



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**PROGRAMA DE TRABAJO DE COMUNICACIÓN SOCIAL, VISUAL Y
SU DIFUSIÓN INTERNA Y EXTERNA**

(INFORME DE SERVICIO SOCIAL)

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
(ESPECIALIDAD EN PUBLICIDAD)**

**P R E S E N T A :
ARIADNA MARTÍNEZ GONZÁLEZ**



ASESOR: LIC. MARÍA GUADALUPE ÁNGEL COLCHADO

MÉXICO, D.F.

2006



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIA

A mis maravillosos padres que me han enseñado lo grandioso y maravilloso que es el amor y la unión en la familia. Ha ser fuerte ante las adversidades que te imponga la vida, ser tenaz y constante para poder lograr tus metas aunque a veces parezcan inalcanzables.

A mi papá Delfino Martínez, mi mamá Noelia González y mi hermano Isaac Martínez por su constante apoyo y comprensión; porque me abrieron el camino con su ejemplo de constante superación y por tener siempre una ilusión que me guía.

AGRADECIMIENTOS

Cuando se ama de verdad, no se puede dejar de agradecer a todas las personas que han ayudado con su presencia, sus palabras, su apoyo, ... a realizar un sueño más.

A toda mi familia porque su presencia es mi fuerza.

A las personas que conforman la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Sur del Distrito Federal del IMSS, por su apoyo durante mi desempeño como prestador de servicio social, ya que forme parte de ese equipo de trabajo y no sólo aprendí mucho sino conocí excelentes personas e inolvidables compañeros.

A la UNAM y a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales porque siempre han sido muy generosos conmigo.

Sin duda alguna a mi queridísima profesora y guía María Guadalupe Ángel Colchado, por ser mi asesora y por sus atinados comentarios a este trabajo.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| Capítulo 1. El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS): Conformación institucional . | 6 |
| 1.1 El nacimiento | 8 |
| 1.1.1 Su filosofía | 13 |
| 1.2.1 Su misión | 14 |
| 1.2 Estructura orgánico funcional | 15 |
| 1.2.1 Órganos de gobierno | 15 |
| 1.2.2 Órganos de administración | 16 |
| 1.3 La imagen institucional | 18 |
| 1.3.1 Componentes de la imagen | 21 |
| 1.3.2 Variantes de la imagen | 22 |
| 1.3.3 Tipografía | 24 |
| 1.3.4 Color | 26 |
| 1.3.5 Usos incorrectos | 27 |
| | |
| Capítulo 2. Actividades en la Coordinación de Comunicación Social | 29 |
| 2.1 Síntesis informativa | 31 |
| 2.2 Diseño de carteles, trípticos, folletos, reconocimientos,..... | 32 |
| 2.2.1 Cartel, invitaciones, reconocimientos para evento de Asistentes Médicas | 34 |
| 2.2.2 Cartel de Seguridad “Por un seguro más seguro” | 37 |
| 2.2.3 Evento Día del Médico | 38 |
| 2.2.4 Tríptico “El preservativo o condón” | 40 |
| 2.2.5 Cartel “Campaña de vacunación contra la influenza” | 41 |
| | |
| Capítulo 3. Calendario 2006 de escritorio y de pared | 44 |
| 3.1 Calendario 2006 de escritorio | 46 |
| 3.1.1 Enero | 48 |
| 3.1.2 Febrero | 49 |
| 3.1.3 Marzo | 50 |
| 3.1.4 Abril | 51 |

| | |
|--|-----------|
| 3.1.5 Mayo | 52 |
| 3.1.6 Junio | 53 |
| 3.1.7 Julio | 53 |
| 3.1.8 Agosto | 54 |
| 3.1.9 Septiembre | 55 |
| 3.1.10 Octubre | 56 |
| 3.1.11 Noviembre | 57 |
| 3.1.12 Diciembre | 58 |
| 3.2 Calendario 2006 de pared (propuestas y elementos que lo conforman) | 59 |
| CONCLUSIONES | 61 |
| FUENTES CONSULTADAS | 66 |
| ANEXOS | 67 |

I N T R O D U C C I Ó N

El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), es una Institución pública que brinda seguridad social; es decir, tiene como finalidad garantizar el derecho humano a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo. Esto no quiere decir que sólo sea una Institución que brinda sus servicios en este rubro, ya que cuenta con órganos de gobierno y administrativos que la erigen y contribuyen a su fortalecimiento para brindar un mejor servicio.

Dentro de los órganos administrativos se encuentra la Coordinación de Comunicación Social, área en la que realicé mi servicio social. El período de prestación fue del 15 de julio del 2005 al 15 de enero del 2006, participando en el proyecto denominado “Programa de trabajo de Comunicación Social, visual y su difusión interna y externa”; en donde desempeñé distintas actividades aplicando los conocimientos adquiridos en la carrera y los aprendidos durante mi servicio social.

Me parece importante señalar que la Delegación Sur del Distrito Federal, era anteriormente Delegación 3 y 4 del Distrito Federal; unificación que debíamos dar a conocer en la Coordinación de Comunicación Social a través de los trípticos, carteles pero más aún en los calendarios de escritorio y pared, ya que estos fueron distribuidos a las distintas Delegaciones (Álvaro Obregón, Benito Juárez, Coyoacán, Cuajimalpa, ...) que le corresponden a la Delegación Sur del Distrito Federal.

Son precisamente las actividades realizadas en la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, el objeto de estudio en el presente informe de servicio social, pues considero desde la perspectiva del comunicólogo, importante exponer a los estudiantes de la carrera las actividades que se realizan en una

Coordinación de Comunicación Social, para así determinar y elevar los conocimientos del estudiante en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Además como prestador en la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, pude conocer en forma general e integral la estructura orgánico-funcional del IMSS así como estructura y funcionamiento de la Coordinación de Comunicación Social.

En cuanto a la organización de este trabajo, para su exposición final consideramos conveniente dividirlo en tres apartados básicos. El primero de ellos representa el panorama general acerca del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), sus antecedentes, su constitución, su filosofía, la imagen institucional, el logotipo como elementos primordiales. Este panorama permitirá entender su filosofía y misión.

El segundo apartado representa parte de las actividades realizadas en la Coordinación de Comunicación Social, principalmente la elaboración de carteles, trípticos, folletos,...

En el tercer apartado mostramos cómo se fue conformando el calendario 2006 de escritorio y pared, así como especificar el porqué de los distintos elementos que los conforman.

Los alcances obtenidos como prestador de servicio social en el IMSS, son la obtención y concreción de nuevos conocimientos, se reforzaron los ya adquiridos en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación – Publicidad; ya que permitieron llevar una adecuada realización de los mensajes en las campañas, los carteles, los trípticos, ...

Sin embargo, en algunas ocasiones estuvo latente una limitación; no estudiar más ampliamente los proyectos encargados, porque en ocasiones se necesitaban

los proyectos y propuestas de forma inmediata, situación que en la teoría no sucede ya que estamos acostumbrados a tener un margen más amplio de tiempo para presentar trabajos pero eso no impidió que se presentara lo solicitado; además son situaciones que se dan en la práctica.

Ahora bien, este informe de Servicio Social tiene su fundamento teórico en las Ciencias Empírico Analíticas que en particular me auxiliaron, ya que sus tesis consisten en la convicción de experimentar una continua evolución (aprendizaje adquirido); lo que constituye la suma o el resultado de acumulación de conocimientos y experiencias, en este orden de ideas todas ellas encaminadas a comprender, explicar y generar soluciones a los continuos problemas que se presentaron en un momento dado en el IMSS, mediante la observación sistemática de los hechos acontecidos.

En la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, se me brindó el material necesario como fue: Guía de aplicación del logotipo, 60 años de servir a México y Manual de imagen institucional; aunado a éstos, textos sobre publicidad y metodología que me sirvieron de apoyo para la elaboración del presente informe de servicio social.

Quiero aclarar que a lo largo de la descripción de este informe de servicio social, veremos la palabra logotipo y no logo símbolo porque el material que me brindaron en el IMSS utiliza dicha palabra de esta manera (logotipo).

Cabe mencionar que apliqué los conocimientos adquiridos en la Licenciatura Ciencias de la Comunicación y a su vez adquirí conocimientos sobre diseño gráfico, como fue a manejar el programa “Corell Draw 11”, que me sirvió para la presentación de proyectos y propuestas que se llevaron a cabo, esto mismo me servirá en la práctica profesional para la presentación de propuestas y proyectos de campañas, por ejemplo.

Así la publicidad tiene como función la creación de mensajes con fines principalmente comerciales, es un proceso de selección y organización de un conjunto de ideas para producir elementos destinados a comunicar mensajes específicos a grupos de población amplios o reducidos, como es el caso de los carteles y trípticos realizados en la Coordinación de Comunicación Social del IMSS.

Y es así como cada elemento del mensaje está al servicio de esa intencionalidad, hay un cálculo previo, un diseño previo destinado a cumplir con los requerimientos de la distribución y el consumo del mensaje. En este caso el fin encadena la elaboración.

En efecto cada Institución tiene determinada intencionalidad y produce ciertos mensajes para cumplirla; en este caso es la seguridad social para beneficio de la población en general. De esta manera la Institución tiene una identidad propia, que permite identificarla diferenciándola de las demás, así esta identidad se proyecta en la imagen corporativa de la Institución así como en los trabajos realizados en Comunicación Social, como resultado de todas las experiencias, expresiones, creencias, sentimientos e informaciones.

Cabe mencionar que una empresa es una organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios; a su vez, ésta se divide en empresa privada y empresa pública.

Por lo consiguiente el IMSS como Institución Social pertenece a lo que llamamos empresa pública; ya que es una entidad institucional con personalidad jurídica propia, constituida con capital de titularidad estatal en su totalidad o de modo parcial, cuya finalidad es la realización de actividades productivas o la prestación de un servicio.

La empresa pública no busca la maximización de los beneficios, las ventas o la cuota de mercado, sino que busca el interés general de la colectividad a la que pertenece.

Por ello, la empresa pública pertenece al sector público en tanto en cuanto el poder de iniciativa parte del Estado, que lo ejerce estableciendo sus objetivos y controlando su actividad; que lo llevan a cabo a través de sus propios órganos aunque, a menudo, los directivos y administradores son nombrados por el Gobierno. Es frecuente también que los trabajadores y los usuarios, mediante las asociaciones de consumidores, estén representados en los órganos decidores.

El Instituto Mexicano del Seguro Social, por lo tanto, es una empresa pública ya que tiene una composición tripartita para su gobierno, esto es, integrado de manera igualitaria por representantes de los trabajadores, de los patrones y del Gobierno Federal y es un organismo descentralizado que cuenta tanto con órganos de Gobierno y órganos de Administración.

Por otro lado y de forma análoga, una empresa pública puede pasar al sector privado tras un proceso de privatización, lo que en un momento algunas personas han querido hacer con el IMSS. En un principio Manuel Ávila Camacho tuvo como concepción que el IMSS era para la población más desprotegida dándole continuidad posteriormente los licenciados Adolfo Ruiz Cortínes, Adolfo López Mateos, Gustavo Díaz Ordaz; quienes ampliaron su espectro a los sectores agrario, minero, ... y que son aprovechados por la mayoría para mejorar de modo más general los niveles de vida.

Capítulo 1. El Instituto

Mexicano del Seguro

Social (IMSS):

Conformación institucional

EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (IMSS): CONFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Para abordar la conformación y elementos institucionales del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) es necesario ubicar previamente su devenir histórico, su filosofía, su misión, su estructura orgánico – funcional, así como los elementos que lo constituyen dado que ello marca las pautas que guían su misión y por ende constituyen la base sobre la cual se asienta esta institución.

En este contexto todos estos elementos, conjuntamente, son el instrumento para llevar a cabo los objetivos planteados por el Instituto Mexicano del Seguro Social, para satisfacer las legítimas demandas y aspiraciones de la población.

En el 2001, Reyes Toledano en “El esquema de modernización adoptado por el Instituto Mexicano del Seguro Social 1994-2000” expresa lo siguiente: Para cumplir con su cometido, la institución tiene el deber de mantenerse en constante proceso de cambio, con el objeto de adaptarse a las transformaciones experimentadas por la sociedad y así estar en posibilidad de responder a las demandas que ésta le plantea, ... y a partir de 1994 se da un cambio más significativo consistente en la adecuación tanto de sus estructuras como de sus funciones, con el objeto de imprimir coherencia, dinamismo y transparencia en las actividades desarrolladas ...¹

Es así como el Instituto Mexicano del Seguro Social, se mantiene siempre al servicio de la población, en constante cambio; generando y recreando, brindando lo mejor de sí, por eso es de suma importancia conocer sus antecedentes, su función, los elementos que lo conforman, ... para así tener una base que nos guíe en un momento dado, es una herramienta indispensable que como prestador de servicio social se debe conocer ya que como más adelante se verá el logotipo

¹ Reyes, Toledano Edgar. El esquema de modernización adoptado por el IMSS 1994 – 2000.” p. 2

tiene ciertas restricciones para su aplicación en los carteles, trípticos, campañas, ... que se elaboran en el Instituto Mexicano del Seguro Social.

De esta manera, en la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, se brindó el material necesario para conocer y entender la estructura orgánico-funcional de éste como fue: Guía de aplicación del logotipo, 60 años de servir a México y Manual de imagen institucional, material que sirvió como guía para ampliar y fortalecer su misión: “brindar y garantizar el derecho a la salud”, orientada a través de campañas de prevención de accidentes, de enfermedades, de medicina preventiva y del impulso del equilibrio ecológico que propicien una población sana.

1.1 El nacimiento

En la historia del ser humano siempre ha estado presente el interés por establecer mecanismos que les proporcionen seguridad para el futuro, de esta manera, es como se hace presente la necesidad de seguridad social expresados por la clase trabajadora, que por mucho tiempo careció de las condiciones mínimas para salvaguardar derechos elementales como: vida y salud.

En la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917, se hizo presente esta necesidad de vida y salud; se retoman los derechos individuales establecidos en 1857 además, de generar las garantías sociales que protegen a las personas no como individuos, sino como miembros de una clase o grupo social determinados y se imponen obligaciones activas al Estado para intervenir a favor de estas clases o grupos. No se hacen presentes sino mucho tiempo después de haber superado los momentos más difíciles que se derivaron ya sea de su propia situación o de los eventos nacionales.

De esta manera, en la Constitución Política en su artículo 123, fracción XXIX se establece que: “ ... se considera de utilidad pública el establecimiento de cajas

de seguros populares, de invalidez, de vida, de cesación involuntaria del trabajo, de accidentes y de otros fines análogos, por lo cual tanto el Gobierno Federal como el de cada Estado, deberán fomentar la organización de instituciones de esta índole para infundir e inculcar la previsión popular.”²

¿Esto qué quiere decir?, se establecen responsabilidades de los patrones hacia el trabajador en accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, así como también la obligación de observar los preceptos legales sobre higiene y seguridad.

Sin embargo, no fue sino veintiséis años después cuando, durante bajo el Gobierno del Presidente de la República Manuel Ávila Camacho, se logró hacer realidad este mandato constitucional. En su discurso de toma de posesión, el primero de diciembre de 1940, el Presidente Ávila Camacho anunció:

“...todos debemos asumir desde luego el propósito, que yo desplegaré con todas mis fuerzas, de que un día próximo las leyes de seguridad social protejan a todos los mexicanos en las horas de adversidad, en la orfandad, en la viudez de las mujeres, en la enfermedad, en el desempleo, en la vejez, para sustituir este régimen secular que por la pobreza de la nación hemos tenido que vivir”.³

Fue así que “el 19 de enero de 1943 nació el Instituto Mexicano del Seguro Social, con una composición tripartita para su gobierno, integrado de manera igualitaria, por representantes de los trabajadores, de los patrones y del Gobierno Federal”.⁴

Actualmente la ley señala que la seguridad social tiene como finalidades el garantizar el derecho humano a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar

² ibidem p. 10

³ IMSS. 60 Años de servir a México. p. 5

⁴ Ídem.

individual y colectivo; así como el otorgamiento de una pensión que, en su caso y previo cumplimiento de los requisitos legales, será garantizada por el Estado.

