



Evaluación del diseño gráfico en campañas mexicanas informativas sobre cáncer de mama

Dea Itchel Fonseca Castillo

ORCID: 0009-0002-6158-9755,
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo,
Escuela Superior de Actopan,
deafonsecast@gmail.com

90



Resumen

En el área de la salud pública, el diseño gráfico se posiciona como una herramienta estratégica para traducir información compleja en mensajes accesibles, claros y culturalmente significativos. Este artículo pretende examinar el papel de las infografías en la prevención y detección temprana del cáncer de mama en México, mediante un análisis cualitativo e interpretativo.

Se trabajó con cuatro infografías seleccionadas por su alcance y pertinencia temática. Se empleó una metodología cualitativa-explicativa basada en el análisis de dimensiones como uso del color, tipografía, composición visual, ilustraciones, texto, recursos emocionales y los significados simbólicos. El propósito fue determinar cómo las infografías contribuyen a generar confianza en el mensaje, favorecer su comprensión, así como promover conductas preventivas y de autocuidado.

Los resultados muestran la importancia del diseño gráfico en las campañas de salud pública y su eficacia para generar conciencia sobre enfermedades relevantes como el cáncer de mama.

Palabras clave:
Diseño gráfico,
salud pública,
comunicación
visual, infografía y
cáncer de mama.



Abstract

In the field of public health, graphic design is positioned as a strategic tool for translating complex information into accessible, clear, and culturally meaningful messages. This article seeks to examine the role of infographics in the prevention and early detection of breast cancer in Mexico through a qualitative and interpretive analysis.

Four infographics were selected based on their reach and thematic relevance. A qualitative-explanatory methodology was employed, grounded in the analysis of dimensions such as color use, typography, visual composition, illustrations, text, emotional resources, and symbolic meanings. The aim was to determine how these infographics contribute to building trust in the message, enhancing comprehension, and promoting preventive and self-care behaviors.

The results demonstrate the importance of graphic design in public health campaigns and its effectiveness in raising awareness about significant health issues such as breast cancer.

Key words:

graphic design, public health, visual communication, infographic, breast cancer.

Introducción

El diseño gráfico en el área de la salud pública tiene un papel importante porque traduce información técnica y compleja en mensajes visuales que son comprensibles, claros y culturalmente significativos. Estos mensajes visuales son una herramienta persuasiva que busca influir en las conductas o hábitos, así como modelar percepciones y fomentar prácticas de cuidado y prevención (Marín, 2010; Rozenbaum, 2022). Así, la comunicación visual producida desde el diseño gráfico es importante para el sector salud en temas donde el diagnóstico temprano y los hábitos saludables son fundamentales, tal es el caso del cáncer de mama.

El diseño gráfico por sí mismo no resuelve problemáticas sociales o de salud, pero sí posee la capacidad de influir en la transformación de estas problemáticas. La eficacia comunicativa de un trabajo gráfico no se encuentra únicamente en su forma, más bien en su capacidad para generar empatía, movilizar emociones y persuadir al receptor (Rozenbaum, 2022). Es por eso que el análisis de las infografías no puede limitarse a lo formal, sino que también debe incorporar una lectura semiótica y cultural que permita entender cómo las imágenes son mediadoras entre el conocimiento científico y la experiencia cotidiana.

Bajo estas ideas, se propone como objetivo analizar los elementos gráficos presentes en infografías de campañas de prevención del cáncer de mama en México, con el fin de evaluar su eficacia comunicativa y su impacto en la comprensión, percepción y apropiación del mensaje por parte del público objetivo. Se aplicó una metodología cualitativa de carácter interpretativo, que se basó en el análisis de cuatro infografías seleccionadas de forma intencional por su circulación pública y pertinencia temática. El análisis combinó un enfoque visual y semiótico mediante fichas técnicas que considera dimensiones como color, tipografía, composición, símbolos, mensaje textual, recursos emocionales y significados simbólicos. Con esta propuesta de análisis, se buscó describir los elementos formales del diseño e interpretar el trasfondo simbólico y discursivo de las piezas, así como reflexionar sobre el rol del diseño gráfico en la construcción de mensajes que impactan en la salud y el bienestar colectivo.

El diseño gráfico en el área de la salud

El diseño gráfico tiene un rol comunicativo importante para las sociedades actuales. Su objetivo no es estético, sino persuasivo porque busca influir en conductas, generar posturas y moldear opiniones. De esta manera, las imágenes diseñadas se convierten en un reflejo social, cargadas de significados y con gran capacidad de incidir en el pensamiento colectivo. En otras palabras “el hombre moderno lee, ante todo y, sobre todo, imágenes, gestos, comportamientos” (Rozenbaum, 2022, p. 202). Por lo que lo visual tiene un protagonismo como una ruta principal de comunicación e interpretación del mundo.

El diseño gráfico cumple una función estratégica cuando se aplica al ámbito de la salud. En este campo, los mensajes visuales suelen centrarse en la prevención, con el propósito de promover cambios en los hábitos de las personas o de los mismos pacientes, incentivar la detección temprana de cualquier enfermedad e incluso, fomentar la vacunación. Como explica Rozenbaum (2022), muchas enfermedades todavía no tienen cura sin un diagnóstico temprano, así las campañas visuales deben persuadir a la población para que tengan rutinas saludables y someterse a controles regulares preventivos.

