

sumar

es más
salud pública



¿Por qué la ampliación del Plan Nacer se llama SUMAR?

La primera decisión

Tras los excelentes resultados del Plan Nacer, el Ministerio de Salud decidió ampliar su cobertura y llevar los seguros públicos de salud, en una primera etapa, a los niños y adolescentes de 6 a 19 y a las mujeres hasta los 64 años. En un futuro, y segundo paso, se llevará a toda la población menor a 65 años sin obra social.

Semejante noticia enfrentó a todo el equipo de comunicación del Plan Nacer con varios desafíos, entre otros, con la tarea de identificar al nuevo programa, comenzando por el nombre.

Y la primera pregunta fue: “¿cómo llamarlo?”.

Éramos conscientes de que un nombre inapropiado, además de tener que arrastrarlo de por vida, podía provocar inconsistencias y variaciones en el uso, rebautizos espontáneos, dificultades para que la población lo recuerde e identifique y problemas para toda la comunicación pública del programa.

De allí que, con la ayuda de expertos en el tema, decidimos encarar la tarea con un trabajo profesional en cuanto al método y a las herramientas a utilizar.

La primera encrucijada

Antes que nada nos preguntamos por qué no continuar con el nombre Plan Nacer.

La duda era lógica ya que “el Nacer” –como muchos lo llaman– estaba instalado, adoptado por el público y con una imagen muy positiva. Y, además, un nuevo nombre implicaría un esfuerzo económico y de comunicación extra.

El análisis determinó que la palabra “nacer” tenía dos contraindicaciones importantes para utilizarse como nombre del nuevo programa:

- a) “Nacer” hace referencia a una etapa particular de la vida (embarazo, parto, vínculo madre/bebé, primera infancia) y el nuevo programa abarca a todas las mujeres hasta los 64 años sin obra social. Sería muy difícil que cualquier persona de alrededor de 60 años se sintiera interpelada por un anuncio que comenzara diciendo: “El Plan Nacer le informa sobre sus derechos de salud...”
- b) Por otra parte el nuevo programa se ubica por encima de las prestaciones o servicios particulares, es decir que los engloba, y en este aspecto el nombre “Nacer” presentaba serios problemas para elevarse como el “paraguas” o respaldo común de todos ellos.

No sonaría muy convincente, por ejemplo, que una campaña de prevención de la osteoporosis estuviese promovida por el Plan Nacer.

Se decidió entonces:

- Buscar un nombre nuevo (y definitivo) para la ampliación de los seguros públicos de salud.
- Conservar el “Plan Nacer” como la cobertura materno-infantil dentro del nuevo programa.
- Aprovechar el arraigo y la popularidad del Plan Nacer para que sea el encargado de “presentar en sociedad” al nuevo programa.

El proceso de búsqueda del nombre

1. Los conceptos principales

Para orientar al equipo en la exploración de nombres resultó fundamental condensar los contenidos distintivos del nuevo programa en frases sintéticas que obraran como referencia o telón de fondo.

Esas frases fueron:

“Ampliación, desarrollo y extensión de los seguros públicos de salud”.

“El Programa aumenta, mejora y agrega calidad al sistema público de salud (sin reemplazarlo)”.


“Es más que el Plan Nacer, al que no disuelve”.

Complementariamente se consideró un grupo de palabras que podía dar pie a la búsqueda y desarrollo de la denominación: *seguro, cobertura, inclusión, derecho a la salud, identidad del beneficiario, salud (no medicina), carácter público, servicio, argentino, nacional.*

2. Buscar sin reprimirse

Generalmente, en el trabajo profesional de la búsqueda de un nombre para una institución o empresa las listas son numerosas, y al leerlas se tiene la sensación de que ninguno es exactamente el indicado, aunque suele suceder que el candidato ganador está ahí, escondido entre los que aparentemente no sirven. Suele darse la paradoja de que el nombre indicado se ha propuesto, pero todavía no se advierte su valor y hay que redescubrirlo entre las listas que parecen obsoletas.

Como en todo proceso de dar un nombre a instituciones o productos, y tal como lo describimos en el párrafo anterior, los involucrados en la tarea hicimos listas extensas de opciones, y no descartamos ningún nombre de entrada, ya que por más que alguno no fuera apropiado podía disparar asociaciones potables cuando se lo volvía a considerar al día siguiente.



