DIF**, que identifica como el contexto de su intervención a una problemática, cuya complejidad y relaciones hacen inevitable la articulación de varias acciones públicas y privadas que son complementarias: la pobreza, la vulnerabilidad y la exclusión social.

La pobreza es el resultado de una falla estructural de la sociedad marginada a las personas, sustrayéndolas de oportunidades para una vida mejor, el acceso a la justicia y el disfrute de los derechos sociales.

La vulnerabilidad es una condición debida a alguna característica que puede ser de las familias, de los grupos sociales o de las personas, las cuales, debido a factores tales como la edad, el género, el origen étnico, o como consecuencia de una limitación física, presentan mayores riesgos para su integridad física o moral, y en su desarrollo como personas plenas para vivir adecuadamente, o para tener una salud óptima.

La exclusión social es el efecto final en el que se ven afectadas las personas por su falta de acceso a los bienes y servicios, sea por sus vínculos débiles con el mercado, o bien con las prestaciones públicas.

Esta triple problemática no se presenta de manera aislada y se convierte para las personas, grupos y familias en una mayor posibilidad para desarrollar muchos de los problemas que se expresan como: desintegración familiar, abandono, desarraigo, maltrato, abuso, desnutrición, dependencia de las drogas y otros comportamientos de riesgo.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Estadísticas.

Discapacidad.

En promedio, en México, de cada 100 familias, 14.43 presentan al menos un integrante con algún grado de discapacidad.

Desnutrición.

En promedio una de cada 10 familias presenta al menos un miembro menor de cinco años con algún grado de desnutrición, Encuesta Nacional de Alimentación en el Medio Rural.

Familias y Adopción.

Las adopciones ascendieron a 864 (715 familias nacionales y 149 familias de origen extranjero).

Familias y Maltrato.

Se estima que únicamente se denuncian uno de cada diez casos de maltrato al interior de la familia. De cada 100 casos de maltrato el 61 por ciento se comete contra menores y el 20 por ciento contra las madres de familia.

Familias y Pobreza.

El analfabetismo a nivel nacional fue de 10.6 por ciento, identificando que casi 2 de cada 3 personas adultas que no saben leer ni escribir son mujeres.

Disolución de Uniones.

La tasa de divorcio (*uniones disueltas formalmente*) en el país es de 5.7 por cada 100 uniones realizadas.

Sin embargo, se estima que las uniones disueltas de manera informal ascienden a 22.8 por cada 100 uniones realizadas, lo que significa un nivel de alto riesgo de desintegración familiar.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

Tipos Familiares.

El tamaño promedio del hogar mexicano es de 4.7 miembros. El 46 por ciento del total de las familias mexicanas está formado por más de cinco miembros.

Características Familiares Recientes.

1.7 millones de hogares son monoplares, lo que significa un 10 por ciento del total de las familias. El 18 por ciento de total de las familias mexicanas está jefaturada por una mujer.

¿Cómo se Forman las Familias en México?

La edad promedio al matrimonio en México es de 21 años y medio, los hombres a los 23.2 años y las mujeres a los 20 años.

¿Cuántas Familias Existen en México?

Actualmente se estima que hay alrededor de 20.1 millones de familias. En las últimas cuatro décadas se incorporan en promedio cada año 408 mil familias.

Modelos Familiares.

No hay un solo modelo familiar. Los modelos de familia en México se encuentran desde hace varios años en transición, debido a los cambios demográficos y epidemiológicos observados desde los años sesenta.¹⁷

Tasa de Participación Femenina en Relación a la Población Económicamente Activa Nacional

Menos de 30% *Tabasco, Zacatecas, Colima, Guerrero, Michoacán.*

De 30 a 35% *Oaxaca, Guanajuato, San Luis Potosí, Hidalgo, Chiapas, Durango, Veracruz, Nayarit, Sinaloa, Tamaulipas, Aguascalientes.*

De 35 a 37% *Sonora, Puebla, Querétaro, Baja California Sur, Campeche.*

De 37 a 39% *Tlaxcala, Estado de México, Morelos, Nuevo León, Yucatán, Jalisco.*

De 39 a 41% *Coahuila, Quintana Roo, Distrito Federal, Baja California, Chihuahua.*¹⁸

¹⁷ y ¹⁸ DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s/ed., 1998, pág.23 y 24

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Programas.

Centros de Asistenciales de Desarrollo Infantil (CADI)

Favorecen el desarrollo biopsicosocial de los menores de 45 días de nacidos a menores de 5 años 11 meses, hijos de madres trabajadoras sin seguridad social.

Centros de Asistencia Infantil Comunitarios (CAIC)

Se ubican en zonas de extrema pobreza, apoyan el desarrollo para menores que no tienen acceso a escuelas oficiales y fomenta, a través de un esquema autogestivo, recursos humanos y materiales que la comunidad provee.

Prevención del Maltrato al Menor (PREMAN)

Ofrece atención a menores desamparados o con problemas sociales, agredidos física, sexual y/o emocionalmente.

Proceso de Reorientación DIF.

Iniciado para dar prioridad a los desayunos escolares; se busca la descentralización de decisiones y desconcentración de recursos para fortalecer su capacidad de atención.

Procuraduría de la Defensa del Menor y la Familia.

Su finalidad es que estos grupos vulnerables tengan acceso a la justicia, brindando los servicios de asistencia, asesoría y orientación jurídica gratuita.

Programa de Atención a Menores y Adolescentes (AMA)

Este programa tiene como tareas fundamentales influir con acciones preventivas y prácticas en la reducción de farmacodependencia, el embarazo de adolescentes, la deserción escolar, la vida en la calle, la desintegración familiar, la prostitución, la explotación laboral, la violencia intrafamiliar y la prevención de la delincuencia. Este programa además trabaja con aspectos de salud, educación, becas, proyectos productivos, bolsa de trabajo, brigadas comunitarias, recreación y servicios complementarios.

Programa de Asistencia Jurídica.

Provee asesoría jurídica en materia de derecho familiar, gestionando, entre otros, juicios de divorcio voluntariado, pensiones alimenticias, de guarda y custodia o intestados.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

*Programa de Cocinas Populares y
Unidades de Servicio Integrales (COPUSI)*

Copusi, proporciona el paquete básico de alimentación, salud y educación, promoviendo la instalación y seguimiento de procesos de acciones integrales que permitan detectar y corregir los diversos grados de desnutrición de la población.

Programa de Prevención del Maltrato al Menor (PREMAN)

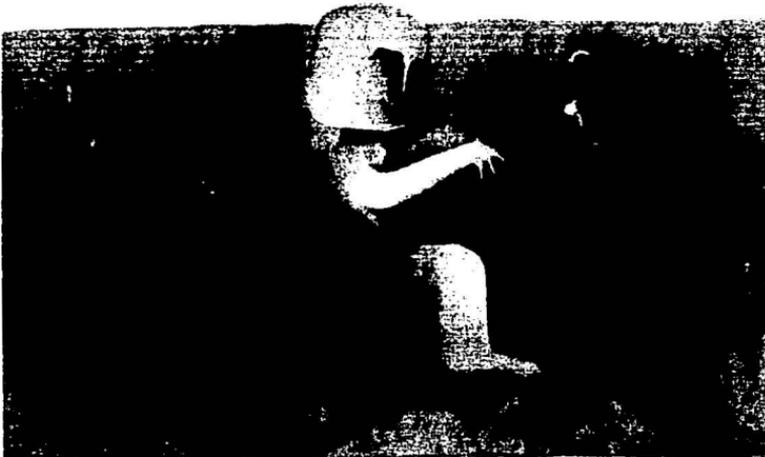
Otorga atención a menores desamparados o con problemas sociales y a otros que son agredidos física, sexual y/o emocionalmente por sus padres, tutores y personas responsables o cercanas a ellos.

Programa Nacional de Acción a Favor de la Infancia.

Orienta, previene y atiende el abandono de los menores del núcleo familiar, además de promover cambios en las condiciones de vida de los niños callejeros, repatriados, migrantes, trabajadores, jornaleros, abandonados y discapacitados, para integrarlos a espacios familiares y con una vida social plena.

*Programa Nacional para el Bienestar y la Incorporación al
Desarrollo de las Personas con Discapacidad.*

Buscan incorporar a las personas con discapacidad a la vida social y productiva del país. A través de la Comisión Nacional para la Integración de las Personas con Discapacidad. Este programa ha coordinado los esfuerzos que instituciones del gobierno como la SEP, la STPS, el IMSS, el ISSSTE, la SCT y el sector empresarial a través de Canacintra, con el fin de eliminar barreras físicas y sociales para la plena incorporación y disfrute de los derechos y oportunidades de las personas discapacitadas.



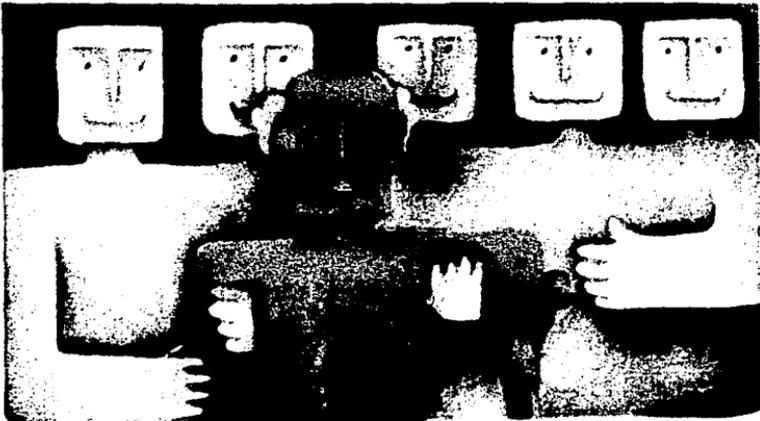
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Programa de Asistencia Social Alimentaria a Familias (PASAF)

Se enfoca hacia familias en extrema pobreza de comunidades indígenas, campesinas y zonas urbanas marginadas.

Centros para el Desarrollo Integral de la Familia (CDIF)

Dirigen sus actividades a la población más vulnerable: los menores, ancianos, madres adolescentes, discapacitados y adolescentes. Su objetivo primordial es contribuir a elevar su nivel de vida a través de servicios integrales de alimentación, capacitación, asesoría jurídica, desarrollo humano, integración familiar, recreación, cultura y deporte, así como servicios comunitarios.



Desayunos Comunitarios.

Su modalidad es la de desayunos calientes, cuya atención se orienta hacia los escolares y grupos vulnerables (*menores de cinco años, mujeres embarazadas o en periodo de lactancia, etc.*).

Federalización del Programa de Desayunos.

Busca fortalecer su estructura de financiamiento con recursos complementarios provenientes de los gobiernos estatales y municipales, así como de otras fuentes.¹⁹

¹⁹ DIF, "Una Propuesta Para Continuar el Cambio", s/ed., 1998, pág.25 y 26

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Otras Organizaciones.

La conciencia y, por consecuencia, la ayuda institucional se han dado paulatinamente, a partir del conocimiento de la magnitud del problema, para tratarlo de manera objetiva.

Es importante señalar la cada vez más significativa labor social de organizaciones gubernamentales como:

- La Procuraduría de la Defensa del Menor y la Familia - DIF.
- La Procuraduría General de Justicia en el D.F. y en los Estados, con sus agencias especiales del Menor y las de Delitos Sexuales.
- El Centro de Apoyo a la Violencia Intrafamiliar (CAVI-PGJ).
- El Centro de Terapia y Apoyo (CTA-PGJ).
- El Centro Integral de Atención al Deficiente Mental.
- La Dirección General de Protección Social del Departamento del Distrito Federal.

Asimismo, se encuentra el destacado trabajo social de:

- El Instituto Nacional de Salud Mental.
- El Instituto Nacional de Pediatría.
- El Hospital Infantil de México.
- El Instituto Nacional de Perinatología.
- El Hospital Médico la Raza.
- El Centro Médico Nacional Siglo XXI.
- Y los hospitales del ISSSTE, entre otros.

En lo que se refiere a las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), es preciso destacar las acciones realizadas por:

- Ayuda a víctimas de Violencia Intrafamiliar y Sexual (AVISE)
- El Centro de Apoyo a la Mujer "Margarita Magón" A.C.
- El Centro de Investigación y lucha contra la Violencia Doméstica A.C.
- Colectivo de Lucha contra la Violencia hacia las Mujeres A.C. (COVAC)
- Y la Federación Interamericana contra el Maltrato Infantil (FICOMI)
- Entre otros.²⁰

La Secretaría de Salud forma parte del conjunto de instituciones vinculadas con el cumplimiento de estos compromisos.

Paralelamente a estos esfuerzos, México ha tenido una participación destacada en los múltiples foros internacionales y regionales, convocados para el logro del mayor bienestar de la niñez, y de los cuales, varias veces nuestro país, ha sido el anfitrión.

²⁰ <http://www.dif.gob.mx>

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

La Convención de los Derechos del Niño y la Cumbre Mundial en Favor de la Infancia marcaron pautas trascendentales a la labor de los foros subsecuentes.

Por otra parte, la Federación Iberoamericana Contra el Maltrato Infantil ha dado importantes pasos hacia una definición del fenómeno, misma que ha sido adoptada en diversos foros convocados en México sobre la materia.

En todos los programas de acción y medidas emanadas de estos foros se han incluido compromisos para lograr la cooperación de los diferentes medios de comunicación, para divulgar su contenido y apoyar las conclusiones de las negociaciones y los acuerdos.

La difusión de estos encuentros y sus conclusiones, fueron determinantes para accionar la labor de muchos sectores profesionales y gubernamentales, quienes efectuaron análisis y propuestas que enriquecieron la visión del problema y contribuyeron a fortalecer la conciencia social de que esta tarea es una de las prioridades que gobierno y sociedad tienen por delante.

En la planeación y programación de acciones de asistencia y prevención a los niños maltratados, las Instancias Gubernamentales y las Organizaciones No Gubernamentales, han considerado como componente esencial de su estrategia, la integración de programas de comunicación social, que apoyen y difundan las medidas y estrategias delineadas para estos fines.



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El Organismo.

El Sistema DIF está integrado por un organismo central; los órganos superiores de este organismo son: El Patronato, la Junta de Gobierno, la Dirección General.

El Patronato.

Formado por 11 miembros designados y removidos libremente por el Presidente de la República. El titular de la Secretaría de Salud y el Director General del Organismo, representan a la Junta de Gobierno del Organismo ante el Patronato. Tradicionalmente la esposa del primer mandatario era Presidenta de este Patronato, pero esto era debido más a una costumbre que a una obligación legal.

El Patronato del DIF tiene facultades para opinar y recomendar acerca de los planes de trabajo del Organismo, apoyar sus actividades, formular sugerencias, y contribuir a la obtención de recursos para incrementar el patrimonio del organismo.

