



Universidad Nacional Autónoma de México
Escuela Nacional de Artes Plásticas

“Aplicación de la identidad institucional de la Secretaría de Desarrollo Social en el área de Comunicación Interna”

Tesis que para obtener el título de:
Licenciado en Comunicación Gráfica

Presenta
Iván Ángel Esquivel

Director de Tesis: Lic. José Ramón García Noriega



DEPTO. DE ASESORIA
PARA LA TITULACION
ESCUELA NACIONAL
DE ARTES PLASTICAS
BOCHIMILCO D.F.

México, D.F. 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

Agradezco ...

A mis padres Daniel y Maru, por haberme respaldado y apoyado siempre en esta responsabilidad que yo mismo inicié y de quienes he obtenido cariño y amistad, gracias a mi padre que me ofreció los estudios en la UNAM creyendo en mi capacidad, él ha sido el mejor ejemplo que he tenido, también a mis hermanos: Daniel, Jazmín y Malú que han visto en mí a la persona en la que pueden confiar.

A mi tío Eduardo Colmenero Alva, quien me apoyó en momentos torales, me enseñó el valor del trabajo y que lo más importante es saber ganarse la vida por el esfuerzo propio y honesto, además de llevarme por el mejor camino.

A Gerardo Roca Romero, quien me ha dado además de su amistad, grandes consejos y apoyo durante mis primeras experiencias laborales; a Arturo Gorozpe Bárbara, buen amigo y compañero de trabajo, él me ha ofrecido su mano cuando lo he necesitado y me ayudó a crecer en el trabajo; a Octavio Aguilar Valenzuela le aprecio la confianza que me ha otorgado durante todo este tiempo, ha sido testigo de mi madurez como profesionista y ha visto en mí un colaborador de su equipo de trabajo, además de conminarme a desarrollar este proyecto.

A Erika Delgado Castro, el motor de mi vida, le debo su apoyo constante, ha tomado este proyecto como propio y me ha impulsado no solo en éste sino en muchos más (aquí sigo), también quisiera incluir a la familia Delgado que me adoptaron como parte de ellos y a quienes les profeso un cariño muy especial.

En este proyecto estuvo también Juan Francisco Elizondo Cortés, gracias a su gran amistad, apoyo durante la ENAP y consejos (que sigo teniendo) he podido llegar a la finalización de la carrera. Experimenté con Luis Fernando De Antuñano González las primeras enseñanzas de la comunicación gráfica, así como un continuo respaldo y amistad.

A José Ramón García Noriega quien me dirigió atinadamente esta tesis y me ofreció sus conocimientos durante el desarrollo de la misma. Gracias por el apoyo y amistad que también recibí de Sergio González y González, maestro a quien respeto mucho y con quien obtuve una buena experiencia docente.

Por último quiero agradecer a la Universidad Nacional Autónoma de México por haberme acogido en sus aulas para ofrecerme el gran valor de la educación profesional.

Índice

Introducción	2
--------------------	---

Capítulo I

1.1	Qué es la Administración Pública Federal	3
1.1.1	Secretaría de Gobernación. (SEGOB)	4
1.1.2	Secretaría de Relaciones Exteriores. (SRE)	4
1.1.3	Secretaría de la Defensa Nacional. (SEDENA) ...	5
1.1.4	Secretaría de Marina. (SM)	5
1.1.5	Secretaría de Seguridad Pública. (SSP)	5
1.1.6	Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (SHCP) .	5
1.1.7	Secretaría de Desarrollo Social. (SEDESOL)	5
1.1.8	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (SEMARNAT)	6
1.1.9	Secretaría de Energía. (SENER)	6
1.1.10	Secretaría de Economía. (SE)	6
1.1.11	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (SAGARPA)	7
1.1.12	Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (SCT)	7
1.1.13	Secretaría de la Función Pública (SFP) antes Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo. (SECODAM)	7

1.1.14	Secretaría de Educación Pública. (SEP)	7
1.1.15	Secretaría de Salud. (SALUD)	8
1.1.16	Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (STPS) .8	
1.1.17	Secretaría de la Reforma Agraria. (SRA)	8
1.1.18	Secretaría de Turismo. (SECTUR)	9
1.1.19	Procuraduría General de la República (PGR)	9
1.2	Qué es la Secretaría de Desarrollo Social y su ámbito de acción	
1.2.1	Objetivo institucional	10
1.2.2	Principales líneas de acción	10
1.2.3	Misión	10
1.2.4	Visión	10
1.2.5	Ejes rectores de la política social	10
1.3	Quiénes conforman la SEDESOL y sus dependencias desconcentradas	
1.3.1	Ámbito Central	12
1.3.1.1	Subsecretaría de Desarrollo Social y Humano.	12
1.3.1.2	Subsecretaría de Desarrollo Urbano y Ordenación del Territorio	13
1.3.1.3	Subsecretaría de Prospectiva, Planeación y Evaluación	13
1.3.1.4	Oficialía Mayor	14
1.3.1.5	Unidad de Coordinación General de Delegaciones	15
1.3.1.6	Dirección General de Asuntos Jurídicos.	15
1.3.1.7	Unidad de Comunicación Social.	15

1.3.1.8	Unidad de Contraloría Interna.	15
1.3.2	Ámbito Descentralizado	16
1.3.2.1	Delegaciones Estatales..	16
1.3.2.2	Instituto Nacional de Desarrollo Social (INDESOL)	16
1.3.2.3	Comisión Nacional de Fomento a la Vivienda (CONAFOVI).	16
1.3.2.4	Oportunidades.	17
1.3.3	Ámbito Sectorizado	17
1.3.3.1	DICONSA.	17
1.3.3.2	LICONSA	17
1.3.3.3	La Comisión Nacional de las Zonas Áridas (CONAZA)	18
1.3.3.4	La Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (CORETT)	18
1.3.3.5	Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART).	18
1.3.3.6	El Instituto Nacional de Personas Adultas Mayores (INAPAM).	18
1.4	Estudio Social de los trabajadores de la SEDESOL.	19
1.4.1	Distribución de la plantilla por ubicación	19
1.4.2	Distribución de la plantilla por sexo	20
1.4.3	Distribución de la plantilla por estado civil	20
1.4.4	Antigüedad promedio en la secretaría	20
1.4.5	Antigüedad promedio en el gobierno	20
1.4.6	Distribución de la plantilla por edad	21

1.4.7	Distribución de la plantilla por relación laboral	21
	Conclusión	23
	Bibliografía	24

Capítulo II

2.1	Diseño gráfico	25
2.2	La identidad gráfica y su composición	29
2.3	Elementos de una identidad institucional	33
2.3.1	Logotipo	33
2.3.2	Imagotipo	34
2.3.3	Imagen institucional	38
2.3.4	El color	39
	Conclusión	42
	Bibliografía	43

Capítulo III

3.1	Antecedentes del área de Comunicación Interna de la Secretaría de Desarrollo Social	45
3.1.1	Historia de la Secretaría	45
3.1.2	Historia de la Comunicación Interna en la Administración Pública Federal	46
3.1.3	Estrategia CONTIGO	47
3.2	Elementos gráficos como forma de comunicación interna	53
3.2.1	La señalética, los signos gráficos y los “Glyphs”	54
3.2.2	Los pictogramas	55

3.2.3	La concisión visual	57
3.2.4	Los tipos de señalización empleados	57
3.3	Productos desarrollados para la Secretaría, políticas de uso y normatividad	58
3.3.1	La propuesta básica de la señalización	58
3.3.2	Apego de la señalización a la Norma Oficial Mexicana NOM-026-STPS-1998	61
3.3.3	Creación de la señalización para el inmueble de Paseo de la Reforma # 333 "Torre Hábitat"	64
3.3.3.1	Fonart, El diseño de las marquesinas	65
3.3.4	Mamparas	67
3.3.5	Publicaciones	69
3.3.5	Red y Norma de Comunicación Interna	71
	Anexo (Manual de señalización del inmueble "Torre Hábitat" (3.3.3)	72
	Conclusión	73
	Bibliografía	74

Introducción

Al iniciarse el cambio de sexenio en nuestro país, dentro de las secretarías de estado no se contaba con un Departamento de Comunicación Interna, ya que todo el material de difusión y en general la relación con el “público” se generaba en las Direcciones de Comunicación Social, siendo éstas áreas dedicadas únicamente a mostrar una identificación e imagen gráfica hacia el exterior de las dependencias sin dedicar un esfuerzo significativo a involucrarse con los trabajadores, es por ello que las Direcciones Generales de Personal han creado pequeños departamentos con personal poco especializados que se dedica a difundir la información, pero sin un sentido de imagen interna.

Ahora se propone incorporar al Departamento de Comunicación Interna dentro de un reporte directo a los Oficiales Mayores o a los Directores Generales de Recursos Humanos de las dependencias, donde se genera la información y siendo esta figura quien tiene todo el poder de decisión sobre la imagen que se puede difundir en toda la Secretaría.

Es en este punto donde las propuestas para unificar la imagen interna pueden tener mayor eco y fuerza, por eso es aquí donde se harán las principales propuestas gráficas y de aplicación sobre la manera de comunicar e informar a los trabajadores.

Capítulo 1

1.1 Qué es la Administración Pública Federal

La Administración Pública Federal es la manera en que están organizados toda la forma de administrar los recursos gubernamentales, misma que se encuentra regida en su totalidad por la LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL, documento maestro que norma y legisla toda la actividad de los funcionarios públicos desde los puestos de Base hasta el Presidente Constitucional de la Republica Mexicana y abarcando la administración pública federal, centralizada y paraestatal.

La Presidencia de la República, las Secretarías de Estado, los Departamentos Administrativos y la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal, integran la Administración Pública Centralizada.

Los organismos descentralizados, las empresas de participación estatal, las instituciones nacionales de crédito, las organizaciones auxiliares nacionales de crédito, las instituciones nacionales de seguros y de fianzas y los fideicomisos, componen la administración pública paraestatal.

Dentro de la Administración Pública Centralizada se encuentran las Secretarías de Estado, Departamentos Administrativos, y Consejería Jurídica.

Todas la Secretarías de Estado tienen al frente un Secretario de Estado, mismo que ejerce las funciones y actividades de su competencia por acuerdo del Presidente de la República, además están facultadas para formular, respecto de los asuntos de su competencia, proyectos de leyes, reglamentos, decretos y acuerdos, y están auxiliados por subsecretarios, oficial mayor, directores, subdirectores, jefes y subjefes de departamento, oficina, sección y mesa, y por los demás funcionarios.

Cada Secretaría de Estado establece dentro de sus funciones manuales de organización, de procedimientos y de servicios al público necesarios para su funcionamiento, los que deberán contener información sobre la estructura orgánica de la dependencia y las funciones de sus unidades administrativas, así como sobre los sistemas de comunicación y coordinación y los principales procedimientos administrativos que se establezcan. Los manuales y demás

instrumentos de apoyo administrativo interno, deberán mantenerse permanentemente actualizados, además establecerán sus correspondientes servicios de apoyo administrativo en materia de planeación, programación, presupuesto, informática y estadística, recursos humanos, recursos materiales, contabilidad, fiscalización, archivos y los demás que sean necesarios, dentro de este último punto se puede encontrar el desarrollo de un área de Comunicación Interna; su funcionamiento y su imagen.

Además y con la finalidad de hacer más eficiente su administración, las Secretarías de Estado pueden contar con órganos desconcentrados, mismos que les reportarán jerárquicamente, teniendo facultades específicas de acuerdo a su ámbito de territorio y competencia.

En el orden del despacho administrativo de los asuntos del Estado, el Poder Ejecutivo de la Unión cuenta con las siguientes Secretarías de Estado, siendo el Secretario del Ramo el titular de cada una y puede representar completamente al Presidente de la República en asuntos de su competencia.

1.1.1 Secretaría de Gobernación. (SEGOB)

Es responsable de la política interna de país publicando leyes y decretos, además administra el Diario Oficial de la Federación y maneja el servicio nacional de identificación personal, interviene en todo lo relacionado con servidores públicos, también fomenta el desarrollo político y contribuir al fortalecimiento de las instituciones democráticas; promueve la activa participación ciudadana y favorece las condiciones que permitan la construcción de acuerdos políticos y consensos sociales para que, se mantengan las condiciones de gobernabilidad democrática; entre otras muchas más funciones.

1.1.2 Secretaría de Relaciones Exteriores. (SRE)

Esta entidad promueve, propicia y asegura la coordinación de acciones en el exterior de las dependencias y entidades de la administración pública federal, dirige el servicio diplomático que representa a nuestro país en gobiernos extranjeros, busca además y en conjunto con otras entidades federales la promoción turística y comercial al extranjero. Interviene en todo lo relacionado con los límites territoriales de nuestro país, por solo nombrar algunas de sus responsabilidades.

1.1.3 Secretaría de la Defensa Nacional. (SEDENA)

Organiza, administra y prepara al Ejército y la Fuerza Aérea en su totalidad, además coordina las acciones del Servicio Militar Nacional, en caso de guerra, coordina, maneja y moviliza planes y órdenes para la defensa de nuestro país, administra la justicia castrense, interviene en toda clase de asuntos relacionados a armas, municiones y explosivos, plan DN3, desastres naturales etc.

1.1.4 Secretaría de Marina. (SM)

Entre otras funciones, esta Secretaría tiene bajo sus responsabilidades organizar, administrar y preparar la Armada en todos sus aspectos, ejercer la soberanía en aguas territoriales, así como la vigilancia de las costas del territorio, vías navegables, islas nacionales y la zona económica exclusiva, hacer trabajos topohidrográficos de las costas, islas, puertos y vías navegables, así como organizar el archivo de cartas marítimas y las estadísticas relativas, ayuda en desastres.

1.1.5 Secretaría de Seguridad Pública. (SSP)

La SSP desarrolla las políticas de seguridad pública y propone la política en materia criminal dentro del ámbito federal, que comprenda las normas, instrumentos y acciones para prevenir de manera eficaz la comisión de delitos, propone la política criminal, promueve el desarrollo de actividades de vigilancia ciudadana, salvaguarda la integridad y el patrimonio de los ciudadanos, entre otras.

1.1.6 Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (SHCP)

Coordina y proyecta el plan nacional de desarrollo, proyecta y calcula los egresos de la Federación, formula y proyecta las leyes de ingresos, maneja la deuda pública, coordina y planea el sistema bancario mexicano y sus autoridades, así como las instituciones financieras públicas y privadas, en coordinación con otras instancias establece y revisa los precios y tarifas de bienes y servicios de la administración pública federal, cobra impuestos y asegura el cumplimiento de las disposiciones fiscales, sólo por mencionar algunas.

1.1.7 Secretaría de Desarrollo Social. (SEDESOL)

Formula, conduce y evalúa la política general de desarrollo social para el combate efectivo a la pobreza; en particular, la de asentamientos humanos, desarrollo urbano y vivienda, proyecta y coordina

la planeación regional, coordina acciones de combate a la pobreza a través de programas y en coordinación con gobiernos estatales y municipales, aplica transferencia de fondos a los estados para programas de desarrollo social, coordina y proyecta programas de desarrollo para grupos especiales e indígenas, proyecta la distribución de población y ordenamiento territorial, entre otras actividades.

1.1.8 Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (SEMARNAT)

Tiene bajo su responsabilidad la de fomentar la protección, restauración y conservación de los ecosistemas y recursos naturales y bienes y servicios ambientales, con el fin de propiciar su aprovechamiento y desarrollo sustentable, maneja la política de los recursos naturales, promueve el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales, promueve la participación y restauración del medio ambiente en coordinación con otras entidades, organiza y administra las zonas naturales protegidas, promueve el ordenamiento ecológico en el territorio nacional, entre otras más.

1.1.9 Secretaría de Energía. (SENER)

El principal objetivo de esta Secretaría se sustenta en conducir la política energética del país, además de ejercer los derechos de la nación sobre el petróleo y todos los carburos de hidrógeno, así como conducir la actividad de empresas paraestatales relacionadas con la generación de energía y la transformación de ésta, como petróleo, hidrocarburos, electricidad y energía nuclear, también planea la generación de energía a corto, mediano y largo plazo, promueve la investigación y estudio en esta materia, etc.

1.1.10 Secretaría de Economía. (SE)

Esta secretaría se responsabiliza de fomentar y conducir la política general de la industria, comercio externo e interno, con excepción de los precios de la administración pública federal, regula y promueve la comercialización, distribución y consumo de los bienes y servicios, en coordinación con la SER coordina la política comercial hacia el exterior, determina aranceles, y como en el caso de los tratados de libre comercio, lleva la batuta en la negociación, además también establece las políticas de precios, en coordinación con SEDESOL, SEMARNAT y SAGARPA establece la comercialización y abastecimiento de los consumos básicos de la población, vigila las normas de calidad, pesas y medidas, etc.

1.1.11 Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. (SAGARPA)

El desarrollo rural como principal tarea, es el objetivo primario de esta secretaría, ya que formula, conduce y evalúa la política general, promueve el empleo en esta actividad de nuestra nación a través de programas y acciones que fomenten la productividad y rentabilidad de las actividades económicas en el campo, busca impulsar y alentar proyectos de inversión pública y privada en el campo, formula y aplica leyes de sanidad animal, fomenta investigaciones agrícolas y de desarrollo rural en general, por supuesto está ligada con la SEMARNAT en ciertas leyes forestales y de desarrollo agrícola, entre otras muchas actividades más.

1.1.12 Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (SCT)

Formula programas y políticas para el desarrollo del transporte y las comunicaciones en nuestro país, es la base de esta Secretaría, misma que administra los satélites mexicanos, vigilar los servicios públicos de correos y telégrafos son también competencia de esta entidad, además conducir la administración y regulación de los servicios generales de comunicaciones eléctricas, electrónicas y similares concesionadas a la iniciativa privada, además regula toda la actividad relacionada al servicio aéreo, desde aeropuertos hasta las rutas aéreas dentro del territorio nacional, además también su ámbito abarca la navegación marítima, ferroviaria y de carreteras, etc.

1.1.13 Secretaría de la Función Pública (SFP) antes Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo. (SECO- DAM)

Esta entidad federal tiene bajo su manto de acción, toda la contraloría del egreso federal asignado al resto de las entidades, buscando siempre la cordura entre el presupuesto asignado y el buen manejo de los recursos destinados, manteniendo dentro de cada entidad gubernamental un representante de SECODAM, mismo que vigila y da fe de cabal cumplimiento de la administración.

1.1.14 Secretaría de Educación Pública. (SEP)

Puntal importante, en esta entidad descansa la educación básica de nuestra nación, una de sus principales tareas es vigilar y desarrollar todas las escuelas oficiales incorporadas o reconocidas,

bajo su pupitre está la enseñanza preescolar, primaria, secundaria y normal, urbana, semiurbana y rural y la enseñanza de éstas de acuerdo al artículo 123 de nuestra Carta Magna, también tiene ingerencia total en la educación técnica, industrial, comercial y de artes y oficios, además en coordinación con SAGARPA, la enseñanza agrícola y todos los ámbitos de la enseñanza reconocida en nuestro país. También se incluye el mantenimiento de las bibliotecas, etc.

1.1.15 Secretaría de Salud. (SALUD)

Por derecho y obligación, esta Secretaría establece y conduce la política nacional en materia de asistencia social, servicios médicos y salubridad general, con excepción de lo relativo al saneamiento del ambiente; y coordinar los programas de servicios a la salud de la administración pública federal, así como los agrupamientos por funciones y programas afines que, en su caso, se determinen, además Aplica a la Asistencia Pública los fondos que le proporcionen la Lotería Nacional y los Pronósticos Deportivos para la Asistencia Pública, también vigila y organiza los sistemas de beneficencia privada, realiza el control higiénico e inspección sobre la preparación, posesión uso y distribución de alimentos y bebidas, entre otras muchas actividades más relacionadas con el sector salud.

1.1.16 Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (STPS)

Entre las principales actividades de esta secretaría están la vigilancia y aplicación de las disposiciones relativas contenidas en el artículo 123 y demás de la Constitución Federal, en la Ley Federal del Trabajo y en sus reglamentos, intervenir en los contratos de trabajo, la formulación y promulgación de los contratos ley de trabajo, promover la productividad en el trabajo y dentro de éste promover la capacitación y el adiestramiento es una actividad que esta secretaría en coordinación con la SEP, interviene en conflictos laborales, entre otras.