Después de algunos días de incorporar nombres a la lista, clasificamos y evaluamos las propuestas con la ayuda de parámetros o criterios de rendimiento, para ver así cuáles eran las que cumplían mejor, cuáles se sacaban la mejor nota.

3. La clasificación por tipo de nombre

La búsqueda produjo 108 propuestas iniciales que clasificamos de acuerdo al tipo o clase de denominador. Así pudimos agruparlas en cuatro grandes modelos:

A. Siglas puras y abstractas (sin connotaciones)

Modelo equivalente:

AFIP

Administración **F**ederal de Ingresos **P**úblicos

B. Siglas con connotaciones

Modelo equivalente:

SUBE

Sistema **Ú**nico de **B**oleto **E**lectrónico

C. Nombre extraído de la denominación oficial

Modelo equivalente:

ENARGAS

Ente **N**acional **R**egulador del **G**as

D. Nombre con referencia a la misión pero desvinculado de la denominación

Modelo equivalente:

VER

Programa de salud ocular y prevención de la ceguera

4. Los parámetros de rendimiento

Para el caso del nombre de la ampliación del Plan Nacer establecimos los siguientes requisitos de cumplimiento técnico y comunicacional:

Calidad sonora:

El nombre debe ser eufónico (buen sonido), recordable, de fácil e inequívoca pronunciación, integrarse naturalmente al habla cotidiana, etc.

Contenido adecuado:

Capacidad para denotar o connotar alguno de los aspectos básicos de la misión del nuevo programa: DESARROLLO, SALUD, AMPLIACIÓN DE LOS SEGUROS, etc.

Carácter público e innovador:

El nombre debe ser compatible con el discurso público actual, y alejarse tanto del estilo comercial como de los viejos formalismos estatales. Pero a la vez necesita un grado de originalidad/innovación para diferenciarse y distinguirse.

Función paraguas:

El nombre debe asumir el respaldo de múltiples prestaciones y planes dirigidos a un amplio universo etario, y no puede sesgarse o identificarse con ningún sector, debe cobijarlos a todos.

Articulación con Plan NACER:

El nuevo nombre debe aparecer como el crecimiento natural del plan antecedente (Nacer) sin saltos o rupturas cualitativas.

Anclaje:

El nuevo nombre tendrá que vincularse armónicamente con la descripción institucional del Programa.

Registrable:

El nuevo nombre tiene que poder registrarse legalmente en su rubro de actuación.

5. La selección final

Como se ve las cualidades de un buen nombre son muchas y de variado tipo. Al aplicarle estos filtros a la lista extensa (108 opciones) nos quedamos primero con un lote de 23 y luego con 8 finalistas que fueron sometidos a una evaluación más exhaustiva.

En esa lista final conservamos las dos mejores opciones de nombre para cada uno de los cuatro tipos descriptos en el punto 3.

En una reunión plenaria de todos los que participamos del proceso se fueron calificando cada una de las ocho alternativas, hasta que SUMAR se destacó nítidamente de las demás.

En esa misma reunión se propusieron eslóganes para acompañar al nombre y en pocas reuniones más quedó definido el núcleo denominador: **SUMAR es más salud pública.**

6. Testeo y registro

A fin de verificar que la opción elegida no presentara contraindicaciones o alusiones contraproducentes que el equipo no hubiese advertido, se realizaron testeos (*focus groups*) con diversos tipos de público. En todos los casos los profesionales que realizaron el estudio no detectaron incompatibilidades para que **SUMAR** fuese la denominación de un programa público de salud.

También los abogados investigaron si se podía registrar el nombre, si el mismo no coincidía con otros programas o productos.

Tenemos un buen nombre

Además de confirmar las condiciones técnicas ya analizadas, pudimos ver que la alternativa **SUMAR** presentaba las siguientes ventajas:

- Tiene capacidad para absorber, bajo su nombre, cualquier otro crecimiento o ampliación de los servicios públicos de salud, además de los ya conocidos.
- Resulta, en el discurso, la conclusión natural de toda explicación de crecimiento del Plan Nacer (por ejemplo: Vamos a ampliar el sistema exitoso que lleva adelante el Plan Nacer, vamos a incorporar más servicios, más coberturas, a más argentinos, vamos con el Programa SUMAR, vamos a sumar salud pública para todos, etc.).
- Se puede vincular fácilmente (tanto por el concepto que representa como por las cualidades fónicas) con las palabras del campo de la salud: SUMAR servicios, SUMAR atención, SUMAR equipamiento, SUMAR personal, SUMAR coberturas, SUMAR prevención, SUMAR salud, etc.
- La palabra SUMAR es congruente con la política de inclusión y distribución que impulsa el Gobierno.
- Los distintos sinónimos que podrían establecerse no tienen connotaciones negativas: adicionar, añadir, agregar, aumentar, reunir, recopilar, aunar, juntar, incluir, anexas, sobreponer, unir, acrecer, acumular, incorporar, apilar, etc.

