**INSTRUCTIVO DE LLENADO**

**INFORME DE MATERIALES PRODUCIDOS Y REPRODUCIDOS, SIS-SS-PSE**

**GENERALIDADES**

Este formato será llenado por el Responsable de Promoción de la Salud Estatal. Una vez validado se turna al área de estadística para su captura en el Sistema de Información en Salud, Subsistema de Prestación de Servicios (SIS).

Se registrará la cantidad de materiales de comunicación educativa de los programas de Alimentación y Actividad Física, Accidentes en Grupos Vulnerables, Adolescencia, Atención al Envejecimiento, Brucelosis y Leptospirosis, Cáncer de la Mujer, Cáncer en la Infancia y Adolescencia, Chagas, Dengue, Diabetes Mellitus, Enfermedades Diarreicas y Cólera, Enfermedades Respiratorias e Influenza, Igualdad de Género en Salud, Infancia, Intoxicación por Picadura de Alacrán, Leishmaniasis, Lepra, Obesidad y Riesgo Cardiovascular, Paludismo, Planificación Familiar y Anticoncepción, Promoción de la Salud y Determinantes Sociales, Rabia, Rickettsiosis y otros patógenos, Salud Bucal, Salud Materna y Perinatal, Salud Mental, Salud Sexual y Reproductiva para Adolescentes, Seguridad Vial, Tuberculosis, Vacunación, VIH SIDA e ITS y Violencia, producidos y reproducidos por los servicios estatales de salud a través de las áreas de promoción de la salud.

**PERIODO DE REGISTRO**

Anote la información de manera trimestral, de acuerdo a la siguiente especificación:

1er. Trimestre: enero a marzo

2do.Trimestre: abril a junio

3er. Trimestre: julio a septiembre

4to. Trimestre: octubre a diciembre

Se registrará sólo lo realizado y NO los materiales en proceso. Por ejemplo: Si el material fue diseñado en el mes de febrero y lo reprodujeron en la entidad federativa en el mes de julio, lo registrarán en el tercer trimestre.

**CANALES DE INFORMACIÓN**

El formato está dividido en 4 canales de información:

1. Medios Masivos Electrónicos
2. Medios Masivos de Visibilidad Externa
3. Medios Masivos Impresos y
4. Medios Masivos Complementarios

Cada uno de ellos incluye los tipos de materiales que lo integran.

Registre el tipo de material reproducido o producido por la entidad federativa según corresponda.

1. **Medios Masivos Electrónicos**
   * + Spot de televisión
     + Spot de radio
     + Internet
     + Página web
     + Banner
     + Juego interactivo
     + Redes sociales
2. **Medios Masivos de Visibilidad Externa**
   * + Manta
     + Pinta de barda
     + Pendón
     + Anuncio espectacular
     + Valla
     + Anuncio en paradero de autobuses
     + Anuncio en vehículo de transporte público
3. **Medios Masivos Impresos**
   * + Inserción en periódico
     + Inserción en revista
4. **Medios Masivos Complementarios**
   * + Perifoneo
     + Tarjeta
     + Historieta
     + Cartel
     + Cuadernillo
     + Díptico
     + Hoja Informativa
     + Guía
     + Infografía
     + Postal
     + Rotafolio
     + Tríptico
     + Folleto
     + Volante
     + Juego didáctico
     + Políptico
     + Separador
     + Manual
     + Mensaje por celular
     + Video informativo

**COLUMNA DE PRODUCIDOS**

Registre los materiales de comunicación educativa **de nueva creación**. Aquellos que se diseñarán durante el año y que no cuentan con ningún antecedente. Incluyen a lo novedoso, a lo que se acaba de construir, a lo que no se conocía.

**COLUMNA DE REPRODUCIDOS**

Registre la cantidad de materiales de comunicación educativa **ya existentes**, **que fueron realizados en años anteriores** y retomados para el presente.

En ambos casos (Producidos y Reproducidos) escriba únicamente el número de materiales por tipo y por tema, **NO** por el número de copias o impresiones realizadas.

El registro se anotará según la definición, en la casilla correspondiente de producidos o reproducidos.

**A manera de ejemplo:**

Pinta de barda, tema “lavado correcto de manos” diseño nuevo, con esta misma imagen se pintarán 5 bardas. Se registrará de la siguiente manera:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de material | Reproducidos | Producidos |
| Pinta de barda |  | 1 |

Tríptico, tema “conoce tu cuerpo”, material validado el año pasado y se reproducirán 5000 para la feria de la salud. Se registrará de la siguiente manera:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipo de material | Reproducidos | Producidos |
| Tríptico | 1 |  |

**GLOSARIO DE TÉRMINOS DE LOS MATERIALES**

**Anuncio en paradero de autobuses**: Cartel publicitario (denominado mupi) que se ubica en marquesina para resguardo de los viajeros en las paradas de autobuses por el tiempo contratado, tienen la función de soporte para la divulgación de mensajes en núcleos urbanos. Es una de las formas más emblemáticas para las campañas de publicidad exterior ya que ofrece visibilidad entre peatones como automovilistas, las 24 horas del día.

**Anuncio en vehículos de transporte público:** Mensaje publicitario que es colocado a través de dovelas o carteles para el interior y montaje de impresiones o rotulación para el exterior de autobuses, microbuses, metro, metrobús, taxis, combis, bicitaxis, etc. Es una forma muy popular y efectiva de realizar publicidad en medios alternos. Además de poner el mensaje del cliente en movimiento, es vista de forma cotidiana por los consumidores en su ambiente natural.

**Anuncio espectacular**: Vallas publicitarias con mensajes que se colocan al costado de caminos u otras áreas donde son visibles para un gran número de personas. Su gran tamaño es igual a su impacto, cuentan con mayor beneficio y tiempo de exposición al público, tienen un alcance de miles de personas diariamente y capturan la atención del espectador instantáneamente.

**Banner:** ([Banderola](http://es.wikipedia.org/wiki/Banderola)) Formato publicitario en Internet que consiste en incluir una [pieza publicitaria](http://es.wikipedia.org/wiki/Pieza_publicitaria) dentro de una [página web](http://es.wikipedia.org/wiki/P%C3%A1gina_web). Su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión en otros sitios web que se relacionen al giro de la institución o sean de interés para el público objetivo. Las banderolas se crean con imágenes o con animaciones.

**Cartel:** Lámina de papel, cartón u otro material que se imprime con algún tipo de mensaje visual (texto, imágenes y todo tipo de recursos gráficos) que sirve de anuncio para difundir información o mensajes. Suelen formar parte de una campaña publicitaria más amplia.

**Cuadernillo:** Conjunto de hojas de papel o cartón impresas, unidas con una espiral o dobladas, encajadas o cosidas, que forman un libro y son utilizados como soporte de grandes cantidades de información.

**Díptico:** Folleto de dos caras que se producen al plegar dos veces una hoja. Contiene un total de cuatro paneles, dos del anverso y dos del reverso donde se muestra información de un tema determinado.

**Facebook:** Red social que ofrece servicios que garantizan un contacto instantáneo con el público objetivo e interactuar con él. La publicidad en Facebook ayuda a que los mensajes cumplan sus objetivos. Se pueden crear anuncios segmentados para diferentes públicos y medir los resultados en distintos dispositivos.

**Folleto:** Texto impreso con un número reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo, también es una forma sencilla de dar promoción o información simple de un tema o servicio.

**Guía:** Conjunto de hojas de papel impresas, unidas que incluye los principios o procedimientos para encauzar una cosa o informaciones que se refieren a un asunto específico.

**Historieta:** La Historieta o cómic está compuesto por una sucesión de imágenes (las cuales en muchas ocasiones van acompañadas de texto) que conforman un relato, con el propósito de transmitir información de manera permanente y concisa al espectador. Convencionalmente las historietas suelen tener como soporte el papel, sin embargo los nuevos soportes tecnológicos han generado un nuevo término llamado: web comic.

**Hoja informativa:** Hoja de papel impresa donde se muestrainformación. Se compone, normalmente, de una sola hoja, y está concebido para informar y dar instrucciones más que para educar en salud.

**Infografía:** Hoja de papel o cartón impresa donde se combinan imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión.

**Inserción en periódico:** Anuncios de exhibición de un cuarto, media o página completa publicados en los periódicos. Se usan para crear conciencia de un mensaje en particular. También pueden informar a las personas donde llamar o escribir para solicitar mayor información.

**Inserción en revista:** Anuncio de un cuarto, media o página completa publicado en revistas. Se caracteriza por tener la capacidad de dirigirse a un público específico de acuerdo a la temática de la revista.

**Internet:** El internet como comunicación e información: las redes sociales se han convertido en una forma de comunicar. A través de estas páginas podemos encontrar un acceso fácil y rápido a muchísima información sin necesidad de utilizar un buscador. Esta forma de comunicación se produce además en ambos sentidos ya que el contacto es constante, cuando alguien publica un contenido los lectores responden ya sea dando su opinión o formulando preguntas. Esta nueva comunicación presenta grandes ventajas para la mercadotecnia en salud.

**Juego didáctico:** Material impreso de diferentes formas, tamaños y materiales que promueve la adquisición y el reforzamiento de algún aprendizaje. Suelen ser utilizados principalmente en el ámbito escolar y su propósito es el aprendizaje. Benefician el desarrollo del aspecto cognitivo y favorecen todos los aspectos del desarrollo principalmente de los niños.

**Juego interactivo:** Juegos electrónicos de uso sencillo, en el que los participantes aprenden de forma entretenida a través de su ordenador o dispositivos móviles, son creados para diversas edades y diferentes tipos de público.

**Manta:** Impresión sobre una tela fuerte utilizada para divulgar mensajes que atraigan a diferentes tipos de público, permitiendo cambiar los anuncios de un lugar a otro y colocarlos en lugares llamativos.

**Manual:** Hojas de papel impresas, unidas por un costado generalmente que contienen instrucciones para el establecimiento de procedimientos. Los manuales son de enorme relevancia a la hora de transmitir información que sirva a las personas a desenvolverse en una situación determinada. 

**Materiales Producidos:** Son medios masivos de comunicación educativa de reciente creación, distintos e inéditos.

**Materiales Reproducidos**: Son medios masivos de comunicación educativa ya existentes, elaborados en años anteriores y que desean volver a retomar para su multiplicación.

**Medios Masivos Complementarios**: Medios que se difunden de manera personal y directa al público a través de folletos, artículos promocionales o mensajes de perifoneo. Se dirigen a un público reducido, iniciando una relación más cercana con la población con la que está dirigida.

**Medios Masivos Electrónicos:** Instrumentos creados para obtener un eficiente intercambio de información de forma automatizada que necesitan energía eléctrica para funcionar. Tienen la limitante de que su impacto es nulo en zonas rurales o en aquellas que donde el servicio eléctrico no ha llegado. Necesitan energía tanto para la generación del mensaje como para su transmisión y, obviamente, su recepción. Su fuerza radica en la urbanización y el entretenimiento.

**Medios Masivos Impresos:** Medio que difunde material impreso. Es la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. También se .refieren a los medios impresos con el término "prensa", el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas.

**Medios Masivos de Visibilidad Externa:** Medio masivo y versátil colocado usualmente en vías de transportación terrestre y siempre fuera de casa, dirigido al público en [movimiento](http://www.monografias.com/trabajos15/kinesiologia-biomecanica/kinesiologia-biomecanica.shtml). Están conformados por los llamados anuncios espectaculares o carteleras, los anuncios denominativos (aquellos que identifican a un negocio en su fachada o sobre el terreno que ocupe el inmueble), por la publicidad adherida en medios de [transporte](http://www.monografias.com/trabajos/transporte/transporte.shtml) colectivos, por los anuncios colocados en donde los pasajeros esperan para abordar y por aquellos que son colocados en el interior de los centros comerciales.

**Mensaje por celular:** Son mensajes de texto que ofrecen mensajes o invitan a suscripciones y llegan directamente a los usuarios.

**Micrositio:** Es una página o un grupo de páginas web que extienden o amplían la información y/o funcionalidad de un sitio web principal. Normalmente se utilizan para añadir o promocionar información durante un período de tiempo corto (semanas o meses).

**Página Web:** Documento creado en formato HTML o algún otro lenguaje de programación, el cual puede contener información (textos, imágenes, sonido y video). Su  contenido puede ser visto por usuarios a través de  la Internet. Se utiliza para dar a conocer a la institución y mostrar información pertinente, aclarar dudas o hacer algún trámite, etc.

**Pendón:** Impresión que se caracteriza por ser más larga que ancha y que además pende o cuelga para ser expuesto o exhibido en calles o paseos peatonales. También son colocados en estructuras metálicas para ser expuestos a la altura de la vista del público.

**Perifoneo:** Acción de emitir por medio de altoparlantes un aviso o mensaje.

Es un medio directo de llegada al público, de esta manera se pueden escuchar mensajes y comunicados inmediatamente en las casas, trabajos o lugares de esparcimiento. Puede estar fijo o ser móvil el cual emplea altavoces o cornetas instaladas sobre un vehículo para ir recorriendo los lugares mientras se emite el mensaje.

**Pinta de barda:** Trazado de letras y ocasionalmente dibujos sobre bardas de calles concurridas o muy transitadas para dar a conocer algún mensaje.

**Políptico:** Hoja con 4 o más pliegues que contiene información resumida de un tema específico, suele complementarse con dibujos.

**Postal:** Las postales, son tarjetas por lo general rectangulares de papel, las cuales poseen en una cara, una fotografía o dibujo y por la otra, contienen información breve sobre un tema específico o mensajes cortos.

**Redes sociales:** Estructura capaz de comunicar entre sí a personas o instituciones a través de internet. Se pueden establecer relaciones que creen grupos o comunidades con intereses comunes, suponen un contacto ilimitado y a tiempo real gracias a la interactividad. Es una forma de poder comunicarse con el público y así conocer su opinión.

**Rotafolio:** Hojas grandes de papel o cartón impresas unidas por arillos metálicos, argollas, ganchos o soportes, Su utilización busca apoyar la exposición de un contenido con dibujos, frases, láminas o textos ilustrativos que sintetizan las ideas.

**Separador:** Plancha de cartón impresa de diversos tamaños que se utiliza como indicador dentro de algún libro. Contienen mensajes cortos, información muy puntual o alguna fuente para consultar la información.

**Spot de televisión:** Soporte audiovisual de corta duración que se utiliza para transmitir mensajes a través de la televisión. Su duración se encuentra usualmente entre los 10 y los 60 segundos. Están integrados por bloques y su ubicación es muy importante para aumentar la efectividad.

**Spot de radio:** Mensaje radiofónico con duración inferior a los 60 segundos.   
Forma parte de una estrategia de medios para promover mensajes o campañas.  
Consta de música original para grabar la imagen deseada en el público, usan un mensaje breve, repetitivo y voz o voces que por lo general no aparecen en otras campañas.

**Tarjeta:** Pieza rectangular de papel o cartón comúnmente, que muestra información sobre temas determinados o mensajes a difundir. Su elaboración es de bajo costo por lo cual es utilizada para completar campañas.

**Tríptico:** Hoja generalmente de papel que se divide en tres partes, de forma tal que las laterales puedan doblarse hacia centro. Están complementados con dibujos o fotografías. Constituye un elemento ideal para promocionar un bien, un producto, servicio o evento.

**Valla:** Estructura de publicidad exterior que consiste en un soporte plano sobre el que se fijan anuncios. Por sus especiales características se colocan en lugares de mucha afluencia como avenidas transitadas, infraestructuras de transporte como [aeropuertos](https://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto), estaciones de [metro](https://es.wikipedia.org/wiki/Metro_(sistema_de_transporte)), estaciones de tren, estaciones de autobús, etc.

**Video informativo:** Video grabado o animado que puede estar acompañado de música o sonidos donde se muestra de forma amena información o mensajes sobre algún tema específico.

**Volante:** Papel de diferentes tamaños con información impresa que se entrega en mano a los transeúntes con fines promocionales.