Actualmente, el Patronato del Sistema Nacional DIF aún no ha sido integrado ya que se está conformando de una manera diferente, con personalidades y líderes sociales que puedan tener el tiempo y la capacidad, adecuados para apoyar esta delicada tarea. Sin embargo, las tareas institucionales no dependen de este movimiento y han continuado sin interrupciones, siendo objeto de una cuidadosa evaluación actualmente.

La H. Junta de Gobierno.

La otra instancia de dirección del DIF es la Honorable Junta de Gobierno del Organismo, conformada por funcionarios públicos del más alto nivel, los titulares de las secretarías de Salud (que preside esta instancia de gobierno), Gobernación, Hacienda y Crédito Público, Educación Pública, Trabajo y Previsión Social, la Procuraduría General de la República y los directores generales del Instituto Mexicano del Seguro Social, el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores al Servicio del Estado, la Lotería Nacional y Pronósticos Deportivos, así como la Compañía Nacional de Subsistencias Populares y el Director General del propio organismo.

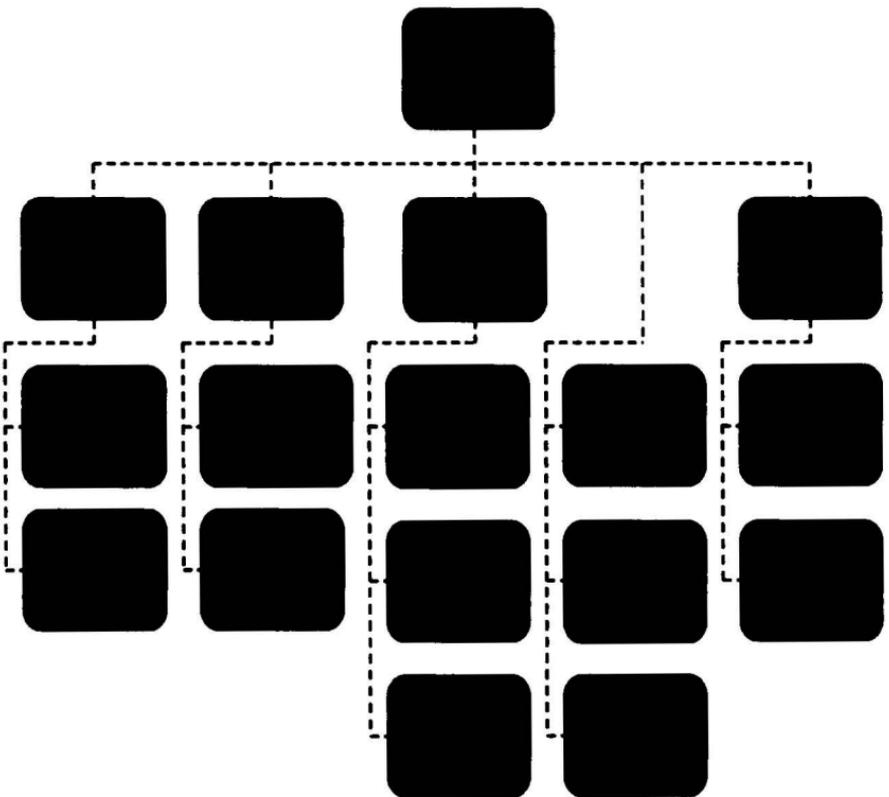
Esta instancia es la que representa al organismo legalmente, autoriza sus planes de trabajo, sus presupuestos, los informes de labores y los estados financieros y aprueba los reglamentos internos, designa a los subdirectores, directores generales y al Oficial Mayor y aprueba la aceptación de herencias, legados, donaciones y demás liberalidades, así como aprueba los proyectos de inversión, los convenios de coordinación y la integración de comités y grupos de trabajo internos del organismo y los programas de mediano plazo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La Dirección General.

El Presidente de la República designa y remueve libremente al director general del organismo, quien por Ley está facultado para ejecutar los acuerdos y disposiciones de la Junta de Gobierno, presentar los informes y estados financieros, los presupuestos e informes, expide los nombramientos del personal, a excepción de la designación de los subdirectores, directores generales y el Oficial Mayor, que recae en la Junta de Gobierno, celebra contratos, convenios y actos jurídicos donde representa legalmente al organismo y planea, dirige y controla el funcionamiento del mismo.

Organigrama del DIF Nacional.



*Directorio y Currícula
de la Directiva del DIF Nacional.
(Consultar Apéndice N°3)*

LEJIS CON FALLA DE ORIGEN

Resumen Capitular.

En resumen el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia mejor conocido como el DIF es una institución no lucrativa encargada de prestar servicios a personas con diferentes tipos de problemas. Dicha institución pertenece al Sistema Nacional de Asistencia Social creada para agrupar diferentes Instituciones.

Cabe mencionar que hace muchos años el DIF comenzó su labor en la Ciudad de México suministrando alimento a los más necesitados; pero hoy la situación es diferente, este organismo tiene presencia en todos los Estados de la República Mexicana incluido el Distrito Federal así como también en municipios y en localidades humildes o lejanas.

El DIF se creó con el objetivo de promover programas de asistencia social y atender problemas familiares, en un principio enfocados a los niños pero con el transcurso de los años amplió su espacio de acción ante la problemática que plantea el campo de la asistencia social.

El término Asistencia Social designa un conjunto de acciones que se encargan de modificar y mejorar la conducta del ser humano, así como de beneficiarlo y protegerlo.

El DIF brinda también protección jurídica a problemas como el maltrato, el abandono, el abuso sexual, las prácticas discriminatorias y la violencia intrafamiliar.

Ya que las familias son el centro del organismo público, encargado de protegerlas, apoyarlas y fortalecerlas para que cumplan mejor con sus funciones. Por ello, el DIF busca prevenir los riesgos de su desintegración y promover su desarrollo integral.

Así mismo, el DIF cuenta con el apoyo de importantes Instituciones Nacionales, tanto públicas como privadas, que han dado pasos significativos hacia la identificación del fenómeno como un problema social que demanda la implementación de medidas dirigidas hacia diversos aspectos del problema.

Actualmente la institución se encuentra en un proceso de transformación, busca actualizarse y adecuarse a los tiempos actuales y a las necesidades futuras que se le impongan.

He aquí, en síntesis, muchas de las ideas, experiencias, aspiraciones y realidades; que se han reunido para ver un poco hacia atrás, y hacia adelante, y para tener una amplia visión de los retos que se le presentan al Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia.

SEGUNDO CAPITULO

LA COMUNICACIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La Comunicación.

Definición.

*"La comunicación es una actividad. Es conversar unos con otros, es el comportamiento humano, son los medios que difunden información..."*²¹

Aristóteles en su estudio de la retórica definió "**comunicación**" como la búsqueda de la persuasión, con la intención de influir en la conducta de los demás.

Antonio Paoli define a la comunicación como un acto de relación entre dos o más personas, mediante el cual se evoca un significado en común.

Es importante mencionar que la comunicación involucra signos y códigos. Comenzaremos por explicar que los signos son conceptos significativos, es decir, se refieren a algo; mientras que los códigos, son los sistemas de organización de los signos que determinan como estos se inter-relacionan.

En la obra "**Introducción al Estudio de la Comunicación**", **Jonh Fiske** considera dos formas de comunicación: la primera como un proceso, entendiéndose esta como la transmisión de mensajes a la que le interesa la codificación y decodificación de los emisores y receptores, quienes usan los canales y los medios de comunicación como transmisores. El objetivo de esta forma de pensamiento es la eficiencia y la exactitud. La segunda forma utiliza a la semiótica como su principal método de estudio, analizando como los mensajes se relacionan con las personas y considera a la comunicación como producción e intercambio de sentidos.

Propósito de Comunicación.

La comunicación tiene como propósito provocar una respuesta, pero para que esto suceda eficientemente debemos preguntarnos antes ¿A quién esta destinado? y ¿De que modo?, ya que se puede correr el riesgo de afectar a quienes reciben el mensaje de forma diferente o a quienes no estaba destinado.

El objetivo de la comunicación quedará satisfecho al consumarse adecuadamente el mensaje y al provocar en el receptor un cambio de conducta.

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (**DIF**), pretende provocar un cambio de conducta en el receptor, que se encuentra en una situación de peligro.

²¹ Fiske, John; "Introducción al Estudio de la Comunicación", Ed. Norma, 1984, pág. XIX

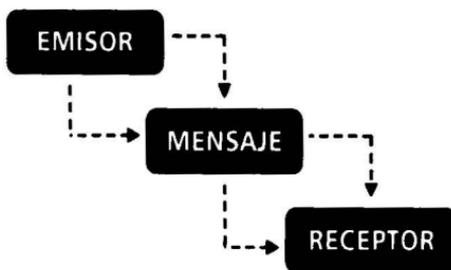
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Proceso de Comunicación.

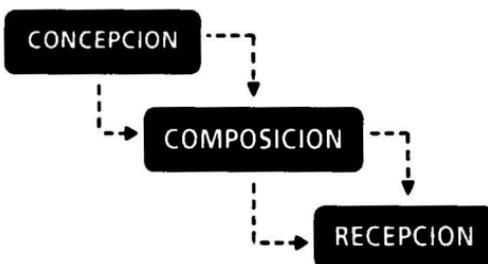
"Nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente"²²

El proceso de comunicación tiene como fin compartir información y para que esto ocurra es importante que alguien emita un mensaje y, que este a su vez sea recibido por alguien a quien se llama receptor.

En la retórica, **Aristóteles** fue el primero en considerar un modelo de comunicación con tres elementos básicos, que hacen posible que el proceso de la comunicación se lleve a cabo: orador o persona que habla (*emisor*), discurso que se pronuncia (*mensaje*) y auditorio o persona que lo escucha (*receptor*).



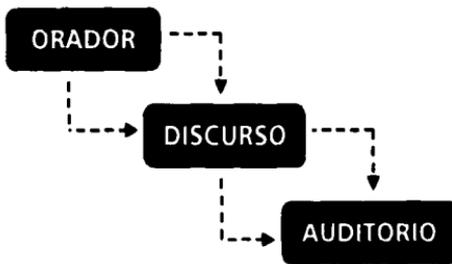
Al aplicar el *Proceso de Comunicación (Retórica de Aristóteles)* a nuestro tema: La Institución para el Desarrollo Integral de la Familia "DIF" ocupa el lugar del *emisor (Quien dice - Concepción)*, quien tiene la necesidad de transmitir un *mensaje*; cuyo propósito es informar sobre los servicios y programas de apoyo que ofrece la Institución (*Que dice - Composición*); y el *receptor*, es el público a quien se le pretende hacer llegar el mensaje (*A quien le dice - Recepción*).



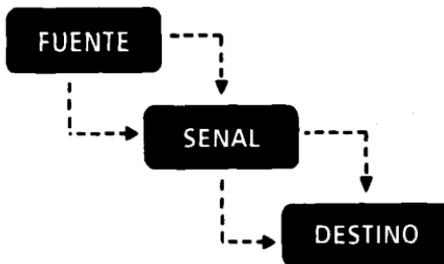
²² Berlo, David K; "El Proceso de Comunicación", Ed. El Ateneo, 1985, pág.11

Modelo de Comunicación.

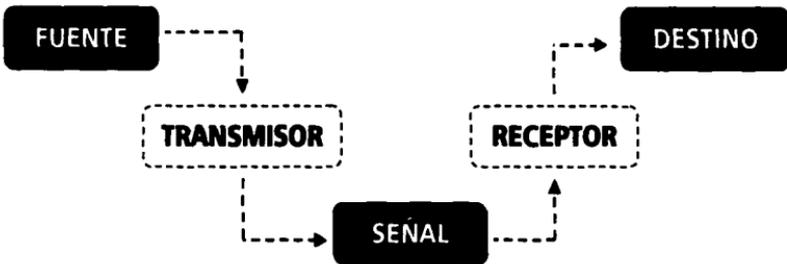
Además del modelo de **Aristóteles**; el interés por la comunicación ha producido diversos modelos que han desarrollado el proceso de comunicación de manera similar, como es el caso de **Gerbner**, que pretende ser aplicable de manera universal; el de **Laswel** con alcances más específicos y limitados; el de **Newcomb** que propone un modelo de forma triangular, que se refiere a la comunicación interpersonal y social; el de **Westley** y **Maclean** quienes lo aplican a los medios masivos; y el de **Jakobson** que une a los modelos semióticos y al proceso de comunicación.



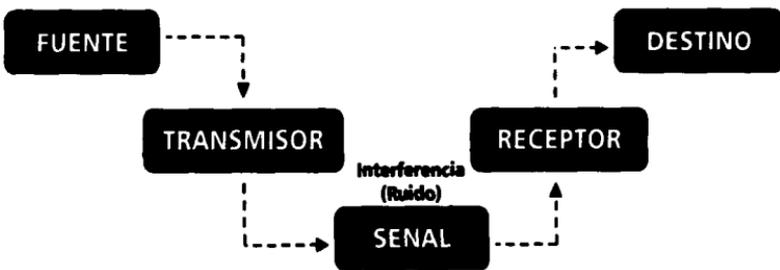
Pero el modelo más utilizado y compatible con la teoría Aristotélica fue creado en 1947 por **Shannon** y puesto al público por **Weaver**. Este modelo ve a la comunicación como un proceso lineal de transmisión de mensajes; con la única diferencia de que este par de teóricos llamaron fuente al *orador*, señal al *discurso* y destino al *auditorio*.



Y agregaron dos componentes: el *transmisor*, quien se encarga de enviar el mensaje; y el *receptor*, quien lo capta y lo envía con la mayor fidelidad posible al destinatario.



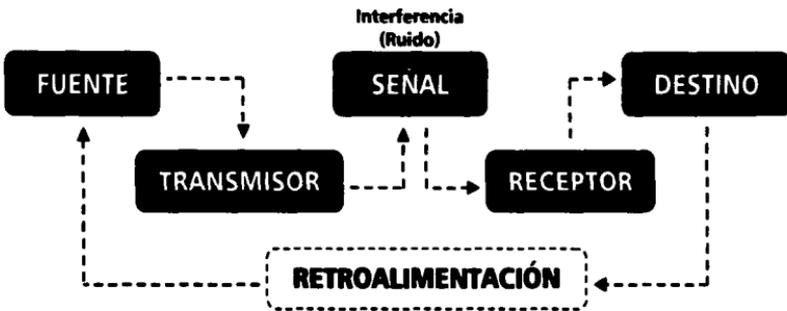
Shannon y Weaver, en el proceso de comunicación, detectaron que este a veces no cumple con su cometido, porque alguno de sus elementos distorsiona el mensaje que se transmite; a esta distorsión o interferencia se le llama *ruido*.



Para **Bruno Munari**, el ruido es un conjunto de problemas que él llama filtros, los cuales impiden recibir los mensajes completos o correctamente trayendo como consecuencia respuestas equivocadas.