A pesar de la importancia del diseño gráfico en el área de salud, Frascara (2000) advierte que “la solución de un problema social no puede obtenerse mediante la producción de unos cuantos afiches y volantes que digan a la gente lo que se debe o no se debe hacer” (p. 225, citado en Rozenbaum, 2022). El diseño gráfico por sí solo no transforma realidades, pero tiene la capacidad de influir en ellas siempre y cuando se ejerza con responsabilidad y conocimiento del contexto. Lo importante radica en generar men-

sajes que apelen a las emociones y generen empatía, ya que solo así se pueden persuadir de manera efectiva y promover el cambio de comportamiento (Rozenbaum, 2022).

La forma en que se comunica una crisis de salud pública influye de manera directa en la percepción que las personas tienen de los riesgos, el nivel de miedo o estrés y, por consiguiente, en la eficacia de la prevención (Amaluisa y Amaluisa, 2022). Entonces, la comunicación visual bien estructurada se vuelve indispensable para captar la atención del público objetivo.

A su vez, en los entornos digitales la producción gráfica y visual en temas de salud permiten crear mensajes claros, impactantes y además comprensibles. Las ilustraciones, los íconos y demás recursos visuales ayudan a la retención de los mensajes y con esto aumentan su potencial persuasivo. Esto es confirmado en estudios como los de Bravo y González (2020), quienes puntualizan que la finalidad de la comunicación visual en salud es prevenir conductas de riesgos, siempre y cuando los mensajes estén enfocados de manera precisa para evitar malinterpretaciones.

Del mismo modo, se ha comprobado que las campañas sobre diversos temas (como el consumo de alcohol o la seguridad vial) demuestran que la comunicación preventiva es más efectiva cuando esta se conforma y utiliza recursos visuales que motivan el cambio de conducta y la toma de decisiones saludables. En este sentido, Amaluisa y Amaluisa (2022), en su artículo *La imagen visual como elemento clave para informar a la población sobre el COVID-19 en Sudamérica*, la imagen visual permite traducir un cúmulo de información técnica en formatos simples, que son atractivos y claros, lo que facilita su apropiación por parte de las personas.

Asimismo, la comunicación visual desempeña un papel importante en la toma de decisiones informadas para poder evitar contagios y así promover el cuidado personal. Pese a ello, como menciona Alcalay (1999), existe una brecha entre el conocimiento desde el área de la salud y su comunicación efectiva hacia la sociedad. Esta brecha refuerza la importancia y el potencial de la comunicación visual como puente entre la ciencia-información y la sociedad.

En términos generales, el diseño gráfico aplicado al ámbito de la salud va más allá de lo estético, es más bien una estrategia comunicativa con impacto directo en el bienestar de la sociedad. Su importancia está en la capacidad de transformar información técnica en mensajes persuasivos, emocionalmente impactantes y comprensibles para la mayoría. Durante situaciones de emergencia sanitaria o en campañas de salud como las del cáncer de mama, los recursos o mensajes visuales bien diseñados informan

y educan, por lo que movilizan y salvan vidas. Por ello, el rol del diseñador gráfico en la salud pública requiere compromiso, sensibilidad y un alto sentido de profunda responsabilidad social.

La infografía como medio visual de comunicación en salud

La infografía es una herramienta visual que tiene su origen de la fusión entre información y representación gráfica. En específico, según Alatraste (2023), el término proviene del acrónimo formado por “información” o “informática” y “grafía”, y su principal objetivo es cubrir las necesidades informativas del público de manera clara, rápida y accesible. En el diseño de infografía se encuentran diversas disciplinas como la estadística, la lógica, la didáctica, la ilustración y la ingeniería, lo que le ha dado un rasgo interdisciplinario que tiene la capacidad de traducir datos complejos en representaciones visuales comprensibles.

Además, se trata de un formato efectivo porque facilita la comprensión y la memorización de información a través de esquemas ordenados, imágenes, tipografías y otros tantos elementos gráficos que permiten al receptor procesar los datos con menor esfuerzo. De acuerdo con el mismo autor, el proceso de diseño de infografías debe contemplar al menos cuatro etapas: la elección del tema, la recolección y organización de la información, la elaboración de un boceto y la integración visual con componentes gráficos y textuales.

Dentro del ámbito de la salud pública, las infografías han demostrado ser una parte clave de la comunicación visual. Esto porque permite transmitir mensajes preventivos, educativos o informativos con gran eficacia. Según Amaluisa y Amaluisa (2022), la infografía es un formato expresivo que combina tanto gráficos como texto para comunicar de forma ágil, fácil de asimilar y coherente. Este rasgo la hace apta para ilustrar temas complejos y reemplazar extensas explicaciones médicas por medio de representaciones visuales más comprensibles.

Cuando la imagen visual forma parte de la infografía, su poder comunicativo se potencia. Esto porque simplifica el contenido, resalta lo esencial y mejora la relación entre lo textual y lo icónico, lo que genera un proceso comunicativo más efectivo (Amaluisa y Amaluisa, 2022). Así, la infografía producida en el área de la salud permite prevenir enfermedades mediante un lenguaje visual que prioriza la síntesis, la comprensión y la legibilidad de datos que pueden resultar complejos.