1.1.17 Secretaría de la Reforma Agraria. (SRA)

Aplicar los preceptos agrarios del artículo 27 constitucional, así como las leyes agrarias y sus reglamentos es una de las bases de esta dependencia, así como las dotaciones y restricciones del reparto de la tierra y el agua en la población rural, interviene en todo lo relacionado con las tierras ejidales y en materia agraria con sus políticas

1.1.18 Secretaría de Turismo. (SECTUR)

La política de la actividad turística nacional en el principal precepto de esta secretaría, además de promover el desarrollo turístico en coordinación con la SEMARNAT, en complemento, autoriza los precios y tarifas de servicios relacionados con la actividad, orientar y estimula medidas de protección al turismo, así como vigilar su aplicación, etc.

1.1.19 Procuraduría General de la república (PGR)

Es el órgano del poder Ejecutivo Federal, que se encarga principalmente de investigar y perseguir los delitos del orden federal y cuyo titular es el Procurador General de la República, quien preside al Ministerio Público de la Federación y a sus órganos auxiliares que son la policía investigadora y los peritos.

1.2 Qué es la Secretaría de Desarrollo Social y su ámbito de acción

1.2.1 Objetivo Institucional.

Asegurar la satisfacción de las necesidades básicas de los mexicanos, la reducción de las desigualdades extremas, las inequidades de todo tipo y el desarrollo de sus capacidades e iniciativas.

1.2.2 Principales líneas de acción

- 1 Generar igualdad de oportunidades
- 2 Apoyar el desarrollo de las capacidades de las personas
- 3 Fortalecer el tejido social, fomentando la participación y el desarrollo comunitario.
- 4 Disponer de un sistema urbano nacional en sinergia con el desarrollo social
- 5 Promover y concentrar políticas públicas y programas de vivienda

1.2.3 Misión

Formular y coordinar la política social del gobierno federal y ejecutarla corresponsable con la sociedad.

1.2.4 Visión

México cuenta con un sistema para el desarrollo social y humano integral, tanto en el ámbito material como en el cultural, en el que colaboran gobierno y sociedad organizada.

1.2.5 Ejes rectores de la política social (De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo).

- Fomentar el desarrollo social con respeto a los derechos y la dignidad de la personas.
- Impulsar una visión compartida para la superación de la pobreza en todas las políticas públicas.

- Formular la política social con un enfoque subsidiario y no asistencialista, fomentando la cultura de la corresponsabilidad.
- Impulsar un auténtico federalismo y la coordinación entre los diferentes órdenes del gobierno.
- Generar una política social con, de y para los pobres.
- Reforzar el tejido social, el desarrollo comunitario y la participación social.
- Proteger a las familias en condición de pobreza.
- Modernizar la política de asistencia social identificándola como un instrumento de equidad e incluso.
- Fortalecer el desarrollo social con equidad de género.
- Respetar y proteger la diversidad étnica y cultural.
- Propiciar la integridad de las acciones de política social, integrando la visión de curso de vida.
- Privilegiar el enfoque territorial y la focalización hacia los más pobres.
- Asegurar eficiencia y transparencia en la gestión.

1.3 Quiénes conforman la SEDESOL y sus dependencias desconcentradas

Para el buen desempeño de las actividades de la Secretaría se ha desarrollado una estructura orgánica que comprende tres ámbitos, mismos que dan origen al sector de desarrollo social:

1.3.1 Ámbito Central.

Conformado por diversas áreas que se caracterizan por formular, conducir, regular y evaluar las políticas y programas de desarrollo social que instrumenta la Secretaría para la superación de la pobreza y de la administración de los recursos y fondos destinados para esos efectos.

1.3.1.1 Subsecretaría de Desarrollo Social y Humano.

I. Definir las microrregiones del país que requieran atención inmediata o prioritaria; II. Proponer los programas, proyectos y acciones para atención integral a las microrregiones y establecer los criterios que deban regir el diseño y la ejecución de los mismos; III. Vigilar que los programas a cargo de la Subsecretaría operen con calidad y eficiencia y sean congruentes con los objetivos institucionales y con el Plan Nacional de Desarrollo; IV. Coordinar la estrategia de operación intersecretarial para el desarrollo social y humano y el combate a la pobreza y promover la celebración de convenios de coordinación entre las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y los gobiernos de las entidades federativas y de los municipios, en el marco de los convenios de desarrollo social; V. Impulsar el mejoramiento de las condiciones y calidad de la vida de la población, el federalismo y la participación comunitaria, a través de los programas regionales, municipales y especiales de desarrollo, promoviendo la conjunción de esfuerzos y recursos con gobiernos estatales y municipales y con las demás dependencias de la Administración Pública Federal. VI. Promover la participación de las organizaciones sociales y comunitarias en los programas de desarrollo social y humano; VII. Establecer los criterios que deban regir el diseño de las reglas de operación de los programas encomendados a la Subsecretaría, y VIII. Apoyar y fortalecer la atención a los

sectores sociales en condiciones de vulnerabilidad por parte de los gobiernos municipales, así como la operación de los programas para el desarrollo social y la superación de la pobreza, en las entidades federativas y municipios que así lo requieran

1.3.1.2 Subsecretaría de Desarrollo Urbano y Ordenación del Territorio.

I. Representar a la Secretaría en los comités interinstitucionales que se constituyan para el desarrollo urbano y la ordenación del territorio, particularmente los que se convoquen con motivo de la política regional promovida por el Presidente de la República; II. Diseñar, promover, proyectar, normar, coordinar y articular, en lo que compete a la Secretaría, la política de ordenación del territorio y de acción urbana y regional, así como la política nacional de desarrollo urbano y regional; III. Diseñar, promover, normar y coordinar en el ámbito institucional, la política de suelo y reservas territoriales; IV. Instrumentar las actividades específicas encomendadas a la Subsecretaría, en relación con las políticas de ordenación del territorio, de desarrollo urbano y regional y de suelo y reservas territoriales; V. Elaborar el proyecto del Programa Nacional de Desarrollo Urbano y Ordenación del Territorio y vigilar su adecuado seguimiento, y VI. Ejercer las atribuciones que confiere a la Secretaría la Ley General de Asentamientos Humanos.

1.3.1.3 Subsecretaría de Prospectiva, Planeación y Evaluación.

I. Planear y diseñar las acciones en materia de desarrollo social que competan a la Secretaría y contribuir a elevar su eficiencia y eficacia; II. Elaborar opiniones técnicas en materia de diseño y administración de programas, para elevar el impacto de las acciones de desarrollo social; III. Asesorar a las unidades administrativas centrales de la Secretaría, sus órganos desconcentrados y entidades del Sector, en temas de planeación estratégica, con base en el Sistema Nacional de Planeación Democrática del Desarrollo; IV. Verificar la congruencia de los programas y acciones de la Secretaría con el Plan Nacional de Desarrollo, presentando apoyo técnico y proponiendo políticas, lineamientos y criterios para su cumplimiento; V. Participar como Secretario Técnico ante el Consejo Consultivo Ciudadano, conforme a las normas y procedimientos de integración, operación y funcionamiento del propio Consejo; VI. Participar en los trabajos de los gabinetes en los que interviene la Secretaría y representarla en las comisiones intersecretariales de las que forme parte y le encomiende el Secretario; VII. Integrar, consolidar y administrar

la estadística en materia de desarrollo social y otorgar los servicios de procesamiento de datos a las unidades administrativas centrales de la Secretaría, sus órganos desconcentrados y entidades del Sector, incorporando la información que en ellas se genere, para su consulta y aprovechamiento, mediante sistemas de información y bases de datos, con el apoyo de la Dirección General de Informática, Telecomunicaciones y Desarrollo Tecnológico; VIII. Realizar los estudios y proyectos que requieran para la formulación y evaluación de los programas sociales de la Secretaría; IX. Formular y llevar a cabo procesos de planeación prospectiva para el desarrollo social y la superación de la pobreza; X. Diseñar y promover canales de comunicación y coordinación con otras dependencias y entidades de la Administración Pública Federal que realicen acciones en materia de política social; XI. Dirigir la participación de la Secretaría, con coordinación con las unidades administrativas de la propia dependencia, de sus órganos desconcentrados y entidades del Sector, en el diseño del Sistema Nacional de Indicadores; XII. Integrar, actualizar y administrar los padrones de los programas sociales; XIII. Diseñar y administrar un sistema de identificación de beneficiarios de los programas sociales, sujeto a criterios de objetividad, transparencia, selectividad y temporalidad; XIV. Establecer criterios y mecanismos para la evaluación interna de los programas sociales y acciones de la Secretaría; XV. Normar, coordinar, supervisar y difundir los resultados de las evaluaciones externa realizadas por instituciones académicas y otras especializadas en aspectos sociales; XVI. Atender los asuntos internacionales de la Secretaría, en coordinación con las unidades administrativas centrales de la dependencia, sus órganos desconcentrados y entidades de Sector, con la Secretaría de Relaciones Exteriores y con las otras dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, y XVII. Promover la consideración e incluso, en su caso, de las mejores prácticas de políticas internacionales en el área social, así como gestionar apoyos técnicos, financieros y de otro tipo, ante organizaciones multilaterales, organismos internacionales e instituciones extranjeras, en beneficio de los programas, proyectos y estrategias de la Secretaría, en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores.

1.3.1.4 Oficialía Mayor.

Es responsable de la administración del recurso humano, financiero, material, informático y de proveer las acciones tendientes a: potenciar las capacidades del personal ofreciéndoles servicios oportunos así como un ambiente laboral satisfactorio; se responsabiliza en racionalizar el gasto, siempre privilegiando el ejercicio sustantivo de la Institución; y la automatización y simplificación de los pro-

cesos e impulso de la tecnología, comunicaciones y medios informáticos que faciliten la acción del sector con los beneficios de los servicios y su mejora continua.

1.3.1.5 Unidad de Coordinación General de Delegaciones.

Coordina el correcto cumplimiento de las políticas, programas y actividades de las Delegaciones Estatales¹ que operan en los 31 Estados de la República y coordinar las actividades de éstas con el resto de las Unidades Administrativas² y organismos que conforman el sector de desarrollo social.

1.3.1.6 Dirección General de Asuntos Jurídicos.

Es representante de la Secretaría y sus servicios públicos ante los tribunales federales y fuero común en proceso y trámite judiciales, procedimientos administrativos, acciones de inconstitucionalidad, controversias constitucionales o cualquier otro asunto de carácter legal, formula o dictamina los anteproyectos de leyes, reglamentos, decretos, acuerdos, normas oficiales mexicanas, convenios, contratos y demás disposiciones jurídicas que regulan y sustentan las actuaciones del sector de Desarrollo Social.

1.3.1.7 Unidad de Comunicación Social.

Encargada de conducir la política de comunicación social y de relaciones públicas, y de la coordinación, orientación y regulación de las acciones de difusión, comunicación y prensa, relaciones con las actividades del sector.

1.3.1.8 Unidad de Contraloría Interna.

Responsable del control interno y de vigilar el cumplimiento de todas las disposiciones que regulan la operación de la Secretaría y sus entidades sectorizadas, mediante la realización de auditorías y evaluaciones cuyos resultados orientan y promueven la eficiencia de su gestión. Igualmente, vigila que el desempeño de los servidores públicos se lleve a cabo en un marco de honestidad y transparencia a fin de inhibir conductas que puedan constituir responsabilidades administrativas, atiende las quejas e inconformidades de particulares que se relacionan con la función del sector de desarrollo social.

1.3.2 Ámbito Descentralizado

Está conformado por órganos que operan de manera descentralizada y tiene a su cargo la conducción, operación y ejecución de las acciones y programas específicos en materia de desarrollo social en apoyo al cumplimiento de la visión, misión y objetivos del sector.

1.3.2.1 Delegaciones Estatales.

Ubicadas en las capitales de los 31 estados de la nación, tienen a su cargo la ejecución de los programas y acciones que la Secretaría instrumenta, así como las entidades sectorizadas, además administra los recursos destinados para esos fines. En complemento, es responsable de coordinar y conducir la elaboración de los Programas Rectores de Desarrollo Regional, dándoles seguimiento y evaluándolos; y de la coordinación, con los gobiernos estatales y municipales, organizaciones de sociedad civil e instituciones que atienden iniciativas en beneficio de grupos o comunidades, a fin de articular las acciones que deban emprenderse en materia social en cada estado.

1.3.2.2 Instituto Nacional de Desarrollo Social (INDESOL).

Promueve, impulsa y coordina acciones de capacitación, formación y asesoría, así como de investigación e información, dirigidas al fortalecimiento de las capacidades institucionales de los gobiernos de los estados y sus municipios. También estimula la participación y la organización comunitaria para el desarrollo social y brinda capacitación a las organizaciones civiles vinculadas por la naturaleza de su objetivo social a los programas y tareas de desarrollo social y de superación de la pobreza.

1.3.2.3 Comisión Nacional de Fomento a la Vivienda (CONAFOVI).

Para fortalecer el enfoque del Gobierno Federal a la vivienda, el 26 de julio del 2001, el Presidente de la República emitió el decreto que establece a la Comisión Nacional de Fomento a la Vivienda (CONAFOVI), como órgano responsable de establecer la política de vivienda en el país y de coordinar su instrumentación. La misión de la CONAFOVI es entonces la de diseñar la política habitacional, así como el promover, dirigir y coordinar su aplicación.

Por otra parte, en el mismo decreto, el Presidente instauró el Consejo Nacional de Vivienda (CONAVI) que se establece el 31 de agosto del 2001, como mecanismo de concertación sectorial ciudadanizado, y actúa como órgano de consulta permanente en materia de vivienda para el Ejecutivo Federal.

1.3.2.4 Coordinación Nacional del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades.

Es el programa del Gobierno Federal enfocado a la política social, sustituye a PROGRESA, y que tiene como principal meta el desarrollo humano basado en la corresponsabilidad a través de la equidad y reducción de la desigualdad.

1.3.3 Ámbito Sectorizado.

Agrupación a diversos organismos que han sido creados para la atención de necesidades muy específicas de grupos sociales y regiones vulnerables, que son coordinados por la Secretaría de Desarrollo Social para complementar las acciones de superación de la pobreza.

1.3.3.1 DICONSA.

Es una empresa social sectorizada a la SEDESOL que tiene como misión llevar alimentos suficientes de calidad y a los mejores precios a las comunidades rurales más pobres del país a través del Programa de Abasto Rural, sus antecedentes están en la Conasupo.

1.3.3.2 LICONSA.

Empresa encargada de mejorar los niveles de nutrición de las familias en condiciones de pobreza extrema, contribuyendo así a su plena incorporación al desarrollo del país, mediante la industrialización y distribución de leche de excelente calidad a bajo precio, para niños menores de 12 años, así como otorgando un subsidio de un kilogramo diario de tortillas a familias beneficiarias en todo el país.

1.3.3.3 La Comisión Nacional de las Zonas Áridas (CONAZA).

Es una entidad descentralizada del Gobierno Federal sectorizada a la Secretaría de Desarrollo Social cuyo propósito fundamental es el generar oportunidades de desarrollo para los habitantes del semidesierto mexicano.

1.3.3.4 La Comisión para la Regularización de la Tenencia de la Tierra (CORETT).

Es un organismo público descentralizado, de carácter técnico y social, con personalidad jurídica y patrimonio propios, creado para regularizar la tenencia de la tierra en donde existan asentamientos humanos irregulares ubicados en predios de origen ejidal, comunal y de propiedad federal.

1.3.3.5 Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART).

Tiene como objetivo apoyar a los artesanos de México para contribuir a mejora de sus niveles de vida y preservar los valores de su cultura tradicional vinculando la creatividad del artesano con el consumidor final, mediante programas de fomento y efectivas estrategias de comercialización que nos permitan ofrecer productos artesanales de calidad para el mercado nacional e internacional.

1.3.3.6 El Instituto Nacional de Personas Adultas Mayores (INAPAM).

Es el organismo gubernamental dependiente de la Secretaría de Desarrollo Social dedicado a la atención de las personas de la tercera edad.

1.4 Estudio Social de los trabajadores de la SEDESOL.

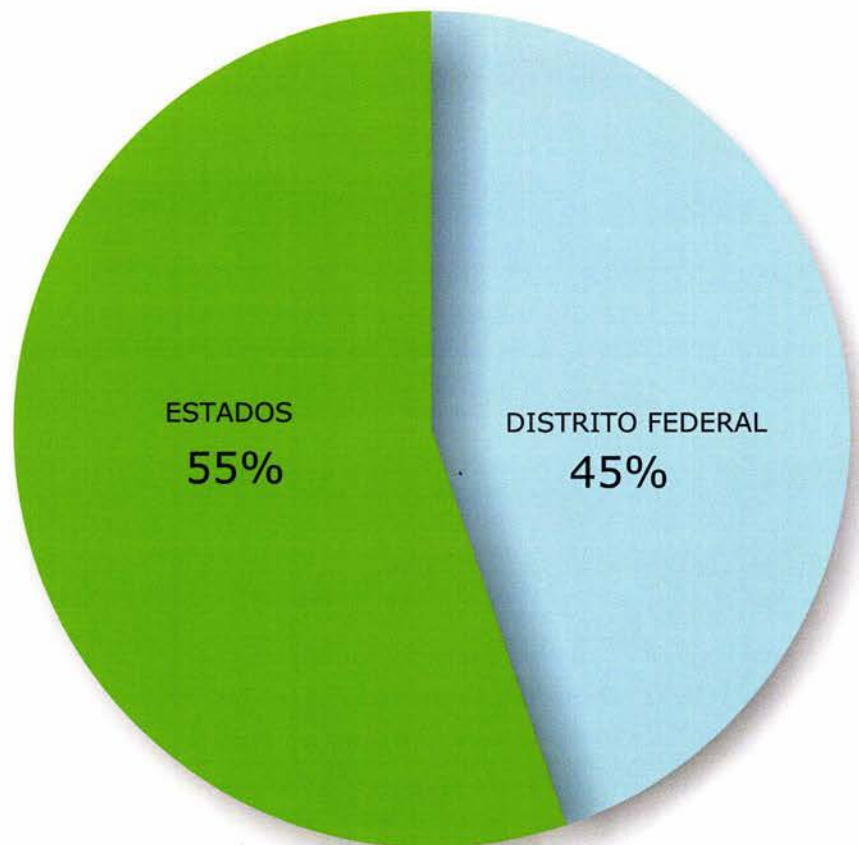
La plantilla total de la Secretaría es de 8,416 empleados por nómina a nivel nacional (datos de la plantilla de agosto de 2003), donde cabe mencionar que se tiene presencia en todas las capitales estatales, este número de empleados sólo contempla el ámbito central de la Dependencia, es decir el personal adscrito a la Secretaría y no a las descentralizadas y desconcentradas.

El objetivo de hacer un estudio de estas características ayuda a conocer a nuestro público objetivo de una manera general.