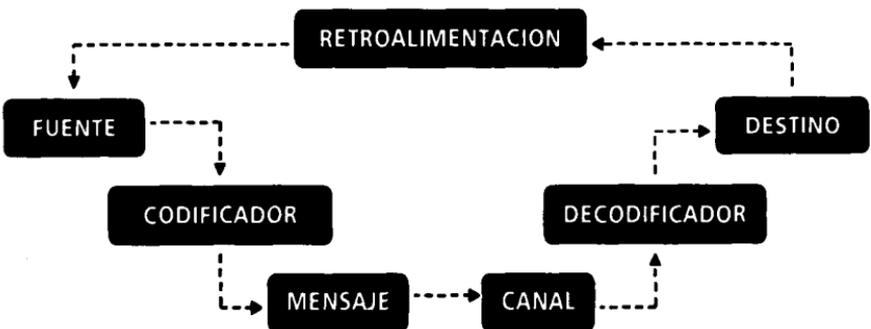
Retroalimentación.

Cuando el destino recibe el mensaje, este tiene una reacción, es decir, una respuesta que transmitirá de regreso al emisor; a esta reacción le llamaremos retroalimentación. **Shannon y Weaver** no utilizaron este concepto pero en otros modelos y en lo que sé esta tratando aquí lo encontramos de gran utilidad. Por ejemplo: la Institución es nuestra fuente emisora quien espera provocar un cambio de conducta y recibir una respuesta del receptor a quien se le esta comunicando que asista al **DIF** para formar parte de los programas que se ofrecen.



Canal, Medio y Código.

El esquema hasta ahora utilizado incluye también otros dos conceptos: el canal y el código, los cuales se relacionan con el medio. El **canal** es el recurso físico por el que se transmite la señal; como por ejemplo: una radiodifusora. El **medio** es la forma física o técnica de convertir el **mensaje** en señal y sus propiedades están determinadas por el canal. Por último definiremos al **código** como un conjunto de signos que tienen un significado en común.



Elementos de Comunicación.

David K. Berlo menciona y define seis elementos que constituyen el proceso de comunicación:

La Fuente.

El primer elemento es la **fuente de comunicación**, es una o un grupo de personas con un propósito en común determinado para comunicarse. En esta ocasión la Institución para el Desarrollo Integral de la Familia (**DIF**) es quien tiene la necesidad de informar y difundir los programas que la Institución ofrece y para hacer esto posible se apoya y solicita de los servicios de un diseñador que funja como codificador.

El Codificador.

El **codificador**, es quien codifica las ideas de la fuente en mensajes. En esta parte el diseñador toma un lugar muy importante ya que ahora es responsable de continuar con la comunicación de la Institución traduciendo los propósitos en mensajes.

El Mensaje.

El **mensaje**, en la comunicación visual es la forma que toma la idea de la fuente, es decir, la configuración gráfica que el diseñador hace como resultado del mensaje.

El Canal.

El **canal** es el medio difusor por el cual se transmite el mensaje. En este caso el diseñador tendrá la responsabilidad de producir un cartel, ya que es un fuerte medio de comunicación, comunica rápidamente y puede ser colocado en diferentes lugares estratégicos.

El Decodificador.

El **decodificador** es quien traduce o le da forma al mensaje que recibe el receptor; el cerebro será el decodificador del cartel, quien se encargara de captar la información a través del sistema nervioso del receptor enviándolo al subconsciente.

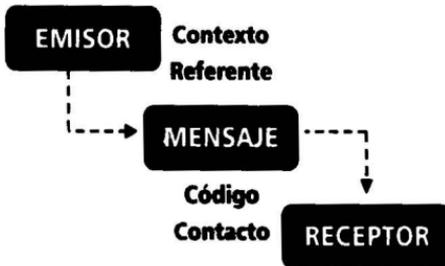
El Destinatario.

Y el **destinatario** es el destino o receptor, quien recibe el mensaje.

Funciones de Comunicación.

El lingüista **Roman Jakobson**, propuso un esquema, basado en la teoría de la comunicación, sobre el cual hace un estudio de las funciones de cada uno de sus componentes.

El *emisor*, envía un *mensaje* a un *receptor*. Este mensaje se expresa por medio de *códigos* comunes, que se traducen en significados comunes. Este proceso se da dentro de un *contexto*, es decir, dentro de un momento histórico dado.



Cada uno de los elementos de la comunicación originan una función; dando lugar a seis funciones que tienen su origen en la teoría del lingüista ruso **Roman Jakobson**, quien considera seis elementos que deben estar presentes para que la comunicación sea posible y por lo tanto seis funciones, que el proceso comunicativo realiza para cada elemento.

Emisor - Función Emotiva.

Conocida también como *intencional*, esta función es la que origina el proceso de la comunicación; sin intención no hay la posibilidad de comunicarse; corresponde a la relación que se da entre mensaje y emisor, quien transmite actitudes afectivas y subjetivas al referente con respecto a algo; y supone diferentes tipos de codificación. *Expresa* la actitud del emisor hacia lo que está diciendo.

Receptor - Función Conativa.

Esta función de "*conato*", es el esfuerzo por conseguir algo; se dirige a llamar la atención del receptor hacia el mensaje y se refiere a las interpretaciones que el receptor hace del mensaje. Se expresa por medio del imperativo para influir en la conducta del oyente; con el propósito de obtener una respuesta del destinatario.

Contexto - Función Referencial.

Se trata de una función **cognoscitiva**. Es primordial porque se encarga del contenido de la comunicación; informa sobre la realidad y se define por las relaciones que hay entre mensaje y objeto; con el fin de formular una información verídica a través de un proceso mental.

Mensaje - Función Poética.

Definida como la relación que hay del mensaje consigo mismo, es decir, el mensaje se vuelve su propio referente, al referirse así mismo. Esta función determina la combinación entre signos y la selección de los mismos. Es el objeto quien desempeña la función estética o poética.

Contacto - Función Fática.

Se utiliza para comprobar si funciona el canal, con el fin de establecer, prolongar o cortar la comunicación; tiene como objetivo asegurar y mantener el contacto entre los sujetos del proceso comunicativo (**el emisor**), garantizando la percepción del receptor por medio de recursos redundantes, repetitivos y reiterativos en los mensajes.

Código - Función Metalingüística.

Es la función que tiene por objeto definir el sentido de los signos de un lenguaje, en la comunicación gráfica, un metalenguaje serían los índices del mensaje nos darían la interpretación. por ejemplo: un color o cierto tipo de letras. Además se encarga de comprobar si el oyente y el hablante manejan el mismo código; como el lenguaje visual traducido al código tipográfico.

A partir de las funciones podemos observar un nuevo esquema sobre el proceso de comunicación, en el que el emisor desempeña una función, al igual que el receptor; y los otros elementos también.²³



²³López, Juan Manuel; "Semiótica de la comunicación Gráfica", Ed. UAM, 1993, pág.220

La Semiótica.

El término **Semiótica** proviene del vocablo griego *semeion*, que significa "signo"²⁴.

Llamaremos *signo* a algo que es físico y perceptible a nuestros sentidos. El signo se refiere a algo, es comprendido y utilizado por la gente que lo creo; y es portador de información.

La *semiótica* fue retomada en América por **Charles de Sanders Peirce** como la ciencia que estudia a los signos y su funcionamiento. Pero paralelamente en Europa **Ferdinand de Saussure** retoma una teoría llamada *semiología*.

Para comprender mejor esto, entendamos que ambas concepciones (*semiótica y semiología*) denominan a una misma disciplina; con la única diferencia de que **Saussure** destaca la función social y **Peirce** la función lógica.

La Semiosis.

La *semiosis* constituye el proceso de funcionamiento de los signos para transmitir un significado. En toda semiosis existen cuatro elementos: el signo o significante gráfico, el significado, el interprete y la interpretación.

Organización del Signo.

Saussure dividió al *signo* en dicotomías, es decir, como una combinación de dos elementos: *significado* y *significante*, *sintagma* y *paradigma*, *diacronía* y *sincronía*, *connotación* y *denotación*.

Significado - Significante.

El *significante*, es el vehículo (*el cartel*) que se usa para obtener un *significado*; sin embargo, el *significante*, es aquel mensaje que el emisor estructura con una intención, y del que el receptor hará surgir *significados* en su conciencia.

En otras palabras, se llama *significante* a la imagen del *signo*, tal y como la percibimos, y *significado* al concepto mental al cual se refiere; pero cabe hacer mención, que el *signo* consiste en una forma física, en un concepto mental y en que se relaciona con la realidad cuando la gente lo utiliza.

Humberto Eco llama al *signo* que se ve *significante*, el cual nos remite algo que podemos recordar por nuestra experiencia: *significado*.

²⁴López, Juan Manuel; "Semiótica de la Comunicación Gráfica", Ed. UAM, 1993, pág.40

El **significado** puede ser relacionado de dos formas, *icónica* o *arbitraria*. En la relación icónica el **significante** se ve y se oye como **significado**; en la arbitraria el **significante** y el **significado** se relacionan entre los usuarios. Estas dos formas de relación corresponden a la clasificación que **Peirce** hizo de los signos (*iconos y símbolos*). Pero para comprender esto expliquemos que el **significado** esta compuesto por tres elementos que son *el signo, a lo que se refiere el signo y los usuarios del signo*.

Paradigma - Sintagma.

Al organizar **Saussure** los signos en códigos, lo hizo de dos maneras, la primera por selección (*paradigma*) y la segunda por combinación (*sintagma*). Llamó *paradigmas* a un conjunto de signos entre los que se escoge el que se va a usar; como por ejemplo: una imagen o cada letra del alfabeto, por que tienen un significado preciso dentro de un código. Y *sintagmas*, a la selección y combinación que se hace de los signos dentro de un mensaje para enriquecer el significado. Por ejemplo: una palabra o frase. Pero no basta una adecuada selección de los signos (*de los paradigmas*); hay que saber unirlos para que den nuevas significaciones; para que esas conjunciones (*esos sintagmas*), se enriquezcan de nuevos significados.

Diacronía - Sincronía.

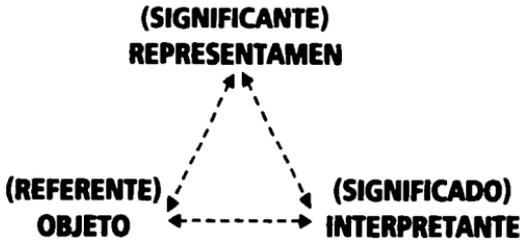
Otra forma de organización, es la *diacronía* y *sincronía*. En cada signo, imagen y cartel, podemos demostrar si sus formas y proporciones son las correctas, si sus colores son los adecuados y si la tipografía es legible o no. Al hacer este tipo de análisis, estaremos en lo que **Saussure** llamó *sincronía*, ésto es, un análisis hecho en un momento fijo, sobre un objeto aislado, con sus causas, consecuencias y fuera de una consideración temporal. Mientras que la *diacronía*, es ver un signo o un mensaje, desde la relación, que se establece entre nosotros y el contexto histórico.

Denotación - Connotación.

Los conceptos surgidos de la dicotomía *denotación* y *connotación*, son importantes para explicar las relaciones entre semiótica y retórica. Los signos (*nivel denotativo*), y su funcionamiento (*connotativo*) adquieren su significado al ser usados por los grupos sociales que los crearon para relacionarse; es decir, la *denotación* radica en el significado que tienen los signos; y la *connotación* es el significado implícito de los mismos.

Análisis del Signo.

Peirce, por lo tanto propone un esquema triangular en el que cada punta es un elemento que se inter-relaciona, y explica que su esquema se basa en la relación de tres elementos.



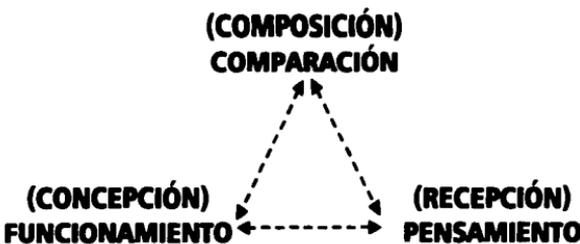
El *signo* o *vehículo signifiante*, **Peirce** lo llama *representamen*; y es el eslabón que une al *objeto* con el *interpretante*, quien le dará, un *significado*.

Peirce dice: *"Un signo o representamen, es algo que para alguien, representa o se refiere a algo... Se dirige a alguien y crea en la mente de esa persona un signo equivalente."*²⁵

El segundo elemento (*espectador-interprete*) que **Peirce** incluye en su esquema es el *Interpretante*, que es el signo creado y como su nombre lo dice, permite *interpretar* algo, a lo que le da *significado*. (*La interpretación implica mayor significación*).

El tercer eslabón de la relación triádica, es el *objeto*, que es todo aquello a lo que se refiere el representamen. Y que puede ser reconocido, pensado, percibido o evocado, es decir el signo representado en la conciencia.

Pero a través de estos tres elementos, **Peirce** propone las *"relaciones triádicas"*. Estas relaciones, están relacionadas con el representamen (*comparación*), el objeto (*funcionamiento*) y el interpretante (*pensamiento*).



²⁵López, Juan Manuel; *Semiótica de la Comunicación Gráfica*, Ed. UAM, 1993, pág.172

Relación de Comparación.

En la *relación triádica del representamen*, o sea del *vehículo significante* o del *signo* propiamente dicho, encontramos que su antecedente histórico es la *Gramática*, junto con la *Composición* aristotélica.

En esta relación es donde se dan aquellas posibilidades de *comparación* entre unos signos y otros *-qualisigno-* (*cualidades del signo*), lo que hace que se faciliten las posibles combinaciones entre ellos *-sinsigno-* (*signos aislados*); permitiendo la unión de unos signos con otros: *Sintaxis*; seleccionando los más adecuados por comparación *-legisigno-* (*leyes para construir signos*).

Relación de Funcionamiento.

En las *relaciones de funcionamiento*, encontramos en la *Lógica* y en la *Concepción* aristotélica su antecedente; en esta relación el *objeto* nos dirá cómo funciona el signo.

Según **Pierce**, es la división más importante del signo y la clasifica en tres categorías: *icono*, *índice* y *símbolo*. Funciona como *-icono-* cuando tiene determinadas características de un objeto al que hace referencia; es decir, se reproducen los rasgos más importantes que tiene en común con el objeto. En *-índice-* cuando nos llama o nos obliga a verle; es decir, cuando funciona dentro de una composición y dirige nuestra vista. Y en *-símbolo-* cuando representan y adquieren múltiples significados. Es en esta relación triádica donde se genera el *Nivel Pragmático*, por que se refiere a la práctica del signo.

Relación de Pensamiento.

La última tricotomía, tiene como antecedente histórico la *Retórica*, y la *Recepción* aristotélica, puesto que ésta es la parte del signo encargada de obtener una *interpretación* o *significado*.

En esta tercera triada, es en la que se dan las *relaciones de pensamiento*, esto es, en el área del *interpretante*; donde las relaciones se construyen en la mente del interpretante, y cada uno puede dar interpretaciones o significados. El *-rema-* se encarga de hacer una combinación de signos, portadores de significados individuales, que al combinarse producen un significado más amplio, para lograr una mejor interpretación; *-dicent-* cuando se interpretan los signos aislados o solos, y estos se encuentran cargados de significación; y el *-argumento-*, se encarga de convencer al receptor a partir del manejo adecuado de la retórica visual. Esta área se encarga del *Nivel Semántico* del signo.