Esta idea la refuerza De Souza (2023) ya que señala que la infografía propone información visualmente ordenada y dispuesta “con el fin de facilitar su aprehensión, evitando las narrativas verbales que no siempre permiten el acceso más directo y espontáneo a los datos más relevantes, y utilizando recursos gráficos plásticos que ofrecen una interacción más inmediata (p. 78). Desde sus orígenes, la infografía se desarrolla sobre un lenguaje visual sistematizado que responde a códigos perceptivos y culturales. Si bien, siguiendo al autor, esta herramienta puede presentar algunos atributos propios de una obra artística, se encuentra sujeta a los objetos comunicativos de quien la encarga o difunde, por lo que su esencia está en el servicio informativo que presta.

En situaciones de crisis sanitarias o en campañas de prevención de obesidad, cáncer de mama o ITS, las infografías con mapas, gráficos y diagramas son esenciales para comunicar datos estadísticos de manera comprensible. Sin embargo, como explica De Souza (2023), su interpretación también ha estado expuesta a malas lecturas o sesgos intencionados, lo que pone en evidencia la necesidad de seguir fortaleciendo las competencias visuales del público, así como la ética comunicacional en el diseño sobre este tipo de recursos.

En el campo de la salud, donde la claridad, la rapidez, así como la confiabilidad del mensaje son aspectos cruciales, la infografía se presenta como un recurso y una herramienta valiosa y eficaz. Su capacidad para combinar texto e imagen, así como para representar datos complejos de forma sencilla, convierte a la infografía como una herramienta eficaz para educar, cambiar hábitos, prevenir y orientar a la población. Su relevancia e importancia radica no solo en lo estético, sino en su función comunicativa, esto es, la infografía transforma información de suma importancia en conocimiento accesible. El análisis de infografías en campañas sanitarias es fundamental para evaluar el impacto real de los mensajes visuales en la percepción y comprensión de los temas de salud pública.

Si bien la infografía destaca por su capacidad para organizar y sintetizar información en el área de la salud, su poder comunicativo no reside solamente en su estructura visual, sino en los significados simbólicos que transmiten las imágenes que la componen (Juárez, 2016). Su función, como ya se ha mencionado, va más allá de lo estético: las imágenes son construcciones simbólicas que representan partes del entorno y transmiten ideas, emociones y valores compartidos. Como sostiene Rozenbaum (2022), “toda imagen es, por principio, figurativa en la medida que se pretende un soporte de la comunicación, soporte igualmente de la transferencia de un fragmento del mundo” (p. 207).

Asimismo, toda imagen visual está estrechamente vinculada a los procesos de interpretación cultural. Aunque es percibida inicialmente a través de su forma, color o disposición, su lectura no es literal. Cada persona que la observa interpreta el contenido de la imagen desde su propia experiencia, entorno y formación cultural (Rozenbaum, 2022). Esta perspectiva encuentra sustento en la semiótica, disciplina que estudia los signos, entre ellos la imagen. Todo signo está compuesto por un significante (lo que se percibe) y un significado (la idea o concepto que evoca), y la relación entre ambos no es fija, sino arbitraria y cambiante (Amaluisa y Amaluisa, 2022).

Esto pone en evidencia que no existe una imagen “objetiva”. Al contrario, toda imagen es producto de decisiones editoriales, encuadres, colores, ángulos y símbolos que van a responder a una intencionalidad, esto es, intentan comunicar algo. Así, “las imágenes no son lo que parecen, son mecanismos que plantean las cosas desde algún lugar” (Rozenbaum, 2022, p. 208).

Apartado metodológico

Para realizar el presente trabajo de investigación, se optó por una metodología con enfoque cualitativo de carácter interpretativo. El análisis se realizó en infografías que se emplearon en campañas de prevención del cáncer de mama en diferentes instituciones públicas de México. El objetivo es comprender cómo los elementos gráficos (como el color, la tipografía, la composición, los símbolos y las imágenes) influyen en la eficacia comunicativa de los mensajes relacionados con la salud pública. Esta metodología propuesta se basa en la noción de que las imágenes visuales, en especial aquellas producidas en contextos de salud, no son neutrales ni estéticas, sino construcciones simbólicas que transmiten significados y apelan al comportamiento público.

El análisis se realizó a cuatro infografías, que fueron seleccionadas con base en su circulación pública y su pertinencia temática en torno a la prevención del cáncer de mama. El criterio de selección fue de tipo intencional, considerando que las infografías fueran representativas de los mensajes visuales difundidos y que permitieran identificar estrategias de comunicación gráfica.

La metodología empleada para este estudio, replicó el enfoque utilizado por Amaluisa y Amaluisa (2022) y Rozenbaum (2022), ambos abordaron campañas gráficas del área de la salud combinando el análisis visual de contenido y el análisis semiótico. En cuanto al primer caso, Amaluisa y Amaluisa (2022) examinaron materiales sobre la comunicación visual del COVID-19 en Sudamérica, lo que hicieron fue describir los elementos for-

males (color, tipografía, la figuración y la composición), los cuales determinan la claridad y la efectividad de los mensajes, y con eso demostraron que dichos recursos visuales influyen de manera directa en la comprensión y la empatía del público a quien va dirigido.