1.4.1 Distribución de la plantilla por ubicación

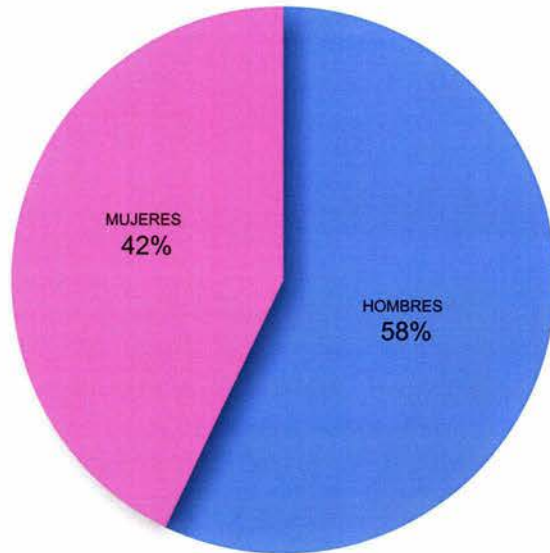
Distrito Federal 3,764

Estados 4,652



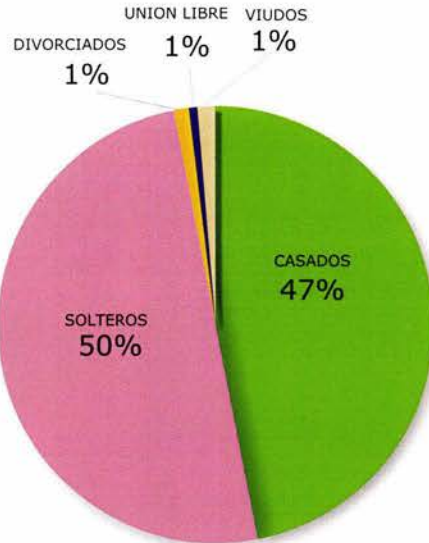
1.4.2 Distribución de la plantilla por sexo:

Mujeres 3,570



Hombres 4,846

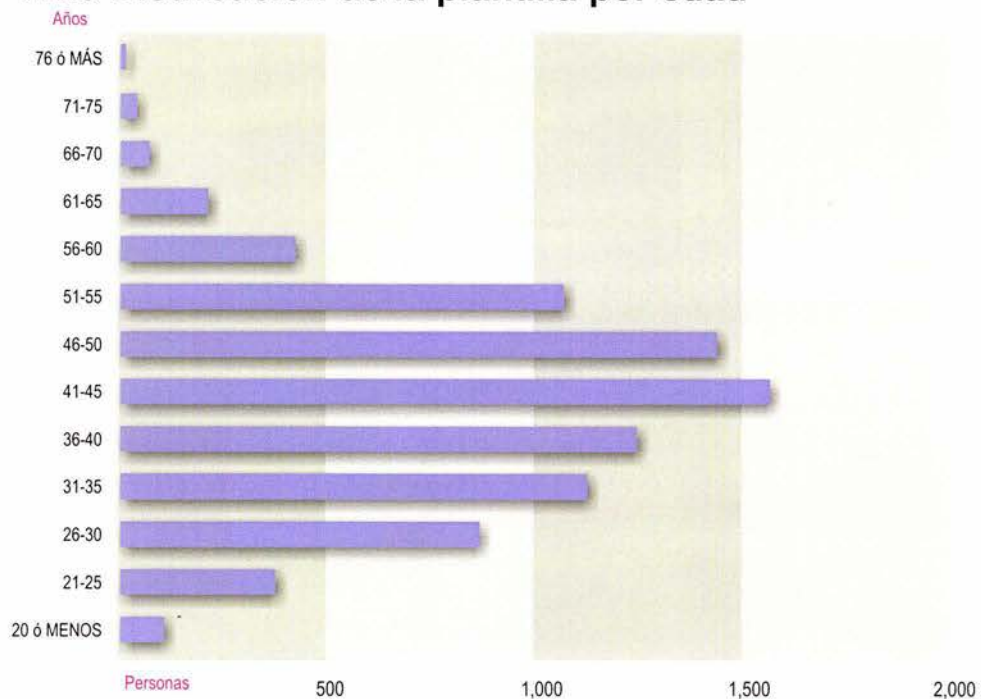
1.4.3 Distribución de la plantilla por estado civil



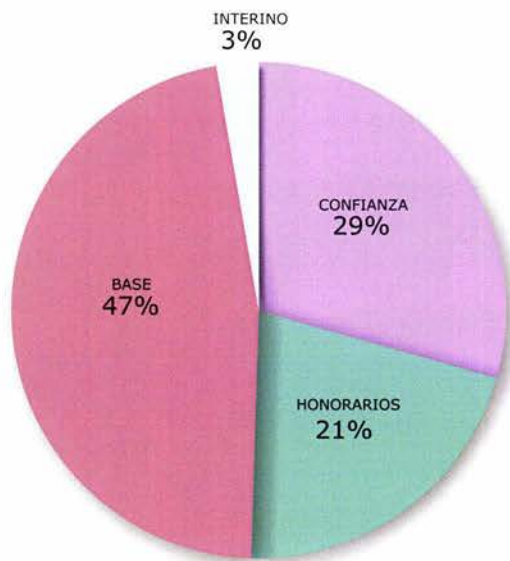
1.4.4 Antigüedad promedio en la secretaría 14.41

1.4.5 Antigüedad promedio en el gobierno 14.76

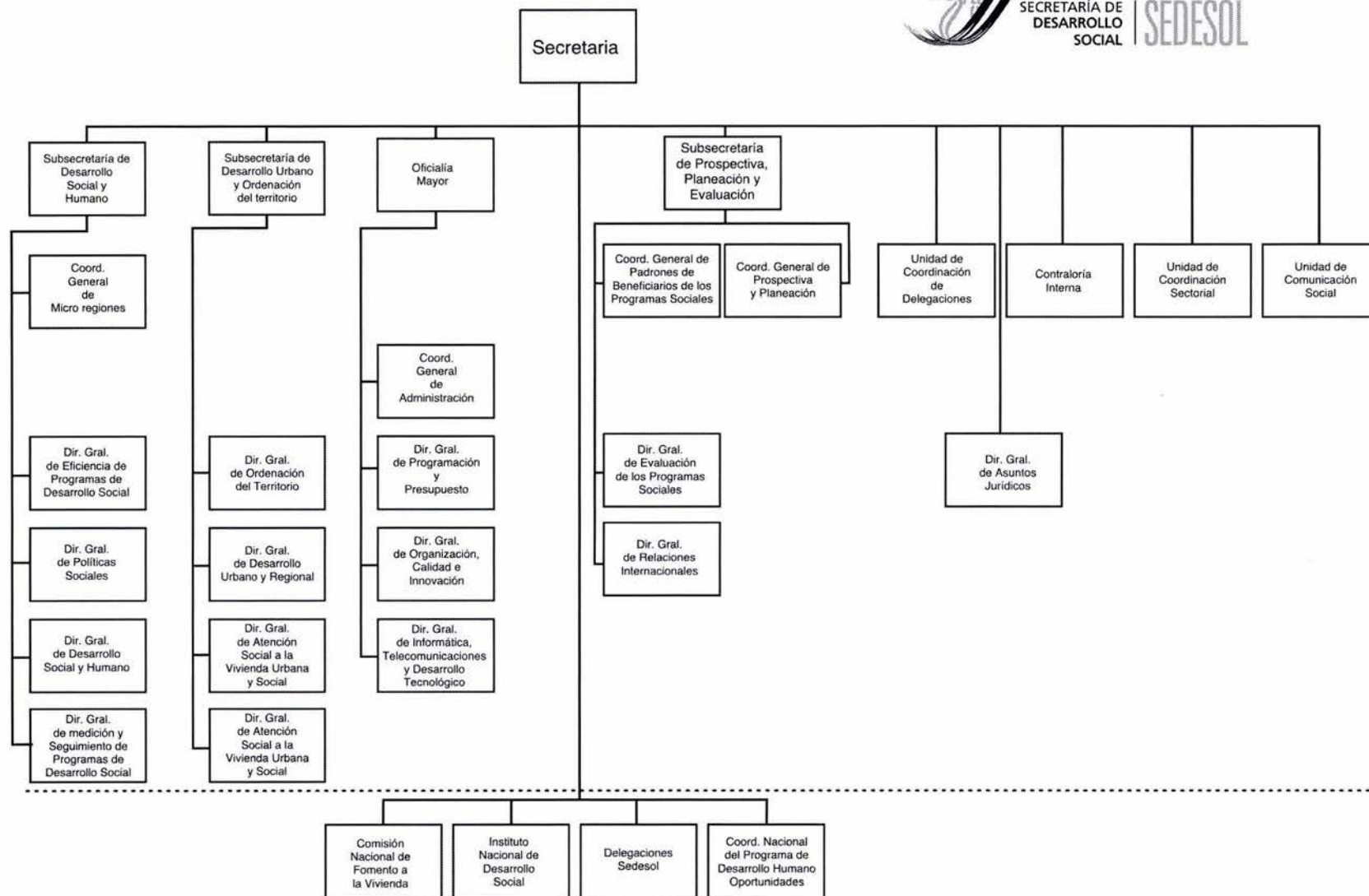
1.4.6 Distribución de la plantilla por edad



1.4.7 Distribución de la plantilla por relación laboral



Estructura orgánica básica



Conclusión

Este capítulo marca solo el entorno general de la administración pública federal, mostrando de forma enunciativa cada una de las dependencias de que se conforma la parte fundamental de dicha administración, así como marcando su ámbito de acción por ser instituciones con las que se tiene relación cercana de trabajo a través de la Red de Comunicación Interna de la Administración Pública Federal, órgano que conduce las acciones de la comunicación interna entre todas las dependencias y que posteriormente se explicará.

En el caso del Gabinete Ampliado y otras entidades no especificadas no se nombran por considerarse no importantes para el desarrollo del presente trabajo.

Bibliografía capítulo I

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Decreto del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos
Congreso de la Unión
México, 2000.

Haciendo Camino para la Prosperidad (Manual de Inducción de la Sedesol)

Subdirección de Capacitación
Secretaría de Desarrollo Social, Oficialía Mayor.
México, 2001

Plan Nacional de Desarrollo 2001 - 2006

Tomo: Programa Nacional de Desarrollo Social
Secretaría de Desarrollo Social.
México, 2001

Capítulo 2

2.1 Diseño gráfico

Si bien no es precisamente el nacimiento formal del Diseño Gráfico como disciplina durante la posguerra en 1945, es la época en que grandes artistas y diseñadores de Europa emigran a los Estados Unidos a desarrollarse y es aquí donde también se establece el Diseño Gráfico como una profesión y una disciplina.



Cartel de Joost Schmidt para la exhibición de la Bauhaus, Arte y Tecnología, llevada a cabo en Weimar en 1923.

Durante el periodo de la primera y segunda guerras mundiales se estableció en Europa (Alemania) la escuela de Bauhaus fundada por el arquitecto, diseñador y maestro, Walter Gropius, la más impor-

tante escuela de diseño y arquitectura de Europa y misma que fue cerrada por el dominio del partido nazi convirtiendo insostenible su seguimiento, sin embargo sus 33 miembros de la facultad y sus 1250 alumnos crearon un movimiento de diseño moderno viable que incluía arquitectura, diseño de productos y comunicación visual.

Por otro lado se creó otra escuela posterior a la Bauhaus denominada Ulm y que estableció una mayor visión hacia la empresa y separándose de las artes aplicadas para acercarse a la ciencia y la tecnología, sentando bases para diversa materias como sociología, matemáticas, ergonomía y economía, aplicadas en actuales escuelas y facultades de diseño gráfico.

“Antes de 1945, ser diseñador no era una profesión: se era arquitecto, ingeniero o artista, pero no diseñador. Además de los testimonios históricos, el lenguaje mismo aporta un elemento más: algunos idiomas, como el italiano, el francés y el alemán, aun hoy no reconocen la diferencia en “diseñar” y “dibujar”. Estos límites imprecisos muestran el estatuto poco claro del diseño .”

Al hablar de Diseño Gráfico como término, se puede decir que es una forma específica de comunicación, que utiliza los canales visuales de ésta, mismos que establecen una distancia entre emisor y receptor a través de la colectividad sin ser masivo, sino que acepta a desarrollarse en diversos medios como revistas, libros, áreas, Internet, Televisión, etc.

La gente en general puede entender Diseño como la actividad que algunas personas tienen para disponer las cosas de manera agradable a la vista. (aunque sabemos que no sólo este es su fin, cuestión de la que hablaremos posteriormente). La palabra Diseño se puede manejar como un nombre verbal en la que puede ser la acción como el sustantivo de tal manera que si nos referimos al verbo como la acción propia, también nos podremos referir al concepto como tal: “estoy diseñando un cartel o compraré un diseño” (1).

Llevando este mismo término al campo de la enseñanza, en nuestra Universidad existían dos carreras afines, casi similares, Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico, ya que comparten algunas materias, conocimientos y desarrollo, y lo más importante, dentro del ámbito laboral comparten el mismo campo de acción.

(1) Chávez, Norberto, Diseño y Comunicación Teorías y Enfoques críticos, 1ª. Edición, México, D.F.: Editorial Paidós Mexicana, SA, 1997, p. 18

De manera breve citaremos las definiciones que los planes de estudio de las mencionadas carreras refieren:

Comunicación Gráfica (...)“Es la carrera que forma profesionistas para crear y dirigir la traducción en imágenes y símbolos gráficos de contenidos de mensajes al público; planear y diseñar lenguajes gráficos, orientados a campos como la educación, la tecnología, la publicidad, la ciencia y, en general, hacia toda actividad humana que implique transmisión de conocimiento”, por lo tanto diríamos que busca desarrollar las habilidades de dirección, comunicación, relaciones públicas y organización del estudiante en su entorno, mientras que la carrera de Diseño Gráfico mantiene un perfil más técnico.

Si bien la carrera de Comunicación Gráfica busca desarrollar las habilidades de comunicación del estudiante, también la carrera de Diseño Gráfico busca obtener una habilidad de comunicar a través de las imágenes ya que el campo de acción será el mismo y al momento de solicitar trabajo, ambos serán evaluados por igual buscando influenciar a los mismos receptores y buscando incidir de la misma manera en la gráfica.

Actualmente en el campo laboral el diseñador egresado tiene en su concepción del diseño un enfrentamiento directo con el medio, ya que en principio es considerado como un “dibujante”, no en aspecto despectivo, sino como una persona que aun debe estar únicamente en el restirador o computadora, lo ven como un técnico; Esto cambia hasta que puedes demostrar las habilidades intelectuales, conocimientos teóricos, manejo de personal, actitudes profesionales etc. cuando es considerado como diseñador, es en este mundo donde los conocimientos se deberán afinar y en muchas ocasiones es el momento de la especialización y cuando realmente se revaloriza esta profesión, ya no se trata de acreditar una asignatura, se trata de ser mejor y más reconocido por los resultados y por el medio.

“Para concluir valdría recordar que el diseño es un trabajo cualificador de la producción. Como tal. Resulta inexcusable en toda economía mínimamente evolucionada. Sus virtudes técnicas son tan contundentes que aburriría explicarlas. No se trata en absoluto de una “herramienta del futuro” sino de un instrumento que lleva ya varios siglos produciendo éxitos. Qué haya sectores de esta sociedad que viven en la prehistoria no le otorga a la disciplina ningún lugar especial entre las vanguardias tecnológicas o culturales.

En cuanto a las ulterioridades culturales, éticas o ideológicas del diseño, éstas caen fuera de su dominio. Se trata de responsabilidades de la sociedad que encarga y consume diseño. En ese sentido debe dejarse de molestar al profesional con estas demandas de roles mesiánicos y dirigir la mirada a los amos de la sociedad, a los que deciden el qué y el para qué de lo que en esta sociedad se produce y se consume; a los que fijan, por lo tanto, las prioridades y los contenidos programáticos del diseño .” (2)

(2) Chaves, Norberto, El Oficio de diseñar Propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan, México, Naucalpan 53050: Editorial Gustavo Gili, SA, 2001, p. 68

2.2 La identidad gráfica y su composición.

Al igual que la creación de una imagen de una empresa tiene como objetivo que ésta sea percibida por el público en general (consumidores, competidores, proveedores, autoridades, etc.) como un signo que refleje a la misma como ella quiere ser percibida, la imagen de un área u oficina dentro de una dependencia federal necesita crear una nueva manera de ser identificada por su universo de influencia, convirtiéndose así, en una propuesta similar en forma y contenido.

En el libro *Identidad Corporativa*, Joan Costa plantea dentro del capítulo 1 que para la percepción común, tanto la identidad como la identificación son un equivalente, de tal manera que una depende de la otra, sin embargo esto confunde la observación con lo observado.

La identidad no es más que el resultado del ente y la entidad, la suma del ser y su forma expresados en rasgos particulares que la individualizan ante todas las demás, creando así la autenticidad.

“Para el sentido común, identidad equivale a identificación, pues una y otra se experimentan indistintamente. Hasta tal punto depende una de la otra, que no pueden existir por separado, y así aparece en la conciencia como una misma y única cosa. La percepción confunde de este modo dos cosas distintas en una sola: la observación y lo observado.

Etimológicamente, la identidad puede expresarse con una ecuación muy simple: es el propio ser o el ente (lo que existe o puede existir) más su entidad (su esencia, su forma y valor). La identidad es. Pues, la suma intrínseca del ser y su forma, autoexpresada en el conjunto de los rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. En esta línea de razonamiento, la idea de identidad supone la idea de verdad, o de autenticidad, puesto que identidad significa, sobre todo, idéntico a sí mismo.

IDENTIDAD: ENTE + ENTIDAD = SÍ MISMO (IDÉNTICO) ” (3)

(3) Costa, Joan, *Identidad Corporativa*, primera edición, México, D.F.: Editorial Trillas, SA de CV, 1993, p. 16

Por otra parte la identificación se entiende por el acto de reconocer esa identidad de manera inequívoca, haciéndola diferente a todas las demás y memorizándose como una unicidad.

El diseño (visto desde la percepción de la carrera de Comunicación Gráfica) se centró en sembrar las bases que hicieran pensar como diseñadores o creadores de conceptos gráficos o imágenes y que cumplieran las expectativas de comunicación de masas que el mundo exterior tiene, dando las herramientas para desarrollar esta profesión.

“Toda empresa necesita tener una personalidad propia, que permita identificarla, diferenciándola de las demás. Dicha personalidad constituye su identidad específica, su propio ser.

La identidad de la empresa se concreta con dos tipos de rasgos específico: los físicos y los culturales. Los rasgos físicos incorporan los elementos icónico-visuales como el signo de identidad, válidos para la identificación de la empresa desde su entorno. Desde esta perspectiva, los elementos básicos de la identidad física de la empresa incluyen una forma simbólica -la marca- y una forma verbal -el logotipo-. (En el siguiente apartado describiremos la concepción que tiene Norberto Chaves de estos mismos términos)-

Los rasgos culturales, por su parte, incorporan los elementos profundos de la propia esencia de creencias y valores de la empresa; es decir, los rasgos de tipo conceptual y comportamental de la organización. Así la personalidad -identidad- cultural de la empresa se concibe como la manifestación en forma codificada -a través de un conjunto de atributos característicos- de la cultura latente de la organización .” (4)

Si bien el autor trata en su libro temas más relacionados con la cultura empresarial, es importante para nuestro estudio conocer los aspectos gráficos a que hace referencia, de esa manera podremos tener un punto de partida para iniciar nuestro proceso creativo, es aquí donde la capacidad técnica adquirida durante la carrera se conjugó con el desarrollo profesional de nuestro campo de acción.

Sólo conociendo los rasgos culturales podremos participar activamente en los “rasgos físicos” como el autor le denomina y por lo consiguiente podremos incorporar nuestra creatividad en el proceso formativo de la identidad gráfica y su composición.

(4) Sanz de la Tajada, Luis Ángel, Integración de la Identidad y la Imagen de la empresa, ESIC Editorial, p. 41

Con lo antes mencionado se sientan las bases para conce-
tuar la identidad corporativa.

“Toda persona moral o física proyecta una imagen.

El concepto imagen dentro de la Comunicación Organizacional
significa la personalidad que una institución o persona física proyecta.

Desde que nace un niño, aún sin tener conciencia de lo que
hace, proyecta una imagen; es simpático o antipático, agradable o
desagradable. Sus gestos (si sonríe o llora mucho), sus facciones (si
es bonito o feo) lo harán atractivo o grato o en su defecto molesto y
en la medida de lo que proyecte se hará merecedor a mucho, poco o
nada de afecto o incluso, hasta malos tratos.

Nuestra forma de ser proyecta una imagen que es captada por
los demás y después calificada, con base a argumentos racionales o
en forma subjetiva e inconsciente.

Las características que nos atribuyen, si es que logran crear
consenso generalizado, son nuestra imagen.

Nuestra imagen nos puede favorecer o perjudicar y en esta
medida cobra importancia. Nos puede obstaculizar los medios para
lograr nuestros objetivos o nos puede ayudar a conseguirlos.

Además de las personas físicas, los grupos humanos y las ins-
tituciones proyectan una imagen. El sólo hecho de existir y ser per-
cibidos por los demás nos pone en circunstancias que nos hacen ser
sujetos capaces de proyectar imagen.

Hay quienes proyectan una imagen fuerte, ya sea positiva o
negativa y siempre llaman la atención. También hay quienes pasan
desapercibidos pues su imagen es débil.