A efecto de cumplir tal propósito el Seguro Social comprende el régimen obligatorio y el régimen voluntario.

El Seguro Social a través del régimen obligatorio, incorpora a la población económicamente activa que participa en una relación formal de trabajo, cubriendo las contingencias que presenten al proporcionarles los servicios y prestaciones necesarias para que continúen su participación en el proceso productivo.⁵ El régimen se conforma por cinco ramas de seguros:

- Riesgos de trabajo
- Enfermedades y maternidad
- Invalidez, vejez, cesantía por edad avanzada y muerte
- Guarderías para hijos de aseguradas
- Retiro

De tal manera, que el Instituto tiene como finalidad garantizar el derecho humano a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo.

La puesta en marcha de los servicios del IMSS se preveían para el 1° de enero de 1944, por lo que cuenta Miguel Ángel Huerta, fundador del IMSS:

“El 31 de diciembre de 1943 no sabíamos todavía que iba a pasar. Al día siguiente, sábado, recibimos un llamado urgente a nuestras casas, porque no era día hábil, para presentarnos en las oficinas del Seguro. Ahí nos recibió el Licenciado García Téllez y nos dijo: ...”⁶

⁵ IMSS. Manual de Imagen Institucional. p. 9

⁶ IMSS. 60 Año...Op. Cit. p.6

Es importante mencionar que en un principio el Seguro Social sólo protegía al trabajador; fue hasta 1949 que los beneficios se extendieron a los familiares, excepto en la atención necesaria por contingencias laborales.

Algo que también no debe pasar inadvertido es el Sindicato Nacional de Trabajadores del Seguro Social (SNTSS) que se funda el 6 de abril de 1943 y que hoy día constituye la organización sindical más grande del apartado A del artículo 123 constitucional.

Los primeros años.

Los primeros años no fueron fáciles... evoca Víctor Manuel Zertuche, fundador del IMSS: “ ...fueron difíciles porque había resistencia de ciertas organizaciones que se creían afectadas en sus intereses y tuvimos bastantes problemas, problemas muy serios que hubo en el centro de la ciudad y en el edificio de Rosales y Mariscal, pero pues poco a poco fuimos logrando que las cosas se desvanecieran, para que el Seguro fuera instituido debidamente”.⁷

Pese a ello, al iniciarse las actividades del nuevo organismo, su primer director Vicente Santos Guajardo y una planta de empleados mínima, se dedicaron, entre otras cosas, a realizar los proyectos e investigaciones que implicaba la instrumentación de las diversas ramas de aseguramiento; a estudiar las experiencias de otros países en el campo de la seguridad social para aprovecharlas en México, a divulgar el sentido y posibilidades de ésta y a realizar una intensa labor de convencimiento, tanto en los trabajadores como entre los empresarios, acerca de los alcances de la ley y de las ventajas que reportarían unos y a otros su aplicación. Se determinó que el Seguro Social empezaría a funcionar en el Distrito Federal, mientras tanto se procedió a la inscripción de los patrones.

⁷ Ibidem. p. 9

Poco a poco se fueron atenuando las posiciones más violentas ante la actitud decidida del gobierno de poner en marcha el Seguro Social en todos sus ramos. Antes de que concluyera 1946 el sistema operaba ya en Puebla, Monterrey y Guadalajara, el Instituto, tras sus primeros tiempos de dificultades políticas y angustias financieras, había alcanzado la seguridad económica necesaria y el reconocimiento general por la importancia de sus beneficios.

Implantando el régimen en su modalidad urbana en los principales centros de población, se decidió iniciar paulatinamente el aseguramiento de los trabajadores del campo.

En un principio en 1979 el Gobierno de la República encomendó al Instituto ofrecer atención médica a los grupos más desprotegidos de la población a través de un programa denominado “IMSS-Coplamar”, posteriormente llamado “IMSS-Solidaridad”, que hoy opera en diecisiete estados del país, pero allí no termina, ya que a partir del 2002 el programa recibió un renovado impulso al denominarse “IMSS-Oportunidades”.

El programa “IMSS-Oportunidades”, financiado con Recursos del Gobierno Federal y administrado por el IMSS, atiende a casi once millones de personas en condición de marginación en zonas rurales del país.⁸

Cabe mencionar que el IMSS, no sólo es una institución que brinda seguridad social en sus cinco ramos, ya que cuenta con un sólido concepto integral de seguridad social que fomentan y promocionan la salud, como son centros de seguridad social, deportivos, teatros, guarderías, plantas de lavado, tiendas y velatorios.

Al día de hoy el IMSS es la Institución Social más grande de América Latina, pilar fundamental de bienestar individual y colectivo de la sociedad mexicana y

⁸ Ibidem. p. 21

principal elemento redistribuidor de la riqueza en México; es sin duda, una de las instituciones más queridas por los mexicanos.

Con más de sesenta años de servicios interrumpidos el IMSS ha superado los momentos más difíciles que se derivaron ya sea de su propia situación o de los eventos nacionales. A pesar de las deficiencias, sigue siendo recurso invaluable para la salud y el bienestar de los trabajadores mexicanos y se enfrenta decididamente al reto de construir la seguridad social mexicana del próximo siglo.⁹

1.1.1 Su filosofía

El IMSS como Institución pública y social, eleva la calidad de vida de la población, ante el reto que el Gobierno Federal ha planteado para éste: “Promover una visión integral de la salud y la seguridad social con el sentido humanista que le dio origen”¹⁰; esto representa para el Instituto no retroceder en los avances logrados pese a las adversidades; entendiendo que su desarrollo histórico es capaz de beneficiar a millones de mexicanos.

En este sentido el IMSS, da seguimiento a su filosofía requiriendo vigorizar y dar impulso a los principios que le permitieron erigirse y mantenerse como una Institución vital del Estado Mexicano, afrontando lo que los tiempos hoy reclaman: la continuidad, el cambio, la concertación, la solidaridad, la estabilidad y la justicia social.

Todos estos unidos caracterizan su adaptación ante un mundo convulsionado en una realidad cada vez más compleja y competitiva; ampliando su capacidad de respuesta, su presencia y su participación como una Institución básica del Estado Mexicano.

⁹ <http://www.imss.gob.mx/imss>

¹⁰ IMSS. Manual de Imagen Institucional, p. 12

Así, “el Instituto promueve el desarrollo social, ya que es factor en la redistribución de la riqueza, que le permite mejorar el nivel de vida de la población, evitando la inconformidad pública y los conflictos sociales, por tanto, es instrumento que permite la tranquilidad social”.¹¹

1.1.2 Su misión

El Instituto Mexicano del Seguro Social, tiene como misión: “...otorgar a los trabajadores mexicanos y a sus familias la protección suficiente y oportuna ante contingencias tales como la enfermedad, la invalidez, la vejez, o la muerte, la protección se extiende no sólo a la salud, prerequisite indispensable de toda actividad, sino también a los medios de subsistencia cuando la enfermedad impide, en forma temporal o permanente, que el trabajador continúe ejerciendo su actividad productiva”.¹²

La misión implica una decidida toma de postura en favor de la clase trabajadora y sus familiares, misión tutelar que va mucho más allá de la simple asistencia pública y tiende a hacer realidad cotidiana el principio de la solidaridad entre los sectores de la sociedad y del Estado hacia sus miembros más vulnerables.

Simultáneamente, por la misma índole de su encargo, el Instituto actúa como uno de los mecanismos más eficaces para redistribuir la riqueza social y contribuye así a la consecución de la justicia social y contribuye a otras funciones.

En este marco, el reto que nuestro país enfrenta es el de buscar las fórmulas que le permitan no quedar rezagado dentro de este proceso...¹³

¹¹ *Ibidem.* p10

¹² Reyes, Toledano. *Op. Cit.* p 22

¹³ IMSS. *Manual de...* *Op. cit.* p.7

1.2 Estructura orgánico-funcional

Considerando la personalidad del Instituto como organismo descentralizado, éste cuenta tanto con órganos de gobierno encargados de dictar las políticas y verificar su cumplimiento, como con aquellos que se aplican en la ejecución propiamente dicha.

De esta manera, dichos órganos contribuyen en el IMSS a la transparencia de su gestión, al mejoramiento de los sistemas de control interno, a la eficacia en el uso de los recursos ante los ciudadanos, así como promover la permanencia y desarrollo a través del buen desempeño de los servidores públicos como a continuación veremos.

1.2.1 Órganos de gobierno

La existencia de la Asamblea General, el Consejo Técnico, la Comisión de Vigilancia y la Dirección General; se encuentran instituidos y normados en el artículo 257 de la Ley del Seguro Social. Donde la Asamblea General dice: ... la Autoridad suprema del Instituto, integrada de manera tripartita por tres miembros, designados de la siguiente manera: diez miembros por el Ejecutivo Federal, diez por las organizaciones patronales, e igual número de miembros por las organizaciones de los trabajadores, los que durarán en su cargo seis años y pueden ser reelectos ... entre sus facultades está discutir anualmente para su aprobación o modificación, el estado de ingresos o gastos, el balance contable de la Institución, el programa de actividades y presupuesto para el año siguiente, el informe de la Comisión de Vigilancia, y el de las actividades presentadas por el Director General.¹⁴

Para la Institución es de vital importancia en la operación cotidiana, el Consejo Técnico que por disposición expresa del artículo 263 de la Ley del Seguro Social es el representante legal y administrador del IMSS, para lo cual se integra por “... doce miembros propietarios, cuatro de ellos le corresponden a los representantes

¹⁴ Reyes, Toledano. Op.cit. p. 24

patronales; otros cuatro a los representantes del Estado; ... el Secretario de Salud y el Director General del IMSS, serán siempre Consejeros del Estado tocándole a éste último presidir el Consejo Técnico.”¹⁵

Las atribuciones de este Consejo Técnico son: “... decidir sobre las reservas y demás recursos del Instituto... vigilar y promover el equilibrio financiero de todos los ramos del aseguramiento comprendidos en esta Ley... resolver sobre las operaciones del Instituto... establecer y suprimir direcciones regionales, delegaciones, subdelegaciones y oficinas para cobros del Instituto ... y las demás que señale esta Ley y sus reglamentos”.¹⁶

Ahora bien, la Comisión de Vigilancia es un órgano pluripersonal integrado por seis miembros que son designados por conducto de la Asamblea General, quien propone dos miembros propietarios por cada sector representativo, los cuales desempeñan funciones de comisionados durante seis años.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 265 de la Ley del Seguro Social sus atribuciones se dirigen a: “... vigilar que las inversiones se hagan de acuerdo con las disposiciones de la Ley y sus reglamentos...”.¹⁷

En síntesis, la Asamblea General, el Consejo Técnico, la Comisión de Vigilancia y la Dirección General son los órganos superiores de gobierno del Instituto; los tres primeros se encuentran integrados en forma tripartita y sectorizada por representantes patronales, por trabajadores y del Ejecutivo Federal, que cumplen sus funciones colegiadamente y, sólo la Dirección General es órgano unipersonal.

1.2.2 Órganos de administración

En la estructura administrativa del Instituto se aprecia un órgano superior denominado Dirección General, a la cual se adscriben como áreas de apoyo: la

¹⁵ loc. Cit.

¹⁶ *Ibidem*. P. 25

¹⁷ loc. Cit.

Unidad de Control Técnico de Insumos, la Coordinación de Atención y Orientación al Derechohabiente, la Coordinación de Comunicación Social y la Coordinación del Programa IMSS-Solidaridad.

En este esquema se contemplan cuatro niveles: el normativo, el regional, el delegacional y el operativo. En línea directa con la Dirección General se ubican siete órganos normativos en el ámbito central denominados: Dirección de Prestaciones Médicas, Dirección de Prestaciones Económicas y Sociales, Dirección de Afiliación y Cobranza, Dirección de Finanzas y Sistemas, Dirección Administrativa, Dirección Jurídica y Dirección de Calidad y Desarrollo; todas ellas con atribuciones específicas y concretas en sus esferas de actividades que involucran desde la planeación, dirección, evaluación y control de acciones en todas las delegaciones del sistema, hasta lo relativo a la elaboración de presupuestos de sus áreas específicas, y determinación de directrices.¹⁸

Ante la imposibilidad, en el presente trabajo, de mencionar el funcionamiento de todos y cada uno de los diferentes servicios que brindan, acotamos nuestra descripción a la Coordinación de Comunicación Social, área en la que brindé mis servicios como prestador de Servicio Social.

La Coordinación de Comunicación Social es un pilar fundamental en la estructura del IMSS, ya que forma parte de una comunicación flexible, adaptable en términos de cobertura, dirigida con precisión a sus destinatarios, y atractiva por su contenido y forma. Los medios de comunicación, en especial los de cobertura masiva y la red electrónica, serán el vehículo ideal para cumplir con sus objetivos.

Su objetivo es informar, coordinar y ejecutar la política de Comunicación Social dirigida por el Delegado de la Delegación Sur del Distrito Federal del IMSS, para garantizar una sólida, consistente y clara imagen de la administración de dicha Delegación, sobre todo en las acciones de beneficio a los

¹⁸ *Ibidem.* p. 27

derechohabientes, y que a la vez permita la plena valoración de los esfuerzos realizados de los trabajadores en el cumplimiento de su deber.

1.3 La imagen institucional

Imagen es el conjunto de creencias y asociaciones que poseen los públicos que reciben comunicaciones directas o indirectas de personas, productos servicios, marcas, empresas o instituciones. La imagen es una representación mental y virtual.

Es una toma de posición emotiva. Puede haber casos en que una razón lógica y material haya articulado una imagen positiva o negativa, pero esta razón se transforma en todos los casos en creencias y asociaciones, y la imagen configurada es siempre un hecho emocional.

Todo lo actuado por un individuo u organización articula, de a poco, la imagen. Cualquier acto de comunicación construye la imagen por sumatoria de hechos percibidos y para este fin se deben usar los atributos necesarios.

Por lo tanto, la imagen institucional, es la imagen que la empresa como entidad articula en las personas. Suele llamarse también imagen corporativa o de empresa.

Entendiendo todo lo que conlleva la imagen y la imagen institucional, es importante mencionar que para contribuir al fortalecimiento del IMSS, existe el “Comité de Imagen Institucional”; órgano responsable de uniformar y dar coherencia a la normatividad existente en la materia, así como vigilar su aplicación en todo el país.

El Comité está integrado con representantes de las diferentes áreas del Instituto, “se abocó a la tarea de conformar el Manual de Imagen Institucional, documento filosófico normativo que orienta las aplicaciones sobre este tema”.¹⁹

A través de su imagen el Instituto proyecta, su misión, su filosofía y todas sus actividades. “El impacto que el usuario recibe del producto de estas actividades, aunado a las impresiones obtenidas a través de los elementos y sistemas de comunicación visual conforman esa imagen”.²⁰

La imagen institucional del IMSS fue creada en 1983, manteniéndose con pequeñas modificaciones las cuales observaremos en el desarrollo de este apartado. Los tres logosímbolos y la designación institucional que se presentarán, son los elementos base del sistema de imagen institucional.

Daremos a conocer la evolución histórica de la imagen del Instituto hasta nuestros días. Se interpretará el significado del logotipo, los elementos que comprende, los aspectos técnicos que le definen como son: tipografía, proporciones, color, áreas de restricción y otros.

El propósito de este punto a desarrollar es definir los lineamientos técnicos que norman la correcta reproducción y aplicación del logotipo institucional en sus diversas variantes.

Evolución.

Es fundamental definir a priori la imagen que se desea lograr y ceñirse a esa definición para evitar que la imagen se articule independientemente de las necesidades del producto.

¹⁹ IMSS. Manual de... Op cit. p. 1

²⁰ Ibídem. P. 18

Una vez lograda la imagen positiva que se definió a priori, ésta permanece viva y activa en el receptor de los mensajes solamente si es estimulada, recordada y comunicada, vigilando su evolución y desarrollo mediante investigaciones permanentes.

La imagen no es un hecho estático, sino dinámico que es afectado por otros hechos y acciones. Sufre el paso del tiempo y puede perder vigencia como símbolo de referencia.

El objetivo aquí es mostrar la evolución de la imagen institucional-logosímbolo, para tener pleno conocimiento de su unificación e identificación, a través de la correcta aplicación y uso del logosímbolo con las normas que establece el Instituto.

- **1943:** “su imagen se identifica como Instituto Mexicano del Seguro Social”²¹ **(anexo 1).**
- **1944:** surge el símbolo del Instituto, “dándole presencia a las actividades de una Institución pionera de la seguridad social en México”²² **(anexo 1).**
- **1945:** “aparecen como un conjunto visual: el símbolo, el logotipo IMSS y el lema *Seguridad para todos*”²³ **(anexo 1).**
- **1960:** “en la unidad Independencia surge la escultura artística del símbolo institucional, conmemorando los 150 años de la insurgencia de Independencia, realizada por Federico Cantú a petición del entonces Director General del Instituto Lic. Benito Coquet”²⁴ **(anexo 1).**
- **1973:** “se estiliza el símbolo y se sustituye dentro del logotipo el lema *Seguridad para todos* por *seguridad y solidaridad social*, reflejando la

²¹ *Ibidem.* p. 19

²² *loc. Cit.*

²³ IMSS. Guía de aplicación del Logosímbolo Institucional. p. 2

²⁴ *loc. Cit.*

evolución histórica de la Institución para brindar el régimen a las zonas rurales marginadas... y que a la fecha continúa vigente”²⁵ (**anexo 1**).

- **1983:** “se rediseña el logotipo respetando la identidad que identifica al Instituto ampliando sus variantes a cuatro”²⁶ (**anexo 2**).
- **1992:** “se mantiene la imagen modificando la tipografía y adecuando sus proporciones”²⁷ (**anexo 3**).

1.3.1 Componentes de la imagen

La imagen es uno de los factores de mayor peso de la actitud final hacia un producto y a veces, la imagen por sí sola configura la actitud. En otros casos es un componente de la configuración de la actitud final.

En algunos productos, donde las diferencias con sus competidores no son apreciables a simple vista por el consumidor, la imagen es casi el único factor que influye en la toma de una actitud.

En el caso de empresas, la imagen desempeña un papel muy importante, ya que las mismas son juzgadas por la imagen, porque el contacto con ellas es solo a través de los productos.

Algo similar ocurre con los personajes notorios que no se conocen personalmente. Todos tienen opiniones formadas sobre políticos, artistas, deportistas y cualquier otra persona que haya trascendido el ámbito cotidiano sin haber tratado jamás con ella. Sin embargo se emiten juicios de valor sobre aspectos personales de ellos expresando solamente la imagen que tienen de los mismos, por eso es importante descifrar el significado de los distintos componentes del Instituto Mexicano del Seguro Social, como a continuación se describe:

²⁵ IMSS. Manual de... Op. Cit. p. 20

²⁶ loc. Cit.

²⁷ loc. Cit.

- ❖ **Símbolo (un signo sin semejanza ni contigüidad, sino solamente con un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado.):** elemento gráfico que representa la filosofía del Instituto. Es de fácil captación, memorización, contenido simple y sobriedad en su conjunto **(anexo 4)**.
- ❖ **Logotipo** (un dibujo que le sirve a una entidad o un grupo de personas para representarse. Los logotipos suelen encerrar indicios y símbolos acerca de quienes representan.): representa las siglas “IMSS” **(anexo 4)**.
- ❖ **Lema (frase que expresa la intención de un grupo de personas.):** se constituye por la leyenda “*Seguridad y Solidaridad Social*” **(anexo 4)**.
- ❖ **Designación Institucional:** representada por Instituto Mexicano del Seguro Social **(anexo 4)**.

Significado del logosímbolo.

En el primer nivel aparece el águila, la cual representa la fortaleza y la vigilancia del pueblo mexicano para brindar protección a los trabajadores y a sus familias, como sugieren las alas que cubren la figura de la madre y su hijo que a su vez simboliza a la comunidad histórica vigente. En un segundo nivel se percibe la ternura, el calor humano y la naturalidad, ... Finalmente en la base del símbolo aparecen con caracteres energéticos las siglas IMSS (logotipo) y con tipografía más pequeña SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL (lema)²⁸ **(anexo 5)**.

1.3.2 Variantes de la imagen

Desde 1983 se manejó y amplió las variantes de la imagen a cuatro, proyectándola y presentándola como una Institución creciente, dinámica y de protección a la población como hemos observado en líneas atrás.

²⁸ IMSS. Guía de... Op. Cit. p. 3

“... rediseñado por Jorge Canales en coordinación con el departamento de diseño gráfico y comunicación técnica, dependiente de la Jefatura de Proyectos de la Subdirección General de Obras y Patrimonio Inmobiliario, a solicitud del entonces Director General de la Institución, Lic. Ricardo García Sáinz”.²⁹

logosímbolo básico.

Aquí se agrupan los componentes: símbolo, logotipo y lema en un sólo conjunto visual indivisible. “Variante de uso general que por su sencillez, facilita la retención y memorización, por lo que deberá de aplicarse donde exista mayor contacto con el público”.³⁰

Su aplicación se distribuye en: vehículos, publicaciones, empresas, medios de comunicación, inmuebles, ambientación, eventos, conferencias, convenciones, utensilios y ropa (**anexo 6**).

logosímbolo vertical.

Es el conjunto visual indivisible de los componentes: símbolo, designación institucional y lema; “variante que permite comunicar externamente a la Institución a través de su designación”³¹(**anexo 6**).

Generalmente se aplica en comunicación externa: eventos, conferencias, convenciones, publicaciones, impresos y documentación oficial.

²⁹ IMSS. Manual de... Op cit. p. 21

³⁰ Ibidem. p. 28

³¹ Ibidem. p. 29

logosímbolo horizontal.

Es el agrupamiento de los componentes: símbolo, designación institucional y lema en un sólo conjunto “variante que permite comunicar externa e internamente a la Institución a través de su designación” ³² (**anexo 6**).

Sus aplicaciones generales son: eventos, conferencias, convenciones, publicaciones, impresos, documentación oficial, papelería básica de todas las áreas y medios de comunicación.

designación institucional.

Es la leyenda con el nombre que constituye al Instituto “Instituto Mexicano del Seguro Social”, formada con tipografía Institucional en una sola línea. “Debe utilizarse acompañada por la variante del logosímbolo básico separada de cuerpos de texto”³³ (**anexo 6**).

1.3.3 Tipografía

La tipografía se define como el arte o técnica de reproducir la comunicación mediante la palabra impresa, transmitir con cierta habilidad, elegancia y eficacia, las palabras.

La tipografía es el reflejo de una época. Por ello la evolución del diseño de las mismas responde a proyecciones tecnológicas y artísticas. El signo tipográfico se ha considerado como uno de los miembros más activos de los cambios culturales del hombre, por lo tanto, se clasifican a través de estilos por su forma y también por el momento en el que fueron diseñadas.

³² *Ibíd.* p. 30

³³ *Ibíd.* p. 31

El campo tipográfico, abarca la realización de libros, periódicos, anuncios publicitarios, revistas, etc... y cualquier otro documento impreso que se comunique con otros mediante palabras.

De ese modo, la tipografía institucional utilizada por el IMSS debe ser “sans serif” o “palo seco”, sin patines, denominada como “optima bold” o “oracle negras”. Este tipo de letra debe utilizarse en mayúsculas (altas o vérsales) en el logotipo, la designación y el lema institucional ³⁴.

Una forma de clasificar las letras es según tengan o no «serifas». Se entiende por *serifas*, o *remates*, las pequeñas líneas que se encuentran en las terminaciones de las letras, principalmente en los trazos verticales o diagonales. La utilidad de las serifas es facilitar la lectura, ya que éstas crean en el ojo la ilusión de una línea horizontal por la que se desplaza la vista al leer.

Las letras sin serifas o de palo seco, son aquellas que no llevan ningún tipo de terminación; por lo general son consideradas inadecuadas para un texto largo ya que la lectura resulta incómoda pues existe una tendencia visual a identificar este tipo de letras como una sucesión de palos verticales consecutivos.

Por esta razón, las letras con serifas (llamadas también romanas) se utilizan en los periódicos, revistas y libros, así como en publicaciones que contienen textos extensos. Las letras sin serifas o palo seco son usadas en titulares, rótulos, anuncios y publicaciones con textos cortos. Ante la aparición de los medios electrónicos, las letras de palo seco se han convertido también en el estándar para la edición en la web y los formatos electrónicos.

También podemos utilizar tipografía complementaria, que es de la misma familia pero cambia a “óptima” también conocida como “oracle”.

³⁴ *Ibidem.* p. 42

“Este tipo de letra debe utilizarse en mayúsculas (altas o vérsales) para las áreas institucionales (Dirección General, Secretaría General, Subdirecciones Generales, Coordinaciones Generales, Jefaturas de Servicio y Subjefaturas)”³⁵.

Del mismo modo la tipografía compatible que corresponde a la familia tipográfica “helvética” por sus características: simplicidad, legibilidad, unidad, y por ser universalmente reconocida y de fácil acceso a su reproducción en cualquier sistema gráfico. Esta a su vez podrá ser sustituida por “univers”.

Debe utilizarse para mantener claridad y continuidad en la comunicación institucional. También para publicaciones e impresos, formatos administrativos, cuerpos de textos, publicidad institucional, identificación de fachadas médicas y administrativas, vehículos,... aún cuando su uso no es absolutamente requerido en todas las aplicaciones, es una ventaja obvia su utilización siempre que sea posible³⁶.

1.3.4 Color

En la comunicación audiovisual, el color no es un lujo, sino una necesidad. Todos los estudios sobre percepción y comunicación evidencian que un correcto uso del color hace la información más atractiva, permite que se capte más rápidamente y mejor (con una mejor comprensión y retención) ¿Qué es un uso correcto del color? Básicamente usarlo para una función determinada, como por ejemplo destacar selectivamente las partes esenciales del mensaje o evocar una sensación determinada (alegría, frescor, seriedad, calidad...) : el color no debe ser una simple decoración.

Aunque el color nos rodea por todos lados y es un elemento clave en la comunicación, dominar su manejo en el arte o el diseño no es una tarea simple. La mejor forma de utilizarlo es de forma selectiva, para acentuar determinadas partes de lo que queramos comunicar y evitar un caos de colores que compitan por llamar la atención.

³⁵ *Ibidem.* p. 45

³⁶ *Ibidem.* p. 46

El significado del color en comunicación es, pues, muy importante y un uso adecuado o inadecuado pueden suponer la diferencia entre transmitir un mensaje tal como se pretende y obtener el efecto opuesto.

Porque el Instituto se dio cuenta de la importancia del color, éste es una parte esencial en su sistema de imagen institucional, “La consistencia y apego a las especificaciones establecidas garantizan la imagen que deseamos. Se utilizan cinco niveles de color y en todas ellas los componentes gráficos del logotipo deben ser del mismo color” ³⁷.

Para la aplicación del color del logotipo se utilizan los siguientes:

- ❖ Color institucional: verde PMS 561 al 100% (561 U para papel mate y 561 C para papel brillante), se utiliza en papelería básica, vehículos, publicaciones, impresos y en todos los casos que se presenten.
- ❖ Color compatible: PMS Blanco al 100%, se utiliza en publicaciones, impresos, medios de comunicación, fotografía, fondo, y otros elementos que no permitan contrastar el color institucional.
- ❖ Color compatible PMS gris, se utiliza en los casos en que los colores institucionales y complementarios no contrasten.

1.3.5 Usos incorrectos

La presentación de los usos incorrectos del logotipo, tiene como objeto mostrar lo que no se debe hacer al utilizarlo (**anexo7**). “Modificar, alterar o utilizar indebidamente el logotipo propicia la confusión, el desorden, la inseguridad y la falta de coordinación de la Institución” ³⁸.

“El uso de la imagen es indispensable para una institución que brinda *Seguridad y Solidaridad Social* a la mayor parte de la población... por ello es

³⁷ *Ibidem*. p. 56

³⁸ *Ibidem*. p. 12

necesario mantener una imagen consistente para reflejar seguridad, modernidad y solidez en las actividades de esta Institución”³⁹.

El hecho de uniformar y dar congruencia gráfica a la imagen del Instituto requiere de todo un proceso que se dio a través de los años, dando continuidad a aquellos procesos que funcionan hasta ahora .

Al logotipo del Instituto no se le permite vincularse con otros símbolos o logotipos; modificar sus proporciones, alterar su estructura, ... para mantener de esta manera una congruencia con su misión, su filosofía y las actividades desempeñadas por el Instituto.

³⁹ IMSS. Manual de... Op cit. p. 80

Capítulo 2. Actividades en la Coordinación de Comunicación Social

ACTIVIDADES EN LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

La Coordinación de Comunicación Social como pilar fundamental en la estructura del IMSS, forma parte de una comunicación flexible, donde se desarrollan distintas actividades adaptables en términos de cobertura; esto es, información dirigida con precisión a sus destinatarios (trabajadores, derechohabientes, público en general, ...), ésta es atractiva por su contenido y forma.

En la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, se desempeñan las siguientes actividades:

- Coordinación, establecimiento y ejecución de las estrategias de información, difusión y relaciones públicas entre las autoridades y los trabajadores.
- Realizar una cobertura informativa de las visitas y eventos que competen a la Delegación Sur del IMSS.
- Elaborar una memoria de audio y fotos de los acontecimientos y eventos más sobresalientes de la Delegación Sur del IMSS.
- Divulgar los logros y metas alcanzadas por el IMSS a los trabajadores.
- Asistir a las solicitudes de entrevista de los medios de comunicación a los profesionales del Instituto sobre temas de vanguardia médico-administrativa.

Sin embargo participé más activamente en:

- La elaboración diaria de una síntesis informativa de prensa, con los temas más relevantes relacionados con la Delegación, así como con otras dependencias de salud y contenidos de interés nacional, difundida a los miembros que forman parte del cuerpo de Gobierno del IMSS.
- Elaboración y difusión de campañas administrativas y de salud a través de carteles, trípticos, eventos, ...

Todos estos puntos forman parte de la Coordinación de Comunicación Social cuyo objetivo es informar, diseñar, coordinar y ejecutar la política de comunicación social, para garantizar una sólida, consistente y clara imagen de la administración de la Delegación Sur del IMSS.

Si bien el presente capítulo tiene como propósito mostrar a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas sobre las actividades desarrolladas en la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, por contar con el personal capacitado y calificado en la materia, también para mostrar el trabajo y calidad de cada tríptico, folleto, calendario, ... que se realiza para campañas de salud, administrativas y eventos.

2.1 Síntesis informativa

La elaboración diaria de una síntesis informativa de prensa, consistía en dar lectura a distintos diarios como son: la Jornada, el Universal, ...; de los cuales se toman las noticias más relevantes, de éstas se extraen pequeños párrafos que consolidan la noticia en su totalidad. Cada una de estas noticias se pegan en hojas blancas membretadas en la parte superior indicando el diario al que pertenece cada noticia.

Para su distribución se fotocopia dicha síntesis informativa de prensa que consta de aproximadamente veinte o treinta hojas, con los temas más relevantes relacionados con el Instituto, así como con otras dependencias de salud y contenido de interés nacional.

Cuando esto se traslada al Instituto de seguridad social más importante del país, cobra mayor vigencia, pues ante una población creciente que demanda más y mejores servicios, el contar con una estrategia política adecuada en materia de comunicación, asegura que la ciudadanía cuente con la información suficiente para

tener un pleno conocimiento de lo que se está llevando a cabo para dar respuesta a sus demandas ¹.

La síntesis informativa no termina aquí, ya que por medio del correo electrónico llega una breve síntesis informativa con los encabezados más sobresalientes de todos los diarios del país: la Jornada, Reforma, uno más uno, el Sol de México, el Universal, el Día, ...; ésta se envía a los jefes de cada área de la Delegación a través de su e-mail para que se mantengan informados de los acontecimientos del país (política, salud, ...) y no sólo a ellos, sino a quien lo solicite en la Delegación.

Es en este momento cuando el uso adecuado de los medios de comunicación cobra mayor vigencia por la necesidad de transmitir al interior y al exterior una imagen que proyecte confiabilidad y experiencia, imagen que todos conformamos y que en el proceso de diseño y producción recae en los profesionales de la comunicación ².

2.2 Diseño de carteles, trípticos, folletos, reconocimientos, ...

La elaboración y diseño de carteles, trípticos, ... es una de las actividades que se desarrollan en la Coordinación de Comunicación Social, aquí es importante comprender que el diseño gráfico y la publicidad son el primer eslabón de una cadena cuyo objetivo final (lo que da sentido a la misma) es el producto terminado (el mensaje).

De esta manera el diseño gráfico y la publicidad, implícitamente son un proceso de creación con fines principalmente comerciales, ambos son un proceso de selección y organización de un conjunto de ideas para producir elementos

¹ IMSS. Manual de Imagen Institucional. P. 105

² Loc. Cit.

destinados a comunicar mensajes específicos a grupos de población amplios o reducidos.

Es así como el diseño gráfico y la publicidad se complementan; ya que la publicidad es tener, plantear la idea, sin embargo, junto con el diseño gráfico podemos desarrollar de forma más tangible y específica nuestras ideas, ayudándonos de distintos elementos como son: imágenes, colores, texto, ...

Considerar el diseño como una entidad independiente, suele ser el origen de muchos problemas que impiden que una buena idea se desarrolle adecuadamente para alcanzar todo su potencial.

Cada elemento del mensaje está al servicio de esa intencionalidad, hay un cálculo previo, un diseño previo destinado a cumplir con los requerimientos de la distribución y el consumo del mensaje. En este caso el fin encadena la elaboración³.

No podemos pensar en la comunicación gráfica, en este caso los mensajes como un todo homogéneo, porque aquí entra en juego la división social del trabajo, las relaciones sociales vigentes manifestándose éstas claramente en ellos. Desde los temas seleccionados, el tratamiento que se les da, el modo de impresión, de papel, hasta la forma en que son diseñados, siempre hay un tipo de público, un tipo de destinatarios que están presentes para el diseñador, lo sepa o no, tenga o no conciencia de ellos.

Esta discriminación por sectores sociales tiene una incidencia directa en cuestiones estéticas, en la conformación misma de los mensajes⁴.

³ Castillo, Prieto Daniel. Diseño y Comunicación. P. 11

⁴ *Ibíd.* P. 14

Un diseño como el que nos ocupa requiere de un público que lo acepte, requiere de un hacer necesario ese diseño y lo que él promociona. El hecho de que todo diseño requiera de un público no significa que tal público sea producto del diseño. En todo caso es producto de relaciones sociales más amplias, de las características específicas de una determinada formación social.

La forma consiste: verbales y visuales (imagen) que constituyen el diseño mismo; la selección referencial alude al tema, a lo que se considera importante de elegir para transmitir, para expresar ⁵.

Todo mensaje está estructurado de tal manera que no constituye una declaración textual sobre la realidad sino una versión, lo que equivale a decir que un mensaje está intencionalizado y lleva de alguna forma la huella de su autor (una organización), en este caso, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

Lo que hace que los comunicados se enriquezcan formalmente, adquieran, junto con la información que transmiten, una tremenda fuerza expresiva. Las organizaciones requieren cada vez más de este tipo de creaciones, ... A la vez las organizaciones comienzan a nutrirse de personas provenientes del campo del diseño y de la comunicación ... ⁶.

2.2.1 Cartel, invitaciones, reconocimientos para evento de Asistentes Médicas

Las asistentes médicas son las encargadas de ayudar al doctor en la revisión del paciente, esto es, medirlo, pesarlo, tomar presión, ...

Cada año la Coordinadora de asistentes médicas solicita por escrito a la Coordinación de Comunicación Social su colaboración para organizar su evento, que en esta ocasión se le denominó: “2as Jornadas de Asistentes Médicas”; que

⁵ *Ibíd.* P. 37

⁶ *Ibíd.* P. 47

año con año reconocen a las asistentes médicas más sobresalientes de cada hospital que corresponde a la Delegación Sur.

En esta ocasión no sólo se quería reconocer a las asistentes médicas, también ellas querían cambiar su imagen ya que los pacientes las percibían como groseras e intolerantes; para ello se elaboró el siguiente material:

- ❖ **Gafetes:** se diseñaron dos gafetes diferentes; un gafete blanco (**anexo 8**) donde se utilizó la frase “salvemos nuestra imagen”, anexando un acróstico (grupo de frases, palabras o versos, cuyas letras iniciales, leídas verticalmente, forman una palabra, un nombre, una frase u otra entidad predeterminada) con la palabra sonríe (saluda cortésmente, mira a los ojos, brinda información, sé respetuosa, muestra interés, atiende amablemente,); y un gafete verde (**anexo 9**) “al rescate de los valores” también con un acróstico con la palabra servicio (superación, respeto, probidad, creatividad, eficiencia, confidencialidad, integración, responsabilidad); ambos con la imagen de una carita sonriendo que hablan de la amabilidad y disposición de las asistentes médicas por brindar un buen servicio.
- ❖ **Cartel (anexo 10):** en él aparece la imagen de dos asistentes médicas sonriendo, con sus respectivos uniformes y portando los gafetes que se les diseñaron, además como fondo en la parte inferior una computadora (expediente electrónico), se utiliza la frase Asistentes Médicas y entrecalado con ésta “salvemos nuestra imagen”.
- ❖ **Invitaciones, reconocimientos y constancias (anexo 11):** para estos se diseñó un logotipo (manos que encierran las letras A M –Asistentes Médicas-) y un slogan (es una frase memorable usada en un contexto) “servicio con calidad y respeto”, que sigue el mismo concepto que se utilizó en los gafetes y el cartel.

Todo esto nos lleva a la selección de términos y la conformación de mensajes con un determinado tipo de enunciado que está siempre en juego una valoración, una conceptualización del público al que nos dirigiremos ⁷.

Nuestro slogan “servicio con calidad y respeto”, nos permitió en un momento dado llegar directamente al corazón de nuestro mensaje como lo menciona Castillo Prieto: “¡Cómo que es el grito triunfal que lo remata!” ⁸.

Dentro de la estructura total del mensaje, el slogan es lo que la etiqueta al producto; lo que la palabra es a la frase, ... Es la idea certeramente condensada ... de toda la verdad que se quiere decir –o gritar- en un mensaje ⁹.

También utilizamos elementos que ellas reconocieran, como sus iniciales, su color, ... que llamaremos códigos.

En un sentido muy general podemos definir códigos, en referencia a cualquier lenguaje, como las reglas de elaboración y combinación de los elementos de dicho lenguaje sea el caso del idioma que utilizamos, las reglas de morfología y de sintaxis tienen la función de enseñarnos lo básico para poder usar ese recurso de comunicación ¹⁰.

Entonces la palabra y la imagen se integran para formar lo que se denomina la relación verbal-visual. Las palabras aparecen como la clave de la imagen, ya que ésta, por sus características, da lugar a muchas interpretaciones. Es lo que Barthes denominaba “anclaje de sentido”, es decir, la palabra viene a precisar de qué manera se debe leer la imagen ¹¹.

⁷ Ibídem. P. 154

⁸ Ferrer, Eulalio. El lenguaje de la publicidad en México. 1966. P. 30

⁹ Loc. Cit.

¹⁰ IMSS. Manual de... Op. Cit. P. 23

¹¹ Castillo, Prieto. Op cit. P. 161

¿Esto qué quiere decir?, la imagen que se proyecta de las asistentes médicas amablemente en el cartel; también esa misma imagen se refleja en el logotipo y el slogan “servicio con calidad y respeto”.

2.2.2 Cartel de seguridad “Por un seguro más seguro”

“Por un seguro más seguro”, es un cartel que se diseñó para informar y prevenir a los trabajadores del IMSS sobre ciertos puntos a los que no se les da importancia (mostrar el gafete, asegurar el área de trabajo, cerrar cajones y reportar personas sospechosas).

Los mensajes propalados a través de los medios de difusión colectiva son un producto específico de la sociedad industrial, surgidos en ella y por las necesidades de su desarrollo. Si reconocemos que detrás de todo mensaje producido y distribuido de esta forma hay cierta intencionalidad (ninguno de ellos es inocente, producto de un juego o un favor social que se le haría a la población) debemos preguntarnos cuál es la intencionalidad dominante en una sociedad organizada como la nuestra ¹².

En este caso nuestra intencionalidad, no es otra más que prevenir a los trabajadores del IMSS, cerrándole la puerta a la delincuencia; ¿cómo?, se hizo un primer diseño de 60 cm. por 90 cm., titulado ¡Por un seguro más seguro!, donde se muestran cuatro fotografías y al pie de cada una de ellas las siguientes frases: muestra tu gafete, asegura tu área de trabajo, cierra tus cajones y reporta sospechosos (**anexo 12**).

En la parte inferior del cartel: ¡Ciérrale la puerta a la delincuencia! (unidad contra la delincuencia). Esta propuesta agradó, pero se solicitó que se realizará un cartel de 40 cm. por 60 cm., por fotografía con su respectiva frase.

¹² Ibídem. P. 13

Es así donde nos damos cuenta que un buen anuncio contiene elementos específicos diseñados para captar la atención, decir una historia, crear el sentido de la urgencia, publicar una llamada a la acción, e identificar el anunciante en la mente. La influencia del diseño en la efectividad de la publicidad, es tal que debe considerarse cuidadosamente si realmente conviene ... El mensaje no es el punto en sí, sino el producto final al que se llegó después de considerar el efecto que se quiere lograr, y el contexto comunicacional en el cual el público va a sentir nuestro estímulo ... ¹³.

De acuerdo con las frases utilizadas: muestra tu gafete, asegura tu área de trabajo, cierra tus cajones y reporta sospechosos; estamos empleando el recurso del tuteo. "... porque la mayoría de los avisos trata de llegar a todo el mundo y tiene que emplear, en consecuencia, palabras de uso corriente. Se emplean algunos dilemas, el más frecuente el tuteo" ¹⁴.

En términos generales, ... el tuteo es la diferencia más visible que puede encontrarse entre avisos de un mismo producto que buscan llegar a distintos segmentos del público. El tuteo es aquí un recurso creativo ¹⁵.

2.2.3 Evento "Día del médico"

El día del Médico se celebra el 23 de Octubre, día que no puede dejar pasar desapercibido el IMSS; porque el médico es parte de éste y contribuye a fortalecer su filosofía y misión: "brindar y garantizar el derecho a la salud".

De tal manera que el Jefe de Prestaciones Médicas, solicitó a la Coordinación de Comunicación Social su apoyo para festejar su día y reconocer a los médicos más sobresalientes de las unidades médicas que le corresponden a la Delegación Sur.

¹³ Borrini, Alberto. Publicidad: la fantasía exacta. P. 95

¹⁴ *Ibíd.* P. 104

¹⁵ *Ibíd.* P. 105

En una primera instancia se diseñó una propuesta con la imagen de Hipócrates (padre de la medicina) y un pensamiento dirigido al médico, titulado : “Para el médico con respeto y admiración” (**anexo 13**), propuesta que no fue aceptada debido a que se quería algo diferente.

El Jefe de Prestaciones Médicas explicó y llevó la imagen que quería para sus invitaciones y reconocimientos, y la invitación quedó de la siguiente manera: la imagen de Quijote de la Mancha en marca de agua, bajo él la frase “Humano, demasiado humano”, invitados, programa y anexa a la invitación una hoja con los nombres de los médicos reconocidos (**anexo 14**).

Existen grupos diferenciados por ocupaciones, edades, sexos, creencias y actividades cotidianas. Esta no es la excepción, los médicos son un grupo que tiene su propio lenguaje, por ejemplo.

Sin embargo, en los mensajes se produce la tendencia a homogeneizar a los perceptores. Para poder llegar a todos es necesario eliminar las distinciones, hacer un mensaje que de alguna forma interese a la mayoría, atraiga a los más amplios sectores. Pero esto no es tan sencillo.

Cada medio condiciona el tipo de mensaje en relación con las posibilidades de atención del público. Ello conduce a problemas concretos de lenguaje de conformación de los mensajes. Para el diseño de los mismos, hay que partir de lo que la población está habituada a percibir. No se puede pretender llevar conciencia sobre un tema y al mismo tiempo entablar una batalla para transformar las pautas perceptuales de la gente...

Significa que existe una manera de leer, de gustar, incluso los mensajes y es preciso tomarla en cuenta para elaborar cualquier tipo de folleto, cartel, ...¹⁶

¹⁶ Castillo, Prieto, op. cit. P. 170

Y el lenguaje aquí también es importante, "... el lenguaje es la esencia misma de la cultura y desempeña, por lo tanto, una función central en la vida de la sociedad, influyéndose mutuamente en su nivel de desarrollo y de conocimiento. Al lenguaje se transfieren la conciencia del mito y del logo: los signos hechos palabras, las palabras convertidas en ideas, las ideas al servicio de la relación humana y de la representación de los objetos ¹⁷.

2.2.4 Tríptico "El preservativo o condón"

La Jefatura de Prestaciones Médicas, solicitó a la Coordinación de Comunicación Social el diseño de un tríptico sobre el preservativo, ya que el tríptico con el que contaban era ilegible, de mal aspecto y poco atractivo para el destinatario.

Buscamos la información necesaria por internet sobre el condón, basándonos en la información del tríptico y la recabada por nosotros, comenzamos con nuestro diseño.

Nosotros buscábamos que nuestras imágenes fueran atractivas y legibles, para llamar la atención de nuestro destinatario; a su vez, que nuestro texto fuera breve, ameno y conciso.

Los elementos de expresión son la palabra y la imagen. Hay que aprender a seleccionar y combinar, en el primer caso, a elaborar y combinar formas y colores en el segundo ¹⁸.

La palabra y la imagen se integran para formar lo que se denomina la relación verbal-visual... Pero no es la única relación cuando el texto reitera algo que en la

¹⁷ Ferrer, Eulalio. El lenguaje de la Publicidad. P. 22

¹⁸ Castillo, Prieto, op. cit. P. 107

imagen es evidente, se produce la redundancia, que puede llegar y de hecho llega, a verdaderos extremos en los mensajes de difusión colectiva. Se redundaba en exceso para asegurarse de antemano una lectura única, unicentral, por parte del perceptor¹⁹.

De hecho es nuestro objetivo con el texto utilizado y las imágenes de cómo usar el preservativo o condón.

En la Jefatura de Prestaciones Médicas surgió la necesidad de tener un mejor diseño para su tríptico, para mantener informada a la población sobre el uso y cuidado del condón. “Los mensajes se producen por necesidades prácticas, pero también por necesidades de expresión²⁰” (**anexo 15**).

2.2.5 Cartel “Campaña de vacunación contra la influenza”

La influenza es una enfermedad respiratoria contagiosa, que ataca a la población en general; principalmente al sector de la población más desprotegida como niños entre 6 y 23 meses de edad y adultos mayores. Por ello, en el invierno se intensifica la campaña de vacunación contra la influenza para este sector de la población.

Con difundir, por ejemplo, una campaña de vacunación a través de la televisión o la radio, estaría solucionado el problema de cierta enfermedad que ataca a los niños. Todos los padres estarían dispuestos a hacer inmunizar a sus niños una vez que hubieran recibido el mensaje²¹.

Esto en la realidad no ocurre, no basta sólo el mensaje difundido por televisión o radio, de tal manera que por ello se requirió de elaborar un cartel; para reforzar dicha campaña y no pasar desapercibida por algunos sectores de la población.

¹⁹ *Ibíd.* P. 161

²⁰ *Ibíd.* P. 145

²¹ *Ibíd.* P. 167

En otras palabras, el mensaje del cartel viene a reforzar una situación que de alguna manera ya estaba en la población.

Para nuestra campaña de vacunación, el objetivo es la vacuna, los soportes utilizados son una madre con su niño y un adulto mayor (soportes humanos), en una clínica (soporte ambiental), cartillas, logo IMSS (soportes objetuales) .

Una mujer con un niño en brazos puede significar multitud de cosas, pero el texto se encarga de señalarmos que se trata de una madre con su hijo, el cual debe ser vacunado. Cuando más explícita es la imagen, cuando más referencial, menor cantidad de texto hace falta. En cambio, en las imágenes ambiguas o confusas, el lenguaje verbal tiene que ser más detallado, a fin de indicar de qué manera hay que interpretar ²².

En nuestro cartel por ejemplo, la imagen de la madre con su hijo y la señora mayor mostrando sus cartillas, indican que son el sector de la población que deben vacunarse, claro apoyando la imagen con el texto “Para prevenirla, en el Seguro Social les proporcionamos la vacuna a niños entre 6 y 23 meses de edad y a adultos mayores”, también se anexan unas medidas para prevenir la influenza **(anexo 16):**

- ✓ Abrigarse bien y evitar cambios bruscos de temperatura.
- ✓ Consumir frutas y verduras ricas en vitamina A y C.
- ✓ Lavarse las manos con frecuencia, especialmente después de tener contacto con personas enfermas.
- ✓ Evitar la exposición a contaminantes ambientales y no fumar en lugares cerrados.

²² Ibídem. P. 161

Cabe hacer mención que a través del material antes mencionado: Cartel “Campana de vacunación contra la influenza”, tríptico “preservativo o condón”, Cartel “Por un seguro más seguro”, ... estamos estableciendo un sistema de comunicación, esto es que se pone en relación a productores (emisor) y consumidores (receptor) a través de medios de comunicación de masas; en este caso, carteles, trípticos, ...

En el siguiente capítulo, describiremos la elaboración de los calendarios de escritorio y de pared, su diseño, sus fotos, sus frases, ...

Capítulo 3. Calendario 2006 de escritorio y de pared

CALENDARIO 2006 DE ESCRITORIO Y DE PARED.

Cada año la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Sur, es la encargada de diseñar y elaborar el calendario de escritorio y de pared del próximo año. Éste es distribuido en todas las Unidades de medicina familiar que le competen a la Delegación Sur.

Para su elaboración se comenzó a mediados del mes de agosto ya que se requiere de los primeros diseños, las frases para los pies de foto, las fotografías, ...

Quiero mencionar que para cada cartel, tríptico, invitaciones, ... antes expuestos, presenté mis propuestas de las cuales se tomaron en cuenta ideas y slogans.

En este caso, para el calendario de escritorio y de pared puse a consideración mis propuestas en cuanto al diseño, es decir, tamaño, forma, medidas y colocación de cada elemento en dichos calendarios (logo, slogan, foto, ...).

Revisé los trabajos hechos en años anteriores, por lo que me dí a la tarea de presentar en mi propuesta, un formato diferente, uno que no habían utilizado en años pasados; la Coordinadora de Comunicación Social, quería innovar por lo que también utilicé una calendarización no habitual, diferente.

Las fotografías plasmadas en los calendarios, corresponden al personal de la Delegación Sur y las distintas unidades de medicina que le corresponden a ésta.

No sólo trabajamos en nuestro concepto “personal IMSS trabajando”, ya que también queríamos resaltar la unificación de la Delegación Sur del Distrito Federal que anteriormente era Delegación 3 y 4 del Distrito Federal.

En los calendarios se priorizó reflejar la identidad del IMSS, a través de exponer una trayectoria, un objetivo, una manera de hacer las cosas y una idea de a dónde se quiere llegar.

Uno de los ingredientes de la identidad es la cultura corporativa; otro, las acciones de la firma, no sólo las comerciales esto en el terreno, digamos, práctico porque últimamente la comunicación forma parte también de la identidad. En la sociedad de la información ya no sólo importa quién es, qué hace y cómo lo hace, sino también cómo lo comunica. Parafraseando a Mc Luhan, “la empresa es también el mensaje”¹.

Entonces nuestra empresa (el IMSS), quiere comunicar la unificación de la Delegación 3 y 4 del Distrito Federal, además, de transmitir nuestro mensaje “IMSS trabajando”.

En las próximas páginas describiremos la elaboración de cada calendario, así como el porqué de cada elemento que los conforman.

3.1 Calendario 2006 de escritorio

El calendario 2006 de escritorio mide veintiocho por doce centímetros, su diseño es horizontal; cuenta con veintiún páginas impresas por ambos lados y dos contraportadas. A continuación hacemos una descripción de las diferentes secciones con las que cuenta:

- **Portada.** Utilizamos la frase “En el IMSS te damos tu lugar...”, en tipografía de color blanco que la hiciera resaltar ya que utilizamos un fondo de tono verde, se plasmaron cuatro fotografías que engloban los grupos de una sociedad o población; es decir, niños, jóvenes, adultos y adultos mayores. Con estas fotografías nuestra intención fue hablar de la

¹ Borrini, Alberto. Publicidad: la fantasía exacta., p. . 137

unión; una unión no sólo familiar, sino también de forma implícita, la unión de las Delegaciones 3 y 4 del Distrito Federal, concepto que nosotros queríamos comunicar al personal IMSS de la Delegación Sur del Distrito Federal.

- **Contraportada.** Cuenta con un pequeño mapa del Distrito Federal, en el cual se señala en tono verde la cobertura de la Delegación Sur del Distrito Federal, anexando el nombre de cada Delegación: Álvaro Obregón, Benito Juárez, Coyoacán, Cuajimalpa, Cuauhtémoc, Iztacalco, Magdalena Contreras, Miguel Hidalgo, Milpa Alta, Tláhuac, Tlalpan, Venustiano Carranza y Xochimilco.
- **Contraportada anverso.** Fotografías y nombres del personal que en ese momento formaba parte de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Sur del Distrito Federal y teléfonos de la misma.
- **Calendario 2005, 2006 y 2007.** Se anexaron estos calendarios para quienes necesiten consultar alguna fecha del año anterior, presente o siguiente de forma rápida.
- **Más vale PREVENIMSS.** En esta hoja utilizamos esta frase, para que nuestro receptor cuide su salud comiendo sanamente, ya que la grasa acumulada en el abdomen es la que más daña a la salud.

Se colocó al centro de la hoja “el plato del bien comer” que contiene frutas, verduras, cereales, leguminosas y alimentos de origen animal; dicho plato está dividido en tres partes: alimentos que defiende de las enfermedades, los que dan energía y los que ayudan a crecer y dan fuerza.

También se colocaron dos tablas con los alimentos que más acostumbra a consumir la gente (papas, pan, quesadillas, sopes, tacos, hamburguesas, ...) con el número de calorías que consumiría al ingerir estos alimentos, esto con la intención de crear en el receptor una conciencia y lleve una alimentación sana para cuidar su salud.

- **Directorio.** En el directorio vienen nombres, cargos y teléfonos de las personas que forman parte del cuerpo de Gobierno de la Delegación Sur del Distrito Federal, así como directores, unidades, teléfonos y direcciones de los distintos hospitales, unidades de medicina, guarderías, centros de seguridad social, teatros, tiendas, velatorios y plantas de lavado, además de teléfonos de emergencia.

Cabe mencionar que en este apartado no se hace alusión a las hojas de la calendarización de cada mes ya que en las próximas páginas se describirá con detalle cada mes del año.

Para cada mes del año se utilizaron dos hojas, para su descripción y clasificación las llamaremos A y B; cada una de ellas con su respectiva calendarización en la parte izquierda de la hoja, días festivos para el Instituto al centro en tipografía roja y verde, fotografía en la parte derecha de la hoja y frase al pie de foto, claro, sin olvidar el logotipo del IMSS.

En las dos secciones (A y B) de cada mes se manejó un concepto distinto para que las imágenes fueran diferentes; se colocaron las fotografías y pies de foto, a continuación la descripción de cada mes con sus secciones: conceptos, fotografías y pies de fotos.

3.1.1 Enero

A).- Delegación Sur. Nuestro concepto es hacer resaltar la Delegación Sur, por lo que la fotografía que se insertó en esta sección es la fachada de ésta, se remarca su unión con el pie de foto **“La unión de las anteriores Delegaciones 3 y 4 constituye la fuerza de la actual Delegación Sur del Distrito Federal” (anexo 17).**

“...la función de la imagen... consiste ante todo en llamar la atención e inducir a leer el texto”².

B).- Día de la enfermera. Nuestro concepto aquí es el “día de la enfermera”, día institucional para el IMSS; por lo que se incluyó la fotografía de una enfermera con un recién nacido y nuestro pie de foto **“Vocación de servicio y amor a la vida, guían las sabias manos de las enfermeras” (anexo 18).**

En esta ocasión nuestra imagen dice mucho pero la frase le da más fuerza, “... hay que procurar ante todo delimitar el espacio y la función que ocupa la imagen en el mensaje...”³.

3.1.2 Febrero

A).- Estomatólogo. El estomatólogo es la persona que trata las enfermedades de la boca, y el día del estomatólogo es un día que celebra el IMSS; por lo que es, en esta ocasión, nuestro concepto a desarrollar en este mes y por ello nuestra imagen es un estomatólogo desarrollando su trabajo. Esta imagen puede ser confusa para quien no sepa que hace el estomatólogo y para que no se preste a confusiones su pie de foto dice: **“Los estomatólogos son parte fundamental en la prevención de enfermedades bucales” (anexo 19).**

Hay gran número de casos en que la ilustración resulta perfectamente inútil por sí sola: nada tiene que explicar, nada que dar a conocer, como no sea por casualidad. Con frecuencia, no se propone más cosa que atraer miradas ...⁴.

B).- Expediente clínico electrónico. El expediente electrónico es la base de datos donde está toda la información del paciente, la cual es consultada por médicos, enfermeras y personal del IMSS como se muestra en la fotografía de este mes.

² Victoroff, David. La publicidad y la imagen, p. 36

³ Ibidem., p. 30

⁴ Ibidem., p. 27

Para enfatizar la importancia del expediente electrónico en el IMSS utilizamos la frase: **“El IMSS se coloca a la vanguardia con el expediente electrónico” (anexo 20).**

Nuestra frase es corta, pero Joannis menciona: “el anuncio más eficaz será aquél que requiera la menor lectura posible para su comprensión ...”⁵, hecho cierto, ya que no requerimos de una gran frase para saber de que estamos hablando, es decir, la fotografía muestra el expediente electrónico y la imagen del IMSS en el uniforme de la recepcionista, códigos conocidos por el receptor.

3.1.3 Marzo

A).- PrevenIMSS - cartillas. En este mes no tenemos días institucionales, pero queremos resaltar la importancia de la cartilla y guía para la salud; concepto utilizado en la fotografía donde se muestran las cinco cartillas con su respectiva guía y su pie de foto dice así: **“El uso de la cartilla y guía para el cuidado de la salud ayuda a prevenir y detectar enfermedades oportunamente” (anexo 21).**

Arren menciona: la función del dibujo consistirá casi siempre en llamar la atención determinando el aspecto del producto; el texto explicará las cualidades del objeto anunciado y hará una breve llamada a la inteligencia⁶. Esto mismo ocurre con nuestra imagen y texto.

B).- Etapas de la vida con cartilla. Utilizamos el mismo concepto en esta sección con la diferencia, que en la fotografía se muestra una persona portando la cartilla que le corresponde, de acuerdo a su sexo y edad (hombres, mujeres, niños, ...); además el pie de foto: **“Para cada etapa de la vida hay una cartilla y guía para la salud” (anexo 22).**

⁵ Ibidem., p. 28

⁶ Ibidem., p. 36

Retomando a Arren “la imagen sólo desempeña un papel accesorio: quien asume la función esencial del mensaje es el texto”⁷.

3.1.4 Abril

A).- Revista a tu salud. El IMSS publica mensualmente la revista “a tu salud”, con diferentes temas sobre medicina, alimentación, salud, para alcanzar una mejor calidad de vida.

La imagen utilizada fue una fotografía con la revista “a tu salud”; en la cual se muestran en forma de abanico los diferentes números de la revista publicados en el año, haciendo atractiva su imagen por el colorido e invitando al perceptor a leerla con nuestro pie de foto: **“A tu salud, la revista que da acceso a información actualizada sobre diversos temas para alcanzar una mejor calidad de vida” (anexo 23).**

La utilización de la fotografía con las revistas en forma de abanico y por su colorido; atrae la mirada del perceptor como reconoce C. R. Haas, pero también “... la imagen puede servir para que resalten las cualidades del producto, para que se consolide la credibilidad de los argumentos sugeridos por el texto y, sobre todo, para facilitar la memorización...”⁸.

B).- Personas leyendo revista. Nuestra intención no es sólo informar al perceptor sobre la revista e invitarlo a leerla, también, hacer de su conocimiento que la puede encontrar en las unidades de medicina del IMSS.

De hecho la imagen que se muestra, son personas en una unidad del IMSS leyendo la revista “a tu salud” y el pie de foto dice: **“En cada unidad de medicina familiar se encuentra mes a mes la revista a tu salud” (anexo 24).**

⁷ Loc. Cit.

⁸ Victoroff. La publicidad... Op Cit., p. 37

No se requiere sólo de la palabra, ya que reclama un signo de imagen. Es menester darles y fijarles un valor, según la impresión que producen ⁹.

3.1.5 Mayo

A).- Técnico administrativo. El concepto que se maneja aquí es el técnico administrativo; día que festeja el IMSS, el técnico administrativo es la persona encargada de brindarle información y orientación a los derechohabientes sobre asuntos administrativos.

La fotografía utilizada muestra a un técnico administrativo brindando sus servicios a un derechohabiente y su pie de foto dice: **“Los trámites administrativos se otorgan de manera rápida y eficiente” (anexo 25).**

Se pretende que las palabras funcionen como ideas, integradas en el concepto distintivo del nombre de la cosa y de su uso o beneficiario ¹⁰.

B).- Trabajo en equipo. Nuestro concepto es mostrar que en el IMSS y en la Delegación Sur se trabaja en equipo, llámese intendencia, técnicos, ...; concepto que se hace evidente en la imagen utilizada (fotografía) y en el pie de foto: **“En la Delegación Sur el trabajo se hace en equipo” (anexo 26).**

Lo que aquí importa es que el público encuentre las razones de la razón del mensaje. Todo lo que en él existe de útil, de servicial. Todo lo que da en uso y beneficio a cambio de lo que cuesta ¹¹.

⁹ Ferrer, Rodríguez Eulalio. El lenguaje de la publicidad en México, 1966, p. 14

¹⁰ *Ibidem.*, p. 15

¹¹ *Ibidem.* p, 26

3.1.6 Junio

A).- Nutricionista. Nuestro concepto en este mes fue el día del nutricionista, por lo que nuestra fotografía muestra a las nutricionistas en una ceremonia de reconocimiento en su día y el pie de foto utilizado fue: **“Las nutricionistas guían para tener una sana alimentación” (anexo 27).**

B).- Obeso con nutricionista. La nutricionista es la persona encargada de orientar a su paciente sobre una alimentación sana para evitar el sobrepeso u obesidad; la fotografía muestra a la nutricionista pesando y midiendo la cintura de su paciente, el pie de foto dice: **“Con una dieta balanceada y la práctica de ejercicio se combate la obesidad”**; la utilización de estos elementos (foto y texto), invita al perceptor a llevar una alimentación sana (motivación) **(anexo 28).**

El interés que un mensaje provoca está en relación directa con su impacto de atención y éste con su motivación. La motivación es hoy, en sus múltiples escalas, el gran motor de la génesis publicitaria ¹².

3.1.7 Julio

A).- Terapeuta físico. Nuestro concepto fue el día del terapeuta físico; persona que ayuda a rehabilitarse a personas con alguna discapacidad.

La imagen (fotografía) utilizada muestra al terapeuta haciendo su trabajo, en su entorno el equipo de rehabilitación con el que cuenta y la frase (pie de foto) **“Una buena rehabilitación ayuda a recuperar la calidad de vida” (anexo 29).**

El contenido y significado tiene que estar estrechamente vinculado al resto del esquema de transmisión del mensaje, la frase debe recoger la esencia del concepto que se desea comunicar y que el esquema de transmisión debe transmitir con

¹² Ibídem p. 22

eficacia. En consecuencia, es el propio concepto que se desea comunicar el que debe condicionar el contenido de la frase, de forma que éste se integre plenamente en el esquema de transmisión ¹³.

B).- Construcción ortopedia. La imagen (foto) utilizada muestra el hospital de traumatología y ortopedia, éste se encuentra en construcción; hecho que no muestra la imagen a excepción del encabezado que lo indica en letras blancas con fondo verde (construye). Quiero mencionar que la imagen fue editada para colocar la palabra construye y el logo del IMSS a su lado, ya que la fotografía tenía mucho cielo y esto hacía que el hospital perdiera importancia.

Para enfatizar la construcción de este hospital se utilizó el pie de foto: **“La construcción del hospital de traumatología y ortopedia región sur, constituye una magna obra para un mejor servicio en la Delegación Sur” (anexo 30).**

Todos estos elementos (imagen, frase, ...) unidos denotan como mencionó Ferrer que “cuándo la imagen precede a la palabra, la palabra antecede a la idea”¹⁴.

3.1.8 Agosto

A).- Trabajadora social con paciente. En este mes hay tres fechas importantes para el IMSS: día del personal técnico especializado, día del donador altruista de sangre y día del trabajador social; éste último forma parte de nuestro concepto, en la imagen (foto) se muestra la trabajadora social con su respectivo uniforme realizando su trabajo y como la imagen puede prestarse a confusiones se puso la frase (pie de foto): **“El trabajador social presta sus servicios a enfermos crónicos hasta su hogar” (anexo 31).**

¹³ Ortega, Martínez Enrique. La Comunicación publicitaria, p. 252

¹⁴ Ferrer. El lenguaje de... Op Cit. 1966, p. 18

El mensaje está constituido por los diferentes símbolos, colores, imágenes e ideas en general que el emisor transmite. En todo mensaje pueden distinguirse dos aspectos principales; el objetivo del mensaje y la estructura del mismo ¹⁵.

B).- Equipo médico. Nuestro concepto es el equipo médico, cuyo objetivo es mostrar a nuestro receptor la calidad y tecnología del equipo médico con el que cuenta el Instituto, para dar mayor fuerza a la imagen el pie de foto dice: **“Siempre a la vanguardia el equipo médico” (anexo 32).**

El objetivo del mensaje está estrechamente ligado a los fines de la entidad que realiza la comunicación. La estructura del mensaje se refiere al contenido del mismo, al estilo o forma en que se presenta el mensaje. Muchos elementos de la estructura dependen de las características de los receptores y otros dependen del propio medio que se utilice en su transmisión ¹⁶.

3.1.9 Septiembre

A).- Edificio central con bandera. El edificio central del IMSS inaugurado en 1950, representa las oficinas generales de éste y se encuentra ubicado en Avenida Paseo de la Reforma N° 476.

La imagen muestra como fondo en la parte superior derecha la fachada principal del edificio, a su lado izquierdo la bandera de México y en la parte inferior el zócalo de la Ciudad de México adornado conmemorando las fiestas patrias; el conjunto de todos estos elementos (bandera, zócalo, edificio IMSS), significan que el IMSS no sólo brinda sus servicios en la Ciudad de México sino en toda la República Mexicana.

¹⁵ Ortega, La comunicación... Op Cit., p. 15

¹⁶ Loc. Cit.

Además el pie de foto señala que no sólo brinda sus servicios, sino que es de México: **“un seguro social orgullosamente mexicano” (anexo 33).**

En la creación de cualquier mensaje publicitario se plantean siempre dos interrogantes: ¿qué decir? y ¿cómo decirlo? El primer interrogante debe ser resuelto a través de la estrategia creativa, mediante la definición del objetivo de comunicación que el anunciante desea conseguir con el mensaje. El segundo interrogante tiene que ser resuelto por el equipo creativo dentro del amplio margen de referencia que representa la estrategia creativa establecida... La misión fundamental de ese equipo creativo es diseñar e integrar los diferentes elementos visuales gráficos, según las características del medio que se va a utilizar para la transmisión del mensaje, que permitan comunicar con eficacia la intencionalidad del anunciante establecida en la estrategia creativa ¹⁷.

B).- Fiesta patria – niños guarderías. Nuestro concepto sigue siendo las fiestas patrias, la imagen muestra que también en las guarderías se celebran éstas, ¿cómo?, vistiendo a nuestros niños con ropa que nos identifica como mexicanos a su vez fomentando esta cultura en ellos desde su infancia. El pie de foto utilizado fue: **“En las guarderías del IMSS se fomenta el amor a la patria” (anexo 34).**

El pie de foto utilizado “no debe ser una mera frase más o menos ingeniosa introducida de alguna forma en el esquema de transmisión del mensaje, sino que en la medida que sea posible debe sintetizar el propio concepto que se desea transmitir” ¹⁸.

3.1.10 Octubre

A).- Médicos trabajando. Nuestro concepto es: personal IMSS trabajando y como en este mes se reconoce al médico la imagen (foto) muestra a un médico revisando

¹⁷ *Ibidem*, p. 231

¹⁸ *Ibidem*. p. 252

y atendiendo a un recién nacido. Ésta junto con el pie de foto: **“Los doctores de la Delegación Sur siempre comprometidos con la salud”**, denotan el amor del médico a su profesión y el amor a la vida (**anexo 35**).

La elaboración publicitaria encuentra en las frases hechas y otros dichos populares, material conveniente para alcanzar sus propósitos ¹⁹.

B).-UMAES. Las UMAES son las Unidades Médicas de Alta Especialidad, nuestro concepto es mostrar la infraestructura de éstas en la imagen (foto), mostrando que el IMSS no sólo cuenta con unidades de medicina familiar, sino también con hospitales de alta calidad (oncología, pediatría, ...), a su vez la frase (pie de foto) lo ratifica: **“Además de contar con médicos de gran nivel, el IMSS tiene unidades médicas de alta especialidad”** (**anexo 36**).

Consecuentemente se observarán en forma indistinta, transformaciones que ocurren en la fisonomía de la frase a fin de adaptarla a las circunstancias, intencionadas alteraciones de contenido y, otras veces, la transcripción perfectamente textual de lo dicho pero que dirigida por el contexto apunta hacia sentido inesperado ²⁰.

3.1.11 Noviembre

A).- Papel picado. En México como es bien sabido año con año conmemoramos el día de los difuntos el 2 de noviembre. Este concepto se utilizó en este mes, mostrando en nuestra imagen (foto) lo que caracteriza a esta celebración con la ofrenda, la calavera, el papel picado, la catrina, ...

En el papel picado utilizamos la palabra “PREVENIMSS” y el pie de foto: **“Más vale prevenIMSS para conservar la salud”**, el conjunto de todos estos

¹⁹ *Ibíd.* p. 252

²⁰ Block de Behar, Lisa. *El lenguaje de la publicidad*. p. 163

elementos (papel picado, frase, ...) tienen por objeto que el perceptor cuide su salud, para que no se lo lleve la muerte y así hacemos uso de la persuasión (**anexo 37**).

La persuasión publicitaria no es producto solamente de la ciencia aplicada: es probable que le deba más a apoyos también profesionales, pero de otra índole, como la educada intuición, la experiencia, el sentido común y la calculada retórica de los creadores ²¹.

B).- Técnica en atención y orientación. Para informar quién es y qué hace la técnica en atención y orientación, utilizamos la imagen (foto) de la técnica portando su uniforme para poder identificarla y la frase (pie de foto): **“Las técnicas en atención y orientación al derechohabiente son la llave mágica para el buen uso de los servicios de la institución” (anexo 38).**

3.1.12 Diciembre

A).- Fiestas navideñas. Realmente en este mes no tenemos fechas institucionales, por lo que se optó por la celebración de la navidad como concepto. Se utilizó la imagen (foto) de un árbol de navidad, imagen que fue editada para hacerla más atractiva a la mirada.

La frase utilizada fue: **paz y armonía en esta navidad y siempre (anexo 39).**

B).- Feliz año nuevo. No podíamos dejar pasar el cierre de año y darle la bienvenida al 2007, la imagen (foto) muestra un cielo oscuro, al centro la frase “FELIZ AÑO NUEVO” en forma circular con colores atractivos y al centro de ésta unos juegos pirotécnicos y la frase: **Bienvenido 2007 (anexo 40).**

²¹ Loc. Cit.

3.2 Calendario 2006 de pared (propuestas y elementos que lo conforman)

Para el calendario 2006 de pared realicé dos propuestas (horizontal y vertical), los cuales medían noventa por setenta centímetros; ambas propuestas contaban con un fondo color verde (color que distingue al IMSS), sobre su fondo verde al centro en color blanco el logo del IMSS, sobre estos elementos igualmente al centro, la calendarización del año, en el espacio restante se colocaron uniformemente treinta y dos fotos que corresponden a todas las unidades de medicina que le competen a la Delegación Sur (**anexo 41**).

Se optó por desarrollar la propuesta vertical, por dos razones: la primera de ellas fue que no todas las oficinas contaban con el espacio suficiente para colocar el calendario horizontal, ya que abarca más espacio a lo largo; la segunda, que realizar el calendario horizontal implicaba más gastos, ya que se elevaba su costo.

En la propuesta vertical para poder meter las treinta y dos fotos de las unidades se tuvo que hacer más pequeña la foto de lo previsto y así no romper con la propuesta de que las fotos se colocaran alrededor de la calendarización y el logo del IMSS.

Cabe mencionar que se redujo el tamaño de las fotos, porque en la calendarización se anexaron los días festivos del IMSS, lo cual hacía abarcar más espacio al centro.

Para tener una uniformidad con el calendario de escritorio se utilizaron los mismos elementos: colores, calendarización, logo IMSS, ...

Finalmente, es necesario apuntar que con la exposición de las actividades realizadas en la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, se pretende lograr una respuesta en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas; que al conocer las actividades que se realizan en una Coordinación de Comunicación

Social tengan otras opciones de titulación como es un ensayo en la modalidad de informe de servicio social ya que de alguna manera no se sabe a ciencia cierta que se hace en una Coordinación de Comunicación Social.

Lo mencionado con anterioridad podrá observar ya que se representa físicamente en la exposición de los anexos, adjuntos a este informe de servicio social.

C O N C L U S I O N E S

Mi perspectiva en un principio al comenzar el servicio social era que en una Coordinación de Comunicación Social se desempeñaban actividades destinadas a la divulgación de información, como son dar a conocer los objetivos reales y las labores del Instituto Mexicano del Seguro Social, en este caso.

En un principio me fue difícil adaptarme a las actividades que desarrollé que fueron la elaboración de carteles, trípticos, ...; porque desconocía el manejo de los programas de diseño (Corell Draw. 11), pero para aprender a manejarlo lo estuve estudiando durante un mes, a su vez practicaba en él para la presentación de los proyectos y propuestas encomendados.

Al conocer cómo manejar este programa de diseño (Corell Draw. 11), se facilitaron las cosas ya que me ayudó muchísimo a plasmar mis ideas en las propuestas.

Con los conocimientos adquiridos y los que ya tenía, me di cuenta que el diseño gráfico es una parte importante en publicidad, ya que en ésta es solamente plantear “la idea”, sin embargo, junto con el diseño gráfico se complementa, pues con el podemos desarrollar de forma más tangible y específica nuestras ideas, ayudándonos de distintos elementos como son: imágenes, distintas formas de presentar un texto, ...

También me fue un poco difícil ya que estaba acostumbrada a manejar un ritmo de trabajo muy diferente, esto es, a que en la teoría tenía un promedio de un mes o dos para entregar un trabajo, sin embargo, ya en la práctica profesional (servicio social) me di cuenta que no siempre sucede así ya que en ocasiones se requerían proyectos de un día a otro, algunas veces en horas.

Esto en un principio fue difícil pero con el paso de los meses me acostumbré a trabajar a ese ritmo, por lo que hubo una adaptación y al mismo tiempo aprendí a darle solución a los problemas de forma inmediata

Finalmente además de haber aprendido durante el servicio social también impuse ideas y propuestas que se llevaron a cabo como fueron los carteles, trípticos, calendarios, ...

Como estudiante de la carrera en Ciencias de la Comunicación hice mi servicio social en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), dependencia 3 y 4 del Distrito Federal (D.F.), anteriormente, hoy Delegación Sur del D.F.; ubicado en Calzada de la Viga N° 1174, Colonia El Triunfo, Delegación Iztapalapa; en el área de Coordinación de Comunicación Social. El período de prestación fue del 15 de julio del 2005 al 15 de enero del 2006, participando en el proyecto denominado “Programa de trabajo de Comunicación Social, visual y su difusión interna y externa con número de clave 2005-0022/0351-0138”.

En el informe de Servicio Social se mostraron, paso a paso, las actividades prácticas realizadas, mismas que comprenden la concreción del aprendizaje teórico recibido durante la carrera y lo aprendido en este período de prestación.

La intención de este Informe de Servicio Social, consistió en informar a los estudiantes de la carrera en Ciencias de la Comunicación, sobre las distintas actividades que se llegan a desempeñar en una Coordinación de Comunicación Social.

En un principio es importante mencionar que el IMSS, como Institución Pública proporciona servicios sociales, los cuáles promueven el bienestar individual y colectivo de la población en general. Dichos servicios incluyen a las prestaciones sociales y los servicios de solidaridad social.

De esta manera el Instituto satisface el compromiso de brindar la protección económicamente y elevar la calidad de vida de la población que el Estado mexicano le asignó como instrumento que en esencia solidaria y su capacidad redistribuidora de la riqueza permite la justicia social.

Ahora bien, la Coordinación de Comunicación Social, es un pilar fundamental en la estructura del IMSS, ya que forma parte de una comunicación flexible, adaptable en términos de cobertura, dirigida con precisión a sus destinatarios y atractiva por su contenido y forma. Los medios de comunicación, en especial los de cobertura masiva y la red electrónica, son el vehículo ideal para cumplir con los objetivos del Instituto, como mencionamos en páginas anteriores.

El objetivo de la Coordinación de Comunicación Social, es informar, diseñar, coordinar y ejecutar la política de Comunicación Social dirigida por el Delegado de la Delegación Sur del D.F. del IMSS; para garantizar una sólida, consistente y clara imagen de la administración de la Delegación Sur del D.F., sobre todo en las acciones de beneficio a los derechohabientes y que a la vez permita la plena valoración de los esfuerzos realizados de los trabajadores en el cumplimiento de su deber.

De esta manera, en el informe de Servicio Social encontramos las distintas actividades que desarrollé; su desempeño, su utilidad y su función.

El Servicio Social y la formación académica, se conjunta ya que los conocimientos académicos adquiridos los apliqué durante la prestación del Servicio Social; estableciendo y ejecutando las estrategias de información, difusión y relaciones públicas, al divulgar los logros y metas alcanzadas por el IMSS a los trabajadores y difundiendo campañas administrativas y de salud a través de carteles, trípticos y volantes.

En cuanto a las actividades realizadas, éstas si ajustaron a los objetivos del programa inicial propuestos por la Institución; los cuales fueron:

- Supervisión de los avances,
- Elaboración de mensajes, contenido y diseño,
- Elaboración del programa de capacitación,
- Evaluación de mejora del programa,
- Diseño de estructura organizacional de los procesos editoriales.

En cuanto a estos se participó en todos y cada uno de ellos, pero colaboré más activamente en la elaboración de mensajes, contenido y diseño, ya que el área en la que estudié la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es Publicidad, se me enfocó más a la elaboración de mensajes.

Ahora bien, el Instituto cuenta con el equipo necesario para trabajar; como son: papelería, computadoras, impresoras, internet, cámaras, grabadoras, scanner, quemador, fax,...

El periodo de prestación del Servicio Social, me permitió adquirir conocimientos adicionales para mi formación académica, que me serán de utilidad en la práctica profesional, como es, el haber aprendido a manejar el programa Corell 11 para la elaboración y diseño de carteles, trípticos, volantes,...

La elaboración diaria de la Síntesis Informativa, me ayudó para estar más enterada y actualizada sobre los acontecimientos de nuestro país, el diseño de carteles, trípticos, ... me permitió aplicar los conocimientos académicos adquiridos y a su vez aprender algo sobre diseño como lo es, el programa Corell 11, antes mencionado, que en un momento dado me sirve para una mejor preparación académica.

Las aportaciones que hice durante mi servicio social, fueron de utilidad para la Coordinación, pues se tomaron en cuenta las propuestas y diseños para los distintos carteles, trípticos y más el calendario de escritorio y de pared ya que se quería que fuera diferente al de los años anteriores, siempre y cuando no se saliera de lo institucional, por ejemplo, en el calendario de escritorio, se cambió el formato tradicional, el tipo de calendarización, divulgando como mencioné anteriormente a través de las fotografías los logros y metas alcanzados por el IMSS a los trabajadores.

En la Coordinación de Comunicación Social, no sólo se coordina el establecimiento y ejecución de las estrategias de información; sino también se monitorean estaciones radiofónicas y canales de televisión para conocer no sólo las repercusiones informativas generadas por los comunicados de prensa, sino también noticias vinculadas con la demarcación política

Además quiero hacer mención que se me proporcionó todo el material relacionado con el Instituto, para conocer qué es realmente el IMSS, conocer los usos correctos e incorrectos del logotipo, sus antecedentes, las transformaciones que ha tenido el logotipo a través de los años; esta información es primordial para poder desarrollar cualquier estrategia de comunicación e información; ya que sino se tiene conocimiento de todos estos antecedentes sería difícil elaborar cualquier cartel, campaña, tríptico,...

Creo que es importante darle más difusión a la Coordinación de Comunicación Social, sus objetivos, sus funciones, ya que mucha gente dentro de la misma Delegación desconoce qué es la Coordinación de Comunicación Social y las funciones de ésta.

FUENTES CONSULTADAS

- Block de Behar, Lisa. El Lenguaje de la Publicidad. 1977. México: Siglo XXI
- Borrini, Alberto. “Publicidad: la fantasía exacta”. 1994. Buenos Aires: Macchi. P. 26 – 32.
- Castillo, Prieto Daniel. Diseño y Comunicación. 1994. México. Ediciones Coyoacán, S.A. DE C.V.
- Ferrer, Eulalio. El lenguaje de la Publicidad. 2ª edición, México, D.F. F.C.E. 1994
- Ferrer, Rodríguez Eulalio. El Lenguaje de la Publicidad en México. 1966. México. Eufesa P.
- Ibáñez, Brambila Berenice. Manual para la Elaboración de Tesis. 1ª edición. México. 1990. Editorial Trillas.
- Lumbreras, Castro Jorge. Posturas de Conocimiento de la Comunicación. SUA PAPIME, UNAM. 2001
- Ortega, Martínez Enrique Ismael. La comunicación publicitaria. 1997. Madrid: Pirámide. P. 49 – 68, 215 – 220.
- Pich, Susan. Cómo investigar en Ciencias Sociales.
- Reyes, Toledano Edgar Ricardo. El esquema de modernización adoptado por el Instituto Mexicano del Seguro Social 1994-2000. Tesina.2001
- Swann, Alan. Bases del Diseño Gráfico. 1990.Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Victoroff, David. La Publicidad y la Imagen . 1980. Impreso en México: Editorial Gustavo Gili, S.A.P. 27 – 95
- IMSS. 60 años de servir a México. Coordinación General de Comunicación Social. 2003.
- IMSS. Guía de aplicación del logotipo institucional. Coordinación General de Comunicación Social.
- IMSS. Manual de Imagen Institucional. Coordinación General de Comunicación Social. 2003
- <http://www.imss.gob.mx/imss>

ANEXOS

SEGURO SOCIAL



1943



1944



1945



1960



1973



1983



1992

ANEXO 2



Logosímbolo V - 1



Logosímbolo H - 1



Logosímbolo H - 2



Logotipo H - 3

ANEXO 3



Logosímbolo Básico



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

Logosímbolo Vertical



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

Logosímbolo Horizontal

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

Designación Institucional

ANEXO 4



Símbolo

IMSS

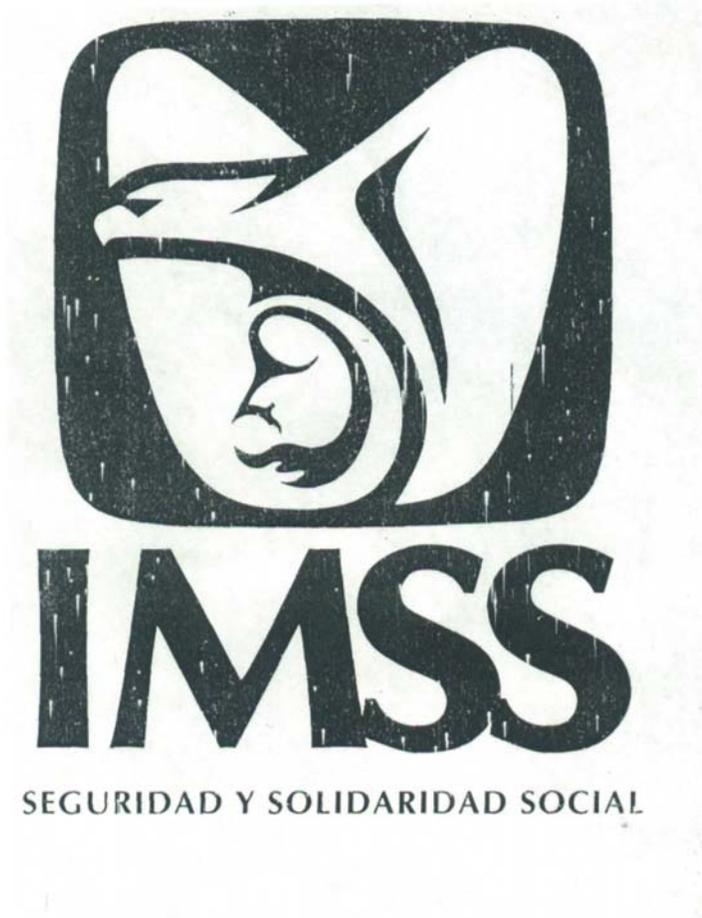
Logotipo

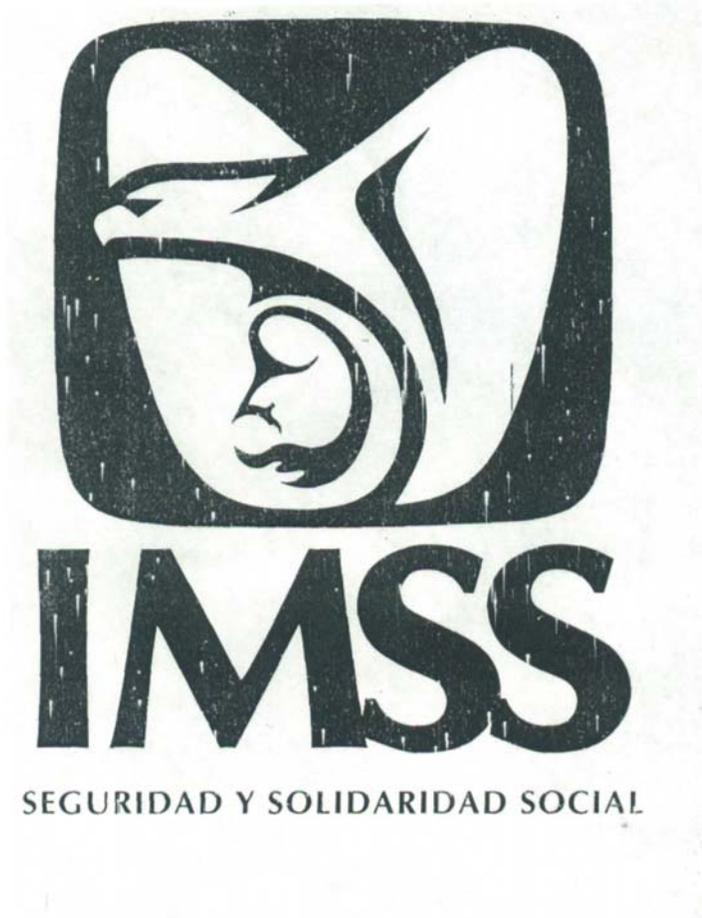
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

Lema

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

Designación Institucional







INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL



Sustituir el lema por área institucional



Logotipos especiales para aniversarios



Fugar el logotipo



Sustituir los elementos



Modificar sus proporciones



Modificar envolverte



Cambiar ubicación del logotipo



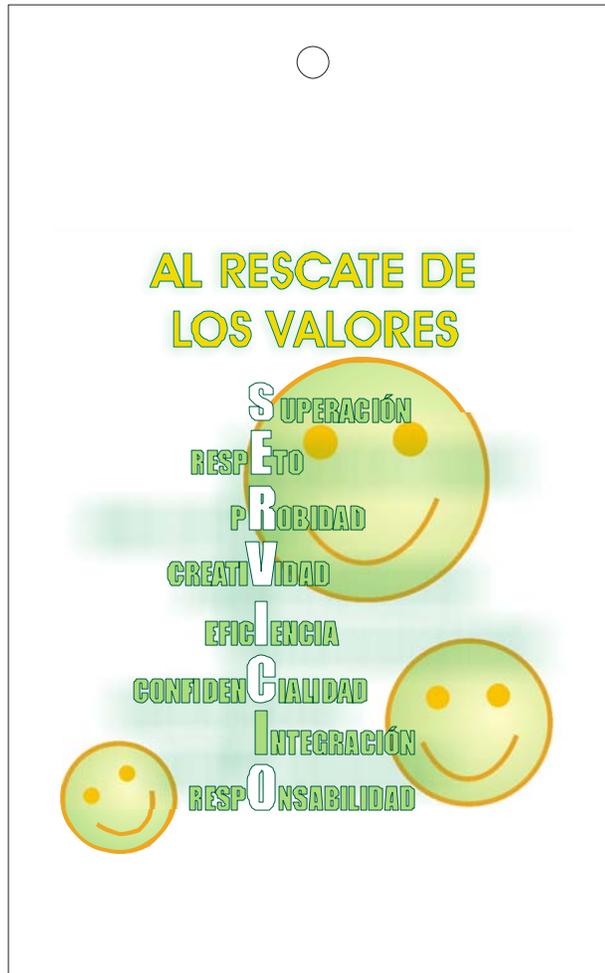
Simbolo de un color y logotipo de otro

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.
JEFATURA DE PRESTACIONES MÉDICAS
COORDINACIÓN DE ASISTENTES MÉDICAS

**SALVEMOS
NUESTRA IMAGEN**

SALUDA CORTÉSMENTE
MIRA A LOS **O**JOS
BRINDA INFORMACIÓN
SÉ **R**ESPETUOSA
MUESTRA **I**NTERÉS
ATIENDE **E** AMABLEMENTE

Nosotros hacemos nuestros valores

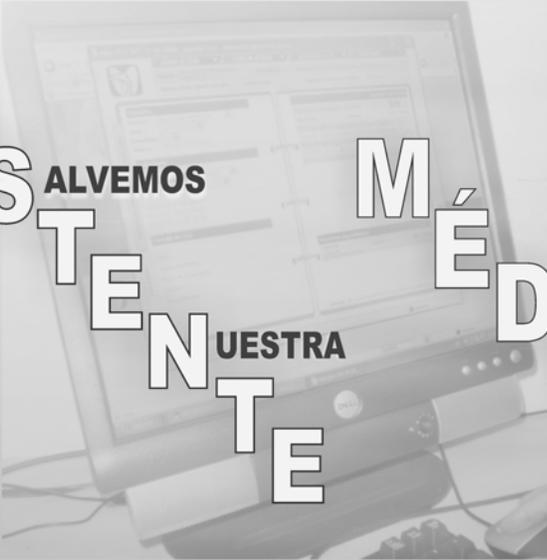




Coordinación
Asistentes Médicas

IMSS
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD

ASISTENTE MÉDICA
ALVEMOS
NUESTRA
MÁGEN



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.
JEFATURA DE PRESTACIONES MÉDICAS



IMSS
SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

Nosotros hacemos nuestros valores

www.imss.gob.mx



! POR UN SEGURO MÁS SEGURO ;

Muestra tu gafete



Asegura tu área de trabajo



Cierra tus cajones



Reporta sospechosos



! Ciérrale la puerta a la delincuencia ;

COMUNICACIÓN REGIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



UNIDOS CONTRA
LA DELINCUENCIA

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.
JEFATURA DE SERVICIOS
ADMINISTRATIVOS

www.imss.gob.mx



Para el Médico con RESPETO Y ADMIRACIÓN

Tal como el juramento de Hipócrates dice:
juras que como Médico enseñaras tu arte,
compartirás, participarás si te lo pidieran y fuese necesario;
no sólo a tus hijos, también a los que te enseñaron,
a los discípulos inscritos y ligados por juramento según la norma médica.

Como médico, expondré y curaré de acuerdo a mi capacidad y criterio,
Jamás perjudicaré, ni dañaré, no daré droga letal a nadie;
no cortaré una vida mediante el sistema abortivo;
ejerceré mi arte pura y sanamente,
cuando entre a una casa será para bien de los enfermos
no abusaré de trato erótico con cuerpos femeninos o masculinos;
con respecto a la vida de otros hombres,
guardaré como secreto sin quebrantar mi juramento,
con mi arte seré honrado por siempre entre los hombres,
si lo quebranto o cometo perjuicio que sea juzgado.

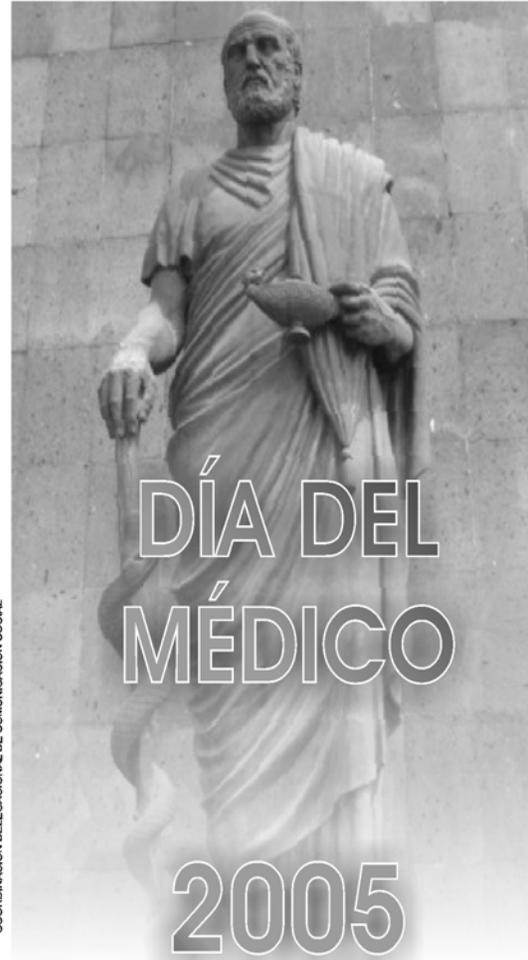
¡Hoy! Día del Médico, recordamos parte del juramento de Hipócrates;
que después de éste, vemos día a día como todo médico expone lo mejor
de sí,
en consultorios, hospitales, en las mismas salas de intervención quirúrgica;
les cierto lo que tú mencionas,
expones tu arte, tu capacidad y tus conocimientos
para curar, sanar, o salvar una vida,
me pregunto: ¿cuántas veces lo haces al día, a la semana, al mes o al año?...
¡Veo en sí, no es tu juramento de Hipócrates!
sino es tu amor por la vida ¿a cuántos has salvado y cuántos salvarás?

Si bien es cierto que hoy es día del médico,
¡pues esto es una mentira!,
porque diario se debería de festejar tu día,
no solamente salvas vidas y curas enfermos,
sino das felicidad con tu arte, tu capacidad y conocimientos,...



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.
JEFATURA DE PRESTACIONES MÉDICAS

COORDINACIÓN DELEGACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL





INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.
JEFATURA DE PRESTACIONES MÉDICAS

“DÍA DEL MÉDICO”



“Humano, demasiado humano”

COORDINACIÓN DELEGACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.
JEFATURA DE PRESTACIONES MÉDICAS

Octubre 27 de 2005

12:00 horas

Teatro “Julio Prieto”
Av. Xola esq. con Nicolás San Juan,
colonia Del Valle

RECOMENDACIONES

- No me coloques sustancias lubricantes porque me dañan.



Estoy a tu disposición de forma gratuita en cualquier Unidad de Medicina Familiar del Instituto Mexicano del Seguro Social.

NO
NECESITAS ESTAR
ASEGURADO

Para mayor información, acude al Departamento de Trabajo Social Médico de la Clínica que visites.

COORDINACIÓN REGIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



¡ HOLA !
SOY EL
PRESERVATIVO
O CONDÓN



Y TE INVITO
A CONOCERME

Esta información explica abiertamente el uso correcto del condón, porque es necesario que todos conozcamos lo suficiente para evitar embarazos no deseados o infectarnos del virus que causa el SIDA, el Papiloma Humano u otras Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS's).

¿PARA QUÉ SIRVO?

- Protejo tu salud y cuido que no pierdas tu vida.
- Te protejo de Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS's).
- Te protejo de contraer el SIDA.
- Te protejo de embarazos NO DESEADOS.
- Y sobre todo te doy seguridad para que disfrutes tu relación amorosa.

¿DE QUÉ ESTOY HECHO?

- ☺ Soy de hule LÁTEX muy delgado.
- ☺ Estoy lubricado.
- ☺ Me presento en varios colores.

ME TIENES QUE CUIDAR DE:

- No exponerme al sol.
- No mantenerme en temperaturas mayores de 40° C.
- No doblarme.
- No someterme a la luz fluorescente.
- No debes tenerme en la humedad.



¿QUIÉN ME USA?

- Las personas responsables de su salud y de su paternidad.

¿CÓMO USARME?

- Verifica que el sobre esté herméticamente cerrado.
- Con las manos limpias, abre el sobre que me contiene y sácame.
- Observa que estoy enrollado sobre mi mismo.



- De esta manera te estoy protegiendo a ti y a tu pareja.

¿CÓMO DEBES RETIRARME ?

- Al término de tu orgasmo retírame contigo, presionándome contra tu pen para evitar que el contenido se derrame en la vagina.

3



- Desechame en la basura, ya que no soy reutilizable.

4



Contra la influenza

Más vale
PREVENIRIMSS



La influenza es una enfermedad respiratoria contagiosa. Para prevenirla, en el Seguro Social les proporcionamos la vacuna a niños entre 6 y 23 meses de edad y a adultos mayores.

¿Qué medidas se pueden tomar para prevenirla?

- ✓ Abrigarse bien y evitar cambios bruscos de temperatura.
- ✓ Consumir frutas y verduras ricas en vitamina A y C.
- ✓ Lavarse las manos con frecuencia, especialmente después de tener contacto con personas enfermas.
- ✓ Evitar la exposición a contaminantes ambientales y no fumar en lugares cerrados.



Ya tienes tu cartilla ¡úsala!

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.
JEFATURA DE PRESTACIONES MÉDICAS



www.imss.gob.mx

| Enero | | 2006 | |
|-------|---------------|-----------|---------------------|
| D | 1 8 15 22 29 | domingo 1 | ¡FELIZ AÑO NUEVO! |
| L | 2 9 16 23 30 | viernes 6 | Día de la Enfermera |
| M | 3 10 17 24 31 | | |
| M | 4 11 18 25 | | |
| J | 5 12 19 26 | | |
| V | 6 13 20 27 | | |
| S | 7 14 21 28 | | |



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

La Unión de las anteriores Delegaciones 3 y 4 constituye la Fuerza de la actual Delegación Sur del Distrito Federal.

| Enero | | 2006 | |
|-------|---------------------|---------------------|---------------------|
| D | 1 8 15 22 29 | domingo 1 | ¡ FELIZ AÑO NUEVO ! |
| L | 2 9 16 23 30 | viernes 6 | |
| M | 3 10 17 24 31 | Día de la Enfermera | |
| M | 4 11 18 25 | | |
| J | 5 12 19 26 | | |
| V | 6 13 20 27 | | |
| S | 7 14 21 28 | | |



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

Vocación de servicio y amor a la vida, guían las sabias manos de las enfermeras.

| Febrero | | 2006 | |
|---------|------------|------------|------------------------|
| D | 5 12 19 26 | domingo 5 | Día de la Constitución |
| L | 6 13 20 27 | jueves 9 | Día del Estomatólogo |
| M | 7 14 21 28 | viernes 24 | Día de la Bandera |
| M | 1 8 15 22 | | |
| J | 2 9 16 23 | | |
| V | 3 10 17 24 | | |
| S | 4 11 18 25 | | |

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.



Los estomatólogos son parte fundamental en la prevención de enfermedades bucales.

Febrero

2006

| | | | | |
|---|---|----|----|----|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 |
| M | 1 | 8 | 15 | 22 |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 |

domingo 5
Día de la Constitución

jueves 9
Día del Estomatólogo

viernes 24
Día de la Bandera



EIIMSS se coloca a la vanguardia con el Expediente Clínico Electrónico.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

Marzo

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| M | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 | |

martes 21
Natalicio de Don Benito Juárez

 **INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL**
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.



El uso de la Cartilla y Guía para el Cuidado de la Salud ayuda a prevenir y detectar enfermedades oportunamente.

Marzo

2006

| | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| M | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 | |

martes 21
Natalicio de Don Benito Juárez



Para cada etapa de la vida hay una Cartilla y Guía para la Salud.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

Abril 2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| L | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| M | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| M | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| J | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| V | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| S | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |

- viernes 7
Día Mundial de la Salud
- jueves 13
Jueves Santo
- viernes 14
Viernes Santo
- domingo 30
Día del Niño




INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
 DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
 DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

"A Tu Salud", la revista que da acceso a información actualizada sobre diversos temas para alcanzar una mejor calidad de vida.

| Abril | | 2006 | |
|--------------|---------------------|-------------------|--------------------------------|
| D | 2 9 16 23 30 | viernes 7 | Día Mundial de la Salud |
| L | 3 10 17 24 | jueves 13 | Jueves Santo |
| M | 4 11 18 25 | viernes 14 | Viernes Santo |
| M | 5 12 19 26 | domingo 30 | Día del Niño |
| J | 6 13 20 27 | | |
| V | 7 14 21 28 | | |
| S | 1 8 15 22 29 | | |




INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

En cada Unidad de Medicina Familiar se encuentra mes a mes la revista "A Tu Salud".

| Mayo | | 2006 | |
|-------------|----------------------|---------------------|---|
| D | 7 14 21 28 | lunes 1 | Día del Trabajo |
| L | 1 8 15 22 29 | miércoles 10 | Día de las Madres |
| M | 2 9 16 23 30 | jueves 18 | Día de Intendencia, Mantenimiento y Transporte |
| M | 3 10 17 24 31 | sábado 20 | Día del Técnico Administrativo |
| J | 4 11 18 25 | miércoles 31 | Día Mundial de No Fumar |
| V | 5 12 19 26 | | |
| S | 6 13 20 27 | | |



Los trámites administrativos se otorgan de manera rápida y eficiente.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

Mayo

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| L | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| M | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| M | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| J | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| V | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| S | 6 | 13 | 20 | 27 | |

2006

- lunes 1**
Día del Trabajo
- miércoles 10**
Día de las Madres
- jueves 18**
**Día de Intendencia,
Mantenimiento y Transporte**
- sábado 20**
Día del Técnico Administrativo
- miércoles 31**
Día Mundial de No Fumar



En la Delegación Sur el trabajo se hace en equipo.


INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

Junio

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| L | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| M | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| J | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| V | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| S | 3 | 10 | 17 | 24 | |

viernes 16
Día del Nutricionista

domingo 18
Día del Padre



Las Nutricionistas guían para tener una sana alimentación.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

Junio

2006

| | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|
| D | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| L | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| M | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| J | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| V | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| S | 3 | 10 | 17 | 24 | |

viernes 16
Día del Nutricionista

domingo 18
Día del Padre



Con una dieta balanceada y la práctica de ejercicio se combate la obesidad.


 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
 DIRECCION REGIONAL CENTRO
 DELEGACION SUR DEL D. F.

Julio

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| L | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| M | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| M | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| J | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| V | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| S | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |

viernes 7
Día del Terapeuta Físico
y Ocupacional



Una buena rehabilitación ayuda a recuperar la calidad de vida.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

| | | | |
|--------------|----------------------|---|--|
| Julio | | 2006 | |
| D | 2 9 16 23 30 | viernes 7 Día del Terapeuta Físico y Ocupacional | |
| L | 3 10 17 24 31 | | |
| M | 4 11 18 25 | | |
| M | 5 12 19 26 | | |
| J | 6 13 20 27 | | |
| V | 7 14 21 28 | | |
| S | 1 8 15 22 29 | | |

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
 **CONSTRUYE**
PARA SERVICIOS DE LA POBLACION



La construcción del Hospital de Traumatología y Ortopedia Región Sur, constituye una magna obra para un mejor servicio en la Delegación Sur.

| Agosto | | 2006 | |
|--------|---------------|------------|--|
| D | 6 13 20 27 | viernes 18 | Día del Personal Técnico Especializado |
| L | 7 14 21 28 | lunes 21 | Día del Trabajador Social |
| M | 1 8 15 22 29 | lunes 28 | Día del Donador Altruista de Sangre |
| M | 2 9 16 23 30 | | |
| J | 3 10 17 24 31 | | |
| V | 4 11 18 25 | | |
| S | 5 12 19 26 | | |



El Trabajador Social presta sus servicios a enfermos crónicos hasta su hogar.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

Agosto

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| L | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| M | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| M | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| J | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| V | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| S | 5 | 12 | 19 | 26 | |

viernes 18
Día del Personal Técnico
Especializado

lunes 21
Día del Trabajador Social

lunes 28
Día del Donador Altruista
de Sangre



Siempre a la vanguardia el equipo médico.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

Septiembre

2006

| | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|
| D | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| L | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| M | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| M | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| J | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| V | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| S | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |

viernes 1
6o. Informe de Gobierno

sábado 16
Día de la Independencia



Un Seguro Social orgullosamente mexicano.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

Septiembre

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| L | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| M | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| M | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| J | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| V | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| S | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |

viernes 1
6o. Informe de Gobierno

sábado 16
Día de la Independencia



En las guarderías del IMSS se fomenta el amor a la patria.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

Octubre

2006

| | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|
| D | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| L | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| M | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| M | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| J | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| V | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| S | 7 | 14 | 21 | 28 | |

lunes 23
Día del Médico
sábado 28
Día del Monitor



Los doctores de la Delegación Sur siempre comprometidos con la salud.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

Octubre

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| L | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| M | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| M | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| J | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| V | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| S | 7 | 14 | 21 | 28 | |

lunes 23
Día del Médico

sábado 28
Día del Monitor



INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

Además de contar con médicos de gran nivel, el IMSS tiene Unidades Médicas de Alta Especialidad.

Noviembre

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| M | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 | |

jueves 2
Día de los Fieles Difuntos

jueves 16
Día de la Técnica en Atención
y Orientación

lunes 20
Aniversario de la Revolución
Mexicana



Más vale PREVENIMSS para conservar la salud.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

Noviembre

2006

| | | | | | |
|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| M | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 | |

jueves 2
Día de los Fieles Difuntos

jueves 16
Día de la Técnica en Atención
Y Orientación

lunes 20
Aniversario de la Revolución
Mexicana



Las Técnicas en Atención y Orientación al Derechohabiente son la llave mágica para el buen uso de los servicios de la institución.

 INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DELEGACIÓN SUR DEL D. F.

| Diciembre | | 2006 | |
|------------------|----------------------|-------------|--|
| D | 3 10 17 24 31 | | |
| L | 4 11 18 25 | | |
| M | 5 12 19 26 | | |
| M | 6 13 20 27 | | |
| J | 7 14 21 28 | | |
| V | 1 8 15 22 29 | | |
| S | 2 9 16 23 30 | | |

Jueves 25
Navidad

PAZ Y ARMONÍA
EN ESTA NAVIDAD
Y SIEMPRE



IMSS INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

| | | | |
|------------------|---------------|----------------------------|---|
| Diciembre | | 2006 |  |
| D | 3 10 17 24 31 | | |
| L | 4 11 18 25 | | |
| M | 5 12 19 26 | | |
| M | 6 13 20 27 | | |
| J | 7 14 21 28 | | |
| V | 1 8 15 22 29 | | |
| S | 2 9 16 23 30 | | |
| | | BIENVENIDO 2007 | |

lunes 25
Navidad

IMSS INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCION REGIONAL CENTRO
DELEGACION SUR DEL D. F.

en el IMSS jugar... en el IMSS jugar...

CALENDARIO

IMSS

2006

Enero

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| L | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| M | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| Mi | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| J | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| V | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| S | 7 | 14 | 21 | 28 | |

domingo 1 - (102) 880 8800
viernes 9 - Día del Estudiante

Febrero

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|--|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| Mi | 1 | 8 | 15 | 22 | |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 | |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 | |

domingo 5 - Día de la Constitución
viernes 9 - Día del Estudiante

Marzo

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| Mi | 1 | 8 | 15 | 22 | |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 | |

viernes 23 - Matrimonio de San Nicolás de Tolentino

Abril

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| L | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| M | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| Mi | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| J | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| V | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| S | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |

viernes 7 - Día Mundial de la Salud
viernes 10 - Semana Santa
domingo 12 - Semana Santa
domingo 19 - Semana Santa

Mayo

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| L | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| M | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| Mi | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| J | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| V | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| S | 6 | 13 | 20 | 27 | |

viernes 1 - Día del Trabajo
domingo 10 - Día de las Madres

Junio

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| L | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| M | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| Mi | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| J | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| V | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| S | 3 | 10 | 17 | 24 | |

viernes 9 - Día del Niño
domingo 18 - Día del Padre

Julio

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| L | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| M | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| Mi | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| J | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| V | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| S | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |

viernes 7 - Día del Turismo, Pesca y Recreación

Agosto

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| L | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| M | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| Mi | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| J | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| V | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| S | 5 | 12 | 19 | 26 | |

viernes 10 - Día del Personal Técnico Especializado
viernes 18 - Día del Trabajador Social

Septiembre

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| L | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| M | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| Mi | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| J | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| V | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| S | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |

viernes 1 - Día del Estudiante
viernes 18 - Día de la Independencia

Octubre

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| L | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| M | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| Mi | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| J | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| V | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| S | 7 | 14 | 21 | 28 | |

viernes 10 - Día del Docente
domingo 15 - Día del Abogado

Noviembre

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| L | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| M | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| Mi | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| J | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |
| V | 3 | 10 | 17 | 24 | |
| S | 4 | 11 | 18 | 25 | |

viernes 2 - Día de los Trabajadores
viernes 16 - Día de la Poesía del Maestro y del Maestro

Diciembre

| | | | | | |
|----|---|----|----|----|----|
| D | 3 | 10 | 17 | 24 | 31 |
| L | 4 | 11 | 18 | 25 | |
| M | 5 | 12 | 19 | 26 | |
| Mi | 6 | 13 | 20 | 27 | |
| J | 7 | 14 | 21 | 28 | |
| V | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 |
| S | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 |

viernes 21 - Navidad

SEGURIDAD Y SOLIDARIDAD SOCIAL

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL
DIRECCIÓN REGIONAL CENTRO
DISTRIBUCIÓN DEL D. I. I.

www.imss.gob.mx