Por su parte, Rozenbaum (2022), realizó un análisis semiótico e interpretativo en campañas argentinas sobre la prevención del cáncer de mama, dicho análisis se orientó a identificar los significados denotativo, esto es, lo que la imagen muestra de forma literal: figuras, colores, objetos o texto; y los significados denotativos, esto es, los valores emocionales o ideas culturales que esos elementos evocan. Con base en eso, se pueden identificar los discursos implícitos que se encuentran en las infografías, las estrategias retóricas utilizadas para persuadir al público objetivo, así como emociones o contexto en el que fueron emitidos.

Siguiendo estos procedimientos, en el presente artículo se tomó como base ambos niveles de análisis: el visual, que se centra en describir los recursos formales del diseño gráfico, y el semiótico que está centrado en interpretar los discursos, las emociones y los vínculos simbólicos que las infografías de salud construyen con el público al que están dirigidas. Todo el proceso de análisis se realizó por medio de una ficha propia y estructurada de observación visual, en la cual se integró las siguientes categorías de análisis:

Categoría	Definición y descripción
Público al que se dirige	Perfil social o demográfico al que parece estar dirigida la pieza (niños, adultos, profesionales, población general). Se analiza si el diseño es pertinente y accesible.
Color	Se refiere a la paleta cromática utilizada en la infografía. Se analiza si los colores generan contraste, claridad, emoción, y si son culturalmente pertinentes.
Tipografía	Tipo(s) de letra utilizados, su legibilidad, jerarquía visual (títulos, subtítulos, cuerpo de texto) y su adecuación al público objetivo.
Composición	Organización general de los elementos gráficos y textuales. Se evalúa el orden, equilibrio, uso del espacio, direccionalidad visual y facilidad de lectura.
Íconos e ilustraciones	Presencia y tipo de imágenes (fotografías, dibujos, pictogramas). Se analiza su estilo, claridad, coherencia con el tema y su función comunicativa.
Mensaje textual central	Frase o contenido principal que sintetiza la idea clave de la infografía. Se analiza su claridad, brevedad y fuerza comunicativa.
Significado simbólico	Interpretación de los elementos visuales como símbolos culturales. Se exploran los mensajes implícitos o ideológicos que transmiten.
Recursos emocionales	Elementos visuales o textuales que apelan a emociones (como miedo, esperanza, confianza, urgencia). Se evalúa su intensidad y propósito.
Evaluación persuasiva	Juicio general sobre la capacidad de la pieza para influir en la conducta, generar recordación y transmitir el mensaje deseado.

Tabla 1. Categorías de análisis. Fuente: Elaboración propia

Análisis de las infografías

En este apartado se presentan los hallazgos que surgieron del análisis de las infografías por medio de la aplicación de una ficha técnica y con esto alcanzar el objetivo planteado que fue comprender cómo los elementos gráficos influyen en la eficacia comunicativa de los mensajes relacionados con la salud pública. Primero se mostrarán las infografías utilizadas y en seguida sus respectivas fichas técnicas.



Figura 1. Infografía 1.

Título de la infografía: Cáncer de Mama	
Institución Emisora	Tema/Tipo
Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)	Prevención y Detección Temprana
Categoría	Descripción
Público al que se dirige	Dirigido a mujeres o a cualquier público en general con interés en la prevención del cáncer de mama. El lenguaje y el diseño visual es entendible para cualquier rango de edad y sin distinción de personas.
Color	Paleta de colores asociadas simbólicamente a la mujer y al movimiento de la lucha contra el cáncer. Todas las tonalidades dentro de la infografía tienen un papel importante, transmitir esperanza y cuidados.
Tipografía	Tipografía legible, entendible y con jerarquía visual para una comprensión sencilla y directa, además se utilizan tamaños y colores para diferenciar el título, subtítulos, texto e instrucciones numeradas.
Composición	La composición de este trabajo al ser vertical, marca una orden lógico e instrucciones a seguir, haciendo que la interpretación sea fácil de comprender, así, evitando confusiones.
Íconos e ilustraciones	Implementación de ilustraciones realistas, respetuosas y didácticas. Una propuesta educativa para mostrar un correcto procedimiento de autoexploración con la figura de una mujer con senos.
Mensaje textual central	No hay una frase central, sin embargo, el mensaje principal es "la autoexploración a tiempo y de hábito para detectar el cáncer de mama". La brevedad y claridad de los textos destacan la detección temprana.
Significado simbólico	Los distintos símbolos como un lazo rosa y el logo del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), comunican la salud, prevención, esperanza y solidaridad. El conjunto de todo esto más los colores simbolizan una gran lucha femenina contra el cáncer de mama, que afecta a la población mexicana.
Recursos emocionales	Los elementos visuales y textuales apelan un mensaje positivo, de autocuidado y de confianza, sin la intención de generar miedo, pues sólo enfatiza la detección temprana para salvar vidas.
Evaluación persuasiva	La infografía cumple su propósito, la motivación para persuadir la autoexploración, con instrucciones e ilustraciones claras. Un recurso digital o impreso para campañas de salud pública.
Formato y Soporte: Infografía vertical para entorno digital	
URL de Referencia: https://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/infografias/infografia-cancer mama	
Fecha/Créditos: No visibles en la pieza (s. f.)	