Una imagen positiva despierta simpatías y se hace merecedo-
ra de colaboración, comprensión y ayuda, en beneficio de quien la
proyecta.

Una imagen negativa genera rechazo y a veces, hasta agresión.

Sin embargo, tanto personas físicas como instituciones pode-
mos controlar las características de nuestra imagen, siempre y cuan-
do utilicemos los medios y estrategias adecuadas, pues si no tenemos
cuidado, podemos ser rebasados por nuestra imagen y ser perjudica-
dos por ella.” (5)

(5) Homs Quiroga, Ricardo, La Comunicación en la Empresa, México, D.F.: Grupo
Editorial Iberoamericana, SA de CV, 1990, p. 67

Para nuestro desarrollo dentro de un área creativa en el interior de una organización, es fundamental además, conocer los valores de la misma, es necesario iniciar con la creación de una imagen positiva que permeará al resto de la organización.

Dentro de la organización la comunicación interna corre básicamente en tres niveles: de jefes a subordinados, de subordinados a jefes y en niveles iguales, por lo que nuestro trabajo en la imagen y mensajes deberán siempre tener un solo concepto y cuidado para mantener una congruencia constante.

Para mantener esta tendencia, es necesario conocer la organización lo más posible, no a través de la oficina o espacio de trabajo, sino tener una constante interacción con los diferentes grupos que conforman la organización. Conocer desde el número de personas que será nuestro universo, cuantos hombres y mujeres existen en la organización, la rotación de personal, las principales inquietudes generales, la edad promedio y hasta la escolaridad promedio de los que trabajan así como la distribución física de los empleados o trabajadores, ya que no será lo mismo las necesidades que se tengan en un corporativo comparadas con las que existen en la planta productiva o en sucursales en los estados, o hasta las diferencias culturales de una empresa multinacional en sus diferentes países.

Por otra parte la información que se recibe por parte del Sindicato o de la Dirección General de Recursos Humanos es muy diferente y en ocasiones contrapuesta, así que su tratamiento tanto conceptual como gráfico tendrá diferentes soluciones.

2.3 Elementos de una identidad institucional

2.3.1 Logotipo

“Se le llama logotipo a la capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión visual –básicamente gráfica– agrega nuevas capas de significación. Esas capas refuerzan la individualidad del nombre al incorporar atributos de la identidad institucional. Mediante este mecanismo, la “denominación” comienza a asociarse a la “identificación” en sentido estricto.

El logotipo aparece así como un segundo plano de individualización institucional, análogo a lo que en el individuo es la firma autógrafa respecto a de su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de marca.

Aparte de su obvia función verbal, la tipografía posee una dimensión semiótica no-verbal, icónica, que incorpora por connotación significados complementarios al propio nombre.

Esta función se cumple no solo en el caso de los alfabetos especiales, animados, historiadados o caracterizados, sino incluso en aquellas familias tipográficas estandarizadas, convencionalizadas. La opción tipográfica adecuada –mediante selección o diseño de alfabeto– permite explotar esa “segunda capa” de significaciones como un plus semántico enriquecedor de las funciones identificadoras del logotipo.

En el plano estrictamente formal, el campo de selección incluye todas las familias tipográficas y sus posibles combinaciones y manipulaciones, las transgresiones de las normas de graficación, las “incrustaciones” de iconos, formas ambiguas, icono-tipográficas, etc. ” (6)

Como Norberto Chaves lo explica en variados ejemplos, las diferentes tipografías aplicadas en logotipos resuelven prácticamente (de manera práctica) un sin número de aplicaciones ya que ciertas tipografías pueden ofrecer, con el simple hecho de tener un estilo histórico, una sensación de tradición, por lo tanto de valor.

(6) Chaves, Norberto, La Imagen Corporativa, 4ª. Edición, México, Naucalpan 53050: Ediciones Gustavo Gili, SA de CV, 1996, pp 44,45,46,48 y 49

Por otro lado tipografías de tipo imaginativo o arbitrarias bajo un texto que muestra seriedad y tradición clásica, expresan libertad, soltura e innovación.

*Imagen de la Empresa
de Pavimentos y
Mobiliario Urbano
Escofet
América Sánchez
1992*

Escofet®

*Identidad de Open
Bank
Rafael Celda / Odile
Atthalin
1994*

OPENBANK

*Imagen de Terra
Future Brand
1999*

terra

*Art Futura
Josep M. Mir
1991*

ART FUTURA 91

2.3.2 Imagotipo

“Al nombre y forma gráfica –logotipo- suele sumarse con frecuencia un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiere lectura, en el sentido estrictamente verbal del término.

Estas imágenes –imagentipos- pueden adoptar características muy diversas, pues su único requisito genérico es su memorabilidad y capacidad de diferenciación respecto del resto: anagramas o deformaciones personalizadas del logotipo, iconos o reproducciones más o menos realistas de hechos reconocibles, mascotas o figuras características de personajes u objetos, figuras abstractas o composiciones arbitrarias sin significación o referencias explícitas, etc.

Toda forma visual de cualquier índole que garantice algún grado de diferenciación y pregnancia teóricamente puede operar como imagentipo con solo aplicarse de un modo recurrente y asociado a una entidad dada (empresa, producto, acontecimiento, servicio, etc.); por lo tanto, el universo de los imagentipos presenta una compleja casuística que puede ordenarse conforme a tres grandes ejes: motivación/arbitrariedad, abstracción/figuración y ocurrencia/recurrencia.

Los modelos de construcción de un imagentipo pueden localizarse en toda la gama de variantes del eje motivación/arbitrariedad, es decir que el signo visual puede observar plena, cierta o nula relación con nociones o hechos asociados con la institución a la cual se identifica.

Un segundo eje de variación en el diseño del imagentipo es el eje abstracción/figuración. Ello implica que la relación entre el imagentipo y la idea o noción a que remite (esté o no asociada a la institución) puede oscilar desde un lazo puramente convencional (símbolo) hasta la referencia más realista (icono).

Una tercera polaridad en la determinación del imagentipo es la que opone la máxima recurrencia o tipicidad a la máxima ocurrencia u originalidad. Se trata del grado de innovación en el criterio general y/o en el diseño visual concreto del imagentipo respecto de los códigos o convenciones vigentes.” (7)

Como se puede apreciar en las explicaciones anteriores, los imagentipos frecuentemente acompañan y complementan en la imagen institucional al logotipo siendo en algunos momentos más identificados que el propio texto “institucional”. Regularmente en algunas aplicaciones internas se le da más importancia al imagentipo que al propio texto del logotipo al que se le puede sustituir con “cualquier tipo de letras”, esta práctica es muy utilizada por personas que no están familiarizadas con las familias tipográficas o bien que no han manejado dentro de su trabajo este trabajo fino, es aquí donde el trabajo del comunicador gráfico se vuelve más importante y puntual.

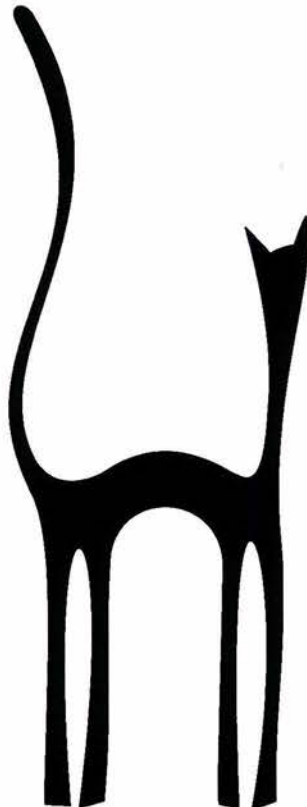
(7)Chaves, Norberto, La Imagen Corporativa, 4ª. Edición, México, Naucalpan 53050: Ediciones Gustavo Gili, SA de CV, 1996, pp 51, 52, 53, 54 y 55

En conclusión conocer el Diseño Gráfico como un área de importancia histórica y práctica que impacta enormemente dentro y fuera de una Institución o Dependencia a través del manejo adecuado de una imagen gráfica que genere una buena apreciación entre los que laboran y tienen contacto cercano con la misma es determinante para que sus elementos de identidad (logotipo e imagotipo) sean fácilmente asimilados.

*Imagen Autobuses
Tussam
Antonio Pérez
Escolano / Roberto
Luna / Fernando
Mendoza
1992*



*Gandía Blasco
Marisa Gallén / Sandra
Figuerola
1990*



*Instituto Nacional de
Industria
Tomas Vellvé
1979.*



*"Contigo", la estrategia
de desarrollo social del
gobierno foxista
Imaginerías
2001*



Los imagotipos son en esencia propia la imagen reconocible que se impactará al interior de la Secretaría dentro de la cual se utilizará en principio un imagotipo de motivación/arbitrariedad en el cual se aplicará el significado de las manos para conminar a la participación de todos en los objetivos de la estrategia gubernamental "CONTIGO", que deberá tener un mayor peso que la identidad institucional de la Secretaría

Si bien el imagotipo de la República Mexicana hecha a base de manos y siendo el mismo para todas las Dependencias del Gobierno dentro de la línea de Desarrollo Humano y Social (Secretaría de Salud, Secretaría de Educación y Secretaría de Desarrollo Social), no tiene resueltas ciertas aplicaciones interna y en ocasiones no se ajusta a las necesidades reales de aplicación práctica dentro de la Dependencia, por lo que deberá proponer una aplicación exacta que cubra con las necesidades existentes.

El imagotipo de "CONTIGO" por sí mismo deberá ser fácilmente asimilado por todos los que laboramos en la SEDESOL.

2.3.3 Imagen institucional

Para detectar cómo se define la imagen institucional será primero definir tres connotaciones que solventan lo que y lo no debe confundirse con el concepto.

Asociado con el término imagen se relacionan tres acepciones básicas ligadas y ocasionalmente confundidas pero muy utilizadas dentro del desarrollo profesional: Empresa, Corporación e Institución.

Hablar de Empresa se refiere a la estructura organizativa relacionado a la naturaleza económica o con alguna actividad lucrativa, ya sea pública o privada.

En el caso de Corporación deberemos remitirnos a estructuras complejas relacionadas por medio de agrupaciones o sociedades organizadas por medios productivos y no por la producción, tal es el caso de Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE) que dentro de su estructura engloba varias empresas y que funcionan entrelazadas.

Las Instituciones se definen más como aquellas entidades públicas o privadas que administran o gestionan actividades sin fines directos de lucro. Bajo otra acepción también se pueden definir como “instituciones” aquellas que adquieren un significado social, siendo éstas no solo agrupaciones formales sino también hasta individuos que adquieren el rango de “instituciones”.

De esta manera hablamos de una “institución” o “institucional” cuando nos referimos al sujeto genérico.

La imagen institucional se desdobra en cuatro componentes básicos: realidad, identidad, comunicación e imagen, mismos que se encuentran dentro de la actividad institucional.

Realidad institucional. Son el conjunto de rasgos del ser social, es decir elementos como entidad jurídica, estructura organizativa y operativa, su función per se, su realidad económico-financiera, infraestructura y recursos materiales, la integración social interna, grupal, societaria y técnica, las relaciones y condiciones de comunicación interna y externa, entre otras.

Identidad institucional. Se puede definir como aquellos atributos que identifican a la institución como sí, es decir como aquellos que son considerados como propios, en otras palabras, el sujeto social tiene una idea de lo que es y una de los que quiere que se per-

ciba de ésta, de lo que debe ser y de lo que quiere que crean de debe ser.

La comunicación institucional. Este elemento se constituye por todos aquellos mensajes que emite la institución de manera general, ya sean conciente o inconscientemente y que son percibidos. Esta acción no es opcional y se presenta en todo tipo de organización social y ésta se convierte en toda una percepción de la institución y no solo un mensaje concreto.

Imagen institucional. Se considera como la lectura que se hace públicamente y que identifican al sujeto social por parte de grupos, públicos de manera intencional o no.

A estos cuatro componentes se les denomina semiosis institucional, mismo que Norberto Chaves define como "...el proceso –espontáneo, artificial o mixto- por el cual una institución produce o comunica el discurso de su identidad y motiva en su contexto una lectura determinada que constituirá su propia imagen".

2.3.4 El color

Todo lo percibido por nuestra vista es efecto de la energía de la luz, siendo el sol la fuente natural de energía principal y determinando el estándar del color, sin embargo existen otras fuentes luminosas naturales o artificiales que según su calidad éstas pueden variar la percepción del color, por lo tanto, la oscuridad tiende a desvanecer la percepción del color ante nuestros ojos.

Por otra parte, el negro y el blanco son los colores más contrastantes que hay, ya que el negro es el color más oscuro que se percibe mientras que el blanco es el más puro o claro, en un sentido académico el negro se concibe como la ausencia total de los colores y el blanco como la suma de todos los colores.

La gama del negro y blanco se les denomina colores acromáticos o colores neutros y estos son las variantes de grises que resultan de la mezcla de pigmentos negros y blancos y generan una gran variedad de gradaciones de gris sin embargo para su estudio sólo se definen nueve y éstas se dividen en tres grupos:

A: Gris oscuro

- * Extremadamente oscuro 90% de negro
- * Muy oscuro 80% de negro
- * Oscuro 70% de negro

B: Gris intermedio

- * Intermedio oscuro 60% de negro
- * Intermedio 50% negro
- * Intermedio claro 40% de negro

C: Gris claro

- * Claro 30% de negro
- * Muy claro 20% de negro
- * Extremadamente claro 10% de negro

Por otra parte existen los colores cromáticos definidos como aquellos que son alimentados por los medios visuales que son percibidos por nuestra vista, como los colores del espectro del arco iris. Dentro de la conceptualización del color cromático se pueden definir y medir tres dimensiones:

El tono o matiz. Es el color en sí mismo, teniendo características propias y dividibles en grupos o clasificaciones que compartes efectos comunes. Existen tres matices primarios (rojo o magenta, azul o cian y amarillo) y secundarios (verde, naranja y violeta).

Intensidad o saturación. Esta segunda dimensión se refiere a la pureza del color en relación con el gris siendo los colores más intensos aquellos que están más intensos o saturados, mientras que los más apagados o insaturados están más cercanos al gris.

Valor o brillo. Aquí se toma en cuenta la claridad u oscuridad del color, es decir en degradaciones tonales, por lo que se aprecia como tonos más oscuros o claros en relación a la idea que se conserve del color original, sin embargo la presencia o ausencia de color no afecta al tono.

Circulo cromático

Primarios:

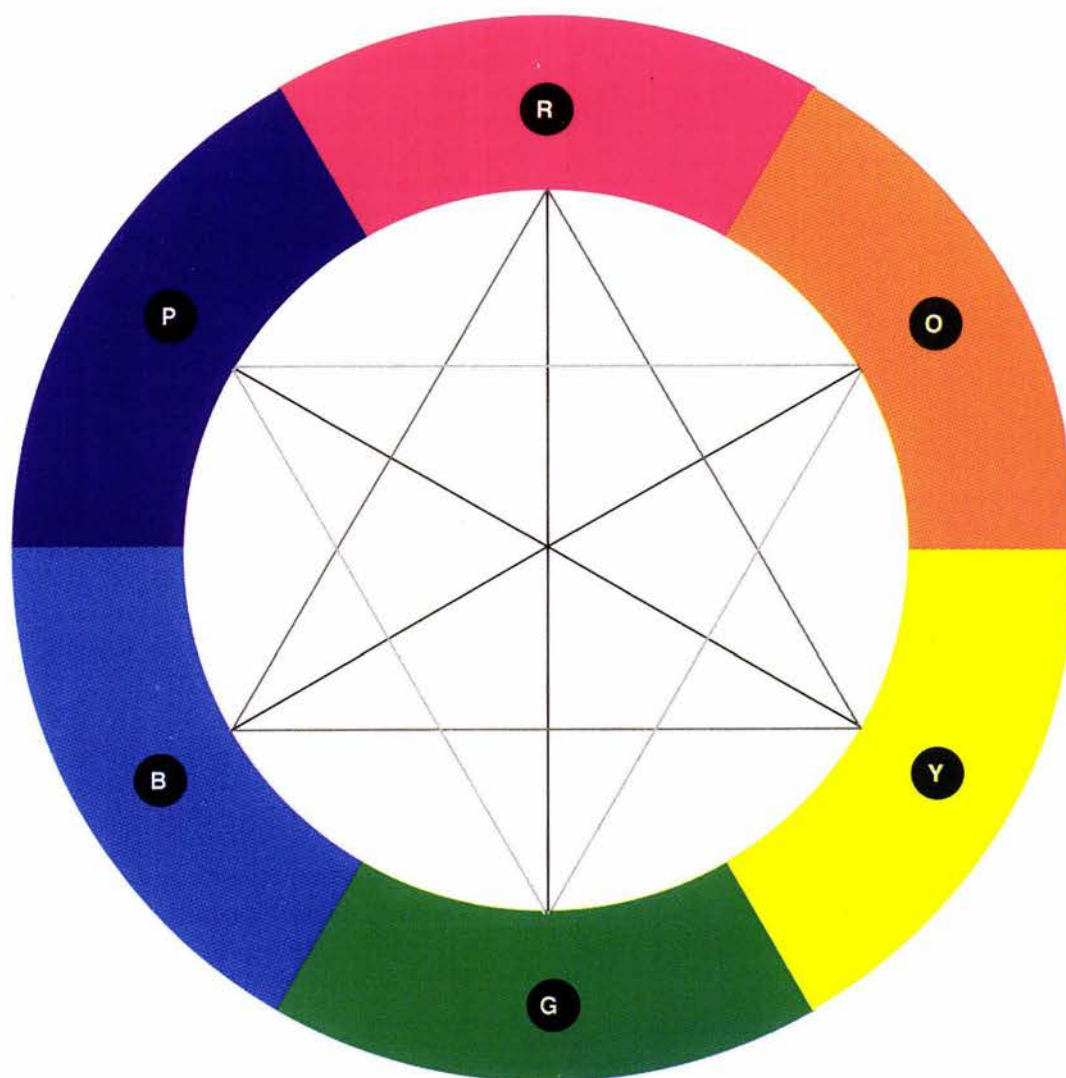
- Rojo o magenta (R)
- Azul o cian (B)
- Amarillo (Y)

Secundarios

Verde (G)

Violeta (P)

Naranja (O)



Conclusión

Determinar el nacimiento del diseño a partir de la escuela Bauhaus en el intermedio de la primera y segunda guerra mundial puede sonar un poco limitativo ya que esta actividad acompaña al hombre desde que se iniciaron las expresiones artísticas, sin embargo esta escuela marca los principios que se volvieron fundamentales en casi todos los aspectos del diseño actual, lo que sirve de antecedente a este trabajo para conocer el origen e historia de la actividad que el suscrito lleva a cabo.

Además, ver la identidad como un concepto que sea inequívocamente identificador de una empresa o producto para ser percibido por consumidores, competidores, proveedores autoridades, etcétera como un signo que la ubique en espacio y tiempo es tarea del comunicador gráfico, mismo que se puede valer de logotipos, imagotipos así como del desarrollo coherente de una imagen.

Por otra parte el color es la manifestación visual que ayuda a entender cualquier tipo de visualización que se aprecie a través de la vista y que cuente además, con una fuente de luz, natural o artificial.

Bibliografía capítulo II

Introducción al Diseño Gráfico

Peter Bridgewater
Editorial Trillas
México, 1992.

Diseño y Comunicación Teorías y Enfoques Críticos

Norberto Chaves
Editorial Paidós Mexicana, S.A.
México, 1997

El oficio de diseñar

Norberto Chaves
Ediciones G. Gil, S.A de C.V.
México, 2001

Identidad Corporativa

Joan Costa
Editorial Trillas, S.A. de C.V.
México, 1993

Integración de la Identidad y la Imagen de la empresa

Luis Ángel Sanz de la Tajada
Esic Editorial
España, 1994

La Comunicación en la Empresa

Ricardo Homs Quiroga
Grupo Editorial Iberoamericana, S.A de C.V.
México, 1990

La Imagen Corporativa

Norberto Chaves
Ediciones G. Gil, S.A de C.V.
México, 1994

Signos del siglo (100 años de diseño gráfico en España)

Ministerio de Economía y Hacienda y Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (varios artistas)

Edición DDI Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación.