Clasificación Semiótica.

Charles Morris en 1946 considero tres divisiones: la división *Sintáctica (Implica)*, *Semántica (Expresa)* y *Pragmática (Denota)*.



Proceso de Semiosis.

Nivel Sintáctico.

La *sintáctica (relaciones de comparación)* es el estudio de la relación que existe entre los signos y la relación que estos guardan con su propia estructura.

Se divide en:

- A. **Estructura Formal:** Estudia a los elementos visuales que integran a la figura o a la forma de los significantes.
- B. **Estructura Relacional:** Estudia las relaciones que hay entre los significantes, como parte de un sistema de comunicación.

Las dos áreas anteriores generan dos importantes estructuras, que sirven como complemento:

- a) **Estructura Armónica:** Estudia a la estética y a sus leyes de percepción; su principal objetivo es la estructuración armónica de las formas.
- b) **Sistemas Visuales de Comunicación:** Estudia el funcionamiento de las normas de visibilidad; su objetivo está dirigido a la normalización, en el uso adecuado de los sistemas de información gráfica.

La estructura sintáctica, es la combinación de varios elementos que se integran para dar forma tangible a una idea o concepto bajo una finalidad determinada; pero también es el cómo estos elementos se unen.

Existen dos procedimientos de estructuración sintáctica:

A. Procedimiento Sistemático: Conforman estructuras visuales que a su vez están conformadas por elementos gráficos que tienen un significado preciso y se combinan de un modo preestablecido para brindar una interpretación congruente.

B. Procedimiento Asistemático: Integra sistemas de comunicación que utilizan figuras, signos y símbolos, pero que carecen de un significado preestablecido.

En consecuencia, la omisión o cambio no altera el significado de los significantes.

Los valores sintácticos de la expresión visual son elementos que se manejan dentro de un contexto visual con el fin de obtener una imagen armónica; entre ellos: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, proporción, dimensión y movimiento.

Sintácticamente la composición gráfica integra varios elementos para lograr un significado sensible, lo cual implica la función de componer visualmente varios elementos gráficos sobre un campo visual.

Términos Sintácticos.

Cada dimensión utiliza términos específicos que sirven para determinar el campo de acción de cada uno de ellos.

Estructurar: Acción de conjugar los trazos o valores de la expresión estética necesarios para la realización de un gráfico.

Relacionar: Acción de vincular el significado de varios gráficos en forma secuencial con el fin de obtener una información más completa.

Nivel Semántico.

La **semántica (relaciones de pensamiento)** es el estudio de la relación que hay entre los gráficos y el significado implícito. Es decir entre los signos visuales con los objetos o ideas.

El objetivo principal de la semántica es el análisis de los conceptos involucrados en el significado. Y controlar metodológicamente la gestación formal o figurativa de los elementos gráficos con el fin de precisar su motivación, denotación y significado.

Las variantes semánticas se clasifican de acuerdo a su aspecto figurativo en:

a) **Motivación Analógica:** Representa la denotación gráfica o la imagen de un sujeto real conocido dentro del ámbito en el cual se usará. Esta imagen es de tipo icónico y recibe el nombre de pictograma; puede abstraerse formalmente pero nunca perder sus características.

b) **Motivación Homológica:** Representación gráfica de una forma convencional; su configuración puede ser abstracta o geométrica y denota por consiguiente formas irreales de invención humana. Estas formas tienen significado arbitrario como las letras del alfabeto o los señalamientos urbanos.

Se conocen tres elementos que trabajan en forma integral y no pueden separarse uno de otro: el **significante:** puede ser cualquier gráfico o elemento portador de un concepto; el **significado:** mensaje que contiene un significante que debe expresarse en forma clara y fácil, debe traer consigo connotaciones que complementan subjetivamente al mensaje; y la **función:** objetivo para el cual fue diseñado el significante.

Los significantes se clasifican de acuerdo al tipo de motivación gráfica que denoten y a la función que desempeñen en: **Significante Icónico** y **Significante Simbólico:**

a) **Significante Icónico:** Denota un sujeto y tiene un significado directo.

b) **Significante Simbólico:** Representa una forma real y conocida, pero tiene un significado convencional. Dentro de este grupo se clasifican tres tipos: **característico, abstracto y común o universal.**

Tipo característico: Son aquellos cuya motivación gráfica denota una figura que recuerda la función que desarrolla la empresa a la que representa.

Tipo abstracto: Tienen un significado arbitrario y formas inventadas ya sean denotaciones geométricas o formas abstractas no figurativas.

Tipo común o universal: Denotan objetos, personas o animales, pero su significado es altamente simbólico y convencional que implica una serie de connotaciones complejas.

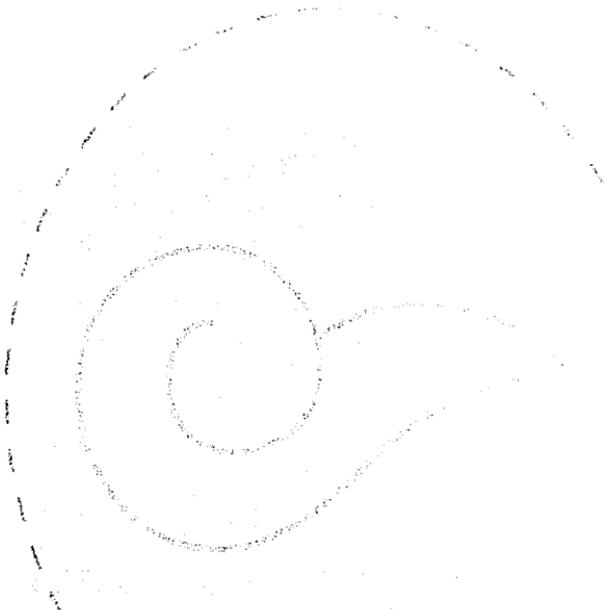
El significado semántico de un símbolo está relacionado con el mismo, bajo dos aspectos diversos. El diseñador toma como premisa un significado al que se le debe dar "**forma gráfica**"; este primero se llamará significado semántico y en segundo caso, el usuario parte de la contemplación de un símbolo del que debe extraer un significado, al cual se denominará pragmático.

Términos Semánticos.

Denotar: Es la acción de mostrar la representación gráfica, debe ser objetiva, explícita y precisa.

Significar: Es el mensaje o contenido cognoscitivo implícito en un gráfico, constituye el objetivo para el cual fue creado.

Connotar: Es el conjunto de conceptos o ideas que se relacionan indirectamente con el significado de un gráfico.



Nivel Pragmático.

La **pragmática (relaciones de funcionamiento)** es el estudio de la relación que hay entre signo e intérprete. La pragmática, se divide en dos: la primera en mensajes y diseñadores, y la segunda se interesa en los vínculos y en los receptores.

Su estudio se ha dividido en tres aspectos:

a) **Pertinencia y potencialidad en las expresiones:** La pertinencia es la parte integral de una cosa, de aquello que le es propio pero que debe su existencia a un propósito determinado. En el diseño gráfico la pertinencia corresponde a la correcta expresión de un mensaje. La potencialidad de expresión es el número de interpretaciones que una imagen pueda tener.

b) **Actitud del intérprete:** Un intérprete es toda persona que obtiene en forma intuitiva una información a través de una figura significativa. Él interprete ve, intuye e interpreta, y obtiene una información de cualquier elemento.

c) **Significado como consecuencia:** Al final del proceso de la semiosis el significado representa la etapa donde se comprueba el verdadero contenido de los significantes. Según el grado que se tenga del aspecto pragmático; la capacidad informativa de un gráfico será mayor o menor.

El intérprete de los significantes es la mente; como parte de la semiosis un intérprete considera las propiedades relevantes de un objeto no presente o las propiedades que no son vistas normalmente en los objetos presentes, esto hace más clara y precisa la expresión del significado. La respuesta a las cosas por mediación de los signos es psicológicamente una continuación del mismo proceso en el cual los estímulos distantes adquieren preponderancia sobre los estímulos visuales directos en el control de la conducta del hombre.

Término Pragmático.

Expresar: Explica la función que tiene un gráfico al transmitir un mensaje visualmente.



Diseño y Comunicación Visual.

Diseño.

"El diseño es una disciplina orientada hacia la resolución de problemas de comunicación visual, que el hombre se plantea en su continuo proceso de adaptación, según sus necesidades"²⁶

El **diseño** cobra distintos sentidos según las condiciones y circunstancias políticas, económicas, personales y sociales de su interpretación. Por lo que el diseñador traduce el mensaje en imágenes gráficas, trabaja con un vocabulario que no consiste en palabras sino en conceptos o elementos visuales como punto, línea, forma, textura y color, los cuales son organizados en una estructura con el fin de dirigir el pensamiento del lector.

El proceso de diseño, lo constituye la interacción de esta disciplina con el diseñador y lo diseñado.

Luz del Carmen Vilchis cita en:

"Diseñar es la actividad, objeto de estudio del diseño... disciplina que estudia el comportamiento de las formas, sus combinaciones, su coherencia asociativa, sus posibilidades funcionales y sus valores estéticos captados en su integridad".²⁷

Lo que define al diseño es:

1. La existencia de un propósito;
2. El conocimiento de datos y la posesión de técnicas para realizarlo;
3. La disposición de los medios materiales necesarios; y
4. El proceso temporal de planificación, creación y ejecución; por la cual se materializará finalmente el **"propósito"** en una forma.

²⁶ y ²⁷ Vilchis, Luz del Carmen; "Diseño Universo de Conocimiento", Ed. Claves Latinoamericanas, 1999, pág.35

La Comunicación Visual.

Se puede definir a la *comunicación visual* como a todo aquello que nuestros ojos perciben, como puede ser un objeto o un comportamiento.

"La Comunicación Visual es un medio imprescindible para pasar información de un emisor a un receptor"²⁸

Bruno Munari define a la "*comunicación visual*" como un lenguaje hecho de imágenes que tienen el mismo significado para un grupo de personas; y menciona que para su estudio, esta se divide en casual e intencional.

Tipos de Comunicación Visual.

La *comunicación causal* puede ser interpretada libremente por el que la recibe, como mensaje científico, estético, o como otra cosa. En cambio la *comunicación intencional* tiene un significado preciso que debe ser recibido por el emisor, por medio de códigos o informaciones determinadas.

La *comunicación intencional* puede ser examinada bajo el aspecto de información estética y de información práctica. Por información práctica, se entiende, un dibujo técnico, una foto, las noticias de la TV, una señal de tráfico, etc.; en cambio por información estética se piensa en un mensaje, que nos informe, como por ejemplo: la armonía de las líneas o una forma en transformación.

Andrea Dondis menciona que la *comunicación visual*:

"Es el proceso de absorber información dentro del sistema nervioso a través de los ojos, del sentido de la vista"²⁹

El Proceso de la Comunicación Visual.

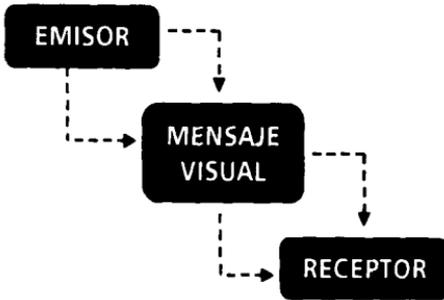
La *comunicación visual* produce mensajes visuales, donde el emisor emite un mensaje y el receptor lo recibe. Pero si el receptor está inmerso en una zona de interferencia, los mensajes pueden modificarse o eliminarse; y aunque llegue bien el mensaje al receptor, este hará pasar el mensaje antes de ser recibido por lo que **Bruno Munari** llama filtros sensoriales, operativos y culturales. Una vez atravesados los filtros y la zona de interferencia con satisfacción el mensaje llega al receptor, quien puede producir dos tipos de respuesta, una externa, que es la que le afecta y la otra interna, que es la que pasa por alto.

²⁸ Munari, Bruno; "Diseño y Comunicación Visual", Ed. Gustavo Gili, 1985, pág.72

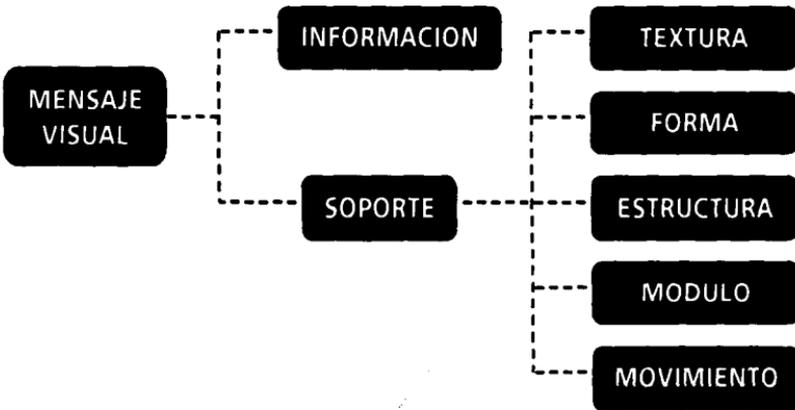
²⁹ Dondis, Donis A.; "Sintaxis de la Imagen", Ed. Gustavo Gili, 1982, pág.34

El Mensaje Visual.

El diseño siempre tiene un mensaje que se basa en el desarrollo de un texto visual, que será comprendido por la interpretación que hacen los receptores.



Los componentes que forman un *mensaje visual* son principalmente la información que lleva el mensaje y el soporte visual. Llámese soporte al conjunto de elementos que hacen visible el mensaje como la textura, la forma, la estructura, el módulo y el movimiento.



Gui Bonsiepe utiliza el concepto de diseñar como sinónimo de proyectar y define a la metodología como una guía para resolver problemas, la cual ayuda a determinar el desarrollo, el contenido y las etapas a través de las cuales el diseñador resuelve un problema proyectual. Por lo tanto queda claro que el diseñador es quien se encarga de resolver problemas, donde los resultados de proyección se manifiestan tangiblemente.

Comunicación Institucional.

Las instituciones producen dos tipos de mensajes, los que se materializan en carteles, periódicos, folletos, volantes, sistemas de altavoces y otros; y los que se producen en la relación interpersonal o grupal.

Mercadotecnia Social.

El campo de interés entre mercadotecnia y sociedad es la comunidad.

Al encontrarse en una institución social, los mercadólogos están en posición de ayudar a resolver problemas de carácter social, tales como: oportunidades para los inválidos y no privilegiados, contaminación ambiental, riesgos al usar productos que ofrezcan en el mercado, desperdicio de los recursos de la sociedad, etc.

Al hablar de mercadólogos estamos suponiendo la existencia de la mercadología; para esto se apoyan en la mercadotecnia social; cuya tarea es descubrir al consumidor y definir su perfil, ubicándolo en tiempo y espacio, para conocer sus necesidades e informar a la institución acerca de los servicios que debe proporcionar para satisfacer las necesidades del consumidor.