Tabla 2. Análisis de Infografía 1 sobre cáncer de mama. Fuente: Elaboración propia.

Título de la infografía: Cáncer de Mama	
Institución Emisora	Tema/Tipo
CNEGSR y Secretaría de Salud	Prevención y Detección Temprana
Categoría	Descripción
Público al que se dirige	Dirigida a la población en general, aunque las edades mencionadas refuerzan su enfoque en mujeres adultas, la misma infografía reconoce que la detección de un cuerpo extraño se puede prevenir desde la primera menstruación antes de los 12 años.
Color	Paleta cromática en tonos rosados, morados y blancos, con colores acentuados en rojo y verde. Todas estas tonalidades dan un significado diferente; un rosa simbólico del cáncer de mama, rojo para los riesgos y verde para la detección. El contraste de estos colores sirve para dar un sentimiento como la calidez y empatía, así como para mejorar la legibilidad.
Tipografía	Clara, legible y con jerarquía. Organizada por tonalidades para delimitar títulos, subtítulos e información importante. El uso de cajas con color resalta los puntos importantes, facilitando la lectura rápida y eficiente.
Composición	El diseño de la infografía vertical guía visualmente al lector, no pasando por alto todos los pasos, factores y prevenciones que se mencionan. Tiene una organización delimitada por colores y espacios que logran tener un diseño visual equilibrado y sin sobrecarga.
Íconos e ilustraciones	Una ilustración y una foto real de una mujer en un procedimiento de exploración mamaria, son las imágenes que resalta en toda la infografía, ya que muestran la realidad de un examen clínico. La ilustración simbólica y humana es la clave para transmitir empatía y credibilidad a una enfermedad.
Mensaje textual central	Una frase corta y directa como “el tratamiento en etapas tempranas es más efectivo” es un mensaje esperanzador que motiva a la acción y transmite esperanza.
Significado simbólico	Las flores, los tonos rosas y el lenguaje visual transmiten vida, esperanza y sanación. Refuerza la idea de que detectar a tiempo puede salvar vidas.
Recursos emocionales	Las frases mostradas y la imagen real motivan a la acción, son esperanzadoras y generan empatía.
Evaluación persuasiva	Efectiva para influir en la conducta del público a quien se dirige este proyecto, pues transmite bien su mensaje. La infografía es clara, visualmente atractiva y con mensaje de positivismo, además, cuenta con un código QR, el cual fomenta el seguimiento del mensaje.
Formato y Soporte: Infografía vertical para entorno digital	
URL de Referencia: https://www.gob.mx/salud/cnegssr/acciones-y-programas/materiales-informativos-de-cancer-de-la-mujer	
Fecha/Créditos: 1 de noviembre de 2022	



Figura 2. Infografía 2.

Tabla 3. Análisis de Infografía 2 sobre cáncer de mama. Fuente: Elaboración propia.

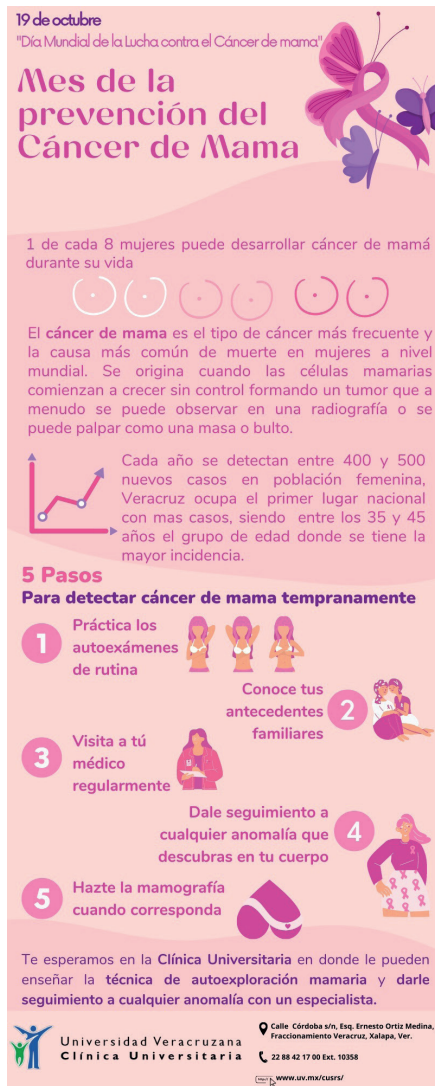


Figura 3. Infografía 3.