España, 2000

Principios del Diseño en Color (Diseñador con Colores Electrónicos)

Wucius Wong

Ediciones G. Gil, S.A de C.V.

México, 2001

Sintaxis de la Imagen

D. A. Dondis

Ediciones G. Gil, S.A de C.V.

México, 2002

Capítulo 3

3.1 Antecedentes del área de Comunicación Interna de la Secretaría de Desarrollo Social

3.1.1 Historia de la Secretaría.

La Secretaría de Desarrollo Social tiene su origen en la evolución histórica desde la política social de México de post Revolución Mexicana cuando el Gobierno dispone un conjunto de leyes, normas y reglamentos para la promoción del bienestar social de la población del País.

La Constitución Política postula del derecho de los mexicanos a:

Una Educación básica obligatoria que sea laica y gratuita (Artículo 3º)

La prevención, protección y atención a la salud (Artículo 4º)

Una vivienda digna (Artículo 4º)

Un trabajo digno y socialmente útil (Artículo 4º)

Durante los años que le siguieron a la revolución se acumuló gran experiencia en la ejecución de la política social en nuestro país identificándose cuatro grandes etapas en la ejecución de ésta:

1920 – 1940 Movilización popular con beneficios sociales

1940 – 1982 Creación de instituciones de bienestar social

1982 – 1994 Política social de carácter focalizada

1995 – 2000 Federalización de la política social

Antes de nacer la SEDESOL como actualmente la conocemos, ésta tuvo sus antecedentes en tres instituciones gubernamentales que iniciaron el proyecto del desarrollo social

El 29 de diciembre de 1979 se publica en el Diario Oficial de la Federación la modificación a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en la se crea la Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas (SAHOP) con la misión de atender la problemática del desarrollo urbano y los asentamientos humanos así como el problema ecológico y de vivienda.

El Diario Oficial de la Federación publica el 29 de diciembre de 1982 la creación de la Secretaría de Desarrollo Urbano y ecología (SEDUE) con la atribución de atender integralmente la problemática de vivienda, desarrollo urbano y ecología

Sin embargo para 1989 se crea el Programa de Nacional de Solidaridad (PRONASOL) operado de por la entonces Secretaría de Programación y Presupuesto (SPP) teniendo bajo su manto al Estado como promotor del desarrollo y la iniciativa corresponsable de las comunidades.

Para el 25 de mayo de 1992 se publica la fusión de la SEDUE y de la SPP para crear la Secretaría de Desarrollo Social con gran objetivo de crear la estrategia del combate a la pobreza en el PRONASOL estableciendo así una nueva relación de corresponsabilidad entre el Estado y la Sociedad; promoviendo la descentralización de decisiones y recursos a estados y municipios y creado espacios de participación comunitaria (1) .

3.1.1 Historia de la Comunicación Interna la Administración Pública Federal.

Sin embargo todos estos ajustes de la política social y en general del Gobierno Federal no crearon un órgano interno de comunicación siendo únicamente el Departamento de Comunicación Social el responsable de establecer las políticas de imagen hacia todas las direcciones y dejando a un lado la información e imagen hacia los funcionarios y quedando en cada una de las Unidades Administrativas la manera de informar a los servidores públicos adscritos a sus áreas.

Si bien la comunicación interna estaba evolucionando dentro de la iniciativa privada no era del interés del Gobierno incluirla dentro de su estrategia de “desarrollo de personal” y ello generaba grandes inconsistencias al interior de las Dependencias.

Cada Dependencia tendría una imagen propia y sin estar ligada con otra, por lo que en general era el área de Comunicación Social quien dictaminaba el rumbo gráfico a seguir

Sin embargo durante el año 2001 se crea dentro de la Unidad de Servicio Civil dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público un área responsable de crear la Red de Comunicación

(1) México, “Evolución Histórica de la Política Social del Estado Mexicano”, Haciendo Camino para la Prosperidad (Manual de Inducción de la Sedesol), Secretaría de Desarrollo Social.

Interna en la que se busca desarrollar la estrategia gubernamental de la comunicación interna, al mismo tiempo se crea una imagen institucional para todas las Secretarías de Estado desarrollada por la empresa Zimat y unificando los criterios de imagen para todas las Dependencias (2).

En el caso de la SEDESOL el área de Comunicación Interna reporta a la Oficialía Mayor teniendo como principales objetivos crear una imagen interna e involucrar a todos los servidores públicos en el proceso de identificación con la Secretaría y crear un sentido de pertenencia, así como apoyar gráficamente a la Oficialía Mayor en sus proyectos, el alcance del trabajo de C.I. es hacia todo el sector de desarrollo social.

3.2.1 Estrategia CONTIGO

Durante el primer año de gobierno del presidente Vicente Fox Quesada se crea y promueve la estrategia social CONTIGO. Se convierte en la más importante del gobierno ya que en ella se conjugan tres Secretarías: SEDESOL, SALUD y EDUCACIÓN, así como diferentes entidades gubernamentales que buscan en este programa la conjunción de esfuerzos de sus programas sociales.

CONTIGO tiene una amplia zona de influencia visual dentro del gobierno en todos los medios y prontamente se utiliza su imagen en casi todo lo gráfico que se produce, en lo particular el área de Comunicación Interna incluye esta imagen en muchos productos o diseños que genera.

Concepto de la estrategia

Contigo es la estrategia del Estado mexicano para impulsar el desarrollo integral de las personas y responder a los graves rezagos que enfrentan amplios sectores de la población.

Contigo no es un programa social más, los reúne todos. Coordina los esfuerzos de todas las Secretarías y dependencias del ámbito social. Es una forma de trabajar juntos: gobierno federal, estados, municipios, organizaciones de la sociedad civil, sector privado y comunidades. De esta manera se articulan todas las acciones, se transforman o refuerzan programas ya existentes, se eliminan los que no contribuyen a la estrategia y se crean nuevos en las áreas

(2) Moreno, Luis, "Cómo se gesta la nueva identidad de un gobierno", en De Diseño, Grupo malabar, S.A. de C.V., N° 32, Bimestral, junio 2001, pp 33-38

que no habían sido atendidas hasta el momento. Al evitar duplicidades y propiciar sinergias se maximiza el alcance de los programas sociales.

La estrategia Contigo tiene dos propósitos centrales que son complementarios:

- * Proveer beneficios sociales esenciales a todos los mexicanos.
- * Activar palancas que impulsen el desarrollo humano y sirvan como detonadores del crecimiento económico.

Para conseguir estos dos objetivos, Contigo actúa en cuatro grandes frentes de trabajo:

1. Ampliación de capacidades.
2. Generación de oportunidades de ingreso.
3. Protección social para todos.
4. Formación de patrimonio.

A estos frentes corresponden líneas de acción específicas, cada una de ellas con sus respectivos programas, presupuestos y metas. Cada frente se describe a continuación:

- Desarrollar las capacidades físicas e intelectuales de cada uno de los mexicanos. Para ello es necesario asegurar su acceso a servicios de salud y educación de calidad y niveles nutricionales adecuados. Sólo así podrán participar plenamente en la sociedad.
- Generar oportunidades de ingresos para que las capacidades se traduzcan en mayores niveles de bienestar. A través de mejores empleos así como del financiamiento y la asesoría técnica que requiere todo proyecto productivo, los programas de Contigo motivan a los individuos a salir adelante por su propio impulso.
- Formar un patrimonio que garantice un nivel mínimo de solvencia a los adultos y sus familias. Con esta seguridad, la planeación a largo plazo se vuelve posible. Los hogares pueden aprovechar mejor las oportunidades de ingresos, emprender nuevas actividades, apoyar el progreso de los hijos y asegurar una vejez digna. Por eso, Contigo promueve la construcción de un patrimonio a través de sus programas de vivienda o de ahorro.

- Proveer protección social a todos los mexicanos para que la formación de capacidades y la generación de oportunidades de ingresos no estén sujetas a los acontecimientos imprevistos. La protección social permite mantener cierto nivel de vida frente a eventos inesperados como son las enfermedades graves, los accidentes, la pérdida de ingresos o la muerte. También hace viables las inversiones de largo plazo.

La articulación de los frentes de Contigo también propicia un círculo virtuoso. Familias con acceso a crédito, aseguramiento y protección social estarán en posibilidades de realizar inversiones de largo plazo, como es la educación de sus hijos. Individuos sanos y capacitados tendrán acceso a oportunidades de trabajo y por ende a una vida social plena. A su vez, ello les permitirá formar un patrimonio propio, y nuevamente tener la protección necesaria para realizar inversiones de largo plazo en las capacidades (como salud, nutrición y educación) de la siguiente generación.

Por el contrario, la desvinculación de los cuatro frentes de Contigo perpetúa el círculo vicioso de la pobreza. Cuando una familia no tiene acceso a mecanismos de protección y aseguramiento es difícil que las necesidades apremiantes de todos los días le permitan invertir en proyectos de largo plazo como es el desarrollo de las capacidades de sus miembros. La falta de educación limita el acceso a buenas oportunidades de ingreso, a la posibilidad de formar un patrimonio familiar, y finalmente a poseer mecanismos de protección y aseguramiento. Este círculo vicioso transmite la pobreza de una generación a otra.

Principios básicos

Los principios básicos bajo los cuales opera Contigo son:

* Equidad para hacer de México un país más justo. Los beneficios de la política social deben ser mayores para los grupos en desventaja, en situación de vulnerabilidad o con capacidades diferentes.

* Transparencia para evitar un uso discrecional o clientelar de los recursos.

Esto se consigue con cuentas claras y oportunas en cada uno de los programas, incluyendo la medición y evaluación de los resultados y de los impactos.

* Corresponsabilidad para que trabajen de la mano los tres órdenes de gobierno y la sociedad. Al sumar esfuerzos, se potencian los resultados de los programas.

* Cohesión Social para fortalecer el tejido social y promover el desarrollo de las comunidades, la gobernabilidad y la democracia.

* Integralidad para propiciar la convergencia de acciones, la congruencia de objetivos y una mayor eficiencia del gasto social. Contigo es un paraguas que agrupa programas que antes estaban dispersos o marginaban a ciertos grupos de población.

Contigo también abarca las distintas etapas del ciclo de vida del ser humano y de la familia, desde la infancia hasta la vejez.

En la etapa prenatal del ciclo, las mujeres embarazadas reciben una serie de atenciones para que sus hijos nazcan seguros. Al pasar a la infancia y a la niñez, Contigo ofrece mecanismos para ampliar sus capacidades físicas e intelectuales, además de seguir dando la protección necesaria. A los adolescentes y a los adultos jóvenes hay que brindarles las oportunidades de ingresos para que sus capacidades se traduzcan en mayores niveles de bienestar. En el caso de los adultos, es necesario agregar acciones para el desarrollo del patrimonio que les den certeza, solvencia, y capacidad de emprender sus propias iniciativas.

Por último, y para cerrar el ciclo de vida, se cuenta con una serie de mecanismos de protección que aseguran a los adultos mayores un nivel de vida digno mediante pensiones y alternativas de retiro o jubilación. Esto va aunado a acciones para fortalecer su patrimonio, oportunidades de ingresos, protección de su salud, e incluso, apoyos para seguir ampliando sus capacidades.

Programas

Contigo reúne una gran cantidad de programas. Entre ellos, destacan los que nacen de la articulación de los diferentes participantes en Contigo:

Oportunidades abarca desde la alimentación de las madres hasta la formación de personas que cursan el nivel medio superior. Nace del antiguo programa Progresá, que coordinaba los esfuerzos para satisfacer las necesidades más básicas de nutrición, salud y educación. Oportunidades va más allá al incorporar más categorías

de personas y las zonas urbanas. También extiende su cobertura de aseguramiento. De esta manera el número de familias beneficiarias de este programa pasará de 3 millones a 4 millones.

La Red de Alimentación y Nutrición es una iniciativa de coordinación interinstitucional que involucra varios programas y dependencias de gobierno, a la sociedad civil y a empresarios en un esfuerzo conjunto para asegurar que la población en pobreza extrema cuente con acceso a una nutrición adecuada. Atiende a grupos en etapas críticas del ciclo de vida: niños entre 0 y 2 años, menores de 3 a 12 años, mujeres embarazada y en periodo de lactancia y adultos mayores. La Red de Alimentación y Nutrición también multiplica los esfuerzos de abasto de Liconsa y Diconsa con acciones por una mejor nutrición. Se trata de otro nuevo esfuerzo de Contigo donde trabajan de la mano la Secretaría de Salud y la Secretaría de Desarrollo Social.

Arranque Parejo en la Vida es también un programa intersecretarial que busca asegurar que todos los niños empiecen su ciclo de vida en condiciones saludables. Su objetivo es garantizar:

- 1 Embarazo saludable
- 2 Parto y puerperio seguros
- 3 Recién nacido sano
- 4 Niños y niñas bien desarrollados

Con Microrregiones, el gobierno emprende su principal esfuerzo de coordinación interinstitucional para incidir en las causas que originan la pobreza: participan 12 Secretarías de Estado, 31 Gobiernos Estatales, 1,334 presidentes municipales, así como organizaciones de la sociedad civil, empresas, instituciones académicas y la sociedad en general. Su propósito es generar dinámicas de desarrollo en los 1,334 municipios considerados de alta marginación o con población predominantemente indígena. El programa promueve la construcción y el mejoramiento de las vías de comunicación, los sistemas de agua y alcantarillado, la telefonía, el equipamiento escolar y la vivienda. También favorece la creación de unidades para capacitación laboral o mecanismos de apoyo para la comercialización de productos artesanales.

Contigo reconoce que el desarrollo social depende del crecimiento económico, y que éste, a su vez, se alimenta del desarrollo humano. En Contigo, la política social y la política económica van de la mano (3).

Como se ha mencionado en el anterior tema, la estrategia gubernamental CONTIGO ha marcado la principal tendencia gráfica que el área de Comunicación Interna de la SEDESOL sigue durante la actual administración, proyectándose a través de todos los productos que esta área crea.



Pantone 300



Pantone 144



Pantone Magenta Process



Pantone 348

(3) Sistema de Internet de Presidencia, “explicación de la estrategia”, Internet, 3 de abril de 2004, disponible: <http://www.contigo.gob.mx/index.php?idseccion=7>

3.2 Elementos gráficos como forma de comunicación interna

Junto con el logotipo de la Secretaría, el otro elemento gráfico es el logotipo de Contigo hecho por 18 manos que forman la República Mexicana y regido por un manual de imagen avalado por la Presidencia de la República, “Manual para el Ordenamiento de las Herramientas de Comunicación”, que marca las aplicaciones generales y para ciertos productos, principalmente en papelería y desplegados para prensa, sin embargo no contempla el aspecto de señalización, mismo que se deja en manos de cada dependencia, por lo que quien suscribe esta tesis, ha creado un manual sobre señalización que respeta los principios básicos de la imagen de la estrategia Contigo y propone el desarrollo de los elementos gráficos, buscando dos objetivos principales, que se respete y se posicione la imagen de Contigo entre los que trabajamos en la Secretaría y por otra parte cumplir con todas las políticas de señalización urbana que deben tener los elementos de esta parte del diseño gráfico en los inmuebles de la Secretaría, aprovechando la coyuntura de la adquisición, ya sea en compra o renta de tres inmuebles en la Ciudad de México.

*Logotipo de la
Secretaría de
Desarrollo Social
durante la adminis-
tración del
Presidente Fox.*



Cabe hacer mención que tanto el logotipo de Contigo como su aplicación ha sufrido cambios desde su creación, por lo que se trabaja constantemente en adaptarse a las nuevas necesidades, así como difundir al interior de la Secretaría las adaptaciones del logotipo y su sinergia con la imagen propia de la Secretaría.

3.2.1 La señalética, los signos gráficos y los “Glyphs”

Como resultado de los acontecimientos humanos a lo largo de su historia y ante la necesidad de legar una constancia de su vida el hombre ha buscado marcar su medio a través de marcas o señales, surgiendo así con el paso del tiempo un lenguaje de comunicación simbólica con la finalidad de ser captado instantáneamente, creando de esta manera una forma de comunicación que fuera común para todos, es decir “universal”.

A lo largo de la historia el sentido de los dibujos y símbolos elaborados fueron tomando mayor relación entre ellos y se generaron ideas más complejas, pasando así de un lenguaje pictórico a uno fonético.

la señalización

La señalización es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos.

Es de carácter “autodidáctico”, entendiéndose éste como modo de relación entre los individuos y su entorno.

Se aplica al servicio de los individuos, a su orientación en un espacio a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

Existe un aumento en el flujo de individuos de procedencias y niveles socio-culturales muy distintos. Pero este movimiento demográfico tiene el carácter de circunstancial; esto implica que el individuo se encuentra constantemente frente a situaciones nuevas de organización y morfología del espacio, lo cual acarrea problemas en su desenvolvimiento y por consiguiente una mayor necesidad de información y orientación. Por ejemplo, usuarios de diferentes nacionalidades, con su diversidad lingüística y cultural, grados de alfabetización, componentes psicológicos, etc., reunidos en un lugar determinado: aeropuerto, centro médico, administración pública.

Precisamente la señalización constituye una forma de guía para el individuo en un lugar determinado, que llama discretamente su atención y da la información requerida en forma “instantánea” y “universal” (4).

(4) Díaz Colodrero, Germán, “Señalética”, Wolkoweb,, Internet, 28 de febrero de 2004, disponible en <http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/apuntes.html>

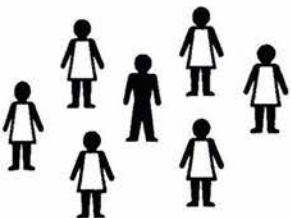




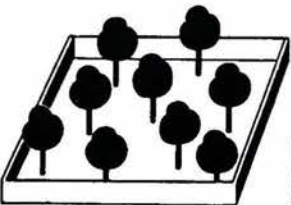
Niño junto
bomba de



Niño entre
dos niñas



Niño
entre niñas



Hay árboles
por todo
el jardín

La creación de un sistema de signos gráficos fue promovida por el Dr. Otto Neurath (1882-1945) quien a partir de una exposición de viviendas en Viena durante el año de 1920, quien posteriormente fuera de Austria y junto a Rudolf Carnap y Charles W. Morris crearon la International Encyclopedia Of United Science en la que se publicaron diversos artículos relacionados a la semiótica buscando crear un idioma gráfico internacional que más tarde lo denominaron ISOTYPE (International System of Typographic Picture Education) promoviendo su idea de que los signos gráficos deben cumplir con “tres miradas”; en la primera se debe percibir las propiedades más importantes del objeto, en la segunda, las menos importantes y en la tercera, los detalles adicionales, suprimiéndose cualquier detalle o variación superflua del pictograma.

Debido a la intensa labor de Neurath en el campo de las imágenes objetuales y los pictogramas (adelante explicados) se puede considerar que es el propulsor de la señalética moderna, por lo menos en lo que a señales de circulación se refiere, ya que tenía contacto con diversas organizaciones internacionales y poseía un archivo a disposición de la pedagogía gráfica.

Los “Glyphs” son entendidos, de acuerdo a la antropóloga y lingüística Mary Catherine Bateson, como un signo visual convencional que no está sujeto a ninguna forma vocálica determinada, y su forma visual deberá ser conocida internacionalmente y en independencia de las asociaciones locales. Estos fueron creados por Rudolf Modley quien era colaborador de Neurath y quien trasladó su trabajo a los Estados Unidos fundando la Glyphs Inc. Después de una ardua tarea en la creación de pictogramas y representaciones gráficas para estadísticas comerciales.

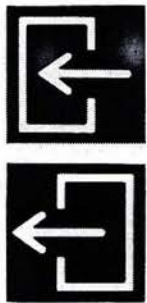
3.2.2 Los pictogramas

Los pictogramas son por naturaleza propia una respuesta a las necesidades de comunicación que hay entre las personas, ya sea de diferentes pueblos, como de diferentes estatus sociales, por ello los pictogramas han venido a resolver los problemas de comunicación inmediata en principio, ya que a través de soportes y ubicaciones se les ha identificado hoy en día, tal es el caso de aquellas señales en soportes redondos, cuadrados o triangulares que son ampliamente identificadas por todos hoy en día.