Elegido el nombre hubo que diseñar el logotipo

Encontrar el nombre adecuado fue un paso importante, pero hacía falta definir cómo se lo representaría, con qué letras y con qué colores y formas, para que el público identifique fácilmente todos los mensajes del **Programa SUMAR**.

Había llegado el momento de que los diseñadores entraran en escena.

Los requisitos para el diseño

Los diseñadores, además del nombre “sumar” tuvieron en cuenta algunos criterios básicos que la marca del Programa debía cumplir para que su rendimiento fuese el más alto posible.

Los requisitos orientadores también sirvieron (como sus equivalentes para el caso de la selección del nombre) de parámetros para evaluar los bocetos presentados y poder elegir la versión definitiva con mayores argumentos.

Estos fueron los requisitos para el diseño de la marca gráfica o logotipo del Programa:

Vigencia. La marca del Programa SUMAR no puede ser efímera ni pasar de moda o desactualizarse.

Carácter “paraguas”. La marca no debe identificarse con ninguna prestación, plan, servicio o cobertura en particular, ya que se ubica en un nivel superior a ellos a modo de respaldo común. Dado su alcance universal, no puede aludir a un sector social o de edad determinado.

Carácter público. El estilo gráfico debe ser compatible con un programa público/estatal y, por lo tanto, no puede confundirse con la estética de las marcas de empresas comerciales o de productos de consumo.

Pregnancia. La marca del Programa debe ser fácilmente recordable y reconocible.

Articulación. La identificación del Programa tiene que convivir, sin entrar en competencia, con la marca del Plan Nacer ya que ambas, al principio, “firmarán” de manera conjunta los mensajes.

Versatilidad. El Programa SUMAR emitirá piezas de comunicación de muy diversos tipos, estilos, contenidos y destinatarios, y la marca debe quedar bien y no desentonar en ninguno de ellos.

El sistema identificador elegido

De las variantes presentadas por los diseñadores finalmente resultó elegida la que lleva “el cuadrado azul” como contenedor del nombre y a modo de sello identificador fácilmente reconocible.

Además de cumplir con los requisitos citados, el cuadrado también facilita la articulación del nombre con el lema que lo acompaña (Es más salud pública).

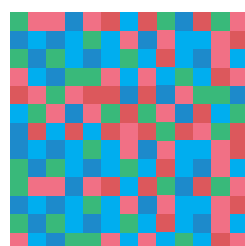
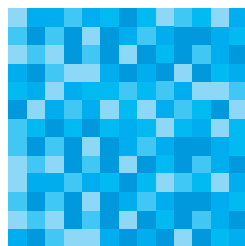


Los otros componentes de la comunicación gráfica

Los diseñadores definieron también las fuentes tipográficas y una paleta de colores armónicos que se utilizarán en todos los mensajes para que tomen un “aire de familia” que ayude a la identificación pública del Programa. Como el resto de los elementos del sistema gráfico, el perfil de las ilustraciones y el de las fotografías se elaboraron de manera coordinada para confluir en los objetivos comunicacionales del programa.

Junto con un repertorio de piezas de comunicación para distintos usuarios, se diseñó un manual de la identidad institucional que detalla instrucciones, presenta modelos y ejemplifica situaciones habituales que pudieran presentarse en las comunicaciones. De esta manera, quienes debamos realizar nuevas piezas relativas al Programa SUMAR partiremos de la mismas normas.

Con el nombre, la marca del cuadrado azul, el lema, la tipografía y los colores contamos con el sistema identificador del Programa SUMAR, la ampliación del Plan Nacer.



← Paletas de colores principal y complementaria.

↓ Tipografías que caracterizan el sistema identitario del nuevo Programa SUMAR: Andralis y Palestina.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST
UVWXYZ 0123456789 ABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRST
UVWXYZ 0123456789 ABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Ahora viene lo mejor

Estamos satisfechos con el trabajo realizado y seguros de contar con una herramienta de comunicación eficaz. Es el momento de poner en acción estos recursos tan cuidadosamente planificados. El Programa SUMAR debe llegar con su mensaje a beneficiarios, efectores y público en general de todo el país. Tenemos la responsabilidad de hacerlo con claridad, eficacia y entusiasmo.

En esta página y en la siguiente se presentan algunas de las piezas ya elaboradas.

Equipo de comunicación del Programa SUMAR.



↑ Dípticos de Derechos, tamaño A5: piezas gráficas específicamente dirigidas a cada uno de los grupos destinatarios del Programa.



¿CONOCÉS TUS DERECHOS DE SALUD?

Tenés derecho a recibir atención gratuita en todos los servicios públicos de salud.

Tenés derecho a recibir atención en salud con respeto y sin discriminación.

Tenés derecho a solicitar información acerca de las cuestiones relacionadas con la salud.

sumar

es más salud pública

Acercate a tu centro de salud. Hacé valer tus derechos.

CONOCÉ MÁS DERECHOS
0800.222.7100
www.msal.gov.ar/sumar



SI NO TENÉS OBRA SOCIAL

INSCRIBITE YA en el Programa SUMAR

COBERTURA DE SALUD PÚBLICA PARA:

- Niños/as
- Adolescentes
- Embarzadas
- Mujeres hasta los 64 años

PROGRAMA SUMAR ES LA AMPLIACIÓN DEL PLAN NACER

sumar PARA MÁS INFORMACIÓN 0800.222.7100



↑ Volante, tamaño 10cm x 20cm: pieza gráfica impresa a 1 tinta (cian) de distribución masiva en la vía pública.

← Aficheta, tamaño 50cm x 70cm: pieza gráfica de difusión general para su uso en hospitales y salitas, o en la vía pública.



Logo de Estado Provincia, REMEDIAR REDES, Plan Nacer, sumar, Ministerio de Salud, Presidencia de la Nación

FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN N° de FORMULARIO

APELLIDOS
NOMBRES

EL DOCUMENTO ES: PROPIO O ES DE UN FAMILIAR * Solo para Nación Nacidos TIPO DE DOCUMENTO: DNI LE LE C

NUMERO DE DOCUMENTO CI P. FEDERAL PROVINCIA PASAPORTE OTRO

SEXO: MASCULINO FEMENINO FECHA: DIA MES AÑO ES EXTRANJERO PAIS

PERTENENCIA A ALGUNA PUEBLO INDÍGENA? SI NO PUEBLO INDÍGENA TIPO DE LENGUA

ADAPTAMIENTO: SI NO NIVEL INICIAL PRIMARIO SECUNDARIO TERCERARIO UNIVERSITARIO AÑOS CURSADOS EN EL MAYOR NIVEL

COMPLETO INCOMPLETO INCOMPLETO INCOMPLETO COMPLETO COMPLETO

DATOS DE DONICERIO: EL ADULTO QUE PRESENTA AL MENOR ¿CONVIVE CON ESTE? SI NO *El año solo debe completarse con los datos del menor

CALLE N° DE PUERTA

PISO DEPTO. MANZANA

ENTRE CALLE Y CALLE

TELÉFONO OTRO NÚMERO

DEPARTAMENTO NOMBRE PD

LOCALIDAD BARRIO/PARQUE

CÓDIGO POSTAL OBSERVACIONES

LUGAR DE ATENCIÓN HABITUAL

CONSTANCIA DE INSCRIPCIÓN PARA EL BENEFICIARIO

Logo de Ministerio de Salud, Presidencia de la Nación, REMEDIAR REDES, Plan Nacer, sumar

↑ Formulario de inscripción al Programa.



sumar

es más salud pública

El Programa SUMAR es la ampliación del Plan NACER



↑ Nomencladores: para profesionales de salud con la especificación de las prestaciones, estudios y controles de cada uno de los grupos destinatarios del Programa.

← Banners (horizontal y vertical), formato 190cm x 80cm: pieza gráfica para uso institucional en encuentros, capacitaciones, en los centros de salud, etc.



sumar

es más
salud pública



Ministerio de
Salud
Presidencia de la Nación