Propósito.

El propósito, no es propiamente vender productos sino el ayudar; aún cuando en ocasiones una acción social al igual que una empresa comercial vendan sus productos para allegarse recursos financieros.

La Cruz Roja por ejemplo realiza sorteos o vende tarjetas, sin embargo, la intención habitual de las causas sociales no es vender productos sino provocar o modificar comportamientos.

Como se ha mencionado en el párrafo anterior, en primer lugar hay que definir de manera precisa los comportamientos que se espera de cada segmento del mercado meta para evitar una mala comprensión del mensaje.

Por ejemplo, en la planeación de la mercadotecnia social contra el alcoholismo, antes de predicar la sobriedad en términos vagos, es preferible indicar exactamente el consumo del alcohol que no debe ser sobrepasado.

El éxito al aplicar los principios de mercadotecnia a la distribución de los bienes y servicios económicos; conduce a la percepción de los posibles usos que se les pueden dar para promover y facilitar el intercambio de valores en organizaciones no lucrativas como hospitales, museos, iglesias, etc.

Estrategia.

Los principios de una estrategia se tienen en la mercadotecnia social después de haber elegido el mercado meta, así como también los objetivos a alcanzar y los elementos motores de acción. El plan de mercadotecnia social debe traducirse en un conjunto de decisiones concretas. Este conjunto de decisiones suele llamarse "*mezcla de mercadotecnia social*".

En la mercadotecnia social, los oferentes del servicio social, deben estudiar al público al cual dirigirán el servicio, y después diseñar para que se satisfaga la necesidad social. Presentando la idea social de modo que resulte deseable para los grupos a los cuales se va a dirigir ésta y sientan deseos de participar.

Metodología.

Definición.

La **metodología** es una manera de investigar, es una teoría del método. El método, es el camino que conduce al conocimiento; el termino deriva de los vocablos griegos *meta* "a lo largo de o a través de", y *ódós* "camino"; por lo que significa "*ir a lo largo del buen camino, del camino del conocimiento*"³⁰

Método Proyectual.

El creador del *método proyectual* es **Bruno Munari**, quien considera al diseñador como a un proyectista dotado de sentido estético, funcional y como un informador intencional debido a que propicia el significado de sus mensajes.

"El método proyectual, consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias y dispuestas en un orden lógico, dictado por la experiencia. Su finalidad es conseguir el máximo resultado con el mínimo esfuerzo"³¹

El diseño como ya se menciono anteriormente, es una disciplina proyectual orientada a resolver problemas que satisfacen las necesidades del hombre por medio de significados. En el campo del diseño lo más aconsejable es diseñar con una metodología, comenzando con una investigación y un estudio sobre lo que ya se ha realizado en el mercado para resolver el problema que nos atañe, ya que por lo contrario el diseñador producirá soluciones que no proveerán a la sociedad ningún beneficio y generaran más problemas.

³⁰Vilchis, Luz del Cramen; "Metodología del Diseño", Ed. Claves Latinoamericanas, 2000, pág. 15

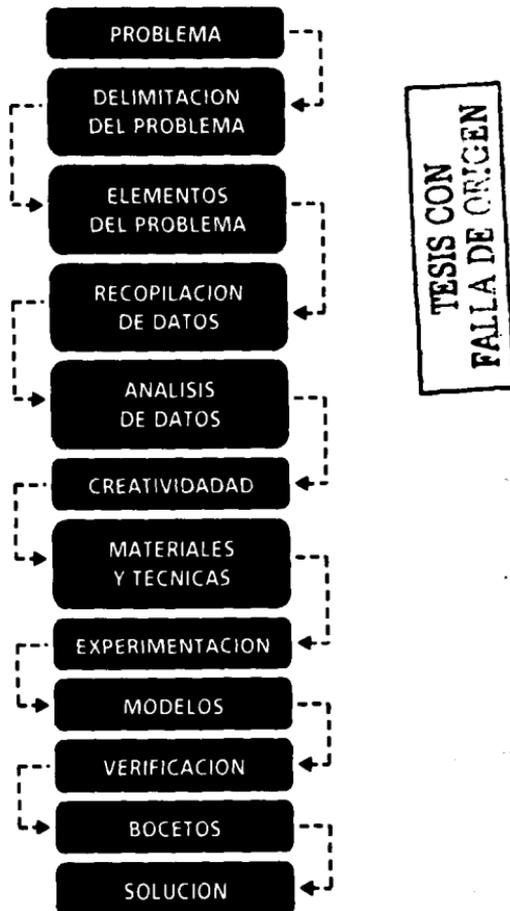
³¹Munari, Bruno; "Como nacen los Objetos", Ed. Gustavo Gili, 1983, pág.18

Un diseño necesita estar bien planeado antes de llevarse a cabo, es decir necesita de una metodología que pueda modificarse, corregirse y perfeccionarse con el fin de mejorar el proceso. Por esta razón el método a utilizar debe considerarse como algo relativo, provisional y variable.

El beneficio que tendremos al utilizar un *método proyectual*, es que el proceso estará bajo control y también bajo la posibilidad de cambiar alguna etapa si es que esta falla, sin la necesidad de comenzar de nuevo.

Esquema del Método Proyectual.

A continuación se presenta el esquema y la función que desempeñan cada uno de los elementos que componen el modelo de **Bruno Munari**, el cual parte de un problema, al que considera tiene todos los elementos para resolverlo.



Elementos del Modelo Metodológico.

Problema.

La primera etapa consiste en definir el problema y el tipo de solución que se le quiere dar. Dicho problema surge de una necesidad que en este caso el diseñador debe localizar, analizar y cubrir estética y funcionalmente.

Delimitación del Problema.

Ayuda a definir el problema; pero dependiendo de lo que haya que hacer se definirán los límites del proyecto.

Elementos del Problema.

Esta etapa se basa en descomponer al problema en todos sus elementos, es decir, en conocer los subproblemas que existen con el propósito de tener todo bajo control.

Recopilación de Datos.

Es en este momento donde el diseñador tendrá que reunir toda la información necesaria para resolver el problema. Es de gran ayuda ya que aumenta su visión antes de encontrar una solución al problema.

Análisis de Datos.

Una vez recopilados los datos el siguiente paso es analizarlos, es decir seleccionar de la etapa anterior la información más importante y proceder a analizarla. El análisis puede proporcionar sugerencias para resolver mejor el problema.

Creatividad.

Es aquí donde el diseñador comienza a trabajar. Una vez que ha obtenido y analizado suficiente información empieza a proponer soluciones creativas.

Materiales y Tecnología.

Esta etapa requiere que el diseñador conozca y haga una selección de las herramientas y de los medios más adecuados para realizar el proyecto.

Experimentación.

Es donde el diseñador pone a prueba los materiales y las técnicas seleccionadas para obtener la solución más conveniente del proyecto.

Modelos.

Es en esta parte del esquema del método, donde se realizan posibles soluciones, es decir algunos bocetos, de los que se obtendrá un modelo como resultado temporal.

Verificación.

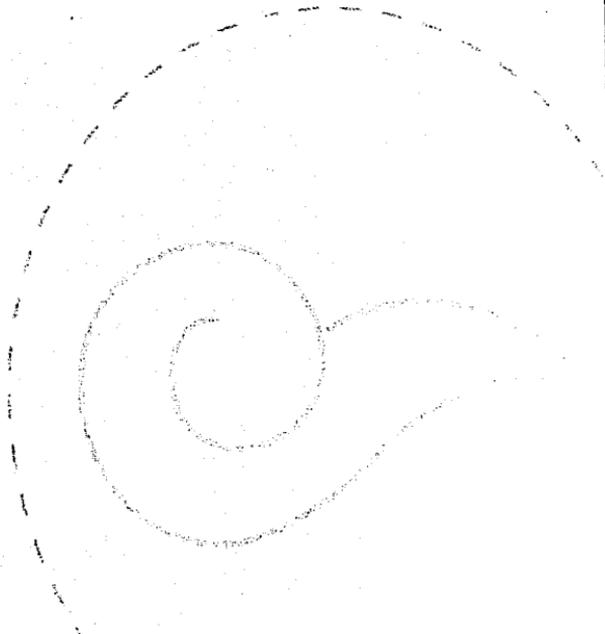
Se lleva a cabo cuando se somete a juicio el modelo a un posible público usuario quienes con sus comentarios harán que se modifique el modelo y se realice un prototipo.

Dibujos Constructivos.

Es la etapa de proyección, donde las ideas se hacen tangibles en bocetos.

Solución.

Etapa final en la cual el problema queda resuelto; cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida del hombre.



Resumen Capitular.

La **Comunicación** es una actividad de socialización que sirve para transferir información; ocurre entre dos o más personas y tiene el objetivo de provocar un comportamiento en el ser humano.

Existen dos maneras de comunicación; como proceso donde su principal interés es transmitir mensajes, en este proceso interviene un **emisor** quien tiene una idea a comunicar; un **codificador** que se encarga de codificar el objetivo a transmitir; el propósito es expresado en forma de **mensaje** el cual necesita de un **canal** o medio para ser transmitido; pero para que la comunicación se produzca se necesita de una persona que reciba el mensaje llamada **receptor**, quien se encargara de **decodificar** o de traducir el mensaje. Si hay una respuesta por parte del receptor se habrá cumplido con el cometido y se repetirá el proceso en sentido inverso, produciendo la **retroalimentación**.

A cada uno de los componentes antes mencionados del proceso comunicativo le corresponde una función; las cuales se jerarquizan según el tipo de función que se efectuó; pero que no se excluyen. Dando lugar a seis funciones: **Referencial, Emotiva, Conativa, Metalingüística, Fática y Poética**.

La otra manera de comunicación utiliza a la **Semiótica (ciencia que estudia los signos y significados)**; entendiéndose que esta se preocupa más por la generación y el intercambio de significados, que por la transmisión de mensajes. Ya que para que la comunicación se realice es necesario crear un mensaje con signos, de tal manera que los significados se relacionen. Para esto debemos compartir y utilizar los mismos **códigos y signos**.

También es importante mencionar, que la **Semiótica** para su estudio se divide en tres niveles. El **Nivel Sintáctico** se determina por la relación entre signos, mientras que el **Nivel Semántico** comprende la relación entre signo y significado; y el **Nivel Pragmático** se refiere a la relación que existe entre el signo y el usuario.

En resumen queda claro que la diferencia entre estos dos modelos, es que el primero se relaciona entre elementos y utilizan un conjunto de relaciones que permiten que un mensaje signifique algo, mientras que para el otro; el texto es lo más importante. Ya que el receptor del texto o lector creara un significado basándose en sus experiencias, actitudes y emociones.

Por otra parte dentro de las ciencias más antiguas están las ciencias de la comunicación. Hace miles de años el hombre en distintas partes del mundo logró diversos sistemas de comunicación, uno de ellos la **Comunicación Visual**; la cual se encuentra basada en un lenguaje de imágenes en el que interviene el **Diseño**.

El **Diseño** responde a una función de **Comunicación Visual**, ya que a través de la vista se capta el 80% de la información, de ahí la importancia que adquiere el diseño en la comunicación visual.

El **Diseño**, es valioso porque tiene efectos directos concebidos en la forma del pensamiento, de la conducta, de las acciones y decisiones de los seres humanos, como generador de valores y bienes culturales.

La comprensión del diseño es el resultado de una actividad consciente que configura imágenes y estudia el comportamiento de las formas, combinaciones, coherencia, posibilidades funcionales y valores estéticos; constituyendo su aspecto formal.

Las instituciones que tienen como propósito ayudar a la sociedad, se apoyan de la **Mercadotecnia Social**, cuya mezcla de acciones se encargan de buscar la manera de obtener recursos económicos, para poder promover los servicios que ofrece una institución, con el fin de ayudar a resolver problemas sociales. Pero para ello es necesario definir los comportamientos que se intentan provocar.

A la solución de problemas procede un método apoyado en la teoría del conocimiento y de las técnicas de investigación para obtener el mejor resultado; la utilización de un método, responde a problemas determinados y a características muy específicas; por lo que es necesario saber aplicarlo en una situación dada.

Un método siempre proporciona soluciones parciales, por lo que resulta más adecuado referirse a la **Metodología del Diseño**, como el estudio del proceso proyectual.

El **Método Proyectual** se caracteriza por una serie de acciones basadas en la lógica y en la experiencia, este modelo tiene como objetivo obtener el máximo resultado con el menor esfuerzo.

Todo diseñador debe de disponer de un método que le permita realizar su proyecto con la materia y de la manera más adecuada; con las técnicas precisas y la forma correspondiente a su función; sin olvidar que un método puede variar o modificarse para mejorar dicho proceso.

TERCER
CAPITULO

METODOLOGÍA
DEL
DISEÑO

Metodología del Diseño.

Metodología Aplicada al Desarrollo del Proyecto.

A lo largo de este documento hemos investigado y estudiado la importancia que tiene la comunicación y el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) para la sociedad mexicana. Ahora bien, es el turno de aplicar todo lo aprendido en esta tercer y última parte; así que comenzaremos por explicar los pasos que se siguieron para resolver este proyecto: "*Diseño de Cartel para la Campaña Institucional -El DIF es parte de nosotros -*"

Fases del Proceso Metodológico.

El primer paso fue acudir al *Departamento de Comunicación Social del DIF*, donde se me proporcionó la campaña y se me encargó la tarea de resolver gráficamente el problema que les atañe en la actualidad; el documento se leyó con atención y se trató de interpretar lo mejor posible lo que la institución deseaba comunicar.

Problema.

El proyecto a resolver nace de la necesidad de invitar a la gente a que forme parte de los programas y servicios que ofrece el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF).

Delimitación del Problema.

El siguiente paso fue plantearnos el problema:

Hacer comprender que la sociedad mexicana encuentra su origen en la familia, y que es en este núcleo donde los seres humanos se proveen inicialmente de los elementos necesarios para alcanzar su pleno desarrollo, en los ámbitos biológico, psicológico y social; solo así llegaremos a la conclusión de que para favorecer una dinámica adecuada en la familia, hay algunas necesidades básicas que deben ser satisfechas.

Además de la alimentación, el techo digno y el vestido, se requiere también resolver ciertas cuestiones relacionadas con la esfera afectiva de las personas como son el afecto compartido y la interacción social.

Si bien es cierto, que en todas las familias se presentan situaciones que vulneran su equilibrio, no es menos cierto que siempre existen mecanismos, así como alternativas o apoyos organizacionales para superar los conflictos.

La delimitación del problema trajo como consecuencia subproblemas; la Institución detectó la falta de credibilidad en este tipo de campañas.

Propósito de Comunicación.

Incrementar la participación ciudadana en los programas que ofrece la institución y disminuir el índice de riesgos que corre la sociedad mexicana como: madres solteras y jóvenes embarazadas, niños sin padres, menores infractores, farmacodependientes, víctimas de violencia y maltrato, personas con discapacidad, de la tercera edad y migrantes, entre otros.