Título de la infografía: Mes de la Prevención del Cáncer de Mama	
Institución Emisora Clínica Universitaria de Salud Reproductiva y Sexual, UV	Tema/Tipo Prevención y Detección Temprana
Categoría	Descripción
Público al que se dirige	Con un enfoque especial a mujeres adultas y podría estar enfocada a un público en general o a personas interesadas en la salud preventiva.
Color	Colores asociados con el cáncer de mama, generando una conexión emocional con la causa. Los colores elegidos como el rosa y lila generan un impacto visual efectivo, pues culturalmente se encuentran asociados a esta enfermedad.
Tipografía	Tipografía legible, de tamaño considerado, moderno y fácil de leer.
Composición	Los elementos gráficos y de texto están organizados de manera jerárquica, con pasos numerados, permitiendo una fácil navegación. Aunque esta infografía no tiene muchos apartados, la información sigue siendo legible y clara, aprovechando el espacio sin generar saturación.
Íconos e ilustraciones	Ilustraciones e íconos bien seleccionados y relevantes para el tema. La información textual hace que el mensaje sea claro y atractivo, pues el estilo es amigable y apropiado para el público objetivo, aun cuando se muestran ilustraciones de mujeres relacionadas con la autoexploración mamaria.
Mensaje textual central	Brinda información conceptual y datos numéricos sobre el cáncer de mama, así como pasos a seguir para la detección del cáncer de mama en una etapa temprana. En general, el mensaje se centra en promover la prevención del cáncer de mama con información breve y comunicativa, brindando pasos prácticos y relevantes para la autoexploración y detección temprana.
Significado simbólico	Colores cargados de simbolismo relacionado a la lucha contra el cáncer de mama.
Recursos emocionales	Elementos visuales que evocan sentimientos de esperanza y urgencia, colores que buscan inspirar confianza, mientras que el mensaje de la importancia de la detección temprana genera una acción preventiva.
Evaluación persuasiva	Logra influir de manera efectiva en la conducta de proporcionar los pasos correctos y concretos para prevenir y detectar. Se mencionan además los pasos a seguir para motivar al público a hacer una llamada de acción para visitar a su médico de confianza.
Formato y Soporte: Infografía vertical para entorno digital	
URL de Referencia: https://www.uv.mx/cusrs/general/infografia-cancer-de-mama-2022/	
Fecha/Créditos: 2022	

Tabla 4. Análisis de Infografía 3 sobre el mes de prevención del cáncer de mama. Fuente: Elaboración propia.

Título de la infografía: Mes de la Lucha Contra el Cáncer de Mama	
Institución Emisora	Tema/Tipo
Secretaría de Salud e Instituto Nacional de Salud Pública	Prevención y Detección Temprana
Categoría	Descripción
Público al que se dirige	Enfoque particular hacia las mujeres, pero accesible para cualquier rango de edad que guste de las infografías que promuevan el autocuidado y prevención de esta enfermedad.
Color	Paleta cromática principalmente con tonos rosas, color simbólico relacionado a la lucha contra el cáncer de mama. El contraste de los 5 colores utilizados en este trabajo marca la división de un punto o de una sensación diferente.
Tipografía	Se emplean variaciones de color y tamaño en la tipografía, logrando la legibilidad de títulos, subtítulos, datos importantes y el cuerpo del texto. La elección de estos factores facilita la lectura y comprensión del mensaje.
Composición	La organización de elementos es clara y equilibrada, así el flujo visual guía al espectador a través de las recomendaciones e información clave que se presenta.
Íconos e ilustraciones	El uso de gráficos además de ser apropiados, permiten que la información sea comprendida aún sin leer, pero sigue siendo un apoyo vital que acompaña a los textos, con esto, el público es informado de manera visual de cómo pueden reducir el riesgo de cáncer de mama.
Mensaje textual central	“Explórate, concómete y cuídate” es el mensaje central, busca concientizar sobre la importancia de la autoexploración y los hábitos saludables que debe tener la población femenina para prevenir. Además de recomendar hábitos alimenticios, deportivos y de no consumo de drogas, da datos sobre la presencia del cáncer de mama en México.
Significado simbólico	El lazo rosa actúa como un símbolo utilizado en la lucha contra el cáncer de mama, los colores, símbolos y gráficos son relacionados a la salud que transmiten mensajes de empoderamiento y prevención de una población en específico.
Recursos emocionales	Todos los recursos que se observan en la infografía, generan un sentido de conciencia y urgencia para la prevención, animando a tomar acciones lo más pronto posible.
Evaluación persuasiva	Esta pieza cumple con su función total de informar a la población en general, poniendo énfasis en mujeres jóvenes a partir de los 20 años. Diseñado para ser accesible y memorable en la concientización sobre la importancia de detección temprana.
Formato y Soporte: Infografía vertical para entorno digital	
URL de Referencia: https://www.insp.mx/infografias/infografia-cancer-mama.html	
Fecha/Créditos: 7 de octubre 2016	



Figura 4. Infografía 4.

Tabla 5. Análisis de Infografía 4 sobre el mes de prevención del cáncer de mama. Fuente: Elaboración propia.

De forma general, al analizar en su conjunto las cuatro infografías, todas mantienen una línea visual coherente con el discurso institucional de prevención del cáncer de mama y con su propósito persuasivo al proponer el autocuidado, autoexploración y visitas con el médico. Los cuatro recursos visuales analizados comparten una estética clara y ordenada que integra colores, (paleta cromática rosa y lilas) símbolos (como el moño rosa) y un tono emocional esperanzador. Predomina el uso de rosa y de tonos suaves que remiten de forma directa al tema de cáncer de mama, lo cual hace más fácil la lectura y comprensión de la información transmitida. En su conjunto, estas características hacen que los mensajes sean claros, comprensibles y funcionales dentro de la comunicación en la salud.

En cuanto a la tipografía, esta también está dentro de un estilo sin remates, lo cual hace que el texto que contiene las infografías sea más fácil de leer. Por su parte, los títulos resaltan con mayor peso y los subtítulos tienen un tamaño considerablemente adecuado para que se puedan diferenciar. Sin embargo, en algunas piezas el cuerpo del texto es un poco pequeño, lo que puede generar dificultades al lector si se imprime o se ve en pantallas chicas, pero en general el equilibrio tipográfico es aceptable.