Otra característica de los pictogramas es que vienen a solucionar el problema del lenguaje, ya que imágenes como las de un avión son identificadas más allá de nuestras fronteras y no requieren de una descripción alfabética.



La imagen de un teléfono es perfectamente conocida en cualquier parte del mundo y no necesita de un texto para su identificación.



El pictograma de entrada y salida no es muy conocido entre las personas, por ello es que tienen una mayor aceptación las palabras.

La elaboración de los pictogramas ha llevado a una evolución en cuanto a la lectura o percepción por parte de la población en general, además dentro de los pictogramas existen tres tipos de estos:

Grupo uno. Los signos que por la naturaleza, están basados en imágenes de siluetas que nos dan una perfecta imagen de lo que se refiere, para comprender este tipo de imagen no es necesario ningún proceso de aprendizaje previo.

Grupo dos. Este tipo de pictogramas, que si bien son presentados una y otra vez, su significado puede parecer no tan claro, son elementos abstractos de actividades u órdenes que requieren de cierto momento de reflexión para entenderlos, en algunos casos este tipo de señalamientos están acompañados de su información gramatical



tabla de normas imágenes pictóricas en relación al tráfico en los Estados Unidos

Grupo tres. Este grupo de pictogramas tiene una naturaleza abstracta, que no tienen ninguna referencia figurativa ni esquemática, que por lo tanto requieren de un proceso de aprendizaje, sin embargo cuando se han incorporado a nuestro lenguaje gráfico tienen una inmediata asimilación, tal es el caso de la señal de prohibición o el semáforo.

3.2.3 La concisión visual

El lenguaje visual requiere de dos funciones para que pueda ser entendido en su totalidad; los elementos semánticos (La semántica es el estudio del significado de los signos lingüísticos y de sus combinaciones) que sirven para la expresión de una circunstancia y la función sintáctica (la sintaxis es la parte de la gramática que enseña a coordinar y unir las palabras para formar las oraciones y expresar los conceptos) que asocia la expresión de una circunstancia particular a una proposición, tal es el caso de la señal de no fumar, en la que el cigarro es el elemento semántico, ya que significa fumar y la línea transversal en rojo tiene la connotación de prohibición, lo que significará prohibido fumar.

La concisión gráfica debe asimilarse por su claridad visual y no por su estética, entender la forma eficazmente a través un signo a partir de la expresión y el contenido.

La diferencia entre la lectura lingüística y la de imagen es que en la lingüística se entiende a partir de la concatenación de las palabras para formar frases mientras que en la lectura de imagen se capta simultáneamente, es decir sintéticamente. Es por ello que universalidad de las imágenes nos enseñan a ver a nuestro mundo de una manera informada sin que ello requiera de señales lingüísticas para su entendimiento.

3.2.4 Los tipos de señalización empleados

La señalización tiene una un función reactiva y no pasiva en relación con el resto de signos utilizados, ya que su sentido infiere una orden, advertencia, prohibición o instrucción, los signos de las señales han tomado un aspecto importante en nuestra vida diaria.

La señalización empleada para la Sedesol está basa en la señalización urbana tradicional, por lo que también se han tomado en cuenta aspectos como la contaminación visual. Al mismo tiempo que el tipo se pictogramas utilizados, los tipos de señalización utilizada es:

Señalización preventiva. Ésta se considera la más importante por su finalidad, además debe cumplir con ciertas normas de tamaño, material y color.

Sin embargo y debido a la aplicación de colores y materiales especiales que se requiere para esta señalización, el tono de verde que se aplicará se apegará a las normas oficiales.

Para la aplicación y diseño de esta señalización se coordinarán los esfuerzos con la Unidad Central de Protección Civil de esta Secretaría y las Normas oficiales de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social: NOM-026-STPS-198 y NOM-002STPS-2002.

La señalización restrictiva complementa a la preventiva considerándose en algunos momentos una rama de ésta y por lo tanto está considerada dentro de la señalización apegada a las normas que la Secretaría del Trabajo Y previsión Social.

Esta parte de la señalización es la encargada de informar o delimitar lugares reservados para personal autorizado o bien para espacios en los que no se deberá acceder bajo cierto criterios o condiciones por generar cierta situación de riesgo, esta señalización es dirigida al grupo de personas más próximas al lugar o espacio como principal objetivo y para aquellas que tengan contacto aunque sea esporádico.

Señalización informativa. Dirigida a todos los usuarios del inmueble, abarca la información de carácter general que se necesita para llegar a cualquier espacio en particular como oficinas o bien zonas generales como baños, escaleras de servicio y elevadores.

La señalización informativa tiene una mayor libertad en el diseño, y deberá cumplir con ciertas reglas de reticulación propuestas por el creador, buscando siempre una incorporación a los espacios de su entorno, este tipo de señalización buscará, en este caso, reforzar la imagen de “Contigo” entre los trabajadores y visitantes.

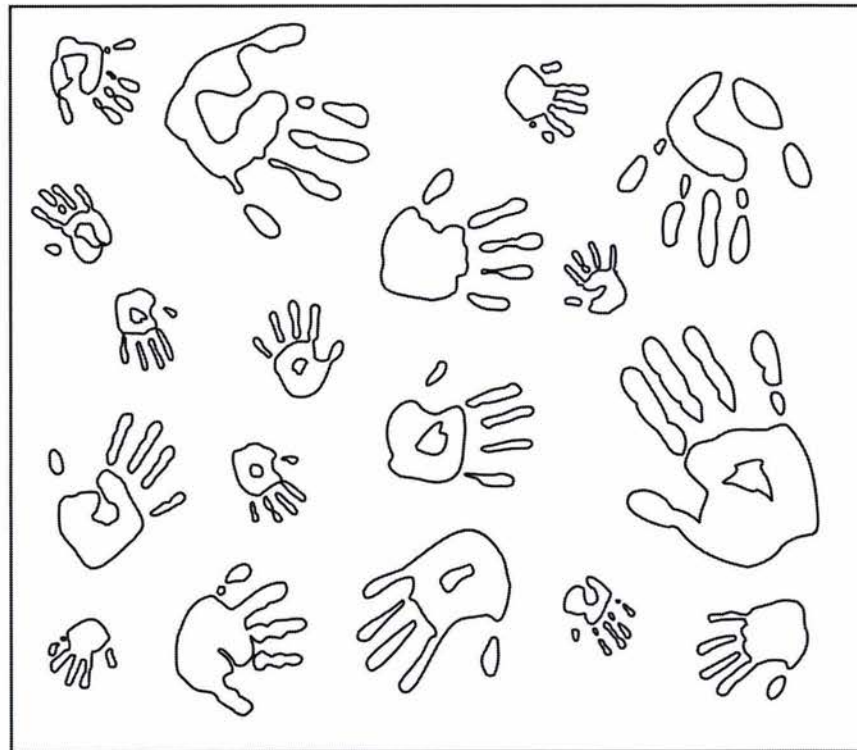
En su mayoría está compuesta por la propuesta hecha por el suscrito que se basa en el color magenta process con un calado de manos (adelante se explica el tipo de retícula), dejando un espacio blanco en la parte central superior donde se ubica el logotipo de “Contigo” teniendo importante presencia en el señalamiento, por otra parte el logotipo de la Secretaría se ubicará en la parte inferior derecha, calado en blanco y teniendo un tamaño de X (en la retícula de formación se explica la equivalencia del tamaño X).

3.3 Productos desarrollados para la Secretaría, políticas de uso y normatividad.

El área de Comunicación Interna es la principal generadora de imagen hacia todos los que trabajan en la SEDESOL, es también por definición el órgano de distribución e información teniendo bajo su responsabilidad el total de los proyectos internos que conllevan imagen, información y contenido institucional.

3.3.1 La propuesta básica de la señalización.

Entre los elementos que se han creado para el apoyo a la señalización, esta propuesta está basada en el logotipo de la estrategia "Contigo", así como el color asignado a la Sedesol para emitir las propuestas gráfica ligadas a la estrategia, por lo que se desarrolló una propuesta básica, cabe mencionar que la relación el tamaño y orientación que se utiliza en esta retícula, es la misma que existe en el logotipo de "Contigo".



El imago tipo de "Contigo", la propuesta básica para la señalización, en ella se respeta el tamaño y orientación que prevalece en el original

Además de las manos como elemento identificador de la retícula, se utiliza el color asignado a la Secretaría para la estrategia “Contigo”, misma que complementa la imagen.

Retícula básica de los señalamientos utilizados en los inmuebles de la Sedesol



En complemento al uso en la retícula, las manos también son utilizadas para el diseño de imagotipos para diferentes campañas internas como parte del posicionamiento de la imagen de la estrategia “Contigo” entre los servidores públicos de la Secretaría.



Descripción del formato usado en la señalización, con la integración de los elementos que se utilizan en cada uno de ellos así como el logotipo de la estrategia “Contigo” y el de la Sedesol.

3.3.2 Apego de la señalización a la Norma Oficial Mexicana NOM-026-STPS-1998

Con la intención de conservar los criterios de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social en materia de señales y colores de seguridad e higiene, la señalización preventiva y restrictiva se apegan en su totalidad a lo dispuesto por esta instancia, en coordinación con la Dirección de Seguridad y Protección Civil de la Sedesol.

En el capítulo cuatro de esta norma se establecen las definiciones y simbología en los que describen conceptos como la banda de identificación, el color de seguridad, el color de contraste, la señal de seguridad e higiene y el símbolo.

En séptimo capítulo se habla de los colores de seguridad a través de la siguiente tabla en la que se marcan los colores de seguridad, su significado y aplicación:

Color de seguridad	Significado	Indicaciones y precisiones
Rojo	Paro	Alto y dispositivos de desconexión para emergencias
	Prohibición	Señalamientos para prohibir acciones específicas
	Material, equipo y sistemas para combate de incendios	Identificación y localización
Amarillo	Advertencia de peligro	Atención, precaución, verificación, identificación de fluidos peligrosos
	Delimitación de áreas	Límites de áreas restringidas o de usos específicos
	Advertencia de peligro por radiaciones ionizantes	Señalamiento para indicar la presencia de material radioactivo
Verde	Condición segura	Identificación de tuberías que conducen fluidos de bajo riesgo. Señalamientos para indicar salidas de emergencia, rutas de evacuación, zonas de seguridad, primeros auxilios, lugares de reunión, regaderas de emergencia, lavajos, entre otros.
Azul	Obligación	Señalamientos para realizar acciones específicas

Los colores contrastantes, por su parte son aquellos que facilitan la percepción de los colores de seguridad.

Color de seguridad	Color contrastante
Rojo	Blanco
Amarillo	Negro
Amarillo	Magenta *
Verde	Blanco
Azul	Blanco




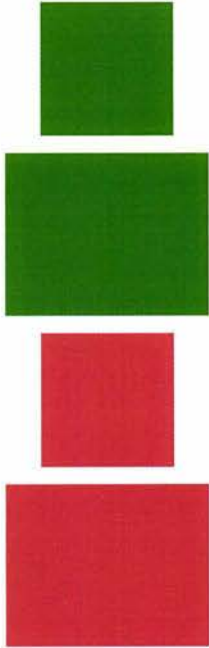
* El magenta será color de contraste únicamente en el caso de la señal utilizada para indicar la presencia de radiaciones ionizantes.

Además de los colores de seguridad, se describen las señales propias de la seguridad e higiene en éstas se establecen ciertas características como:

Evitar el uso indiscriminado de estas señales, su eficacia basada en la colocación de las mismas y para ello se describen los objetivos que deberán cumplir:

- 1 Atraer la atención de las personas a quienes está destinada,
- 2 Conducir a una sola interpretación,
- 3 Ser claras para facilitar su interpretación,
- 4 Informar sobre la acción específica a seguir en cada paso, y
- 5 Ser factible de cumplirse en la práctica.

Para esto también se deberá contar con las figuras geométricas que se asocian con su significado, para ello se creó la siguiente tabla.

Significado	Forma geométrica	Descripción de la forma geométrica	Utilización
Prohibición		Círculo con banda circular y banda diametral oblicua a 45° con la horizontal, dispuesta de la parte superior izquierda a la inferior derecha	Prohibición de una acción susceptible de provocar un riesgo
Obligación		Círculo	Descripción de una acción obligatoria
Precaución		Triángulo equilátero. La base deberá ser paralela a la horizontal	Advierte de un peligro
Información		Cuadrado o rectángulo. La base medirá entre una a una y media veces la altura y deberá ser paralela a la horizontal	Proporciona información para casos de emergencia

3.3.3 Creación de la señalización para el inmueble de Paseo de la reforma # 333 “Torre Hábitat”

En la Sedesol se han dado muchos cambios a partir de esta administración, mismos que han llegado hasta las instalaciones de la propia dependencia, por tal motivo la Oficialía Mayor de esta instancia tomó la decisión de concentrar en tres inmuebles al total de la población que labora en la Ciudad de México, misma que se encontraba dispersa en 5 inmuebles, de los cuales 3 eran rentados y mismos que por su antigüedad ya no ofrecían las condiciones necesarias para el desarrollo adecuado de las actividades, es por ello que a partir de mayo de 2002, la Sedesol inició el cambio paulatino de todos los empleados teniendo como resultado inmuebles cercanos entre sí y con una excelente ubicación: Paseo de la Reforma # 116 “Torre Sedesol”, Paseo de la Reforma # 51 “Torre Contigo” y Paseo de la Reforma # 333 “Torre Hábitat”.

Para la adecuación de la imagen de estos inmuebles se buscó el reforzamiento de la imagen “Contigo”, así como la funcionalidad en el diseño y por supuesto el apego a las normas de Protección Civil en el caso de la señalización preventiva y restrictiva, por tal motivo se han desarrollado los manuales de imagen para los inmuebles, mismos que comprenden los tres ejes de la señalización urbana (preventiva, informativa y restrictiva), cada uno de estos manuales son adecuados a las necesidades de los inmuebles donde serán colocados.

Sirviendo de ejemplo para este proyecto, se presenta en el anexo 1 de esta tesis, el manual de señalización elaborado para la “Torre Hábitat” que es el último de los inmuebles adquiridos por la Sedesol y que está en proceso de ocupación, cabe mencionar que para la producción y colocación de la señalización se han contratado empresas externas y que el proyecto creativo a sido desarrollado por quien suscribe, así como la supervisión de la colocación.

La elaboración del manual llamado “Señalización Total” es resultado del proceso de propuestas gráficas presentadas a la Oficialía Mayor, buscando reforzar tanto la imagen de la Secretaría como plantear una imagen propia para la estrategia CONTIGO, misma que no se había desarrollado anteriormente.

Para el planteamiento de sujeción se aplicaron dos propuestas: Montaje Plano, utilizado en superficies planas y verticales, el Montaje de Bandera utilizado en señalamientos que deberán sujetarse en el techo o bien en superficies verticales pero que su identificación o lectura necesita ángulos perpendiculares a la pared o superficie de la que se está colocando.

3.3.3.1 Fonart, el diseño de las marquesinas

El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías ha tenido un crecimiento sostenido durante la presente administración, tal es el hecho de la apertura de nuevas franquicias y tiendas, no solo en nuestro país sino también en España. Al mismo ritmo de la reposición de las tiendas de Fonart, no solo como espacios de venta sino también como centros de exposición de artesanos mexicanos, se encomendó al suscrito la creación del diseño de marquesina para la más nueva tienda ubicada en la planta baja de la “Torre Sedesol” Paseo de la Reforma # 116.

La propuesta del diseño se apoyó principalmente en la imagen generada para la Secretaría con la aplicación del diseño CONTIGO en el que se resalta un gran espacio magenta “salpicado” por las manos en un tono más claro y aplicando un espacio blanco en el que se coloca el logotipo de la tienda y el de CONTIGO, con ello se busca el reforzamiento de la estrategia y su liga en el apoyo social para los artesanos mexicanos.

Fotomontaje de la propuesta final de las marquesinas que se colocaron en la Tienda - Galería de Fonart, ubicada en Paseo de la Reforma # 116 y Milán, ahora la misma marquesina se ha presentado en otras tiendas



La propuesta inicial se aceptó y ahora se está aplicando en las tiendas que se encuentran en el Distrito Federal (Av. Patriotismo, Av. Juárez y Paseo de la Reforma).

1.



2.



3.



4.



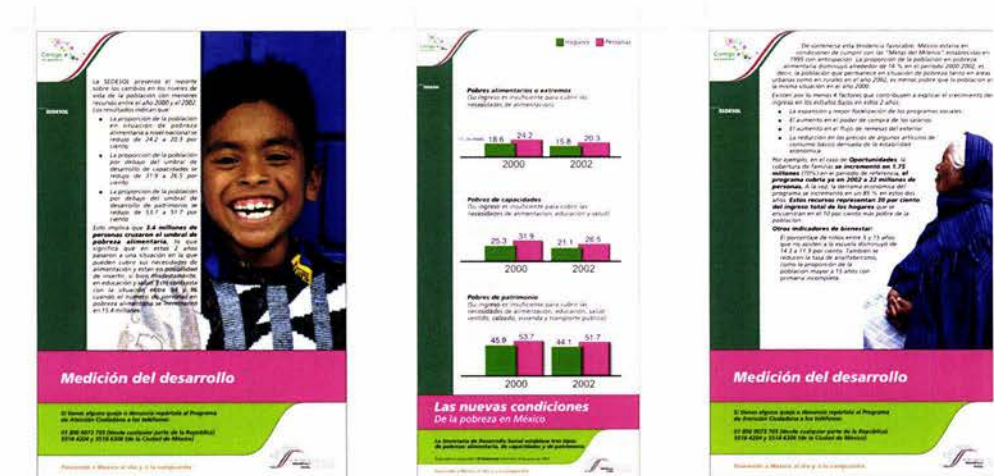
Para FONART se hicieron cuatro propuestas tomando siempre como elemento principal, el color magenta en combinación con las manos que forman el imago tipo de CONTIGO, de estas propuestas, la número 4 es la que se está aplicando desde noviembre de 2002.

3.3.4 Mamparas

Con la intención de mostrar a nuestros trabajadores sobre los programas que se trabajan en la Secretaría se han diseñado de diferentes mamparas que se colocan en la entrada del inmueble principal ubicado en Paseo de la Reforma # 116 (Torre Sedesol) en las que se encuentra una explicación completa sobre los diferentes programas y estrategias para combatir la pobreza por parte de la Sedesol, como estas mamparas se localizan en el ingreso principal del inmueble también son apreciadas por los visitantes externos.

Al mismo tiempo se trabaja actualmente con la colocación de mamparas en todas las Delegaciones Estatales de la Secretaría y en el resto de los inmuebles, estas nuevas mamparas tienen otras medidas, ya que por los espacios disponibles en las oficinas de los estados, se debe contemplar un diseño diferente, pero que maneje la misma información.

Los temas cambian cada dos meses y es responsabilidad de Comunicación Interna desarrollar los gráficos para dichos proyectos en coordinación con las áreas que colocan su información.



Arriba:
Diseño de las mamparas elaboradas con un tamaño final de: 2 X 1.40 m y 2 X 1 m

Abajo:
Fotografía de mamparas montadas en exhibición.



Nuevas mamparas que a partir de mayo estarán en los inmuebles.



Mampara de mayor medida coque se colocará en la Torre Sedesol



Mampara de menor medida que la anterior, pero de la misma altura

Mamparas diseñadas para las Delegaciones Estatales, éstas están montadas sobre una estructura metálica y lo único que se cambiará bimestralmente es el gráfico, la medida final es de .50 X 1.50 m.

Modelo de la mampara que se diseñó para las Delegaciones Estatales, por su forma, se incorpora mayor contenido, por lo que se sólo se usan tres en lugar de 6.



3.3.5 Publicaciones

En la Secretaría no se contaba con una publicación que informara a los trabajadores sobre los aspectos generales más importantes de la Dependencia de una manera oficial, es decir, que presentara la versión oficial de la Secretaría, por tal motivo se propuso la elaboración de un boletín que pudiera ofrecer esta información de interés general.

Cabe mencionar que por parte del Sindicato se presenta de manera anual un boletín con información en contra de las autoridades de la Secretaría que tiene la intención de desestabilizar al interior de la Dependencia.

Por tal motivo durante el año 2002 se creó la publicación “10 minutos entre nosotros” misma que estaba diseñada en formato media carta y se emitió a dos tintas, teniendo una periodicidad mensual, cabe mencionar que para esta publicación se utilizó la imprenta interna de la Secretaría misma que es una prensa plana y el papel que se utilizó fue el con el que se contaba dentro de la Dependencia. Actualmente se trabaja en el diseño de una nueva publicación que tiene alcance nacional y que da continuidad a la publicación “10 minutos entre nosotros”, ésta se llama “En la Sedesol”, su formato es tamaño carta a cuatro hojas, al igual que su antecesora, trata temas de interés general, sin embargo su tiraje es mayor, tiene una periodicidad mensual y en ella participan más personas, esta publicación está en su segundo número.

Nuevo CEN
Sindicato Nacional de Trabajadores de la Secretaría de Desarrollo Social

Primera y cuarta de forros de la primer publicación que se realizó en la Secretaría "10 minutos entre nosotros", tuvo 4 números y un traje de aproximadamente 2,000 ejemplares.

La ciudad de Villahermosa, Tabasco fue la sede del Primer Congreso Nacional Ordinario del Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Secretaría de Desarrollo Social (SNT-SEDESOL) los pasados 25, 26 y 27 de septiembre del presente año, con el fin de estudiar y analizar el Informe Laboral de la Dirección Nacional, además de la designación del cuadro Directivo Nacional durante el trienio 2002-2005.

Originalmente planeado para la Mérida, los estragos de "Isidoro" en lo alto de la península obligaron a trasladar dicho evento a Villahermosa, ciudad a la que asistieron los delegados de las 35 secciones que conforman al SNT-SEDESOL.

El Congreso trascendió bajo un clima satisfactorio y respeto para discutir los distintos planteamientos en torno a los asuntos de interés general y proponiéndose las soluciones más adecuadas para su pronta aprobación.

El primer objetivo, mediante votaciones establecidas fue la elección de los nuevos Directivos Nacionales que representarán al Sindicato durante el periodo 2002-2005.

Bajo este esquema, la C. Cristina Olvera Barrios, Secretaria General comentó que los temas de mayor prioridad para tratarse con la brevedad posible son: 1.- Incrementar las becas educativas; 2.- basificación de trabajadores operativos de confianza e interinos; 3.- nivelación salarial y 4.- reconocimiento a los trabajadores con Licenciatura para ocupar puestos de mando medio, entre otros.

La clausura del Primer Congreso del SNT-SEDESOL estuvo a cargo del Lic. Octavio Aguilar Valenzuela, Oficial Mayor de esta Secretaría, quien con su presencia puso de manifiesto la disposición y voluntad de las autoridades para concertar acuerdos benéficos para todos y cada uno de los trabajadores de la Secretaría.

Así quedó conformado en CEN para el trienio 2002-2005:

- C. Cristina Olvera Barrios Secretaria General
- C. Nazario Lima Soledad Presidente del Consejo Nacional de Vigilancia
- C. Bernardino Cañas Hernández Secretario de Organización, Acción Política y Actas
- C. José Torres Toledo Secretario de Conflictos Laborales
- C.P. Próspero Gámez Inguel Secretario de Finanzas y Patrimonio Sindical
- C. Jesús Sandoval Torres Secretario de Prestaciones Sociales y Servicios Médicos
- C. Ma. Eugenia Dávalos González Secretaria de Escalafón y Servicio Civil de Carrera
- Ing. José Rosas Flores Secretario de Promoción de la Vivienda
- C. Jesús Ramón Valenzuela Casas Secretario de Administración
- C. José Alberto Ruiz López Secretario de Promoción Deportiva, Cultural y Recreativa
- C. Cruz Virginia Hernández Díaz Secretaria para la Integración de la Mujer
- C. Gustavo Rivera Ruiz Secretario de Capacitación, Administración y Educación Sindical

10 MINUTOS ENTRE NOSOTROS, es una publicación de la Coordinación General de Administración de la Secretaría de Desarrollo Social para todos los trabajadores del Sector de Desarrollo Social. Para cualquier duda o comentario, por favor dirigirse al área de Comunicación Interna Paseo de la Reforma # 51 piso 6, Col. Tabacalera, México 06030. D.F. Teléfono 5703 3271-78. Mail: jang@sedesol.gob.mx

10 Minutos entre nosotros

Boletín informativo para los trabajadores de la Secretaría de Desarrollo Social

En nuestra Secretaría
Clima Organizacional
 Contigo... **el cambio es posible**
 Ya estamos en Reforma

Temas de salud y seguridad
Cáncer de mama y la Semana de Seguridad

Participa en el ahorro
Energía Eléctrica

Con **Oportunidades**, un millón de familias más

Septiembre - octubre

Trámites
Nuevo CEN
 Sindicato Nacional de Trabajadores de la Secretaría de Desarrollo Social

Torre Contigo®
 Paseo de la Reforma # 51 Col. Tabacalera, México, D.F.

Abajo Se muestra la retícula básica de la primera y cuarta de forros de la nueva publicación de la Secretaría "En la Sedesol"

A partir de este año, el boletín cambia de tamaño y nombre, pero sigue manteniendo el compromiso de informar los aspectos más relevantes de la Secretaría

Página 4 marzo-abril 2004

10 Minutos entre nosotros

Este boletín se elabora en la Dirección de Comunicación Interna de la Dirección General de Recursos Humanos, Torre Contigo Paseo de la Reforma 51 piso 6, Col. Tabacalera, C.P. 06030, México, D.F. Comentarios en el teléfono 5747 7300 Ext. 55520, 55521 y 55525, Mail: comunicacioninterna@sedesol.gob.mx

Contigo **el cambio es posible**

En la **SEDESOL**

Número 2, año 2 marzo-abril 2004 Boletín informativo para los trabajadores de la Secretaría de Desarrollo Social

Contenido	Contenido	Contenido	Contenido
-----------	-----------	-----------	-----------

Servicio Profesional de Carrera
 Ministerio de Gobernación y Administración
 Estrategia por México

Unidad e Inicialidad
 20 años de la Ley del Trabajo
 Ley Orgánica del Poder Judicial

Boletín "10 Minutos entre nosotros"
 El trabajo en la Secretaría de Desarrollo Social
 (Comunicación Interna)

SEDESOL



Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Introducción

Como respuesta a las necesidades de información, señalización que los inmuebles de la Secretaría Desarrollo Social necesita, se ha diseñado la siguiente propuesta gráfica en la que se incluye el logotipo de la estrategia "Contigo", misma que formará parte de la imagen y de cada uno de los señalamientos que coloquen.

La señalización propuesta para el inmueble de Paseo de la Reforma 333, tiene tres principales variantes: señalización informativa, restrictiva y preventiva, mismas que están ligadas con el concepto visual propuesto por esta área para apoyar la estrategia "Contigo", únicamente en la señalización preventiva se mantienen la imagen que las Normas de Protección Civil dan a conocer.

Los colores y relación de tamaños

La relación de tamaños entre las manos siempre será misma que se proyecta en el logotipo de la estrategia "Contigo"



Pantone 348 C

Pantone process magenta

Pantone 144 C

Pantone 300 C

C: 100%

C: 0%

C: 0%

C: 100%

M: 0%

M: 100%

M: 45%

M: 40%

Y: 80%

Y: 0%

Y: 100%

Y: 0%

K: 25%

K: 0%

K: 0%

K: 0%

R: 0

R: 24

R: 255

R: 0

G: 110

G: 0

G: 140

G: 80

B: 35

B: 120

B: 0

B: 180

3.3.5 Red y Norma de Comunicación Interna.

Bajo la administración de este gobierno se ha percatado de la necesidad de separar la función de información y comunicación interna de la función de información y comunicación hacia la población, esta última tarea encomendada a la Unidad de Comunicación Social de cada Dependencia, es por ello que en la Oficina de Servicio Civil de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se crea la red de Comunicación Interna a finales de 2002 con la visión de promover el intercambio y la difusión de las mejores prácticas de innovación y calidad gubernamental, así como fomentar al interior de las Dependencias la creación de un equipo de comunicación que facilite el flujo de información estratégica.

En este esfuerzo se suma la Presidencia de la República, la Procuraduría General de la República, así como las 18 Secretarías de estado, para febrero de 2002 el área de Comunicación Interna de SEDESOL se integra en mi persona y se inicia un producto trabajo e intercambio de experiencias.

Para principios del presente año se crea el Consejo de Comunicación interna integrado por cuatro Secretarías de Estado, la Presidencia de la República y presidido por la Oficina Presidencial para la Innovación Gubernamental, este Consejo es el encargado de dictar los lineamientos y acciones sobre la Comunicación interna al interior de la Red y reflejado en las Dependencias, SEDESOL forma parte de este Consejo

El 25 de septiembre de 2002 se firma la Norma de Comunicación Interna que es el documento oficial por el cual se establece a partir de ese momento el compromiso de impulsar esta actividad al interior de las oficinas de Gobierno Federal.

El trabajo en el Consejo y la Red de Comunicación es más que un cargo burocrático, un compromiso que se ha venido desarrollando con éxito ya que a través de las Reuniones Plenarias de la Red se han elaborado estrategias de comunicación que son compartidas entre todas las Secretarías, además se han propuesto en marcha campañas homologando y compartiendo experiencias para mejores resultados, también esta Red utiliza muchos de sus esfuerzos para promover la Agenda Presidencial de Buen Gobierno.

Anexo 1

Manual de señalización del inmueble de “Torre Hábitat”

Conclusión

Con la experiencia adquirida en empresas anteriores como Banco del Atlántico en la estuve de 1991 a 1996, manejando mis primeras experiencias en diseño gráfico y los antecedentes en comunicación interna y organizacional, posteriormente en Banco Santander (1996-1999) y Corporación Interamericana de Entretenimiento (1999-2001) adquirí lo necesario para hacer muchos de los planteamientos que ahora expongo en este último capítulo, en el que se expresan básicamente el trabajo realizado en torno a la señalización y en particular la elaborada en un inmueble, sin embargo la participación en otras disciplinas del diseño dentro del ámbito laboral tienen cierto reflejo en este trabajo.

En el punto 3.3.5 se expone la red y Norma de Comunicación Interna del Gobierno Federal, temán que expongo brevemente, pero que me ha abierto las puertas en ayudar y participar con otras Secretarías en materia de diseño gráfico, así como en eventos internacionales en los que el Presidente de la República me ha otorgado un reconocimiento por mi desempeño.

Sin lugar a dudas he experimentado un crecimiento y maduración en el proceso del diseño, además se han incrementado los proyectos contadose aquellos cortos como otros de un mayor alcance, inclusive de impacto institucional, con adaptación a los nuevos entornos, materiales e inclusive a al sector público y privado.

A lo largo de mi experiencia profesional he interactuado con un sin numero de personas que me han ayudado a desarrollar mi profesión u oficio en ésta se cuenta todo tipo de personas, diversificadas por la cantidad de personas que se han convertido en mis “clientes” o jefes.

Como comentario final, quiero decir este proyecto es la culminación no solo de mi estudios universitarios, sino que también me da la pauta de colocarme como un profesionista de esta carrera, este proyecto significó un gran estímulo personal y un orgullo para quienes me consideran apto para el diseño y me ha dado la oportunidad de mantener un constante crecimiento.

A partir de esta tesis, he modificado mi manera de ver el diseño o la comunicación gráfica ya que regresé a la academia y ello me implusa a seguir adelante.

Bibliografía Capítulo III

Haciendo Camino para la Prosperidad (Manual de Inducción de la Sedesol)

Subdirección de Capacitación

Secretaría de Desarrollo Social, Oficialía Mayor.

México, 2001

De Diseño

Moreno Luis

“Cómo se gesta la nueva imagen de un nuevo gobierno”

Grupo Malabar, S.A de C.V.

México, 2001

Sistema de signos en la comunicación visual

Otl Aicher y Martín Kramper

Ediciones G. Gil, S.A de C.V.

México, 1991

Signos, símbolos, marcas, señales

Adrián Frutiger

Ediciones G. Gil, S.A de C.V.

España, 1981

El lenguaje de los símbolos gráficos

Guillermo De la Torre y Rizo

Editorial Limusa, S.A. de C.V.

México, 1992

Manual para el ordenamiento de las herramientas de comunicación

Coordinación General de Opinión Pública e Imagen

Presidencia de la República

México, 2002



Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Señalización preventiva

Ésta se considera la más importante por su finalidad, además debe cumplir con ciertas normas de tamaño, material y color, mismas que podrán estar en armonía con la imagen de la estrategia "Contigo".

Sin embargo y debido a la aplicación de colores y materiales especiales que se requiere para esta señalización, el tono de verde que se aplicará se apegará a las normas oficiales.

Se utilizará Estireno calibre 40. Con pintura fotolumincente en los casos necesarios y una medida estándar aproximada de 32 centímetros de altura y 25 de ancho. (En este documento se indica la señalización que deberá utilizar material fotolumincente) En este tipo de señalización sólo se utiliza el logotipo de la SEDESOL y no se maneja la imagen de "Contigo".

En el caso de la señalización referente a "¿Qué hacer en el caso de Sismo o Incendio?", se recomienda adquirir aquellas que ya existen de línea, ya que éstas cumplen con la norma y son más baratos.

Para la aplicación y diseño de esta señalización se coordinarán los esfuerzos con la Unidad Central de Protección Civil de esta Secretaría y las Normas oficiales de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social: NOM-026-STPS-198 y NOM-002STPS-2002.



Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Señalización restrictiva

La señalización restrictiva complementa a la preventiva considerándose en algunos momentos una rama de ésta y por lo tanto está considerada dentro de la señalización apegada a las normas que la Secretaría del Trabajo Y previsión Social, por ello para su diseño y elaboración también se coordinan los esfuerzos con la Unidad Central de Protección Civil aunque ésta tiene más apego visual a la Señalización Informativa.

Esta parte de la señalización es la encargada de informar o delimitar lugares reservados para personal autorizado o bien para espacios en los que no se deberá acceder bajo cierto criterios o condiciones por generar cierta situación de riesgo, esta señalización es dirigida al grupo de personas más próximas al lugar o espacio como principal objetivo.

Para su elaboración se siguen las mismas reglas en cuanto a materiales y tamaños e relación a la señalización preventiva, sin embargo también se pueden incorporar a los diseños propuestos para la señalización informativa y el manejo de la imagen "Contigo".



Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Señalización informativa

Dirigida a todos los usuarios del inmueble, abarca la información de carácter general que se necesita para llegar a cualquier espacio en particular como oficinas o bien zonas generales como baños, escaleras de servicio y elevadores.

Logotipo "Contigo", a todo color, centrado y sobre un espacio en blanco y respetando los espacios de "aire".



En su mayoría está compuesta por el color magenta process con un calado de manos (adelante se explica el tipo de retícula), dejando un espacio blanco en la parte central superior donde se ubica el logotipo de "Contigo" teniendo importante presencia en el señalamiento, por otra parte el logotipo de la Secretaría se ubicará en la parte inferior derecha, calado en blanco y teniendo un tamaño de X (en la retícula de formación se explica la equivalencia del tamaño X).

El texto con que se hace el señalamiento será en Frutiger 55 roman o Humanistic y estará calada en blanco, además podrá incluir flechas o posibles figuras estilizadas.

El color a utilizar será Magenta process calado con las manos del logotipo de Contigo al 75%.

Iconos figurativos con señalamientos complementarios con información restrictiva o de seguridad sobre el espacio donde se coloca el señalamiento.

Logotipo oficial de la Secretaría, calado en blanco

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

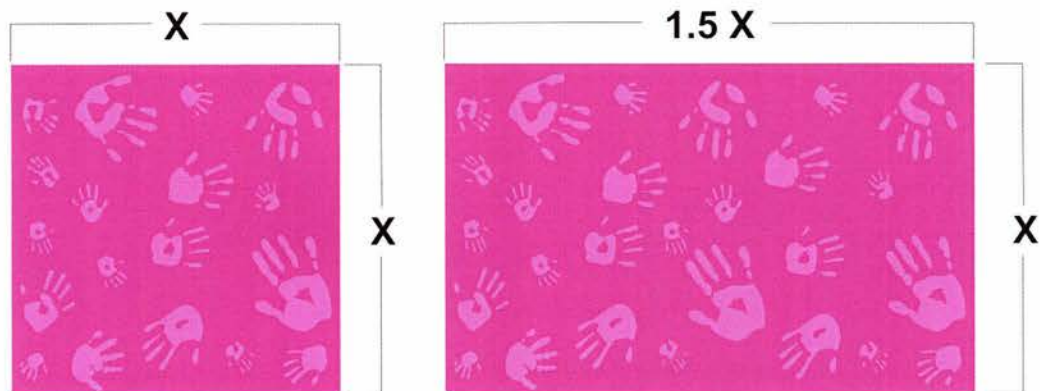


El fondo o retícula

La aplicación del fondo o retícula es válida para señalamientos, sin embargo en aplicaciones de **marquesinas** la aplicación de la medida "X" cambia al tamaño de la mano más grande del logotipo "Contigo" más el .10X superior e inferior.

Para la aplicación del fondo dentro de la señalización de la Secretaría se utilizará el color magenta process como el base para todas la aplicaciones, éste tendrá una parte predominante dentro del espacio del señalamiento manteniendo calado en su interior las 18 manos del logotipo de "Contigo" y respetando la orientación y relación de tamaños entre ellas.

La pantalla de las manos. En una superficie "1X" x "1 X" la relación será uno a uno y esta variará proporcionalmente al sumar cada "fi X" en cualquiera de las orientaciones (horizontal o vertical), es decir por cada fi X se agregarán 9 manos, respetando siempre orientación y relación de tamaño.





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

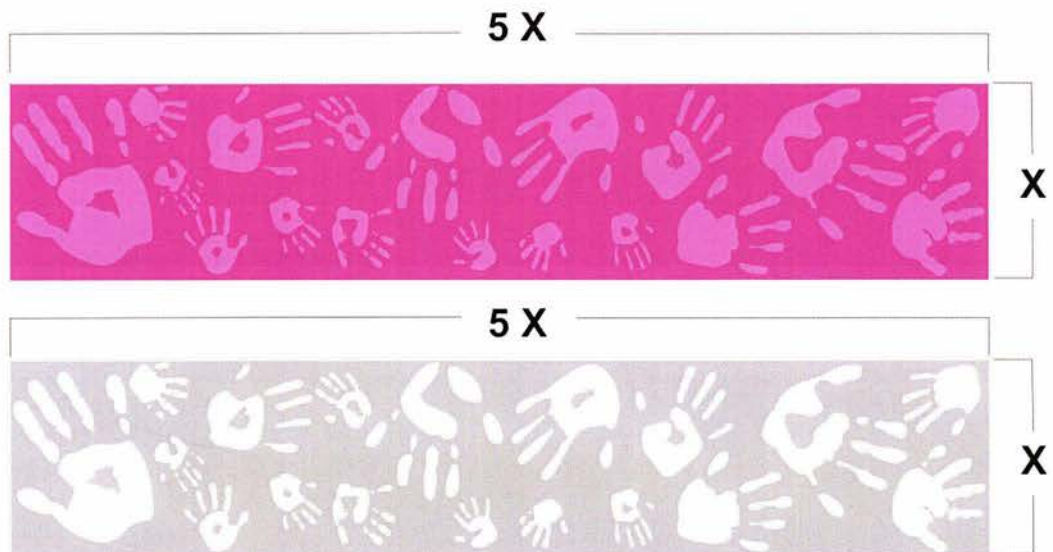


Marquesinas o pantallas

La combinación de las manos con relación al tamaño y orientación, se puede considerar como la unidad, es decir a partir de este diseño es posible repetirlo cuantas veces sea necesario.

Cuando se trate de marquesinas o espacios como cenefas, así como vidrios de acceso es factible utilizar un una franja que tenga el color magenta (nico en cuanto a color) con calado de las manos; siempre respetando la relación de tamaño y orientación dispuestas en el logotipo de "Contigo" y utilizando minimamente las 18 manos.

Otra aplicación es a través biselado o pantalla de biselado en vidrio, siempre y cuando se aplique la misma relación en tamaño y orientación.