Propósito de la Institución.

La campaña tiene la finalidad de ofrecer a toda la población alternativas de reintegración, superación y desarrollo al ser parte del **DIF**; se pretende a corto plazo informar y sensibilizar al público en general, lo importante que es pertenecer y contar con el apoyo y la ayuda del **DIF**, a mediano plazo difundir e invitar al público receptor a acudir al **DIF** para solicitar prevención y protección o inclusive solo para conocer los servicios que esta ofrece.

Y a largo plazo, provocar la participación del público en los programas de reintegración, superación y desarrollo, con el propósito de modificar su conducta.

Público Receptor.

Con el fin de organizar este trabajo, la institución identificó diferentes grupos de personas que pueden ser receptores de las acciones públicas y privadas, al ser definidos como sujetos de la asistencia social, lo que permitió canalizar actividades, y organizar los diferentes actores.

Entre ellos:

- Familias que presenten limitaciones o carencias, especialmente con: niñas y niños; jóvenes y adolescentes; mujeres en situaciones especiales; adultos mayores; personas de la tercera edad y discapacitados.
- Personas afectadas por desastres.
- Indigentes o habitantes del medio rural o urbano, que debido al desarraigo deben migrar o carecen de servicios indispensables para su subsistencia.

Perfil Familiar.

Las familias en la actualidad, dados el menor crecimiento demográfico y los efectos sociales generados por la globalización, son más pequeñas y están aisladas, interna y externamente son más frágiles, por lo que se encuentran en riesgo de desintegración.

Adicionalmente, se han incrementado las situaciones de pobreza, por lo que las nuevas familias se constituyen cada vez con mayores dificultades y es más difícil que las familias satisfagan las necesidades materiales de sus integrantes.

Esto hace a las familias más vulnerables y con mayores probabilidades de una exclusión social.

Están expresados por:

1. Dificultades para constituir familias;
2. Disolución de uniones;
3. Fragilidad familiar o salidas precoces de sus integrantes;
4. Familias reconstituidas;
5. Familias monoparentales;
6. Hogares unipersonales;
7. Embarazos tempranos en adolescentes;
8. Desvinculación por el abandono.

A continuación se definen otras características personales y sociales del perceptor.

Factores Físicos: De características muy variables, con lo que respecta a su edad pueden ser: Pre-natal, infantil, niñez, adolescencia, juventud, jóvenes-adultos, adultos y vejez.

Así como de sexo indistinto: masculino y femenino.

Factores Culturales: Podemos hablar de personas sin preparación, así como también de personas con escolaridad básica, media, técnica o profesional e inclusive hasta niveles más elevados.

Factores Psicológicos: Personas con conductas agresivas, con limitaciones psicológicas o psicomotriz y con dificultades para ver o caminar (*invidentes y paralíticos*).

Factores Económicos: Las características del público meta serán principalmente de escasos recursos; es decir de estrato social muy bajo, bajo, medio, medio alto.

Fases del Proceso de Diseño.

Pensar en una frase.

Antes de comenzar a trabajar gráficamente sobre este proyecto, fue importante preguntarnos **¿A quien se va a dirigir el mensaje?**

Propuesta n°1

Dominación
Humillación
Agresión
¡Ya basta! - ¡Basta!
Es suficiente
Estoy harto de esto

Propuesta n°2

La violencia
No es siempre un acto físico - no es siempre golpear
Pero siempre causa daño - pero hace siempre mal
Necesitas información

Propuesta n°3

Permíteme ser feliz
Tú también tienes derecho a ser feliz

Propuesta n°4

Texto a Incluir en el Mensaje.

DIFundimos...
Programas de ayuda

Propuesta Final

Todos podemos equivocarnos.

Tengo vergüenza de aquello en lo que me he convertido.
¿Por qué me pasa con frecuencia estar en esta situación?

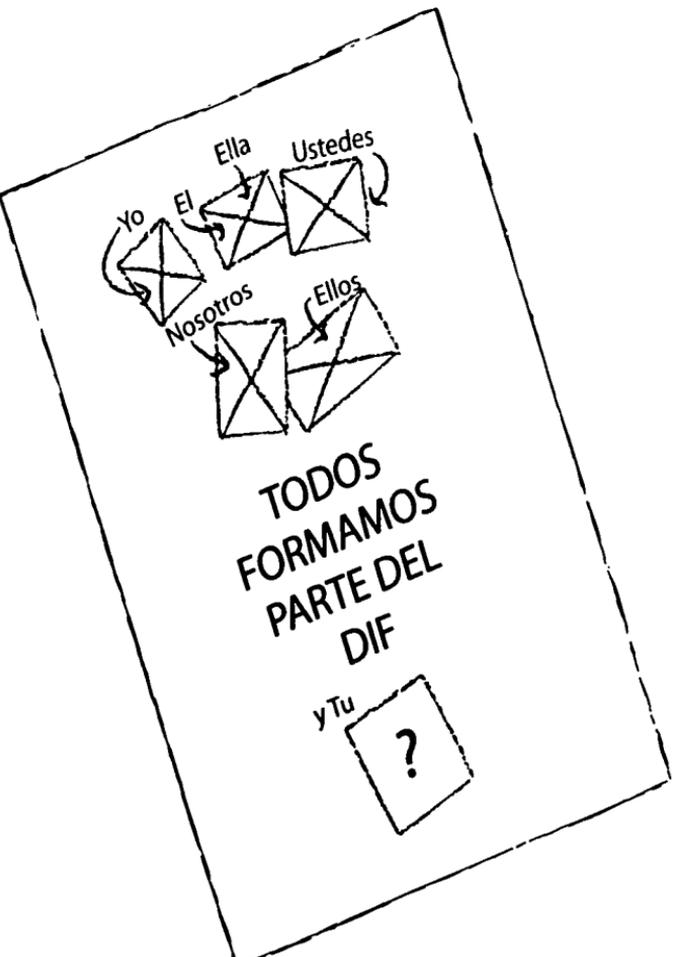
Necesitas ayuda o información.
Comunícate con nosotros.

Debido a las características del receptor, ya antes mencionadas; se maneja un mensaje sencillo, legible y rápido de comprender por el público.

CAP. III

PROCESO DE DISEÑO:

ETAPA DE BOCETAJE.



Abandono infantil, abuso sexual, alcoholismo, alfabetización escolar, discriminación, dominio, drogadicción, maltrato, pobreza, pornografía, violencia, abandono infantil, ira y emocional, alcoholismo, frecuencia, deserción escolar, deserción, divorcio, dominación, explotación, maltrato, pobreza, explotación, violencia, abandono físico y emocional, alcoholismo, delincuencia, deserción, desnutrición, discapacidad, drogadicción, dependencia, sustitución infantil, adopción, agresión, física y emocional, delincuencia, desnutrición, discapacidad.

Todos son del

Necesitas ayuda

Comunicate c

TESIS CON FALLA DE COMPRENSIÓN

Permiteme ser feliz...

Tu también tienes derecho a ser feliz

al, adopción, agresión tis
 mental, de
 ma, desnutrición, disca
 acodendencia, hu
 DIF stitución infantil, viol
 ado sexual, adopción, agr
 analfabetismo, deficiencia
 integración familiar, desr
 ogadicción, farmacodep
 ernografía, prostitución i
 nfantil, abuso sexual, ado
 lismo, analfabetismo, de
 escolar, integración fa
 rco, dominación, drogad
 o información eza, porn
 on nosotros dono infantil
 ocional, alcoholismo, ana
 lseserción escolar, desinte
 divorcio, dominación dro

DIFundimos...

Tengo vergüenza de aquello en lo que me he convertido

¿Por qué me pasa con frecuencia estar en esta situación

Programas de ayuda.

DIF

Todos podemos equivocarnos

**Necesitas ayuda o información
Comunícate con nosotros**

TESIS CC
 F... A DE

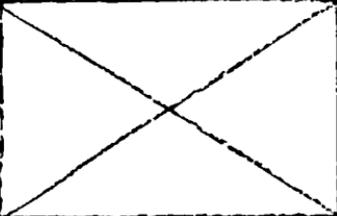
CAP. III

PROCESO DE DISEÑO:

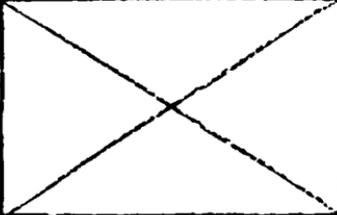
VARIANTES.

Todos podemos equivocarnos

Tengo vergüenza
de aquello
en lo que
me he convertido



¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?



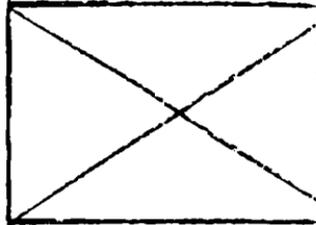
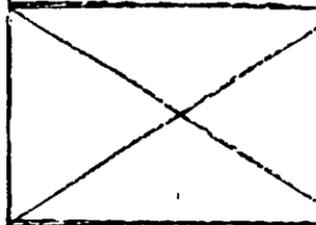
Necesitas ayuda o información
Comunícate con nosotros

DIF

Razón Social, Dirección, Teléfonos, Apartado Postal, Fax, www.dif.gob.mx

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Todos
poder
equivoc



Necesitas
ayuda o info
Comunícate con

Razón Social, Dirección, Teléfonos,
www.dif.gob.mx

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tengo vergüenza
de aquello
en lo que
me he convertido

¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?

Todos
podemos
equivocarnos

Tengo vergüenza
de aquello
en lo que
me he convertido

¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?

Necesitas ayuda o información
Comunícate con nosotros

DIF

Razón Social

Dirección, Teléfonos, Apartado Postal, Fax,
www.dif.gob.mx

CAP. III

PROCESO DE DISEÑO:

PRUEBAS DE COLOR.

Todos podemos equivocarnos

Tengo vergüenza de aquello en lo que me he convertido



¿Por que me pasa con frecuencia estar en esta situación?

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia
Dirección, Teléfono, Apartado
www.dif.gob.mx

Todos podemos equivocarnos

Tengo vergüenza de aquello en lo que me he convertido

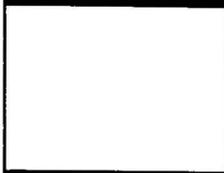
¿Por que me pasa con frecuencia estar en esta situación?

Necesitas Ayuda o Información
Comunícate con nosotros

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Todo poden equivocarse

Tengo vergüenza de aquello en lo que me he convertido



ff
en

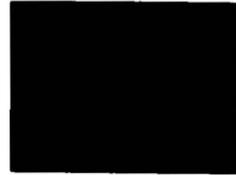
Necesitas Ayuda o
Comunícate con



Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia
Dirección, Teléfono, Apartado
www.dif.gob.mx

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Tengo vergüenza
de aquello
en lo que
me he convertido



¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?

Necesitas Ayuda o Información
Comunícate con nosotros

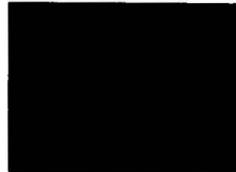
**S
NOS
ARNOS**

¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?

**Información
nosotros**

Integral de la Familia
y Psicol, Fax

Tengo vergüenza
de aquello
en lo que
me he convertido



¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?

Necesitas Ayuda o Información
Comunícate con nosotros

CAP. III

PROCESO DE DISEÑO:

PROPUESTA FINAL.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tengo vergüenza
de aquello
en lo que me
he convertido

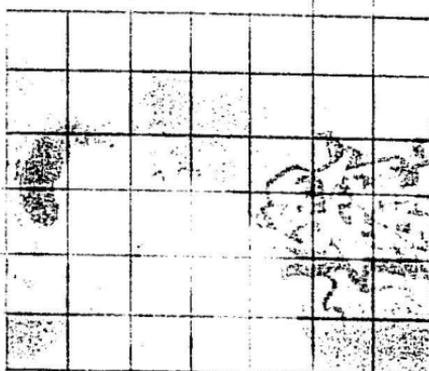


¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?

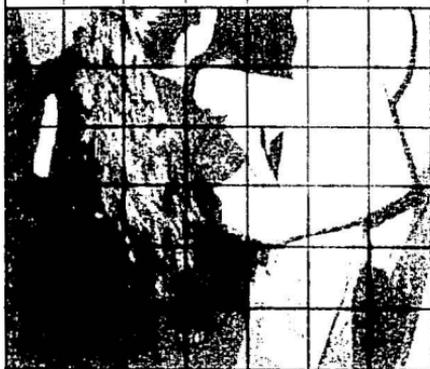
**Necesitas ayuda o información
Comunícate con nosotros**

Todos podemos equivocarnos

Tengo vergüenza
de aquello
en lo que
me he convertido



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



¿Por qué
me pasa con
frecuencia estar
en esta situación?

Necesitas ayuda o información Comunícate con nosotros



Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia
Av. Emiliano Zapata 340, Col. Santa Cruz Atoya, Tel. 56 29 23 63, C.P. 03310
www.dif.gob.mx

Análisis del Contenido.

El contenido del mensaje resulta fácilmente legible a toda clase de persona: tanto para los destinatarios, como para todos aquellos que pretendan ignorarlo.

Para su fácil lectura; el mensaje aquí redactado es preciso y posee pocas palabras para su fácil y rápida lectura; con la argumentación se aclara la cabeza y se justifican las imágenes utilizadas.

Además de que el cartel contiene dos imágenes lo bastante amplias para que todo el público vulnerable se sienta representado en ellas; trato de representar un par de situaciones determinadas en un grupo de personas en problemas, en los cuales todos podemos estar inmersos.

Elección del Soporte.

Al realizar el estudio sobre el grupo receptor, la Institución se dio cuenta que año con año el porcentaje de personas en riesgo aumenta en la sociedad mexicana, trayendo como consecuencia un deterioro psicológico, físico y social; por lo tanto había que hacer algo para contrarrestar este problema y que la solución más adecuada era que la campaña Institucional estuviera apoyada por medio de soportes gráficos.

Conforme al estudio sobre el perfil del usuario, este nos indicó que el medio más conveniente a producir para cumplir con sus objetivos de comunicación era un soporte editorial.

***"El medio es, toda técnica de comunicación
que hace posible que el mensaje llegue de un emisor a un receptor"***³²

Se revisaron diversos soportes y se llegó a la conclusión, que por el análisis mercadotécnico de las investigaciones socioeconómicas y culturales del público meta, se requiere como medio para enviar el mensaje un **cartel**. Por la fuerza de comunicación que este tiene para transmitir mensajes; y por que el cartel tiene como objetivo informar e influir al perceptor de manera rápida y fácil.

³² Beltrán y Cruces, Raúl E.; "Publicidad en medios impresos", Ed. Trillas, 1984, pág.11

El Cartel.

Muchas definiciones se han encontrado con respecto a este soporte, pero la que más expresa la intención de este medio, lo define como un grito pegado en la pared; pero también un cartel dialoga, sugiere o despierta el interés en el lector.