Sobre las imágenes, todas las que se utilizaron en las infografías son ilustraciones o pictogramas que resultan ser un recurso muy didáctico. Es importante que el uso de este recurso visual no buscó mostrar el cuerpo femenino de manera sensacionalista, sino que con las imágenes solo se buscó explicar los pasos de la autoexploración de forma respetuosa y pedagógica. Además, la incorporación en una de las infografías, de un código QR, que amplía la información sin que eso rompa la unidad visual.

El tono emocional que se utiliza en las infografías es empático y armonioso. No se recurrió al miedo, más bien se apostó por el autocuidado y la prevención. Este enfoque es importante porque logra generar confianza en las personas y las motiva a que actúen, no con miedo sino con conocimiento, para así lograr cambiar hábitos y hacer detecciones tempranas para prevenir y atender el cáncer de mama. Además, todas las piezas se encuentran dirigidas a mujeres, pero no se muestra la diversidad corporal o de edad, lo que puede limitar el alcance. Lo que se puede hacer es que se representen otros grupos de mujeres (de otras edades e incluso razas), e incluso personas transexuales o no binarias, para hacerlas más incluyentes sin que esto represente perder claridad en el mensaje.

En general, las infografías analizadas sí cumplen con su función comunicativa. Visualmente son atractivas, son fáciles de entender y mantienen coherencia entre sus componentes. Donde se puede mejorar son en algunos detalles técnicos, como el contraste de algunos textos o la ampliación de

públicos representados. Pero cada una de las piezas analizadas comunican de forma efectiva el mensaje principal: la importancia de la autoexploración y la detección temprana del cáncer de mama, así como cambios en los hábitos alimenticios y ejercicio.

Discusión

Los hallazgos del análisis hecho son muy consistentes con lo que se planteó en los apartados anteriores. Rozenbaum (2022) menciona que el diseño gráfico en el área de la salud es un puente entre la información técnica-compleja y la comprensión de un público objetivo y esto se observó en las piezas analizadas. Las cuatro infografías lograron traducir información técnica a un lenguaje visual accesible y cercano, mediante la utilización de íconos, colores y frases sencillas que ayudaron a que el mensaje fuera comprensible sin que el público objetivo tenga conocimientos previos sobre esta enfermedad.

También en los hallazgos se identificó lo que Alatraste (2023) menciona sobre el proceso de diseño de infografías, esto es, selección de información esencial, jerarquizar y representar de forma clara. Las cuatro piezas tienen estas características, porque todas organizan la información en pasos o secciones con encabezados bien definidos. Esta estructura hace más fácil su lectura y evita la sobrecarga visual, esto es importante en la comunicación de temas médicos.

Otro aspecto identificado mencionado por Amaluisa y Amaluisa (2022) es la importancia de la imagen como apoyo directo al texto. En las piezas analizadas, los gestos y posiciones del cuerpo que se ilustran permiten que el público objetivo entienda cómo realizar la autoexploración. Esto quiere decir que las imágenes no solo adornan la infografía, sino que enseñan, lo cual demuestra un buen uso del lenguaje visual para fines educativos para las personas.

A pesar de todos los aspectos que proporcionan las infografías analizadas, no hay que olvidar que el diseño puede informar, pero esto no sustituye la acción institucional Alcalay (1999). Las infografías explican cómo autoexplorarse, pero no en todos los casos dejan en claro qué hacer después o a dónde acudir si se detecta algo anómalo, esto puede reducir un poco su alcance, porque la información se queda en la primera etapa del proceso preventivo.

Los usos simbólicos estuvieron muy presentes en las piezas analizadas. El lazo rosa y la paleta cromática son elementos que se reconocen de forma inmediata, pero al mismo tiempo pueden ser limitativos en la interpretación

si no están acompañados de mensajes más diversos que les dé más sentido. Es decir, lo simbólico funciona, pero puede tener representaciones más amplias.

Para cerrar, las infografías analizadas lograron cumplir su propósito educativo y preventivo. Se encuentran bien diseñadas, se utilizaron recursos visuales adecuados y mantienen coherencia con lo que las fuentes analizadas plantean. Pese a eso, algunas piezas destacan más por su eficacia comunicativa. Por ejemplo, la infografía IMSS (Figura 1) y las de la Secretaría de Salud (Figuras 2 y 4), son más claras y persuasivas porque combinan ilustraciones didácticas con textos cortos y jerarquizados que hacen más fácil la comprensión del mensaje.

En contraste, la infografía de la Clínica Universitaria de la UV (Figura 3), aunque es atractiva visualmente, tiene menor cantidad de información y mayor nivel de síntesis que puede limitar su objetivo de comunicar información o persuasión. Si bien hay áreas de mejoras, el conjunto de estas piezas demuestra que el diseño gráfico puede tener un papel importante en la comunicación visual en el área de la salud, lo cual ayuda a transformar información médica en mensajes que son comprendidos y que pueden llevarse a cabo por el público objetivo.