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

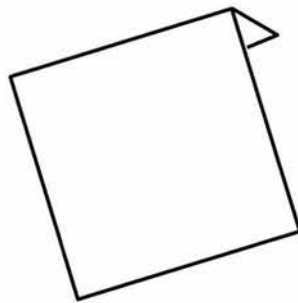


Montaje en bandera

Esta aplicación se hará principalmente para la indicación de los pisos y baños, el tamaño del señalamiento es óptimo para espacios donde no se cuenta con una pared o superficie adecuada para la colocación del señalamiento y sólo es utilizable el techo, el montaje podrá ser lateral o superior, ello dependerá del espacio donde se coloque la señal.

Por el material, utilizar este tipo de montaje para señalizaciones de mayor tamaño puede generar problemas de soporte, ya que el doblado del mismo puede generar inestabilidad en grandes formatos, además su zona de adhesión es menor que en un montaje plano.

Ejemplos



- ! Señalización de baños
- ! Señalización de pisos
- ! Señalización de Servicio Médico
- ! Señalización de elevadores
- ! Señalización de salidas de emergencia
- ! Señalización de rutas de evacuación



Montaje Plano

El montaje plano se utiliza en la mayoría de la señalización, ya que el elemento queda fijado sobre casi cualquier superficie.

La fijación se hace regularmente a través de tiras de montaje o silicón con lo que no se maltrata la superficie, sin embargo en ciertos casos se puede utilizar clavos, remaches o tornillos.

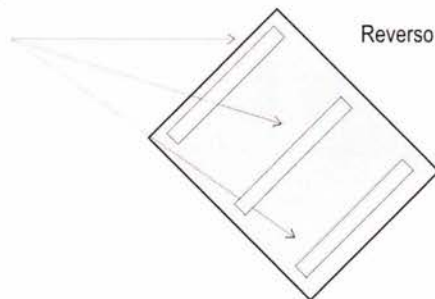
La fijación supera a la del montaje en bandera por el mayor espacio para la adhesión, en este caso no importa el tamaño del señalamiento.

Ejemplos

- Señalización informativa
- Señalización preventiva
- Señalización restrictiva

Ejemplo

Tres tiras de cinta adhesiva doble cara para mejor fijación en la superficie.





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Formato del diseño (Layout)





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Fachada



Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



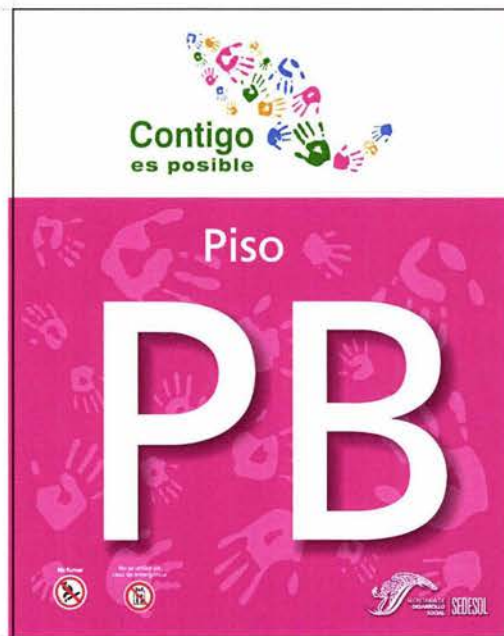


Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

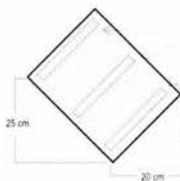


Clave: 333_01_ELEV

**Señalamiento
en elevadores**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Variantes:
PB, Piso 1,2,3,4,5,6

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

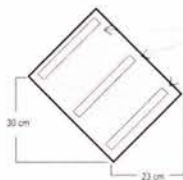


Clave: 333_01_ESCA

Señalamiento en escaleras



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 20 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Variantes:
PB, Piso 1,2,3,4,5,6

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

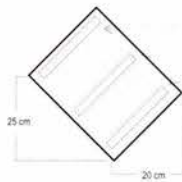


Clave: 333_02_GAFE

Señalamiento en recepción



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_03_NOUS

Señalamiento en accesos a elevadores



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_04_BC01

Señalamiento en baños de caballeros



Reverso

Dos tiras de cinta adhesiva doble cara de 18 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



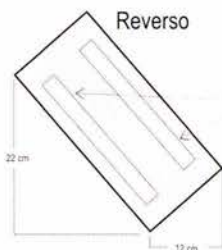
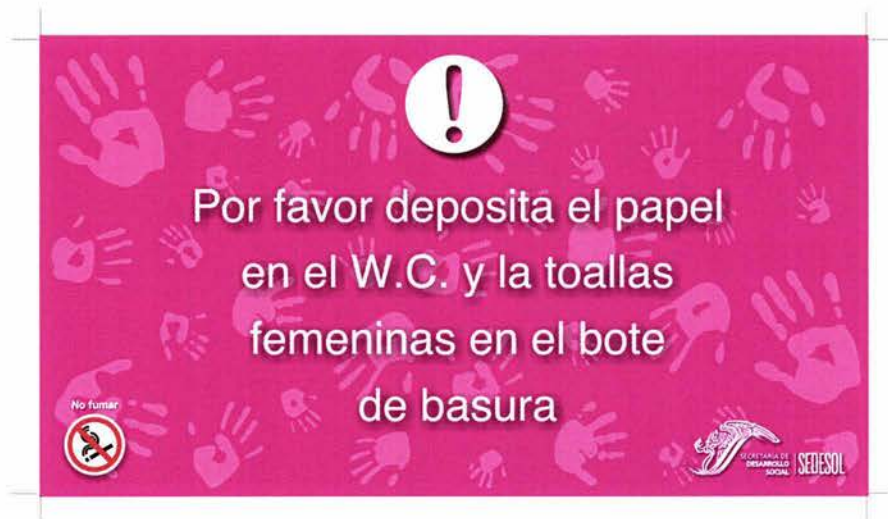


Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_04_BD01

Señalamiento en baños de damas



Dos tiras de cinta adhesiva doble cara de 18 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_04_BDC1

Señalamiento en baños de damas y caballeros



Reverso

Dos tiras de cinta adhesiva doble cara de 18 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_04_PUCE

Señalamiento en puertas de escaleras de servicio



Dos tiras de cinta adhesiva doble cara de 18 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

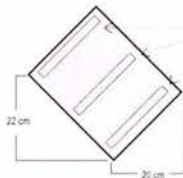


Clave: 333_05_BAÑO

Señalamiento en pasillo



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



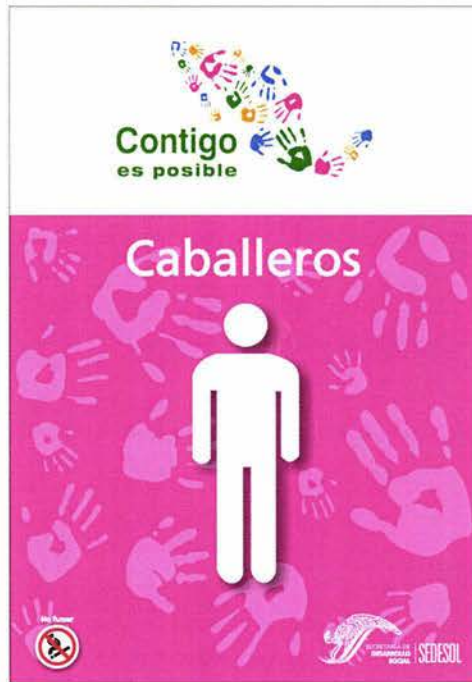


Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

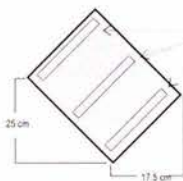


Clave: 333_05_CABA

**Señalamiento
en baños
de caballeros**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



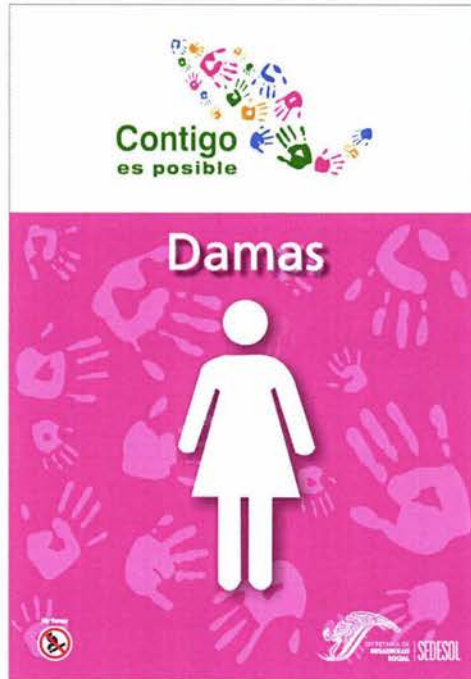


Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

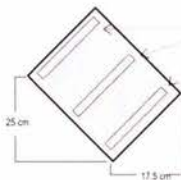


Clave: 333_05_DAMA

**Señalamiento
en baños
de damas**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



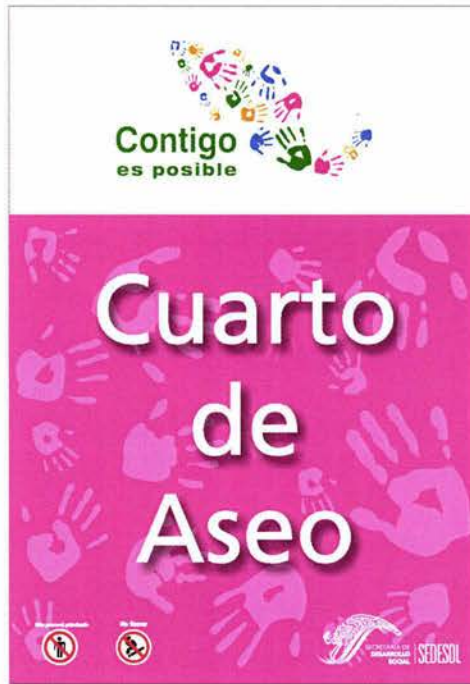


Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

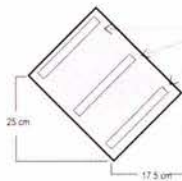


Clave: 333_06_CUAS

**Señalamiento
en cuartos
de
aseo**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

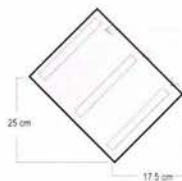


Clave: 333_06_CUMA

**Señalamiento
en cuartos
de
máquinas**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

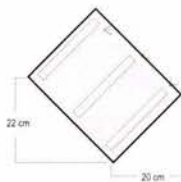


Clave: 333_06_ELCA

**Señalamiento
en la puerta
del elevador
de carga**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_06_NOFU

**Señalamiento
en zona
comunes**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

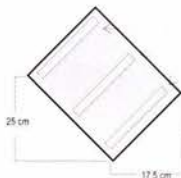


Clave: 333_06_NOPA

**Señalamiento
en lugares
restringidos**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

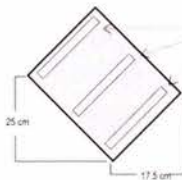


Clave: 333_06_SAJU

**Señalamiento
en la entrada
a las salas
de juntas**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

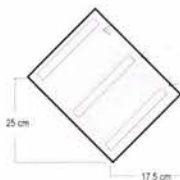


Clave: 333_06_SIFU

**Señalamiento
en zona
habilitada**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

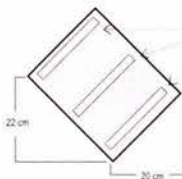


Clave: 333_07_CECO

**Señalamiento
en centros de copiado**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

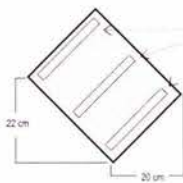


Clave: 333_08_SEME

Señalamiento en Servicio Médico



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498

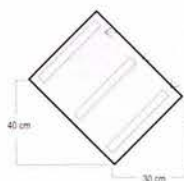




Clave: 333_09_DIRP



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 27 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total

Paseo de la Reforma 333

Clave: 333_09_DIRE

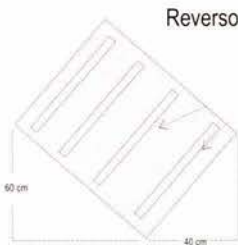
Señalamiento directorio

DIRECTORIO

Piso

- 1 Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías FONART
- 2 Dirección General de Desarrollo Urbano y Regional
- 3 Dirección General de Atención Social a la Vivienda Urbana y Rural
- 4 Dirección General de Suelo y Reserva Territorial
- 5 Dirección General de Ordenación de Territorio
- 6 Subsecretaría de Desarrollo Urbano y Ordenación del Territorio

Logos:



Reverso

Cuatro tiras de cinta adhesiva doble cara de 35 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



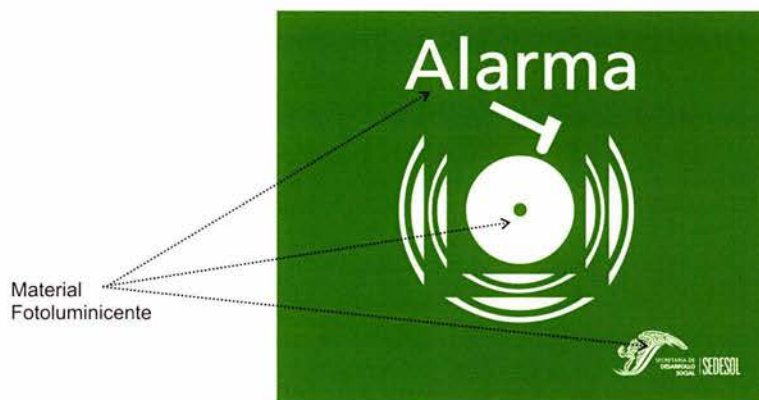


Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

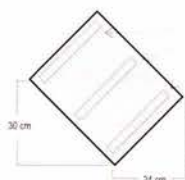


Clave: 333_10_ALAR

**Señalamiento ubicado en
lugares designados
por PC**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 20 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_10_AREN

**Señalamiento para
botes areneros**

**Arena para
Incendio**

No arrojar basura



Material
Fotolumincente

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

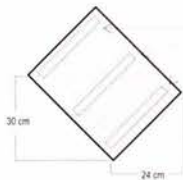


Clave: 333_10_EQEM

**Señalamiento ubicado en
lugares designados
por PC**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 20 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

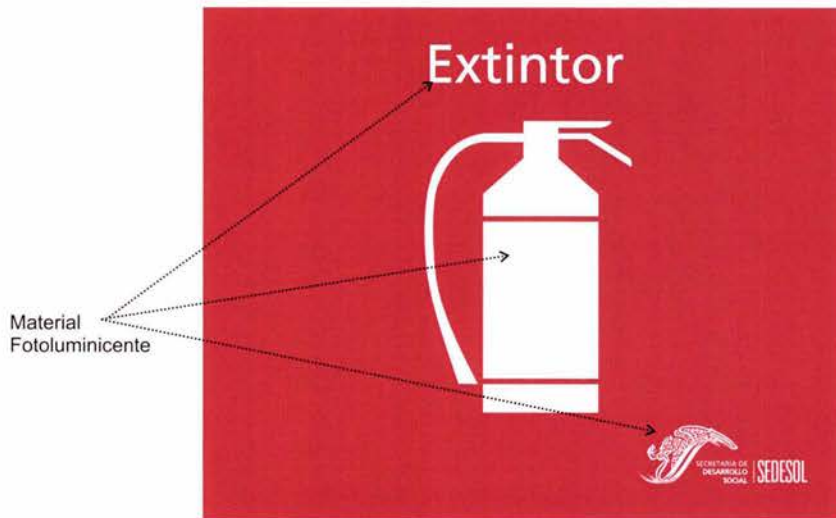
Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



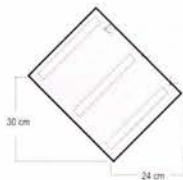


Clave: 333_10_EXTI

**Señalamiento ubicado en
lugares designados
por PC**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 20 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



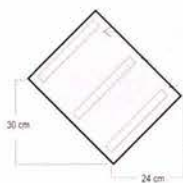


Clave: 333_10_HIDR

Señalamiento ubicado en
lugares designados
por PC



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 20 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



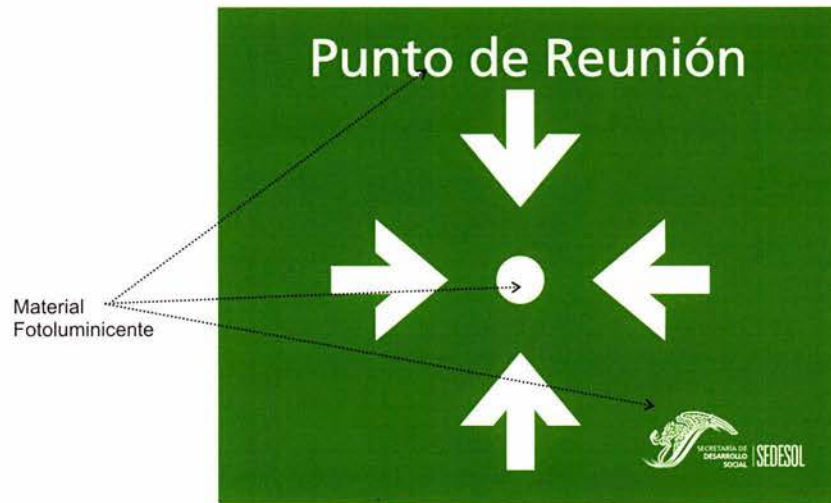


Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

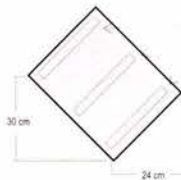


Clave: 333_10_PURE

**Señalamiento ubicado en
lugares designados
por PC**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 20 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498



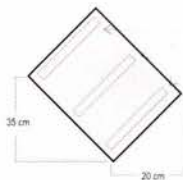


Clave: 333_10_REVD

Señalamiento Ruta de Evacuación (Hacia la derecha)



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

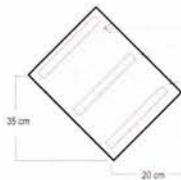


Clave: 333_10_REVI

Señalamiento Ruta de Evacuación (Hacia la izquierda)



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 16 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333



Clave: 333_10_SAEM

Señalamiento para las puertas de las salidas de emergencia

Salida de emergencia



Material
Fotolumincente

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

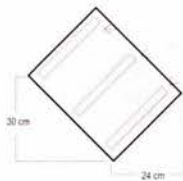


Clave: 333_10_ZOMR

**Señalamiento ubicado en
lugares designados
por PC**



Reverso



Tres tiras de cinta adhesiva doble cara de 20 cm de largo para mejor fijación en la superficie.

Montaje: Plano

Comunicación Interna
Paseo de la Reforma 116 - 13
5328 5000 Ext. 6498





Señalización Total
Paseo de la Reforma 333

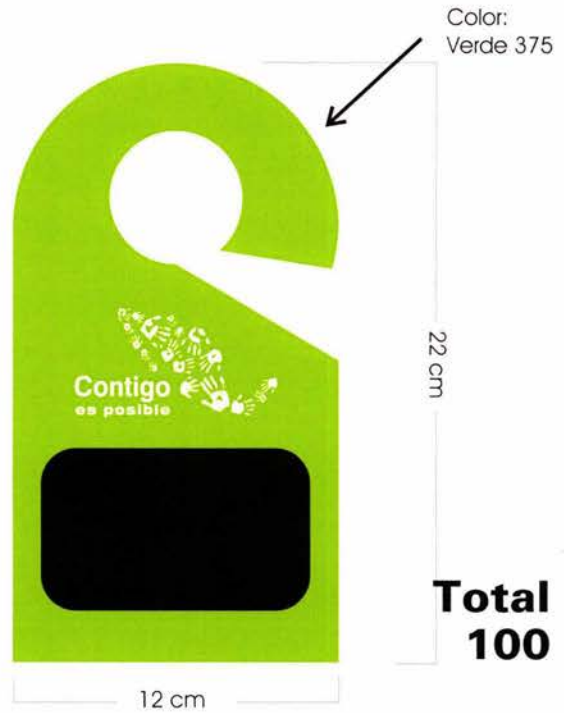


Clave: 333_13_ESTA

Tarjetón de estacionamiento



Reverso



Anverso