"El cartel tiene la misión de llamar la atención y de informar..."³³

Este cartel ha sido diseñado con al finalidad de hablarle a cada uno de los consumidores, de manera *"directa y personal"* diciéndole que está a su alcance el satisfacer sus necesidad en los centros sociales del **DIF**.

Este cartel tiene un enfoque social; se emplea para promover los servicios que la institución presta; su finalidad es alcanzar a todos los miembros que se encuentren en situación de peligro.

El cartel pretende provocar al público receptor un cambio de conducta y comunicarle que si necesita ayuda o información contacte o acuda a la institución.

El estudio realizado por los mercadólogos, también señaló el lugar geográfico donde debería localizarse y colocarse el soporte.

Lo más recomendable es que el soporte se encuentre adherido en zonas populares y lugares estratégicos destinados a alcanzar todas las capas de la sociedad; como lo son las fachadas, los muros o las mamparas de diferentes edificios públicos, oficinas, centros de salud, hospitales, mercados, en autobuses, en las estaciones de metro y en los vagones.

Tamaño del Cartel.

Elección del formato: Se decidió por un formato rectangular; debido a que los rectángulos tienen la propiedad de ser dinámicos, funcionales y prácticos en su colocación.

Dimensiones: Sobre el formato *"estándar"* (70 x 100 cm.) se adaptó y se redujo conservando proporciones a una superficie de 40 x 60 cm. de espacio a utilizar; lo que proporciona sutileza, gracia y sencillez.

³³ Beltrán y Cruces, Raúl E.; "Publicidad en medios impresos", Ed. Trillas, 1984, pág.85

Elementos del Cartel.

Como ya se mencionó, el mensaje se dirigirá a la sociedad mexicana en general, pero especialmente a todas aquellas personas en conflicto o desequilibrio.

La estructura del cartel, consiste en integrar todos los elementos que lo componen de una manera ordenada y dinámica, dichos elementos harán que la vista del lector se conduzca por toda la superficie del soporte.

El Texto.

Contiene el mensaje; es la imagen dicha con palabras; se integra de la cabeza, la argumentación y el pie.

La Cabeza.

Se utiliza como el gancho para atrapar la atención del lector, es el llamado de atención. Dentro de la composición la cabeza ocupa la parte superior central y destaca a primera vista por sus letras pesadas.

Todos podemos equivocarnos

La cabeza se encuentra en la parte superior central del formato, utiliza caracteres pesados (**bold**), en altas y bajas que pertenecen a la familia tipográfica *Myriad*, se caracteriza por no tener patines (*san serif*); su tamaño es de 72 pts. en rojo, el cual es un color que utilizado sobre el negro asegura una atención. La fuente tiene una escala horizontal y vertical de 150%.

La Imagen.

Es un elemento eficaz en el cartel, que sirve para llamar, elevar o asegura la atención que el público tendrá sobre nuestro soporte; se utilizaron dos fotografías en escala de grises o tonos continuos debido a que nos da un efecto dramático y muestran de una manera real y verídica la problemática a la cual se desea atacar.

Las imagenes seleccionadas, tienen como propósito apoyar o reforzar la información y la intención de lo que se esta diciendo en el texto; pero a manera de imagen, cuya temática es el alcoholismo, la agresión, la violencia, la dominación y la humillación en jóvenes.

La Argumentación.

Los caracteres elegidos en las dos frases, son de la misma familia tipográfica que se utilizo para la cabeza, su tamaño es de 60 pts., son sencillos, en altas y bajas, de color negro por el contraste que existe entre el fondo blanco y el texto, además este se encuentra centrado dentro de un rectángulo o caja blanca alineada la a derecha o la izquierda; posición contraria a la que ocupa la fotografía.

Tengo vergüenza, de aquello en lo que me he convertido.

Por qué me pasa con frecuencia estar en esta situación.

Este segundo texto se encuentra centrado dentro del formato, utilizando la familia tipográfica *Myriad*, en altas y bajas, con caracteres pesados (*bold*) de 60 pts., en color blanco por su contraste con el fondo, y tiene una escala horizontal y vertical del 125%.

**Necesitas ayuda o información
Comunicate con nosotros**

El Logotipo.

Es un elemento gráfico que contiene las siglas de la institución; el logotipo de la institución forma parte del cartel; se encuentra colocado en la parte inferior central del cartel.

DIF

DIF

**SISTEMA NACIONAL
PARA EL DESARROLLO
INTEGRAL DE LA FAMILIA**

DIF

**SISTEMA NACIONAL
PARA EL DESARROLLO
INTEGRAL DE LA FAMILIA**

El Pie.

Se encuentra colocado en la parte inferior del cartel, contiene los datos de la institución como razón social, dirección, teléfono, apartado postal y dirección electrónica.

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia
Av. Emiliano Zapata 340, Col. Santa Cruz Atoyac; Tel. 56 2923 63, C.P. 03310
www.dif.gob.mx

Se compone de caracteres menores por la jerarquía que ocupan en el soporte, su puntaje es de 14, la familia a la que pertenecen es la misma empleada en la cabeza y en la argumentación; se encuentra en la parte inferior, con una posición centrada al formato, se utilizan caracteres blancos en altas y bajas, sencillos.

Contemplación Cromática.

Los colores empleados en el cartel son el rojo, el blanco y el negro.

Los colores utilizados tienen que ver con las sensaciones del hombre y los efectos psicológicos que le producen, ya que estos van dirigidos a el receptor; quien hace una asociación mental y emocional.

Un estudio sobre el lenguaje de los colores demuestra que el rojo es un color dinámico, activo, forma parte de los tres colores primarios y es un color caliente que se asocia con la sangre y simboliza a la violencia.

El negro simbólicamente se relaciona con la muerte y el blanco se asocia con la pureza, la limpieza y simboliza la paz y la inocencia.

Teniendo presente las características del receptor, los colores son fundamentales; el rojo, el blanco y el negro, fueron los más adecuados y son los más indicados a utilizarse aquí, por su psicología, significación, simbolismo y eficacia.

El rojo es el primer color en cuanto a atraer nuestra atención, por esta razón, se utilizó para todo aquello que queríamos resaltar, como lo es el título; sobre un fondo negro ya que cualquier color colocado sobre el negro aumenta su visibilidad; es decir que el texto destaca y se lee muy bien. Además de que son atractivos, contrastantes y armonizan entre ellos.

"Todo cartel bien resuelto en cuanto a color y composición es un cartel aceptable" ³⁴

Aspectos Técnicos y Materiales.

El Sistema de Reproducción: El destino del cartel es ser reproducido; la técnica de impresión que se utilizara para su reproducción será el offset.

El material: Se empleara para su reproducción un papel couché satinado de 120 grs.

Se eligió este material por que las medidas se ajustan bien al tamaño del pliego en el que se va a imprimir (**40 x 60 cm. medida de nuestro formato**) y la merma o desperdicio será mínima.

Verificación.

Los alcances que tendrá este soporte serán registrados por medio de estadísticas para conocer si el apoyo gráfico ha cumplido con sus objetivos. Contemplando que esta es la primera fase de la campaña "**concientizar**".

El criterio para medir la funcionalidad del soporte; dependerá del éxito que este tenga con respecto a la respuesta del público.

El cartel será eficaz una vez que hay logrado su cometido: **concientizar**.

Consideraciones.

Consideraciones que se tomaron en cuenta para la realización del cartel:

-Se utiliza el cartel por ser un medio impreso masivo.

-Al final se hicieron algunas consideraciones y adaptaciones en cuanto al formato, utilizando la misma idea por si el cliente en un futuro desea editar algún otro soporte como una postal, un desplegado, un espectacular o un anuncio en un parabus.

.....
*Tubau, Ivan; "Dibujando Carteles", Ediciones CEAC, 1987, Pág.66

Construcción Semiótica.

Sintácticamente, podemos observar que el cartel esta compuesto por una serie de frases y dos imágenes, que de acuerdo a su colocación y recorrido visual (**forma en la que estamos acostumbrados a leer**); se distinguen unos de otros por jerarquía de tamaño, color y ubicación dentro del formato.

Se utilizaron fotografías, por ser uno de los códigos más fieles que se acercan a la realidad; ambas imágenes contienen un significado en común: la problemática social por la que esta pasando actualmente la juventud mexicana, aunque cada fotografía contiene un significado independiente (**violencia y alcoholismo**); siendo esta la temática que nos interesaba manejar en el cartel.

Las fotografías de las que consta el cartel, han sido insertadas para reforzar las frases que aparecen en el mensaje. Por lo tanto ambos elementos imagen y texto serán el vehículo (**significantes**) del cual el receptor en su conciencia producirá una serie de significados.

Cada elemento que aparece en el cartel es un conjunto de signos que fue seleccionado porque representa una idea que la institución deseaba transmitir. Los jóvenes son (**signo**) el futuro de nuestro país; el alcohol (**signo**) el refugio en el que las personas encuentran una puerta falsa para resolver sus problemas; y en la segunda fotografía, el signo es la actitud de los brazos y de las manos; que nos connota fuerza y poder.

Por medio de las fotografías se materializo la temática que se quería tratar en el cartel: violencia, maltrato, abandono y alcoholismo (**significantes**).

Semánticamente; el cartel va dirigido a un receptor que va a observarlo y a crear en su mente un significado basado en la interpretación de los signos que aparecen, tomando como referencia su experiencia para poder leer y entender el mensaje implícito en las imágenes del cartel.

El cartel contiene fotos en las que se representan dos situaciones diferentes; cada imagen muestran una abstracción de la violencia y del alcoholismo, y cuentan una historia, a cada una de las personas que las ve generándoles un significado; como el no dejarse agredir física y psicológicamente por otra persona; y el encontrar en el vicio del alcohol una salida fácil para no afrontar sus problemas; con esto se pretende que lector se sienta identificado con los personajes que muestra es cartel.

Pragmáticamente, se pretende llamar la atención del lector, tener un alcance eficaz y provocar en el un cambio de conducta.

Mas detalladamente podemos hablar de la composición de las fotografías; la primera contiene a un joven que se esta cubriendo el rostro (*segundo plano*) con una botella que se encuentra al interior de una bolsa de papel (*primer plano*) y al fondo podemos observar una pared con graffiti (*tercer plano*). Esta foto representa el alcoholismo; vicio en el que algunos jóvenes encuentran refugio para evadir la solución a sus problemas.

Los signos que se utilizaron para comunicarse visualmente con el receptor y que se refieren al alcoholismo son: "*joven, botella y muro*" que al ser eslabonados (*un joven en la calle cubriéndose el rostro con una botella en una bolsa*), significan "*alcoholismo y abandono*".

La historia que esta fotografía nos cuenta es de un joven que se encuentra en la calle bebiendo, quien al ser visto se cubre el rostro con una bolsa de papel, en la cual contiene la botella de alcohol; dándonos a entender que tiene vergüenza de ser visto en la situación en la que se encuentra.

Pero no solamente nos estamos refiriendo a un joven que bebe; sino a todos aquellos que viven en la calle, que no tienen familia, que no tienen que comer y que se encuentran abandonados o desprotegidos.

La segunda fotografía contiene en segundo plano dos jóvenes, uno de sexo masculino que se encuentra tomando del brazo bruscamente (*primer plano*) a una mujer. La actitud y la posición de los brazos de los jóvenes (*hombre y mujer*) son los signos que se utilizaron para comunicar "*violencia*".

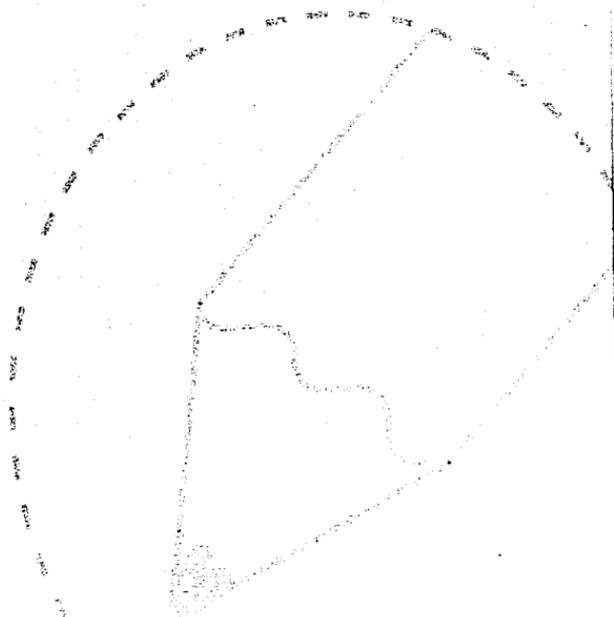
Es por esto que la foto representa la violencia por medio de una persona que esta siendo dominada, humillada o maltratada por otra que puede ser su pareja o algún otro miembro que pertenece a su familia.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Resumen Capitular.

Este último capítulo muestra de una forma breve y comprensible la aplicación práctica de los estudios teóricos presentados en capítulos anteriores, como lo es la **metodología proyectual** de **Bruno Munari**, en la cual nos apoyamos para tener bajo control el desarrollo de este proyecto gráfico, y que servirá para sustentar las diferentes etapas por las que fue sometido el diseño del cartel para la campaña institucional del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia "**El DIF es parte de nosotros**".

También esta parte del documento contiene el análisis del contenido del mensaje; como son las características del público receptor y las consideraciones que se tomaron en cuenta para la realización de este cartel; a través de las que podremos ir conociendo cuales fueron los procedimientos que se consideraron para diseñar, tales como la selección del color, de la tipografía, la utilización de una retícula, la creación del texto a incluir en el soporte, los aspectos técnicos y la contemplación de los materiales a utilizar, entre otros; y se explica cuales fueron las razones por las que se eligió el cartel como medio para resolver este problema.



Conclusiones.

A lo largo de esta investigación hemos llegado a la conclusión de lo importante que es para la sociedad la institución denominada DIF, así como también la comunicación y el diseño.

Comenzaremos por decir que las instituciones fueron creadas para satisfacer las necesidades sociales; necesidades que al ser solucionadas tienen como propósito mejorar las condiciones de vida.

La institución para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), se encarga de ayudar y de ofrecer servicios a una sociedad vulnerable o en peligro, razón por la cual es una de las instituciones sino es que la más importante en nuestro país.

Lo que le interesa a institución es resolver la problemática que esta viviendo la sociedad mexicana en la actualidad; y para su solución se sirve de una campaña institucional cuya clave de comunicación es informar a toda la población que el DIF es parte de todos nosotros; siendo esta la idea a comunicar en el mensaje.

Esta ardua investigación, nos hace comprender que la comunicación es muy importante para la sociedad, ya que sin ella no podríamos intercambiar ideas y por lo tanto no se evocarían significados ni se producirían mensajes verbales o visuales los cuales influyen en el comportamiento y/o en la modificación de las conductas del individuo.