Conclusión

El análisis elaborado dio la posibilidad de comprender cómo las infografías sobre cáncer de mama son un recurso que funcionan como una herramienta de comunicación visual que hace más fácil la comprensión y que además promueven la prevención. Mediante el uso de recursos gráficos claros, hechos con un lenguaje accesible y con una estructura ordenada, las piezas logran con éxito transmitir mensajes relevantes de forma sencilla y directa.

Sin embargo, el análisis hecho mostró ciertas limitaciones. Algunas infografías no incluyen información suficiente sobre los pasos posteriores a la auto exploración, lo que deja a las personas sin información sobre lo que sigue después de detectar anomalías. Otras presentan escasa diversidad en los públicos representados, porque solo se centran en las mujeres adultas. También hay diferencias en la profundidad informativa, debido a que algunas piezas priorizan más la estética que el contenido educativo.

Asimismo, el estudio solo se centró en un número reducido de infografías institucionales, lo que limita la generalización de los resultados, aunque, debido al enfoque y alcance del objetivo su propósito no es hacer generalizaciones de los resultados. El poder ampliar el análisis de infografías de otras instituciones, campañas locales o producciones independientes puede permitir observar cómo varían los enfoques visuales, símbolos y discursos en diferentes contextos.

Este trabajo deja abierta la posibilidad de continuar investigando la manera en que, el diseño gráfico puede contribuir a hacer mejores las estrategias de comunicación en salud pública, mediante la incorporación de enfoques más inclusivos, accesibles y participativos que ayuden a mejorar el impacto de los mensajes preventivos en distintos grupos de la población.

Referencias

- Alatriste Martínez, Y., Vergara Castañeda, A., & López López, M. Y. (2023). Diseño de infografías como herramienta para promocionar la salud: Recomendaciones de consumo de agua y bebidas para la población mexicana. En L. González Zamora (Ed.), *Avances de las mujeres en las ciencias, las humanidades y todas las disciplinas. Libro científico I* (pp. 279-296). Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. <https://doi.org/10.24275/uama.128.10429>
- Alcalay, R. (1999). La comunicación para la salud como disciplina en las universidades estadounidenses. *Revista Panamericana de Salud Pública / Pan American Journal of Public Health*, 5(3), 192-197. <https://doi.org/10.1590/S1020-49891999000300015>
- Amaluisa Rendón, A. K., y Amaluisa Rendón, P. M. (2022). La imagen visual como elemento clave para informar a la población sobre el COVID-19 en Sudamérica. *Zincografía*, 6(12), 181-194. <https://doi.org/10.32870/zcr.v6i12.138>
- Bravo Piña, J. E., y González Apolo, M. A. (2020). Prevenir a través del arte y la narrativa durante la crisis: Diarios de la COVID-19 en Ecuador [Tesis de licenciatura, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional Universidad del Azuay.
- Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva. (2022). *Materiales informativos de cáncer de la mujer*. Secretaría de Salud. <https://www.gob.mx/salud/cnegssr/acciones-y-programas/materiales-informativos-de-cancer-de-la-mujer>
- De Souza Sánchez, P. M. y Sellet, D. (2023). Comunicación gráfica y representación didáctica en tiempos de pandemia. Un análisis compositivo y contextual. En: *El Periodismo, la Covid-19, la «gripe española» y las epidemias históricas*. Editorial Fragua. 73-92 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7734957> Handle: <http://hdl.handle.net/11268/11976>
- Instituto Mexicano del Seguro Social. (s.f.). *Infografía: Cáncer de mama*. Gobierno de México. <https://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/infografias/infografia-cancermama>
- Instituto Nacional de Salud Pública. (2016). *Infografía: Cáncer de mama*. <https://www.insp.mx/infografias/infografia-cancer-mama.html>
- Juárez Pierce, M. del S. (2016). Diseño de la comunicación gráfica y comunicación de salud: La expresión gráfica histórico-social de la enfermedad y carteles de salud de la diabetes. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 3(2), 125-138. Global Knowledge Academics. <https://doi.org/10.37467/gka-revintcultvis.v3.125>
- Marín Ochoa, B. E. (2010). La infografía digital, una nueva forma de comunicación. In Congreso
- Rozenbaum, D. (2022). El rol social del diseñador del área de la salud. *Actas de Diseño*, 41, 343-346. Universidad de Palermo. ISSN 1850-2032.
- Universidad Veracruzana. (2022). *Infografía: Cáncer de mama 2022*. <https://www.uv.mx/cursos/general/infografia-cancer-de-mama-2022/>



Dea Itchel Fonseca Castillo

107

Egresada de la Licenciatura en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo en el año 2024. Obtuvo su primer trabajo en Tecnología Universal Mita, donde previamente realizó sus prácticas profesionales, fungiendo como diseñadora de la empresa, teniendo como objetivo crear publicidad para la atracción de clientes potenciales.

A partir del 2025 se incorporó al Huerto del Bambú, en la ciudad de Tuxpan, Veracruz; donde fue la creadora de contenido para esta empresa de atracción turística, desarrollando diseños de banners, carteles, videos y fotografía. Además, tuvo acto de presencia en la estructura de ideas para la campaña Un Tuxpan Limpio en el periodo de vacaciones de semana santa. Actualmente se encuentra como freelance, ejecutando tareas de edición de fotos y creación de carteles.