Con lo que respecta a la comunicación social, podemos decir que esta ha sido un promotor importante de los esfuerzos realizados, pero que sin embargo sus alcances podrían ser mayores a los utilizados hasta ahora, debido a que la difusión de las campañas preventivas ha sido insuficiente y espaciada, lo que impide lograr un impacto significativo en la conciencia de la población.

Por lo que este proyecto, se enfoca a toda la sociedad para construir un país que se encargue de defender los derechos y la dignidad de los mexicanos principalmente de los niños, de quienes dependerá el futuro de un México mejor.

Después de haber leído y comprendido en capítulos anteriores que el diseñador tiene a su cargo la tarea de promover y satisfacer las necesidades de diferentes tipos de consumidores a través de la comunicación visual.

Es decir; el diseño es una disciplina que requiere de profesionales que sean capaces de comprometerse con la sociedad y con ellos mismos a resolver problemas de comunicación social, ya que un diseñador no solo se encarga de diseñar para vender sino también de producir mensajes que ayuden a sus semejantes a mejorar su calidad de vida.

Una vez resuelto satisfactoriamente el diseño del cartel para la campaña institucional del DIF, las necesidades de comunicación de dicha institución quedan cubiertas.

Gracias a esta investigación se pudo desarrollar y obtener una solución favorable de diseño: un cartel que tiene como objetivo primordial favorecer a la institución por medio de la asistencia social y la difusión de información sobre los programas de ayuda que esta ofrece.

Para terminar, deseamos que lo escrito en este documento oriente a otros diseñadores a resolver de una manera metodológica un problema de comunicación visual, teniendo en cuenta que un método no es una serie de pasos obligados a seguir, sino solamente una manera en la que el diseñador se apoya para encontrar una solución.

Y esperamos que en un futuro no muy lejano el diseñador tenga el reconocimiento que se merece, ya que pocas son las personas que saben el esfuerzo que hay detrás de cada diseño, la cantidad de conocimientos aplicados y la labor de coordinación para llegar al contenido, a la forma, a las dimensiones, a la selección del medio y al resultado final.

Glosario de Términos.

Asistencia Social: Conjunto de acciones tendientes a modificar y mejorar las circunstancias de carácter social que impidan al individuo su desarrollo integral, así como la protección física y social de personas en estado de necesidad, desprotección o desventaja física y mental, hasta lograr su incorporación a una vida plena y productiva (*Ley General de Salud, Art. 167*)

Pobreza: Es el resultado de una falla estructural de la sociedad que margina de las oportunidades a una vida mejor, del acceso a la justicia y del disfrute a los derechos, a las personas que por distintos factores tienen vínculos precarios con el mercado, la propiedad, el trabajo, los medios de vida así mismo aparta a los que carecen de capital humano y del soporte familiar básico para resolver, de acuerdo con su ciclo de vida, sus necesidades y su desarrollo.

Riesgos: Son todas aquellas circunstancias que favorecen, determinan o proporcionan la realización de un daño o incrementan su posibilidad.

Vulnerabilidad Social: Es la situación de debilidad en la que se encuentran personas, familias y grupos, por razones de su edad, género, origen étnico, carencia de nexos familiares, así como por limitaciones físicas, precariedad económica o debilidad jurídica, que implican la presencia de ciertos riesgos para la salud, su integridad física y moral, sus derechos, y sus oportunidades de vida. Se consideran sujetos en condiciones de vulnerabilidad a los menores de edad en todas sus condiciones, a los discapacitados, a los hogares de un solo progenitor o en proceso de desintegración, a los adultos mayores en condiciones de abandono, a las mujeres de escasos recursos en proceso de gestación o lactancia, y a los adolescentes.

Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia: Es la Institución que articula la política asistencial del gobierno y los grupos ciudadanos; constituye un factor estratégico de la Política Social del Estado mexicano. En la actualidad, los programas tradicionales del DIF tienen tres objetivos principales: proteger el sano desarrollo de los niños y niñas, promover la integración de la familia y atender a los grupos más vulnerables del país.

Apéndices.**Núm. 1****Atribuciones del Sistema Nacional DIF:**

De acuerdo al artículo 2o. del Estatuto Orgánico de 1999

- I.** Promover y prestar servicios de asistencia social;
- II.** Apoyar el desarrollo de la familia y de la comunidad;
- III.** Realizar acciones de apoyo educativo, para la integración social y de capacitación para el trabajo a los sujetos de la asistencia social;
- IV.** Promover e impulsar el sano crecimiento físico, mental y social de la niñez;
- V.** Proponer a la Secretaría de Salud, en su carácter de administradora del patrimonio de la beneficencia pública, programas de asistencia social que contribuyan al uso eficiente de los bienes que lo componen;
- VI.** Fomentar y apoyar a las asociaciones y sociedades civiles, así como a todo tipo de entidades privadas cuyo objeto sea la prestación de servicios de asistencia social sin perjuicio de las atribuciones que al efecto correspondan a otras dependencias;
- VII.** Operar establecimientos de asistencia social en beneficio de menores en estado de abandono, de ancianos desamparados y de discapacitados sin recursos;
- VIII.** Llevar a cabo acciones en materia de prevención de invalidez y de rehabilitación de discapacitados, en centros no hospitalarios, con sujeción a la Ley General de Salud;
- IX.** Realizar estudios e investigaciones sobre asistencia social, con la participación, en su caso, de las autoridades asistenciales de las entidades federativas y de los municipios;
- X.** Realizar y promover la capacitación de recursos humanos para la asistencia social;

- XI.** Participar con la Secretaría de Salud en el Sistema Nacional de Información sobre la Asistencia Social;
- XII.** Prestar servicios de asistencia jurídica y de orientación social a menores, ancianos, discapacitados y en general a personas sin recursos;
- XIII.** Apoyar el ejercicio de la tutela de los incapaces que corresponda al Estado, en los términos de la Ley respectiva;
- XIV.** Poner a disposición del Ministerio Público los elementos a su alcance en la protección de incapaces y en los procedimientos civiles y familiares que les afecten, de acuerdo con las disposiciones legales correspondientes;
- XV.** Realizar estudios e investigaciones en materia de invalidez y discapacidad;
- XVI.** Participar en programas de rehabilitación y educación especial;
- XVII.** Promover, como conducto de la Secretaría de Salud y coordinadamente con los gobiernos de las entidades federativas y municipales, el establecimiento de centros y servicios de rehabilitación somática, psicológica, social y ocupacional;
- XVIII.** Participar, en el ámbito de la competencia del organismo, en la atención y coordinación de las acciones que realicen los diferentes sectores sociales en beneficio de la población afectada por casos de desastre;
- XIX.** Recomendar y promover el establecimiento de organismos de asistencia social en las entidades federativas y municipales y prestar a éstos apoyo y colaboración técnica y administrativa;
- XX.** Emitir opinión sobre el otorgamiento de donativos y apoyos a instituciones públicas o privadas que actúen en el campo de la asistencia social;
- XXI.** Promover dentro de su ámbito de competencia, que las dependencias y entidades destinen los recursos necesarios a los programas de servicio de salud en materia de asistencia social;
- XXII.** Las demás que establezcan las disposiciones legales aplicables en la materia.

Núm. 2

Antecedentes del DIF

- 1929** La institución del Sector Social crea el programa "*Gota de Leche*", que puede considerarse como el antecedente más remoto que el DIF tiene, con el fin de ofrecer leche a los niños desamparados de la capital del país y que más tarde daría lugar a la Asociación Nacional de Protección a la Infancia, organismo gubernamental encargado de ampliar los programas de alimentación y atención a niños huérfanos y abandonados.
- 1943** Secretaria de Salubridad y Asistencia Pública.
- 1961** El Instituto Nacional de Protección a la Infancia (*INPI*) fue fundado para suministrar desayunos escolares y prestar otros servicios asistenciales.
- 1968** Surgió el Instituto Mexicano de Asistencia a la Niñez (*IMAN*) con el fin primordial de contribuir a resolver los problemas originados por el abandono y la explotación de menores.
- 1975** El Instituto Nacional de Protección a la Infancia (*INPI*), se transforma en el Instituto Mexicano para la Infancia y la Familia (*IMPI*).
- 1977** El IMPI y el IMAN se fusionan para dar paso a la creación del DIF con el propósito de reunir en un solo organismo; la responsabilidad de coordinar los programas gubernamentales de asistencia social y en general las medidas a favor del bienestar de las familias mexicanas.

Muchas décadas han pasado desde los lejanos tiempos en que la "*Gota de Leche*" suministraba alimento a los niños más necesitados de la Ciudad de México; las cosas han cambiado desde entonces, el México de hoy es muy diferente de aquel de finales de los años veinte: la población se ha incrementado en forma desmesurada; el desarrollo, con diferentes grados y facetas en los distintos sectores y regiones, ha dado otro perfil a la nación, así como los logros y las carencias también tienen otra cara.

Núm. 3

Directorio y Currícula de la Directiva del DIF Nacional**DIF Distrito Federal**

Domicilio: San Francisco No. 1374-70 piso, Col. del Valle, C.P. 03100.

Teléfono: 01 (55) 5575-32-99, 5575-35-97

Dirección General

Dirección: Av. Emiliano Zapata N° 340-1er piso, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5) 5629-23-88, 5629-23-89, 30-03-22-00 Ext.1201, 1200 y 1202.

Subdirección General de Atención a Población Vulnerable

Dirección: Av. Emiliano Zapata N° 340-2° piso, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5) 5629-23-63, 3003-22-00 Ext.1500,1501

Subdirección General de Asistencia e Integración Social

Dirección: Prol. Xochicalco No. 947-2° piso Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5)5629-23-48,3003-22-00 Ext.1400,1401

Oficialía Mayor

Dirección: Av. Emiliano Zapata N° 340-1er. piso, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5) 5629-23-17, 5629-23-18, 3003-22-00 Ext. 1300, 1301, 1302.

Órgano de Control Interno

Dirección: Xochicalco No. 947-P.B., Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5) 5629-23-12, 3003-22-00 Ext.1275, 1276

Dirección de Alimentación y Desarrollo Comunitario

Dirección: Av. Emiliano Zapata N° 340-1er. piso, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5)5629-23-52,3003-22-00 Ext.1430,1431

Dirección de Protección a la Infancia

Dirección: Congreso No. 20 Col. Tlalpan, C.P. 14000.

Teléfono: 01 (5) 5655-50-03,

Conmutador: 5573-13-55, 5573-23-24 y 5573-58-96 Ext. 182 y 206

Dirección de Modelos de Atención

Dirección: Morelos #70, Col. Tlalpan, C.P. 14000.

Teléfono: 01 (5) 5573-58-95,3003-22-00. Ext. 118

Dirección de Rehabilitación y Asistencia Social

Dirección: Av. Insurgentes Sur 3700 B, Col Camisetas, C.P. 14410.

Teléfono: 01 (5) 5606-22-31, 5606-24-73, 3003-22-00 Ext. 4201 y 4202

Dirección de Asistencia Jurídica

Dirección: Xochicalco No. 947-1er piso, Col. Santa Cruz Atoyac C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5) 5629-23-71, 3003-22-00 Ext.1640, 1641

Dirección de Recursos Humanos

Dirección: Pirineos No. 265, Casa2, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01(5)5629-23-43,3003-22-00Ext.1385, 1386, 1387

Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales

Dirección: Av. Emiliano Zapata N° 340-1er piso, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5) 5629-23-22, 5629-23-23, 3003-22-00 Ext.1330,1331,1332.

Dirección de Programación, Organización y Presupuesto

Dirección: Av. Emiliano Zapata N° 340-2° piso, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5) 5629-23-35,560122-22 Ext. 1360, 1361 y 1362.

Área de Control y Evaluación

Dirección: Prol. Xochicalco No. 947-P.B, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 01 (5)5629-23-16, 3003-22-00 Ext.1290,1291

Área de Auditoría

Dirección: Prol. Xochicalco No. 947-P.B, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 3003-22-00 Ext. 2540

Dirección de Asuntos Internacionales

Dirección: Av. Emiliano Zapata N° 340-1er piso, Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310.

Teléfono: 5629-23-90,56 01 22 22 Ext.1710 y 1711.

Dirección de Comunicación Social

Dirección: Prol. Xochicalco No. 960-PA., Col. Santa Cruz Atoyac, C.P. 03310

Teléfono: 01 (5)5629-23-72, 3003-22-00 Ext.1650, 1651

Bibliografía.

Beltrán y Cruces, Raúl E.; Publicidad en Medios Impresos,
1ra ed., Ed. Trillas, México, 1984, 170 págs.

Berlo, David K.; El Proceso de la Comunicación,
"Introducción a la Teoría y a la Práctica";
1ra ed., Ed. El Ateneo, México, 1985, 251 págs.

De la Torre y Rizo, Guillermo; El Lenguaje de los Símbolos Gráficos,
"Introducción a la Comunicación Visual";
Ed. Limusa, México, 2000.

Dondis, Donis A.; Sintaxis de la Imagen,
"Introducción al Alfabeto Visual";
Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1982, 210 págs.

Fabris, Germani; Fundamentos de Proyecto Gráfico,
Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1973, 228 págs.

Fiske, Jonh; Introducción al Estudio de la Comunicación,
Ed. Norma, Colombia, 1984, págs.

López, Juan Manuel; Semiótica de la Comunicación Gráfica,
Ed. UAM, México, 1993, 499 págs.

Munari, Bruno; Como Nacen los Objetos,
Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983, 385 págs.

Munari, Bruno; Diseño y Comunicación Visual,
"Contribución a una Metodología Didáctica";
Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1985, 365 págs.

Namakforoosh, Mohammad Naghi; Mercadotecnia Social,
Ed. Limusa, México, 1985, 295 págs.

Paoli, J. Antonio; Comunicación e Información,
"Perspectivas Teóricas";
Ed. Trillas, México, 1983, 138 págs.

Tubau, Ivan; Dibujando Carteles,
Ediciones CEAC, Barcelona, 1987, 136 págs.

Vilchis, Luz del Carmen; Diseño Universo de Conocimiento,
"Investigación de proyectos en la Comunicación Gráfica";
1ra ed., Ed. Claves Latinoamericanas, México, 1999, 161 págs.

Vilchis, Luz del Carmen; Metodología del Diseño,
"Fundamentos Teóricos";
Ed. Claves Latinoamericanas, México, 2000, 161 págs.

Información General.

Tesis:

Diseño de Cartel para la Campaña Institucional **"El DIF es parte de nosotros"**.
Esta edición consta de 10 ejemplares y se terminó en Noviembre del 2003.

Concepción / Diseño:

Jonhatan Pierre Acosta C..
Montcalm 1250, App.6
Montréal (Qc) Canadá.
H2L 3G7

Impresión / Encuadernación:

Impresora: Lexmark 5700.
Soporte: Opalina Española, 200gr.

Encuadernación: Imprenta Cortes
Felix Cuevas N°907-B
Col. Del Valle,
C.P. 03100

Ilustraciones / Fotografías:

Proporcionadas por el Departamento de Comunicación Social del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF)