



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

“Diseño por la salud, comunicación que salva vidas”

TESINA

Que para obtener el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presenta

María Isabel Soto Martínez

Asesora:

Dra. Adriana Reynaga Morales

Ciudad Universitaria, 2023
Ciudad de México



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.



“DISEÑO POR LA SALUD, COMUNICACIÓN QUE SALVA VIDAS”

Proyecto de Tesina

Maria Isabel Soto Martínez
mariasoto@políticas.unam.mx

Agradecimientos

A Dios, por permitirme llegar a este momento acompañada de gente a la que admiro y quiero mucho.

A mis padres, por quererme y apoyarme desde que nací.

A mi hermano, por su amor, paciencia y compañía.

A la Dra. Adriana Reynaga, por su increíble trabajo como docente y por valioso apoyo para la redacción de esta tesina.

A la Universidad Nacional, por brindarme la oportunidad de estudiar, crecer y conocer a tantas personas increíbles.

A Avanti Comunicación, por considerarme para un proyecto como “Diseño por la salud”.

A todos aquellos que formaron parte de “Diseño por la salud”, especialmente Heber Longás, Patricia Montoto y Oscar Castro.

-o0o-

1. Índice

2. INTRODUCCIÓN	4
3. DISEÑO POR LA SALUD: LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	10
DISEÑO POR LA SALUD	11
Desde la perspectiva “ <i>Design for health</i> ”	12
La importancia de las infografías en la salud	15
Diseño por la salud: Un vistazo histórico	15
4. DISEÑO POR LA SALUD EN MÉXICO: AMIIF	20
AMIIF	20
Códigos	21
Estructura	22
SOBRE EL PROCESO	23
El equipo de trabajo	23
Búsqueda de los conferencistas	27
Búsqueda de públicos objetivo	31
Scouting en Universidades	36
Selección de la Universidad	53
Taller “La infografía como disciplina periodística”	54
DISEÑO POR LA SALUD: MENSAJES CLAVE, PROMOCIÓN Y PRIMEROS ACERCAMIENTOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN	57
Asistencia a “Diseño por la salud”	57
Promoción de “Diseño por la Salud” en Universidades	59
Minuto a minuto de Heber Longás	61
Propuesta de visibilidad para Heber Longás	62
Mensajes Clave para Heber Longás	64
5. SOBRE EL DÍA DE LA CONFERENCIA/CONVERSATORIO	65
6. CONCLUSIONES	72
7. BIBLIOGRAFÍA	80
8. ANEXOS	82

DISEÑO POR LA SALUD, COMUNICACIÓN QUE SALVA VIDAS

2. INTRODUCCIÓN

Al iniciar la Universidad es común que los estudiantes tengan ganas de conocer gente nueva, disfrutar de las clases y leer mucho; pero también es frecuente sentir miedo a lo desconocido y miedo a que los ocho semestres en la Facultad se desvanezcan rápidamente para dar paso al “temido” mundo laboral.

En la mayoría de los casos, los jóvenes sienten que los semestres transcurren tan rápido, que ni se dan cuenta en qué momento pasan de cursar las materias de tronco común (donde conviven con estudiantes de otras carreras), a finalizar los últimos proyectos del octavo semestre.

El “golpe final”, según la experiencia de varios alumnos, es el comienzo de los preparativos para las graduaciones y las fotos escolares, pues todas esas actividades no son más que síntomas inequívocos de que la carrera está llegando a su fin y que pronto iniciará una nueva etapa.

Una vez que concluyen todas las celebraciones por el fin de cursos, ese miedo de hacer frente a la vida laboral se hace mucho más grande, pues es cuando los alumnos se ven en la necesidad de abrirse paso entre diversas empresas, instituciones y entornos.

Aunado a toda esa incertidumbre, los jóvenes deben “desafiar” al mundo e intentar repetirse una y otra vez que todo lo aprendido durante la licenciatura no se borrará

de su cabeza, y que los conocimientos no se olvidan, simplemente están “guardados” esperando a ser utilizados cuando sea conveniente.

Si bien es cierto que los alumnos no pueden (ni podrán) recordar exactamente todo lo que vieron en las aulas, al menos deben estar conscientes de que sí cumplieron con todos los requisitos para graduarse, es porque pudieron hacer frente a muchos obstáculos. Las cosas no tendrían por qué ser diferentes en la vida laboral.

A todos esos conocimientos y habilidades desarrollados durante su etapa como universitarios, hay otros componentes que también suelen ser de ayuda para un recién egresado: 1) el deseo de cambiar al mundo con ideas novedosas y disruptivas; y 2) aprender de las experiencias laborales que se van adquiriendo durante los primeros meses después de salir de la Universidad.

Como paréntesis, es precisamente en el caso de “Diseño por la salud, comunicación que salva vidas” que el punto dos toma mucha relevancia, pues sin el apoyo de empresas como Avanti Comunicación, jóvenes recién egresados no podrían dar el siguiente paso.

Las primeras semanas laborando en un nuevo entorno, como el Avanti Comunicación, son “complicadas” y es posible que no todo salga conforme a lo planeado, pero es hasta cierto punto “normal” que el o los nuevos integrantes tengan miedo de fallar o incluso de perder la oportunidad laboral por un descuido de novato.

Afortunadamente la mayoría las cosas se resuelven y muchos compañeros y jefes tienen paciencia para aconsejar, apoyar y hasta entrenar a los nuevos compañeros, esto a través de la asignación de tareas que, conforme va pasando el tiempo, se van volviendo más y más específicas y profesionales.

Justo así, paso a paso, y después de muchos consejos, tropiezos y uno que otro jalón de orejas, fue como se fue gestando “Diseño por la salud, comunicación que

salva vidas”, un proyecto de relaciones públicas encabezado por la Dirección de Comunicación de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF).

“Diseño por la salud”, como su nombre lo indica, tenía como principal objetivo usar el diseño para comunicar temas de salud, pero enfocándose en mostrar y demostrar por qué las infografías son un gran canal de comunicación para explicar temas de diversa índole, especialmente temas de salud y medicina preventiva.

¿Y por qué sobre medicina preventiva? Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), aunque la salud es un concepto dinámico que habitualmente se aborda desde la visión de pérdida (como enfermedades o factores de riesgo), es importante que la gente la visualice desde una perspectiva mucho más positiva.

Esa nueva visión positiva, más allá del dolor o la enfermedad, lo que quiere hacer es “promover la salud” o sea, comunicar que no sólo es posible vivir más tiempo que hace 100 años, sino que, si se cumplen ciertas condiciones sociales, ambientales y económicas, es posible gozar de una existencia donde la calidad de vida sea óptima.

De regreso a los temas de comunicación, unas líneas arriba se mencionaron que el proyecto era de relaciones públicas, pero eso no significó que el trabajo se redujera a ese campo, sino que también se echó mano de otros conocimientos adquiridos durante la carrera en Ciencias de la Comunicación.

Por ejemplo: Una de las primeras cosas que se puso en práctica fue lo aprendido en la materia “Teoría de las organizaciones”, pues era imposible apoyar a la asociación AMIIF si el equipo de trabajo no sabía a qué se dedicaban como organización, cuáles eran sus objetivos y cómo se relacionaban con otros actores y con su entorno en general.

También, se echó mano de las clases de argumentación y expresión escrita, pues gran parte del trabajo de escritorio se enfocó en la redacción de invitaciones, correos electrónicos, *teasers*¹ para medios radiofónicos, boletines de prensa y mensajes clave para los principales ponentes del proyecto. Mención especial merece la redacción de los mensajes clave, pues intentar “simplificar” temas de salud no es cosa fácil.

De igual forma, sirvió muchísimo parte de lo que se practica en opinión pública y propaganda, ya que, de alguna u otra manera era indispensable intentar (y lograr) que mucha gente se interesara en el proyecto sin la necesidad de recurrir a trucos poco profesionales u obsoletos.

Claro está que no todo salió como se planeó desde el primer momento, especialmente con algunos aspectos relacionados al cronograma de actividades; finalmente, y a pesar de que el proyecto se retrasó varios meses (provocando la molestia de AMIIF), esos “imprevistos” se solucionaron y no afectaron el resultado final del proyecto.

Sólo como acotación, esos imprevistos se solucionaron después de que el equipo de trabajo mediara con la asociación (AMIIF) para que comprendiera que el retraso en el tiempo no era culpa de nadie y que era posible celebrar “Diseño por la Salud” a principios de 2020 en lugar de finales de 2019, lo que coincidiría muy bien con el inicio de los festejos por los 70 años de fundación de la Asociación.

Éstos son sólo algunos de los conocimientos y habilidades puestos en práctica para completar satisfactoriamente el proyecto, pero la idea de exponerlos nace del deseo de introducir a los lectores al proyecto, pero también de incentivar la reflexión entre los jóvenes universitarios, para que se den cuenta de que el mundo laboral presenta retos, pero también muchas oportunidades de crecimiento como profesional y como persona.

¹ Anglismo que hace referencia a una «introducción» «avance» o «previo».

Una vez comentados todos esos elementos “académicos” que sirvieron para echar a andar “Diseño por la salud, comunicación que salva vidas” tomaré una pequeña licencia para expresarme en primera persona y contar que este proyecto tuvo una duración aproximada de nueve meses y que su principal objetivo fue analizar el uso de nuevas herramientas de comunicación que sirvan para visualizar y difundir temas de salud.

Para lograr tal objetivo el equipo de trabajo, al que una servidora se unió como asistente de comunicación corporativa, trató de la organización de una conferencia/conversatorio internacional, auspiciado por la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF), sobre la importancia del diseño gráfico (y las infografías) en la comunicación de temas médicos y científicos.

Como asistente de comunicación corporativa, realicé personalmente todas las actividades asignadas a Avanti Comunicación, lo que significó la ejecución de diversas tareas (búsqueda de información, redacción de contenidos, programas de encuentros y reuniones, envió de invitaciones, registro de invitados, elaboración de reporte de resultados, etc).

Tras la finalización del plan de trabajo, mis superiores me plantearon la idea de utilizar “Diseño por la salud, comunicación que salva vidas” como proyecto de titulación, debido a que cumplía perfectamente con las características necesarias para armar una tesina.

Con esa idea sobre la mesa y el valioso apoyo de la Dra. Adriana Reynaga Morales, puse manos a la obra para elaborar este documento que hoy estoy encantada de presentar, pues no sólo significa mucho en lo laboral y académico, sino también en lo personal.

Finalizo este segmento agradeciendo a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM por su labor académica y humanística, al equipo de Avanti Comunicación por la oportunidad que brinda a muchos recién egresados para iniciar su carrera laboral y (de nueva cuenta) a la Dra. Adriana Reynaga Morales por su apoyo en la revisión de esta tesina.

María Isabel Soto Martínez

-o0o-

3. DISEÑO POR LA SALUD: LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Valdría la pena comenzar el desarrollo del documento explicando que, al igual que la mayoría de los proyectos, “Diseño por la salud” fue una actividad que desde el primer momento se basó en los lineamientos que el equipo de trabajo planteó en su estrategia de comunicación.

Así pues, una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente. (Rios, Paez, & Barbos, 2020)

Pero ¿qué estrategia o estrategias se utilizaron? Si bien es cierto que al principio se piensa que los proyectos seguirán una ruta determinada, muchas veces los trayectos no se dan como se pensó inicialmente y el plan original se ve orillado a complementarse de otras cosas.

Sin ánimos de ahondar en lo que viene más adelante, el párrafo anterior intenta expresar que al inicio de las planeaciones sobre “Diseño por la salud”, el equipo de trabajo pensaba que para llevar a cabo este proyecto no se necesitaría más que de una estrategia clásica de relaciones públicas.

Este tipo de estrategia (RP) se encarga de crear, modificar y/o mantener la imagen positiva de una empresa u organización (en este caso AMIIF), así como de fortalecer y crear nuevos vínculos con públicos interesantes como el gobierno, la academia y el sector privado. (Solano Santos, 2009)

Para lograrlo, la estrategia de relaciones públicas planeado para “Diseño por la salud” se dividió en dos grandes acciones:

- 1- La gestión de encuentros y/o acercamientos con nuevos públicos provenientes de diversos ámbitos (académico, gubernamental, privado, etc).

- 2- El trabajo de escritorio, o sea, la definición de metas y objetivos, la identificación de los públicos de interés, la redacción de mensajes clave y la elaboración de calendarios y reportes.

Aunque la estrategia de relaciones públicas fue la base del proyecto (y, por tanto, de la que más se hablará en el documento), injusto sería decir que eso fue lo único que sacó a flote todas las actividades, pues, el equipo trabajó duro y echó mano de otras estrategias comunicativas, como por ejemplo la comunicación digital y media training.

Sobre la estrategia de comunicación digital, hay que mencionar que fue de gran utilidad para la atracción de nuevos públicos, pues no sólo sirvió como un canal para invitar a la comunidad digital a asistir a las actividades de “Diseño por la salud”, sino que logró posicionar a *esign for health* como tema de conversación en redes, mismo que se fue alimentando conforme se iban compartiendo otros materiales (fotos, audios, videos y algunas entrevistas).

Y con respecto a la estrategia de media training, ésta fue de gran ayuda para los voceros del proyecto (Heber Longás, Óscar Castro y Patricia Montoto), pues sin ser expertos en comunicación o en el trato con medios de comunicación, recibieron orientación para enfrentarse a diversos periodistas, de tal forma que fueran capaces de expresar sus ideas con claridad y eficiencia.

Y a todo esto... ¿Qué es el diseño por la salud?

DISEÑO POR LA SALUD

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la salud es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de

enfermedades²". Con esto, queda claro que más allá de patologías, la salud abarca diversos factores que intervienen en la calidad de vida de cada individuo.

En los últimos años se ha presentado un interesante fenómeno en el que, personas de diferentes disciplinas se han sumado a los esfuerzos de diversos actores internacionales para desarrollar enfoques que permitan cubrir parte de los retos en materia de salud a nivel global.

Uno de los principales esfuerzos relacionados con este enfoque es el formulado por la Fundación Bill & Melinda Gates y que lleva por nombre "*Design for health*", donde, a través de apoyos económicos, educativos y de investigación, se impulsa a los diseñadores gráficos, ilustradores y demás expertos en materias afines a colaborar en la producción de tecnologías, instalaciones de atención médica y materiales comunicativos.

Hasta 2019, en México no se habían desarrollado proyectos similares, a pesar de lo importante que es informar con claridad y consistencia temas de salud que, si bien muchas veces son complicados de explicar, forman parte de la vida cotidiana de millones de personas, como por ejemplo las Enfermedades No Transmisibles (ENT), la salud mental y la salud reproductiva.

Desde la perspectiva "*Design for health*"

El diseño facilita la comprensión de los resultados y métodos utilizados en salud, al tiempo que permite una traducción rápida de los conocimientos y soluciones que se pueden probar y refinar. El proceso de diseño garantiza que los programas no sólo incorporen los resultados de los enfoques de investigación tradicionales, sino que también los adapten a contextos específicos"

Existen diferentes formas de comunicar temas de salud a través del diseño, pero por sus características, se ha echado mano de la infografía.

² ¿Cómo define la OMS a la Salud?, Organización Mundial de la Salud, 2022

La infografía es un tipo de comunicación con alto grado de apoyo visual o datos concretos al presentar mensajes que facilitan la comprensión del tema complejo con igual o superior eficiencia que otros medios textuales de divulgación. Resumiendo, el término infografía refiere a las imágenes o productos gráficos útiles para facilitar el acceso a información compleja o difícil de comprender a través de un solo texto³

Hoy el mundo tiene más conocimientos de salubridad, lo que ha permitido salvar millones de vidas a través de la puesta en marcha de diversas intervenciones de salud pública, mismas que van desde la correcta eliminación de desechos hasta la ejecución de programas masivos de inmunización contra enfermedades transmisibles, lo que permite salvar de 3 a 5 millones de vidas anualmente, según datos de la Organización Mundial de la Salud⁴.

Conscientes de lo importante que es la comunicación visual, en 2017 la Fundación Bill & Melinda Gates comenzó a trabajar en un proyecto que tuviera alcance mundial, por medio del que se pudiera explotar el potencial de la comunicación gráfica para tratar temas de salud.

Así fue como la Fundación convocó, por primera vez, a un grupo interdisciplinario de diseñadores y expertos en salud global para reflexionar sobre la aplicación del diseño en el entendimiento de temas médicos. El primer paso consistió en identificar dos tipos de proyectos:

- 1) Proyectos en los que compañías farmacéuticas o dedicadas a las ciencias de la salud echaran mano del diseño no sólo para crear productos vistosos, sino también para observar y comprender en qué situaciones el diseño es útil para alcanzar resultados deseables, particularmente en poblaciones clave como niños y adultos mayores.

³ (Salinas, El diseño gráfico en México. Un análisis histórico)

⁴ Organización Mundial de la Salud, Immunization, 5 de diciembre de 2019: <https://www.who.int/news-room/facts-in-pictures/detail/immunization>

- 2) Programas sanitarios existentes que ya usaran al diseño como un componente esencial de trabajo.

Una vez identificados esos dos componentes, la Fundación y otros actores de la sociedad entre los que se encuentra la UNESCO, se han esforzado para actualizar constantemente la información que les llega y desarrollar más proyectos que aborden los crecientes y cambiantes desafíos de la salud global.

Asimismo, y como ocurrió desde sus inicios, *Design for health* sigue trabajando a través de un modelo que ellos llaman “Double diamond”, donde se esfuerzan por mostrar la naturaleza complementaria del diseño en procesos de salud global. A grandes rasgos, la forma en que funciona el modelo es la siguiente:

- a) Los profesionales del diseño tienen acceso a la información que se recaba constantemente, esto con la intención de proporcionarles nuevas perspectivas sobre los desafíos existentes y las diferentes formas en las que se ha visualizado el conocimiento en salud.
- b) Los profesionales del diseño trabajan en nuevos materiales gráficos para explicar situaciones complejas, como padecimientos específicos o el desarrollo de terapias innovadoras.

Tras varios proyectos lanzados en diferentes partes del mundo, la Fundación se dio cuenta de que estos materiales fueron de ayuda no sólo para facilitar la comprensión de la información presentada (como por ejemplo para explicar cómo se hace una vacuna), sino que también fueron muy útiles para “operacionalizar” hallazgos, lo que le permite a los profesionales de la salud y el diseño trabajar en nuevos prototipos gráficos que resuelvan problemas tangibles.

Después de entender cómo funciona el modelo, la Fundación decidió llamar a este esfuerzo “Design for health”, el cual es conocido también como “Diseño por la salud”, un espacio multidisciplinario e internacional en el que se desarrollan

proyectos gráficos específicos, se compila información y se trabaja en nuevos modelos ideados para resolver problemas reales.

De entre todo el espectro de materiales gráficos que pueden y pudieran ser de utilidad para comunicar temas relacionados con la salud, las tendencias comunicativas y los hallazgos de la fundación vieron en las infografías el recurso idóneo para poder explicar los temas de salud global.

La importancia de las infografías en la salud

Existen muchas definiciones de lo que es una infografía, pero para fines de este proyecto se adopta el de Heber Longás, infografista, biólogo y periodista español, quien explica que para él una infografía es “una manera de conectar a la sociedad con la ciencia, aunque debe ser muy atractivo (para que se animen a verlo), y muy claro para que todo el mundo lo entienda.”⁵

Desde esa perspectiva, y sabiendo de lo complicado que podía tornarse el tratar de explicar temas que tuvieran ver con la ciencia y salud, desde la Dirección de Comunicación de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF), se ideó la organización de un evento en el que se le pudiera explicar a especialistas del diseño y la salud, así como al público en general, por qué es importante presentar atención al diseño en la salud.

Diseño por la salud: Un vistazo histórico

Antes de continuar con todo lo relacionado al proyecto “Diseño por la salud”, valdría la pena mencionar un par de situaciones que ejemplifican perfecto cómo la relación

⁵ Longás, H. (5 de marzo de 2020). Heber Longás: usar el diseño para comunicar mejor sobre ciencia y salud . (AMIIF, Entrevistador). Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=5lqINsB5AG0>

entre el diseño gráfico, la comunicación visual y la salud tenían y siguen teniendo el potencial de salvar miles, o incluso millones de vidas.

Florence Nightingale y la Guerra de Crimea

Florence Nightingale nació en Florencia el 12 de mayo de 1820 en el seno de una acaudalada familia de origen británico. A los 17 años sufrió una depresión nerviosa que definió como “el primer llamamiento de Dios”, y a los 24 resolvió dedicarse a cuidar al prójimo. Aunque su familia le puso obstáculos, a ella no le importó.

Estudió en Kaiserwerth, una institución alemana para diaconisas dedicada al apoyo a los enfermos. A su vuelta a Inglaterra, en 1852 recibió una oferta para dirigir una clínica privada en Londres, desde comenzó a transformar el oficio de enfermera tal y como se conocía hasta entonces.

Florence trató de ennoblecer el oficio, considerado entonces degradante, e intuyó que en su base había dos aspectos esenciales: la preparación y la higiene. Por otra parte, creía que la asistencia a los enfermos correspondía a todas las clases sociales y merecía una justa consideración, incluso en una sociedad tan elitista como la victoriana.

Florence tuvo oportunidad de demostrar a su país y al mundo entero la validez de sus “revolucionarias” ideas cuando estalló la guerra de Crimea, en la que ingleses y franceses combatieron, y murieron, juntos frente al Imperio Ruso.

Florence llegó a Scutari, un barrio de Estambul hacia 1854, junto con 38 voluntarias católicas y protestantes. Tras un año de combates, los soldados se encontraban al límite de sus fuerzas y, además, eran víctimas de una epidemia de cólera. A principio, la relación de Florence con los médicos fue difícil, ya que éstos se negaban a reconocer la autoridad de una simple enfermera.

Poco a poco, la señorita Nightingale consiguió imponerse, y por consiguiente, imponer sus reglas: ordenó airear y limpiar a fondo las salas de hospitalización, mandó a sus colegas a lavar pacientes y cambiar sábanas, contrató a un cocinero francés para que preparase comidas sanas para los enfermos; etc.

Si bien en aquel momento no fue consciente de la importancia de todos los cambios en los que trabajó, a su regreso a Londres comenzó a reunir pruebas a fin de sustentar su posición de que, en muchas ocasiones, los soldados fallecían a causa de deplorables condiciones de vida en el hospital.

Asimismo, Nightingale se convirtió en una pionera en el uso de representaciones visuales de la información y en gráficos estadísticos. Entre otros utilizó el gráfico circular, cuyo primer desarrollo se debió a William Playfair en 1801, y que aún representa una forma novedosa de presentar datos.

Con el paso del tiempo, Florence hizo uso intensivo de este y otro tipo de gráficos en sus informes ante los miembros del parlamento británico y ante funcionarios civiles, a propósito de demostrar la magnitud del desastre sanitario en la sanidad del ejército durante la Guerra de Crimea, y de facilitar la comprensión de los hechos a quienes pudiesen tener dificultades en la comprensión de reportes estadísticos tradicionales.

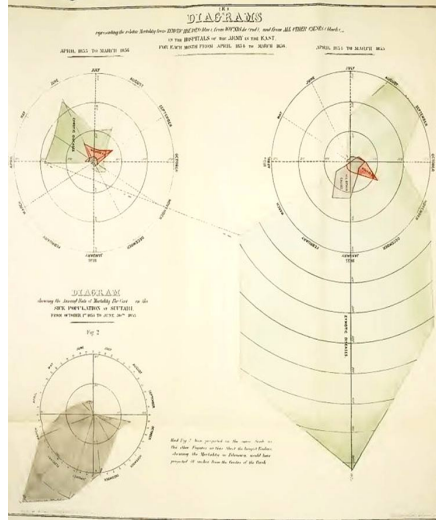


IMAGEN 1: “DIAGRAMAS ELABORADOS POR FLORENCE NIGHTINGALE”. (IMAGEN). Fuente: National Geographic.⁶

John Snow y la epidemia de cólera

Londres, 1854. La ciudad estaba sufriendo por el brote de cólera más violento en la historia de Inglaterra. Aproximadamente 700 personas fallecieron en el barrio de Soho en menos de una semana, en un área de apenas medio kilómetro de diámetro.

Resultó que cerca de esa zona tenía la consulta un médico de nombre John Snow, y que ese médico llevaba tiempo usando mapas en sus artículos y exposiciones como ayuda a la hora de argumentar sus hipótesis, por lo que aprovechó para comprar un mapa del barrio y, con ayuda del párroco Henry Whitehead, ir anotando en él las muertes que se habían producido por cólera en el mes de septiembre.

Fue entonces cuando ambos hombres comenzaron a realizar trabajado de campo, visitando uno por uno los edificios del área afectada, y ayudándose de los registros del hospital de Middlesex, un sanatorio a donde habían sido trasladadas muchas víctimas.

⁶ Sbardella, Amarantha. *Florence Nightingale, la heroína de los hospitales*. National Geographic Online. 4 de mayo de 2022. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/florence-nightingale-heroína-hospitales_14173

El mapa recogía las defunciones a medida que el número de decesos aumentaba y las representaba en el mapa como pequeños puntos negros. Con esta simple representación, el mapa del doctor Snow logró transmitir un claro mensaje visual al conectar incidencia con concentración.

El resultado fue clarificador: la mayor parte de las muertes se habían producido en las proximidades de Broad Street. De igual forma, Snow geolocalizó sobre el mapa los pozos de agua, viéndose claramente como una gran cantidad de víctimas se concentraban en torno a la bomba de agua de Broad Street.

Este “simple” mapa ayudó a detectar el foco de infección y erradicar el cólera. Al año siguiente el doctor Snow presentó al comité formado para investigar la epidemia una versión actualizada de su ya por entonces famoso mapa en el que contenía un añadido: una línea que delimitaba el área de servicio en torno al pozo de Broad Street. Más del 70% de las muertes por cólera durante el brote de 1854 se produjeron dentro de esa área de influencia, lo que reforzaba aún más la relación entre el agua contaminada y los casos de infección.

El trabajo del doctor Snow, además de salvar muchas vidas, rompió con los paradigmas existentes para la época y para su profesión, creando las bases de la epidemiología moderna.

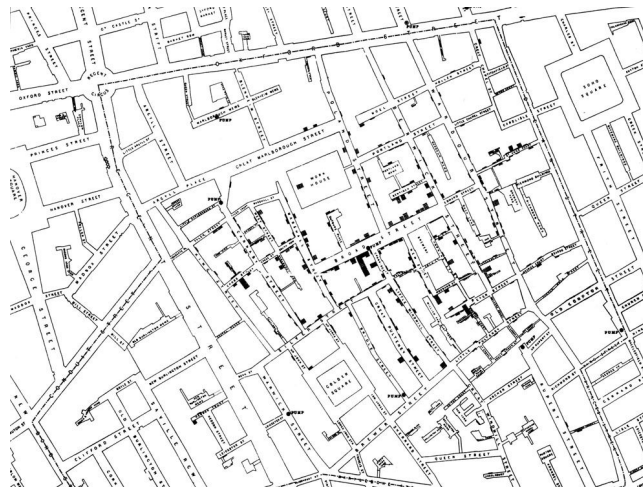


IMAGEN 2. “MAPA REALIZADO POR EL DOCTOR JOHN SNOW SOBRE LA EPIDEMIA DE CÓLERA EN LONDRES”.
(IMAGEN). FUENTE: THE GUARDIAN.⁷

4. DISEÑO POR LA SALUD EN MÉXICO: AMIIF

Como se comentó unas líneas atrás, desde la Dirección de Comunicación de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF), se ideó la organización de un evento en el que se le pudiera explicar a especialistas del diseño y la salud, así como al público en general, por qué es importante presentar atención al diseño en la salud.

Pero para entender cómo es que fue posible crear todo este proyecto, es necesario conocer qué hace y por qué es interesante la labor de asociaciones como AMIIF, quienes dedican gran parte de sus esfuerzos en comunicar, de la forma más eficiente posible, cómo es que las industrias a las que representan tienen un gran impacto la vida del país y del mundo entero.

AMIIF

La Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, A.C. (AMIIF) representa a más de sesenta empresas mexicanas de capital nacional e internacional con presencia local y global que lideran el desarrollo de investigación farmacéutica y biotecnológica. Así pues, se trata de compañías comprometidas con el desarrollo de nuevas opciones terapéuticas que permitan curar o cambiar la ruta de una enfermedad, mejorar la calidad de vida, y en algunos casos, aumentar las probabilidades de sobrevivir a enfermedades que amenazan seriamente la vida y el entorno de las personas.

⁷ Rogers, Simon. *John Snow's data journalism: the cholera map that changed the world*. The Guardian. 15 de marzo de 2013: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2013/mar/15/john-snow-cholera-map>

Algunas de las actividades esenciales de AMIIF son la promoción del diálogo de la industria farmacéutica con los actores del ecosistema de salud (instituciones de gobierno, organismos intergubernamentales, organizaciones no gubernamentales, autoridades de salud, organismos internacionales y organizaciones de la sociedad civil) para apoyar y promover políticas de salud que prolonguen, preserven y mejoren la vida de las personas.

También se impulsa la innovación, se promueven sistemas regulatorios sólidos y altos estándares de calidad, trabajando dentro de robustos marcos éticos de la Industria Farmacéutica Global y defendiendo las políticas de desarrollo sostenible establecidas por la Agenda 2030.

Dentro de sus objetivos se encuentra ser actor clave del bienestar y el desarrollo social de México a través de la salud y la Innovación Farmacéutica. Acorde con esta idea, desde el 2020 la Asociación alineó su agenda con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para fortalecer el bienestar y la calidad de vida de los mexicanos.

Códigos

La universalización y creciente adopción de medidas de autocontrol destinadas a lograr una mayor transparencia y una efectiva rendición de cuentas forman parte de un movimiento mundial, en el cual la sociedad expresa sus exigencias para que las empresas promuevan y practiquen conductas éticas y responsabilidad social.

Conscientes de la situación, AMIIF y sus asociados se rigen por los códigos nacionales e internacionales del Consejo de Ética y Transparencia de la Industria Farmacéutica en México (CETIFARMA), La *International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations* (IFPMA), la *European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations* (EFPIA) y la Federación de la Industria Farmacéutica Latinoamericana (FIFARMA).

Estructura

Coordinaciones

La Asociación se compone de la Presidencia, Dirección Ejecutiva, a cargo del Lic. Cristóbal Thompson, y de 6 coordinaciones de trabajo: Acceso, Asuntos Regulatorios y Médicos, Propiedad Industrial, Asuntos Públicos, Agenda Social y Comunicación.

Como parte de las celebraciones por su 70 Aniversario, en 2019 el equipo de comunicación AMIIF comenzó a planear una serie de eventos dirigidos a diferentes públicos con el propósito de comunicar y reflexionar sobre temas que son comunes para la asociación, tales como la innovación científica, la farmacovigilancia, los principales retos sanitarios y las políticas sobre salud.

Uno de estos eventos fue **“Diseño por la salud”**

La idea original surgió a mediados del 2019, con la intención de que a finales de ese mismo año se realizara una conferencia, un taller y hasta un concurso. Para fines de este documento se hará hincapié en el trabajo ejecutado para la realización de la conferencia/conversatorio.

La conferencia sería internacional, pues se pensaba que la impartiera un infografista internacional. Asimismo, también sería un conversatorio en el que varios profesionales del diseño gráfico (conferencista internacional incluido), tuvieran la oportunidad de charlar sobre su trabajo y lo importante que se su quehacer comunicativo.

Con respecto al taller, sería impartido por el conferencista principal a directores gráficos de medios de comunicación mexicanos, esto con la intención de sensibilizarlos sobre la importancia de trabajar en materiales gráficos con impacto social, haciendo mayor eco en los temas de salud global.

Y sobre el concurso, se pensaba como una actividad en el que jóvenes promesas del diseño mexicano registraran algunos de sus trabajos sobre ciencia y salud, para después exponerlos y someterlos a un panel de expertos que elegirían a los mejores. Como suele suceder en ese tipo de actividades, los tres primeros lugares serían premiados, pero en ese momento no estaba claro con qué.

Finalmente, y antes de que comenzaran todos los preparativos formales para “Diseño por la salud”, la Dirección de Comunicación de AMIIF optó por desechar la idea del concurso y seguir adelante tanto con la conferencia/conversatorio, como con el taller de infografías científicas.

Cabe destacar que el itinerario inicial tenía contemplado finalizar el proyecto en el último trimestre de 2019, pero algunos detalles se retrasaron, por lo que se optó por pasarlo a principios de 2020 (además, 2020 era el aniversario 70 de la Asociación y “Diseño por la salud” serviría como la antesala de las celebraciones).

SOBRE EL PROCESO

El equipo de trabajo

Por su carácter innovador y hasta disruptivo, “Design for health” comenzaba en muchas partes del mundo, como por ejemplo Estados Unidos, Europa y Japón. A pesar de cercanía geográfica de México con EUA y de las grandes inversiones que la industria de investigación farmacéutica mundial tiene en el país, en la República era poco lo que se comentaba sobre este esfuerzo comunicativo.

Conscientes de su papel como representantes de las compañías farmacéuticas de innovación, fue precisamente la AMIIF quien decidió tomar la batuta y trabajar en un proyecto que permitiera introducir y explicar qué es el “Design for health” y por qué es tan útil para comunicar temas relacionados con la salud.

Debido a las características de la Asociación, y de sus áreas de trabajo, este esfuerzo recayó en la Dirección de Comunicación y Desarrollo de Alianzas de la AMIIF, liderada en ese momento por la licenciada Cynthia Ramírez Manríquez.⁸

Durante todo el proceso para formular “Diseño por la salud”, la licenciada Ramírez contó con el apoyo de dos agencias de comunicación: Avanti Relaciones Públicas (especializados en comunicación corporativa) y Matruska Comunicación (especializados en comunicación digital).

Cada una de las agencias incorporó a 2 miembros de su equipo para que estuvieran al pendiente de esta actividad, lo que sumó un total de 5 personas enganchadas completamente con la organización de “Diseño por la salud”. A continuación, se presenta un listado de las personas que conformaron el equipo, así como una breve descripción de sus funciones.

AMIIF

- Cynthia Ramírez Manríquez (directora de Comunicación y Desarrollo de Alianzas): Lideró y supervisó cada uno de los aspectos del proyecto. Asimismo, finalizó algunos procedimientos específicos, como firmas de convenios y pagos de facturas.

Avanti RP

- Víctor de Lucio (director de Comunicación Corporativa): Coordinó todas las actividades asignadas al equipo de Avanti, tales como la búsqueda de ponentes, la búsqueda de públicos objetivo, scouting de universidades, convocatorias, relación con medios; etc.
- María Isabel Soto (Consultora): Como asistente de comunicación corporativa, realizó personalmente todas las actividades asignadas a Avanti

⁸ Si bien es cierto que AMIIF no cuenta con una gran cantidad de empleados, cada año firma contratos con agencias de comunicación y asuntos públicos para que éstas se encarguen de apoyarles en temas que van desde la relación con medios de comunicación hasta el cabildeo.

RP, lo que significó la ejecución de diversas tareas (búsqueda de información, redacción de contenidos, programas de encuentros y reuniones, envió de invitaciones, registro de invitados, etc).

Matrushka

- Manlio Gutiérrez (director General): Coordinó los esfuerzos de difusión digital de “Diseño por la salud”, así como la grabación, edición y publicación de videos y entrevistas filmados durante la conferencia y el taller que AMIIF ofreció en la Universidad CENTRO de la Ciudad de México.
- Beatriz Ramírez (Redactora y Social Media Manager): Impulsó los esfuerzos de difusión digital de “Diseño por la salud”. Asimismo, colaboró en la filmación y edición de materiales multimedia.

Para poner manos a la obra, el equipo sabía que lo primero que se necesitaba era identificar/enlistar las actividades y priorizar el orden en que cada una de ellas se realizaría. Así fue cómo surgió la siguiente tabla:

Actividad	Encargado	Realizada	No Realizada
Búsqueda de infografistas (nacionales e internacionales)	Avanti		
Búsqueda de públicos objetivo	Avanti y AMIIF		
Lugar o Auditorio para la conferencia	Avanti		
Definición de hora y fecha de la conferencia	Centro		
Moderador (Prof. Roberto Cabezas)	Centro		
Agendar reunión para CRamírez con RCabezas	Avanti		
Objetivo de la conferencia y línea gráfica de AMIIF	AMIIF		
Propuestas de catering	Centro		
<i>Save the date</i> (digital y para imprimir)	Centro		
Convocatoria a otras universidades (Lamar por teléfono)	Avanti		
Impresión de flyers (120)	Avanti		

Promoción de la conferencia en universidades convocadas (asistir a las universidades a pegar carteles)	Avanti		
<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria a Institutos de Salud (Llamara por teléfono y enviarles por correo flyer digital) • Instituto Nacional de Pediatría • Instituto Nacional de Cardiología • Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición • Instituto Nacional de Enfermedades respiratorias • Instituto Nacional de Medicinas Genómica • Instituto Nacional de Neurología y Neurocirugía • Instituto Nacional de Cancerología • Hospital Infantil “Federico Gómez” 	Avanti		
Firma de convenio AMIIF y AMDI por su colaboración como convocantes a la conferencia	AMIIF		
Promoción del Flyer Digital	AMIIF Y AMDI		
Elección de empresa de catering y menú	AMIIF		
Confirmación de Irma Egoavil como representante de AMIIF en la conferencia	AMIIF		
Boleto de Irma Egoavil en Eventbrite (registrada y enviada)	Avanti		
Brunch Heber, Óscar, Patricia y Roberto Cabezas 13 de febrero de 2020, 11:00 hrs	Avanti		
Elaboración de propuesta de visibilidad para Heber Longás	Avanti		
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de boletín sobre la conferencia 	Avanti y (después) Centro		
Elaboración de mensajes clave para entrevistas de Heber (aprobado y enviado)	Avanti		
Elección y envío de 5 ilustraciones por panelista	Heber Óscar Patricia		
Elaboración de presentación con ilustraciones de los infografistas	Avanti		

Boletos de los panelistas en Eventbrite (registrados y enviados)	Avanti		
Registro y bienvenida a los invitados externos (Recepción)	Avanti y Centro		
Testigo de la conferencia (Fotografía y video)	Matrushka		
Facebook Live (Streaming) de la conferencia	Matrushka		

TABLA 1. “CHECKLIST DISEÑO POR LA SALUD”. (TABLA). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. (2020).

Búsqueda de los conferencistas

Para cuando Avanti decidió comenzar a buscar información sobre de qué trataba “Design for health” la dirección de comunicación de AMIIF ya sabía hacia donde quería enfocar sus esfuerzos y pidió al staff que comenzara a rastrear infografistas nacionales e internacionales que trabajaran en medios de comunicación, pero que en algún momento hubieran colaborado en proyectos relacionados con salud.

El primero en la mente de AMIIF fue un infografista británico llamado Will Stahl-Timmins, quien, por cuestiones de agenda, declinó la invitación de AMIIF para viajar a la Ciudad de México poco después de haber recibido una misiva por correo electrónico.

Ante ese primer panorama, se le presentó a la directora de Comunicación de AMIIF, Lic. Cynthia Ramírez, una lista de infografistas internacionales en la que pudo observar parte de sus portafolios y algunos datos de contacto en caso de estar interesada en su trabajo.

Para cuando la Lic. Ramírez rebotó la lista de infografistas con cambios, señaló los nombres de los infografistas que le había parecido muy interesantes, y que posiblemente serían contactados para platicarles sobre el proyecto y proponerles viajar a la Ciudad de México.

LISTA DE DISEÑADORES GRÁFICOS, ANALISTAS DE INFORMACIÓN E INFOGRAFISTAS					
DISEÑADORES DE HISPANOAMERICA					
NOMBRE	PAÍS	CARGO	FUENTE DE INFORMACIÓN	LINK	REDES/CONTACTO
Astrid Stavro	España/Italia	Socia en Pentagram Londres y conferencista en la School of Visual Communication (Royal college of art)	https://a.com.mx/agj-congress-agj-open/	https://www.designweek.co.uk/issues/8-14-october-2018/astrid-stavro-joins-pentagram-london-new-partner/	Instagram: @astridstavro // Twitter: @AstridStavro
Jaime Serra Palou	España	Colaborador del diario "EL MUNDO"	https://www.sleepydays.es/2014/11/8-infografistas-para-entender-mejor-el.html	https://grafica.info/las-infografias-de-jaime-serra-saltan-del-periodico-al-museo/	Instagram: @jaimeserra // Twitter: ja_serra
Pablo Galeano y Francesco Furno	España	Fundadores del estudio "Relaja el coco"	https://www.sleepydays.es/2014/11/8-infografistas-para-entender-mejor-el.html	https://www.domestika.org/es/courses/22-infografia-antibostazos	Correo electrónico: info@relajaelcoco.com // Instagram: @relajaelcoco
Alberto Lucas López	España	Colaborador de "National Geographic España"	http://visualsports.com.mx/2017/10/28/infovis-el-espacio-que-la-infografia-mexicana-necesitaba/	https://www.lucasinfo.rafa.com/Smoking-epidemic	Correo electrónico: lucasinfo.rafa@gmail.com
Juan Colombato	Argentina	Director de infografía en "La Voz del Interior" y colaborador del diario "La Nación" (Argentina)	http://www.ubp.edu.ar/arquitectura-y-diseño/disenadores-reunidos-alrededor-de-la-infografia/	http://newspagedesigner.org/photo/famindaque?context=user	Instagram: @juancolombatoart // Twitter: @jcolombato
Paula Simonetti	Argentina	Colaboradora del suplemento semanal del diario romano "La Repubblica"	https://blogs.20minutos.es/visual20/2016/07/02/mujeres-infografistas-mujeres-paula-simonetti/	https://twitter.com/ppsimonetti?lang=es	Twitter: @ppsimonetti // Correo electrónico del suplemento: repubblicawww@repubblica.it
Paula Rodríguez/Dario Katzev	Argentina	Fundadores del estudio "Trineo"	http://www.trineo.com.ar	https://www.domestika.org/es/courses/area/7-1-infografia	Teléfono Trineo: + 54 11 45 54 57 72
Oscar Castro García	México	Jefe de infografía de El Financiero	http://infovis.com.mx/lag/infografista-mexicano/	https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/elfinanciero-el-mejor-de-america-latina-en-diseño	Facebook personal: Oscar Castro García // Correo El Financiero: contactoweb@elfinanciero.com.mx
Eduardo Salles	México	Cofundador y director de Pictoline	https://www.merca20.com/cuales-son-las-claves-del-exito-de-pictoline-entrevista-con-eduardo-salles/	https://www.youtube.com/watch?v=y6VmNpymgA	Instagram: @sallesgram // Twitter: @sallesino // Correo Pictoline: alo@pictoline.com

TABLA 2. "EXTRACTO DE LA PRIMERA LISTA DE INFOGRAFISTAS QUE SE LE PRESENTÓ A LA LIC. CYNTHIA RAMÍREZ. (TABLA) FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. (2020)

Pocos días después de que la Lic. Ramírez revisara esta primera lista, pidió al equipo que procediera a buscar a dos infografistas mexicanos que el staff propuso: Óscar Castro, Jefe de infografías en El Financiero; y Patricia Montoto, infografista independiente.

Óscar Castro

Óscar estudio Diseño Gráfico en lo que hoy es la Facultad de Artes y Diseño de Xochimilco. Al salir de la Universidad, Óscar quería "comerse" al mundo y vivir del arte y el diseño, pero sabía que no era cosa fácil y que lo primero que tenía que hacer era conseguir un empleo en el que pudiera aprender y desarrollar habilidades gráficas.

En 2009 llegó a Notmusa y ahí, a través de las enseñanzas de sus superiores, se dio cuenta de que el arte era muy importante, pero también que las infografías iban

más allá del arte y que eran una poderosa herramienta de comunicación, incluso para las personas que no sabían leer ni escribir.

Óscar cayó completamente rendido ante el mundo de las infografías y poco después se volvió un maestro.

Óscar se siente muy orgulloso de muchas de sus infografías, pero sin duda una que recordará con gran cariño es precisamente una infografía deportiva que realizó en ESTO para explicar algunas de las lesiones más importantes del tenista español Rafael Nadal, quien en ese entonces había pausado su carrera.

De Notmusa, Óscar brincó a las filas de El Financiero, donde ahora dirige a todo el equipo de infografías. Gracias a la labor de Óscar, El Financiero se ha posicionado como uno de los medios de comunicación impresos con mejor periodismo gráfico a nivel mundial y ha recibido diversos premios internacionales.

Patricia Montoto

Patricia, o Paty, es una diseñadora gráfica egresa de la Benemérita Universidad de Puebla, donde también se especializó en animación. Poco tiempo después de terminar la Universidad, Paty decidió viajar a la Ciudad de México y seguir estudiando en la Academia Nacional de San Carlos, donde concluyó una maestría en Comunicación Visual.

Paty se siente muy feliz al trabajar como freelance, pues tiene la oportunidad de realizarse profesionalmente sin tener que pasar mucho tiempo alejada de su esposo y su hijo.

Si bien es cierto que Paty ha trabajado para diferentes sectores industriales y el gobierno, le interesa mucho el tema de “Diseño por la salud”, especialmente

después de una situación familiar que le cambió la vida no sólo como diseñadora, sino también como persona.

Paty contó que hace algunos años intervinieron quirúrgicamente a su papá y que toda su familia estaba muy preocupada porque no sabía exactamente qué tenía el señor Montoto, pues a los médicos se les dificultaba explicar qué procedimiento iban a realizar.

“Antes de la cirugía, uno de los médicos me llamó y me preguntó a qué me dedicaba...Contesté que era diseñadora gráfica, pero no entendía muy bien cuál era su punto. De pronto, el doctor comenzó a dibujarme en un papel cuál era el estado de mi papá y todo el procedimiento que le iban a realizar. Ese momento me cambió la vida porque, en esos términos, entendí las razones que orillaban a los médicos a operarlo”.

Heber Longás

Con respecto al infografista que le daría el toque internacional al evento, AMIIF se decantó en un primer momento por el español Fernando Baptista, infografista e National Geographic. Fernando Baptista estaba muy entusiasmado con viajar a la Ciudad de México y formar parte de “Diseño por la salud”, pero sus honorarios no se ajustaban a lo que tenía en mente la Asociación y se procedió a buscar a otro infografista.

El elegido final fue el infografista, también español, Heber Longás. Heber estudió Biología y Bioquímica en la Universidad de Navarra, pero cuando salió de la Universidad decidió combinar dos de sus grandes pasiones: la ilustración y la ciencia.

Así, pasó 16 años trabajando en algunos de los diarios hispanos más importantes como *El País* y *El Mundo* hasta que, cansado de la ajetreada vida citadina en

Madrid, decidió hacer las maletas y mudarse con toda su familia a un pequeño pueblo de Asturias, tierra natal de su esposa.

Alejado de la gran ciudad, Heber emprendió el vuelo y creó Fundamentium, una empresa dirigida y manejada por él en la que se enfoca en realizar infografías científicas por encargo. Asimismo, de vez en cuando Heber imparte cursos o pláticas en Universidades y Centros Educativos de España.

Búsqueda de públicos objetivo

Después de largas conversaciones con el staff de AMIIF y con las agencias de comunicación, la Lic. Cynthia definió los públicos a los que les podría interesar esta actividad de acuerdo con sus perfiles profesionales. Así pues, se llegó a la conclusión de que serían cuatro grupos a convocar:

- 1- Jóvenes Universitarios o de posgrado que estudian carreras afines al Diseño, Comunicación, Visualización de Datos y Comunicación Gráfica.
- 2- Personal de los Departamentos de Comunicación Social de los Institutos de Salud de México (Cardiología, Cancerología, Nutrición, Enfermedades Respiratorias, Neurología, Pediatría, etc).
- 3- Socios de la Asociación Mexicana de Ilustradores (AMDI Ilustradores)

Periodistas de la fuente de Salud y Negocios

Jóvenes Universitarios

La primera Institución de Educación Superior que abrió la carrera de Diseño Gráfico fue la Universidad Iberoamericana, fundada por la orden de los Jesuitas hacia 1968, aprovechando el trabajo que se desarrolló tras los Juegos Olímpicos de México 1968 (Salinas, pág. 193)

Durante los años 90 y principios del nuevo siglo el crecimiento en el número de escuelas en Instituciones que ofrecían la carrera en Diseño Gráfico y Comunicación Gráfica aumentó. Fue entonces que, al término de Diseño se le agregaron las

capacidades que ubican al diseñador como un especialista en temas de animación, arte y COMUNICACIÓN DIGITAL, a diferencia de siglo XX, en el que se encasillaba el quehacer de este profesional en la producción de carteles, etiquetas e imágenes corporativas (Salinas, 2019, pág. 194)

Desde esta perspectiva, y con los antecedentes de Design for Health, la AMIIF decidió que uno de los públicos objetivo para estas actividades serían los jóvenes estudiantes de carreras afines al Diseño, la Visualización de Datos y Comunicación Gráfica.

El primer paso para buscar espacios en donde estos jóvenes se interesarán por la conferencia y el taller sería buscar alianzas en diferentes Instituciones Educativas, tema que se desarrolló en páginas anteriores.

Personal de los Departamentos de Comunicación Social de los Institutos de Salud en México

Los requerimientos de salud pública en México son cubiertas por diferentes entidades que ofrecen diversos servicios y apoyo a la población. Los institutos nacionales de salud (INS) son pilar en la estructura del sistema.

El ámbito de la salubridad se extiende prácticamente a todas las actividades de los mexicanos, y eso hace que la investigación científica y la formación de profesionales, junto con la atención médica, sean el eje central de los Institutos Nacionales de Salud.

La primera institución en convertirse en un Instituto Nacional de Salud fue el Hospital Infantil de México “Federico Gómez”, inaugurado el 30 de abril de 1943 y ratificado con tal denominación con la promulgación de la ley de su creación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de junio de 1943. (Baeza, Sienra-Monge, & Vázquez, 2019, pág. 150)

Actualmente existen 13 Institutos Nacionales de Salud en México:

- Hospital Infantil de México.
- Instituto Nacional de Cardiología.
- Instituto Nacional de Cancerología.
- Instituto Nacional de Nutrición.
- Instituto Nacional de Psiquiatría.
- Instituto Nacional de Salud Pública.
- Instituto Nacional de Rehabilitación.
- Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias.
- Instituto Nacional de Neurología.
- Instituto Nacional de Pediatría.
- Instituto Nacional de Perinatología.
- Instituto Nacional de Medicina Genómica.
- Instituto Nacional de Geriatria.

Todos los Institutos Nacionales de Salud se encuentran en la Ciudad de México, por lo que la Dirección de Comunicación de AMIIF decidió invitar a los Directores de Comunicación Social de cada uno de ellos al evento, así como todo el personal que mostrara interés por la actividad.

El primer paso para contactar a los directores de Comunicación Social fue a través de los Directorios digitales de los Institutos Nacionales de Salud; el filtro de búsqueda era el departamento en el que laboran. Posteriormente, los organizadores del evento se contactaron vía telefónica con ellos para presentarse y explicarles brevemente sobre el quehacer de la Asociación y el propósito de realizar “Diseño por la Salud”.

Finalmente, los directores de Comunicación Social proporcionaban sus datos de contacto para que, desde AMIIF se les compartiera el *brief*⁹ del evento y los carteles digitales que Centro diseñó para que ellos pudieran compartirlos con su personal vía correo electrónico.

Socios de la Asociación Mexicana de Ilustradores

La directora de Comunicación de AMIIF, Lic. Cynthia Ramírez, había escuchado hablar sobre la Asociación de Ilustradores, pero no sabía muy bien de qué iba esta agrupación de profesionales del diseño gráfico. Así fue como surgió su interés por saber quiénes eran y a qué se dedican.

Poco después, el equipo de trabajo se dispuso a buscar sobre la Asociación y algunas líneas de contacto en las que pudieran atender las solicitudes de AMIIF y saber si les interesaba formar parte del proyecto. Tras un par de días, AMIIF logró contactar a Enrique Torralba, el presidente de AMDI en ese momento.

Con gran amabilidad, el señor Torralba accedió a reunirse con el equipo de AMIIF, pues le parecía interesante que una Asociación dedicada específicamente a temas de salud y terapias innovadoras, se interesara en el diseño como una poderosa herramienta de comunicación.

De dicha reunión se acordó una pequeña colaboración entre AMIIF y AMDI, la cual consistiría en primer momento en la realización de 2 acciones específicas: la difusión de “Diseño por la salud” en las redes sociales de la Asociación y la apertura de espacios para socios AMDI en el taller de infografías científicas.

En agradecimiento a la Asociación Mexicana de Ilustradores por su apoyo en la difusión del evento en sus redes sociales, poco tiempo después AMIIF presentó una

⁹ Anglicismo que hace referencia a un documento donde se resume la descripción de algo. En este caso, se hace referencia a la descripción de la conferencia “Diseño por la salud”

propuesta para exponer proyectos gráficos sobre ciencia y salud realizados por los socios AMDI en su siguiente evento llamado *Semana de Innovación*.

La Semana de Innovación trata de un ciclo de conferencias magistrales y charlas organizada anualmente por la AMIIF para hablar sobre temas de políticas públicas, salud, economía, innovación y tecnología. Debido a la pandemia por COVID-19, la Semana de Innovación 2020 tuvo que ser cancelada y ya no fue posible realizar la exposición de material gráfico AMDI.

Periodistas de la fuente de salud y negocios

Las noticias científicas compiten diariamente con una amplia gama de información, así que los periodistas sienten la necesidad de presentarlas de una manera que capte la atención del editor y crear titulares que vendan; por otro lado, los hospitales, médicos e instituciones de investigación se esfuerzan por conseguir la atención del público. (Restrepo, 2013)

Con el fin de mejorar la manera en la que los reporteros interpretan la ciencia, es necesario que ellos comprendan que:

- 1- Una relación de causa-efecto no debe desprenderse de una mera asociación.
- 2- La ciencia a menudo se encuentra en el mundo de las probabilidades, en vez de en el mundo de las certidumbres.
- 3- Se requiere que ellos (los periodistas) tengan conocimientos básicos de los tipos y métodos de investigación, la interpretación de los resultados y el análisis de las revisiones sistémicas.

Éstos son algunos de los puntos a tomar en cuenta cuando se hace periodismo en ciencia y salud, pero, sin duda, uno de los aspectos más importantes es reconocer que el problema con las noticias científicas no es únicamente un problema periodístico. Sucede pues, que muchas veces las investigaciones son demasiado complejas para el lector común.

Así pues, el enfrentar los retos que presenta el periodismo científico y de salud debe ser atacado de tal forma que los investigadores puedan contribuir trabajando de la mano con periodistas (y profesionales del diseño y la comunicación gráfica) para simplificar la información y comprender los contextos en los que se presentan nuevos estudios y análisis clínicos.

Con este contexto de por medio, era imprescindible contar con la presencia de periodistas de salud, ciencia y negocios en la conferencia magistral “Diseño por la salud”, la cual, además de construir puentes de *networking*¹⁰, exhortaría a los periodistas a buscar nuevas formas de comunicar los temas de ciencia y salud que comúnmente desarrollan en sus artículos, reportajes y notas periodísticas.

La forma de contactar a esta fuente fue mucho más sencilla, dado que AMIIF ya contaba con una base de datos de periodistas mexicanos y extranjeros. Así pues, se procedió a enviarles la invitación por correo electrónico y posteriormente se les llamó por teléfono para saber si les había llegado el flyer del evento y si necesitaban información adicional.

En caso de que los reporteros confirmaran su asistencia al evento, se les apoyaba con el registro en Eventbrite para que, al momento de llegar a la conferencia, les fuera mucho más fácil acceder a la conferencia magistral.

Scouting en Universidades

El *scouting* no se trata de otra cosa que visitar diferentes lugares con características específicas, con el propósito de contar con diversas opciones y finalmente decidir cuál es el mejor sitio para realizar la actividad que se está planificando.

¹⁰ Anglicismo que hace referencia al intercambio de ideas, estrategias y/o información entre las personas que comparten una misma ocupación, profesión, inclusive, los mismos intereses

Tomando en cuenta que la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica opera desde la Ciudad de México, y que el público objetivo principal eran los estudiantes de Diseño Gráfico y carreras afines, la dirección de Comunicación de AMIIF decidió realizar el evento en alguna Universidad de la capital mexicana.

Para armar una lista de posibles universidades a contactar y posteriormente visitar, el primero paso consistió en buscar las 10 Instituciones académicas (públicas o privadas) con buen perfil académico en licenciaturas y posgrados afines al diseño y la comunicación.

De esa primera búsqueda resultaron las siguientes Instituciones de Educación Superior:

- Escuela de Diseño INBAL.
- Facultad de Artes y Diseño de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México.
- Universidad Anáhuac Campus Norte.
- Universidad Autónoma Metropolitana, Campus Xochimilco.
- Universidad CENTRO.
- Universidad del Pedregal.
- Universidad Iberoamericana.
- Universidad Panamericana.

El siguiente paso consistió en presentar ese listado a la dirección de Comunicación de AMIIF para hacer una selección final de 3 Instituciones a visitar; la selección se realizó con base en el historial académico de las instituciones y sus ubicaciones actuales. De esa selección resultaron La Facultad de Artes y

Diseño de la Universidad Nacional Autónoma de México, la Universidad Centro y la Universidad del Pedregal.

Una vez teniendo en el mapa a esas 3 instituciones, se prosiguió a la búsqueda de contacto con sus oficinas de Vinculación o con los directores de carrera de Diseño Gráfico/Comunicación, para después llamarles, platicarles del proyecto, exponerles el interés de la AMIIF en organizar el evento en sus Universidades y finalmente concertar una cita para visitar sus instalaciones.

La primera Universidad con la que se obtuvo comunicación fue con la Facultad de Artes y Diseño de la Universidad Nacional Autónoma de México. El contacto inicial fue la Lic. Martha Caamaño Cortés, Coordinadora de Extensión Académica de la Facultad.

El siguiente contacto se obtuvo con el Mtro. Claudio Ruiz Velasco Rivera Melo, director de la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad del Pedregal; poco tiempo después, también se logró comunicación con Ingrid Carraro, productora de eventos en Universidad Centro.

En el mismo orden en el que se obtuvieron los contactos se visitaron las Facultades, visitas de las cuales se recabaron datos adicionales, requerimientos y esquemas de trabajo específicos de cada uno de los Institutos, mismo que fueron de utilidad para elegir el sitio en el que se llevaría a cabo el evento.

A continuación, se presenta un pequeño historial de las Instituciones de Educación Superior, así como la serie de especificaciones que requirieron cada una de ellas y el material fotográfico que se recopiló durante los *scouting*:

Facultad de Artes y Diseño de la Universidad Nacional Autónoma de México

Su Historia

El 4 de noviembre de 1781 se fundó la Academia de San Carlos, considerada la primera escuela de arte en el continente americano. A partir de entonces se comenzaron las clases en la Antigua Casa de La Moneda, bajo el nombre de Academia de las Tres Nobles Artes de San Carlos: arquitectura, pintura y escultura.

Hacia 1791 la Academia fue reubicada en lo que había sido el Hospital del Amor de Dios, en el Centro Histórico de la Ciudad de México, donde permanece hasta hoy. El auge de la academia de San Carlos transcurrió en los siglos XVIII y XIX mediante la producción de pintura, escultura, dibujo y arquitectura.

Para 1929 la Universidad Nacional de México, a la cual pertenecía la Academia desde 1919, obtuvo su autonomía, convirtiéndose así en la Universidad Nacional Autónoma de México. Como resultado, la Academia de San Carlos se dividió en la Escuela Nacional de Arquitectura (que se trasladó a Ciudad Universitaria en 1953), y la Escuela Central de Artes Plásticas, la cual cambió su nombre a Escuela Nacional de Artes Plásticas en 1933.

Para 1959 se establecen en la Escuela, las carreras profesionales de pintor, escultor, grabador y dibujante publicitario, al igual que cursos de artes aplicadas. Durante la década de los 70 se crearon las licenciaturas de: Artes Visuales (que sustituía a pintura, escultura y grabado) y Diseño Gráfico / Comunicación Gráfica (en lugar de la carrera de dibujo publicitario).

Ya para 1979 la Escuela se trasladó a la delegación Xochimilco. Con ello, las instalaciones del Centro Histórico se convirtieron en la sede de su división de estudios de posgrado así como de educación continua.

Durante la década de los 90, la Escuela Nacional de Artes Plásticas dejó de impartir la licenciatura de Comunicación Gráfica y Diseño Gráfico para sustituirlas por una sola carrera: Diseño y Comunicación Visual.

Y el 21 de marzo de 2014 la ENAP se transformó oficialmente en la Facultad de Artes y Diseño (FAD), la cual imparte las licenciaturas en Artes Visuales, Diseño y Comunicación Visual y Arte y Diseño. Además, desde mediados de ese mismo año, la Facultad comenzó a administrar la licenciatura en Cinematografía impartida por el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC).

Actualmente, la Facultad cuenta con 3 sedes alternas a la de Xochimilco: la Antigua Academia de San Carlos, La Facultad de Artes y Diseño de Taxco (Guerrero) y la Unidad de Posgrado. Asimismo, se imparte 4 licenciaturas y el Posgrado en Artes y Diseño.

[Scouting e información complementaria para la realización de eventos](#)

La reunión con la profesora Martha se concertó para el 21 de octubre a las 10 hrs gracias a su asistente personal. Al principio de la plática se le comentó a la profesora Caamaño que era la AMIIF y por qué el interés de organizar un evento como “Diseño por la salud”.

Asimismo, se le compartieron algunos datos como por ejemplo los perfiles profesionales de las infografías invitados, así como la dinámica de la conferencia (y posterior conversatorio) y el número aproximado de jóvenes que AMIIF deseaba reunir como público.

Finalizada la conversación, la profesora Caamaño procedió a mostrarle al equipo AMIIF espacios de la Facultad que posiblemente podrían funcionar para llevar a cabo “Diseño por la salud”, entre los que se encontraba el Auditorio Principal de la Facultad y algunos salones auxiliares.

Gracias a la información que se le compartió durante la conversación previa, y dada su experiencia pedagógica con los jóvenes universitarios, la profesora Caamaño sugirió realizar el evento:

- Hora: A mediodía. Esa es precisamente la hora en la que se cruzan matutino y vespertino, por lo que sería fácil atraer a jóvenes de ambos turnos.
- Fecha: febrero de 2020.

A finales del año 2019 inició un conflicto en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, donde la demanda principal era frenar el acoso sexual y todos los tipos de violencia de género en la Universidad. Rápidamente varias Facultades y Escuelas Preparatorios se sumaron a los reclamos y, junto con Filosofía y Letras, entraron en paro de actividades como forma de reclamo.

La Facultad de Artes y Diseño no fue la excepción, y durante los últimos meses de 2019 su situación fue compleja, ya que nadie sabía a ciencia cierta si entrarían a paro y cuánto tiempo duraría. Ante esta situación, la profesora Caamaño recomendó que “Diseño por la salud” se postergara para febrero de 2020.

- Lugar: En la explanada principal de la Facultad

Según lo que comentó la profesora Caamaño, esta “actualización de recomendaciones” fue motivada por dos razones:

- 1) “Diseño por la salud” estaba pensada para un público de no más de 120 personas. El Auditorio Principal de la Facultad, también conocido como “Francisco Goitia”, fue diseñado para albergar a 400 espectadores.
- 2) Durante años, el personal académico de la Facultad había comprendido que, generalmente, los alumnos mostraban mucho más interés en los eventos extracurriculares que se llevaban a cabo en espacios abiertos, tales como los jardines y patios.



IMAGEN 3: “EXPLANADA FAD UNAM”. (IMAGEN). CRÉDITOS: MARÍA ISABEL SOTO MARTÍNEZ. (2020)

Justamente el lugar elegido fue la explanada principal, en la cual, el equipo AMIIF pudo notar que se trataba de un sitio concurrido, iluminado y bien ventilado. Dada la fecha en la que se llevó a cabo el *scouting*, gran cantidad de alumnos se encontraban reunidos ahí para realizar sus proyectos relacionados con el Día de Muertos.

Con respecto a los requisitos institucionales para poder llevar a cabo ahí la conferencia/conversatorio, la profesora Caamaño expuso que únicamente requerían una carta dirigida al director de la Facultad para formalizar el convenio entre ambas instituciones.

Asimismo, en caso de que “Diseño por la salud” si se llevara a cabo en la FAD, sucederían varias cosas:

- Sobre el moderador: Dados los altos perfiles académicos de los profesores de la FAD, la AMIIF propondría la moderación del conversatorio internacional a algunos de ellos; la profesora Caamaño realizaría una selección inicial de

nombres y posteriormente les comentaría sobre el proyecto para saber si les interesaría participar.

- Sobre la difusión del evento. AMIIF ya había pensado en cuatro formas diferentes de difundir el “Diseño por la salud”: carteles impresos, flyers, banners electrónicos (en las redes sociales de AMIIF, AMDI y la Facultad) e invitaciones electrónicas para los alumnos de la Facultad.

La profesora Caamaño estuvo de acuerdo con estas estrategias de difusión, pero, con respecto a las invitaciones electrónicas, si fue clara en que serían enviadas por el personal académico de la Facultad a través de sus bases de datos. Esta decisión se determinó velando por la seguridad de los datos personales de los jóvenes universitarios.

- Sobre los reconocimientos de los ponentes: Al final del conversatorio internacional entre Heber Longás, Óscar Castro y Patricia Montoto, se les entregaría un reconocimiento especial (diseñado por el equipo de AMIIF). La FAD compartiría a AMIIF su logo para incluirlo en esos reconocimientos.
- Sobre el montaje: Los técnicos de la facultad estarían disponibles para apoyar a AMIIF con todo lo necesario para el montaje, como por ejemplo la instalación de sillas y audio. En caso de que AMIIF decidiera llevar su propio equipo de sonido y algunos cañones o computadoras, estaba en total libertad de hacerlo, con la condición de que el montaje final estuviera listo al menos 2 horas antes del comienzo del evento.
- Sobre los visitantes externos: AMIIF podría invitar a cuantas personas externas quisiera, siempre y cuando se cumpliera con un registro que le permitiera al personal de seguridad realizar su trabajo en la entrada de la Institución.

- Sobre el estacionamiento: La Facultad de Artes y Diseño tiene un estacionamiento amplio, pero es de uso exclusivo para los estudiantes. Dadas las circunstancias de “Diseño por la salud”, la profesora Caamaño abriría dos espacios en el estacionamiento de alumnos y una cortesía para el estacionamiento público más cercano.

Universidad del Pedregal

Su Historia

En 1960 iniciaron los Colegios La Salle de Seglares, con la firma del contrato por parte de los Lasallistas religiosos al Lic. Enrique Canales Leal de la primera escuela La Salle. Esa primera institución era una primaria para varones que se encontraba en la Av Xola, fundada en México posterior a la persecución religiosa.

A partir de ese momento y después de iniciadas las clases en febrero de 1961 bajo la nueva administración, el crecimiento de la organización marcó un desarrollo sin paralelo entre los Colegios no dirigidos por religiosos, dentro de la República Mexicana.

De ese tronco se desprendieron en 1967 los Colegios La Salle del Estado de México, así como la Universidad Intercontinental en 1976. Posteriormente, también la influencia de este sistema alcanzó al estado de Chiapas, en donde se fundó el Instituto Moderno Comitán en 1983.

Para el ciclo escolar 1990-1991, en el 30 Aniversario de los Colegio La Salle de Seglares, se fundó la Universidad del Pedregal, ubicada en Avenida Transmisiones No. 51 con 6 licenciaturas. Actualmente con 11 licenciaturas (incluyendo Diseño Gráfico), 5 especialidades y 9 materias.

Por sus antecedentes religiosos, la filosofía de la Universidad se caracteriza por buscar la formación humana, espiritual, cultural, social y física, que permita el

desarrollo armónico de la personalidad de cada uno de sus estudiantes, dentro de un ambiente de respeto a la libertad.

Asimismo, su lema es “PER SCIENTIAM ET FIDEM AD EXCELLENTIAM”, ya que entienden la ciencia como el conocimiento inagotable de uno mismo y del entorno a través de los instrumentos teóricos, metodológicos y tecnológicos disponibles. La fe, como el reconocimiento y la confianza en un Ser Supremo, en el propio individuo, y el otro como ser humano.

Sus valores institucionales son¹²:

- Educar en la libertad con responsabilidad
- Compromiso social
- Reconocimiento de la individualidad
- Respeto y diálogo
- Actitud de servicio
- Honestidad y transparencia

[Scouting e información complementaria para la realización de eventos](#)

El scouting en la Universidad del Pedregal se programó para el 23 de octubre de 2019 a las 16:30 horas y fue liderada por el Maestro Claudio Ruiz Velasco Rivera Melo, director de la Carrera de Diseño Gráfico en esta casa de estudios. El profesor Ruiz Velasco es egresado de la FAD UNAM, por lo que también colabora como profesor en la Facultad de Xochimilco.

Tal y como sucedió con la profesora Caamaño, al principio de la reunión con el Mtro. Claudio se le explicaron los objetivos y dinámicas que AMIIF había pensado para “Diseño por la salud”, haciendo énfasis en lo complicado que se había vuelto para

• ¹² *Marco Filosófico Universidad del Pedregal* . (2021). Obtenido de Universidad del Pedregal: http://www.universidaddelpedregal.edu.mx/Marco_Filosofico.php

muchos laboratorios comunicar temas relacionados con ciencia, salud, tecnología, innovación y hasta Derecho (enfocado a Propiedad Industrial).

También se le compartieron los perfiles profesionales de los ponentes y datos adicionales como el número deseado de asistentes. En ese tenor, el Mtro. Claudio reconoció la importancia de comunicar de forma efectiva mediante las artes visuales, expresando su interés por impulsar la comunicación gráfica, y en este contexto, a la infografía en particular.

Sobre el espacio en donde podría llevarse a cabo “Diseño por la salud”, el Mtro. Claudio ofreció al equipo de AMIIF el Auditorio Universitario, el cual se encuentra en la planta baja de la Universidad y fue diseñado para albergar a un aproximado de 170 personas.



IMAGEN 4: AUDITORIO UNIVERSIDAD DEL PEDREGAL. (IMAGEN). CRÉDITOS: MARÍA ISABEL SOTO MARTÍNEZ. (2020)

Asimismo, el Mtro. Ruiz Velasco compartió que la carrera en Diseño Gráfico contaba con un aproximado de 40 alumnos, los cuales asistirían de forma obligatoria a la conferencia/conversatorio. Para cubrir los sitios sobrantes, se pensó en invitar a los estudiantes de FAD UNAM que tomaban clase con el profesor Claudio; su traslado desde Xochimilco hasta el Pedregal sería cubierto por AMIIF.

Con toda esta información ya recopilada, el profesor Claudio sugirió la hora y fecha para realizar la conferencia/ conversatorio.

- Hora: 16:00 pm. A esa hora comenzaban las clases para la licenciatura de Diseño Gráfico en la Universidad del Pedregal; asimismo, era un horario perfecto para que los invitados externos pudieran trasladarse sin tráfico y sin prisa.
- Fecha: Principios de febrero de 2020. Esta recomendación del profesor Ruiz Velasco surgió dado que los jóvenes regresaban de vacaciones de invierno hacia mediados de enero de 2020, pero los primeros días servían para ajustarse a las nuevas clases y horarios. Tras unas 2 semanas en la escuela, los jóvenes estarían completamente enganchados con las clases y mostrarían más interés por la conferencia/conversatorio.

Con respecto a los requisitos institucionales para poder llevar a cabo ahí la conferencia/conversatorio, el profesor Claudio comentó que la solicitud se llevaba a cabo directamente con él y que no era necesario redactar cartas para el director de la Universidad.

Asimismo, en caso de que “Diseño por la salud” si se llevara a cabo en la Universidad del Pedregal, AMIIF debería tomar en cuenta que:

- Sobre el moderador: En agradecimiento por todo el apoyo otorgado para llevar a cabo el evento, y dado su alto perfil académico, AMIIF ofrecería la moderación del conversatorio al propio Mtro. Claudio Ruiz Velasco Rivera Melo.
- Sobre la difusión del evento. AMIIF ya había pensado en cuatro formas diferentes de difundir el “Diseño por la salud”: carteles impresos, flyers, y banners electrónicos (en las redes sociales de AMIIF, AMDI y la Universidad del Pedregal).

El cuarto formato de difusión, que era enviar las invitaciones personalizadas a los correos electrónicos de los alumnos de la Universidad quedó descartado, ya que, como se comentó anteriormente, el profesor Claudio se encargaría de invitar a todos los alumnos de la carrera de Diseño Gráfico.

Asimismo, quedaba abierta la posibilidad de invitar a los alumnos de la FAD UNAM, pero ese proceso se concretaría hasta que la dirección de comunicación de AMIIF eligiera la sede final para llevar a cabo “Diseño por la salud”.

- Sobre los reconocimientos de los ponentes: Al final del conversatorio internacional entre Heber Longás, Óscar Castro y Patricia Montoto, se les entregaría un reconocimiento especial (diseñado por el equipo de AMIIF). La Universidad del Pedregal compartiría a AMIIF su logo para incluirlo junto con el de AMDI Ilustradores en esos reconocimientos.
- Sobre el montaje: Los técnicos de la Universidad estarían disponibles para apoyar a AMIIF con todo lo necesario para el montaje, como por ejemplo el audio y las computadoras. En caso de que AMIIF decidiera llevar su propio equipo de sonido y algunos cañones o computadoras, estaba en total libertad de hacerlo, con la condición de que el montaje final estuviera listo al menos 2 horas antes del comienzo del evento.
- Sobre los visitantes externos: AMIIF podría invitar a cuantas personas externas quisiera, siempre y cuando se cumpliera con un registro que le permitiera al personal de seguridad realizar su trabajo en la entrada de la Institución.
- Sobre el estacionamiento: La Universidad del Pedregal cuenta con un estacionamiento lo suficientemente grande como para recibir a todos los invitados externos de AMIIF. La cuota de recuperación por el espacio sería de \$15 por tiempo ilimitado.

Universidad CENTRO

Su Historia

Centro, fundada en la Ciudad de México hacia el año 2004, es una institución de educación superior especializada en diseño, comunicación, cine, medios digitales y arquitectura que cataliza la energía de sus alumnos hacia la creatividad y la innovación.

Su visión es posicionarse como una institución líder en innovación educativa en los campos creativos a través de su modelo académico y organizacional; con la ayuda de sus alianzas estratégicas y en cumplimientos con principios de inclusión, diversidad y responsabilidad social.

Algunos de sus principios rectores son:

- Creatividad Crear es pensar, generar y conectar con los entornos. Si creamos, transformamos.
- Transformación: Configurar y desconfigurar ideas y soluciones para gestar nuevas oportunidades y posibilidades.
- Aprendizaje: Se trata de compartir conocimiento y recibir retroalimentación.
- Compromiso social: En Centro entienden a la educación creativa como un bien común que debe trascender los espacios académicos y pensar en la sostenibilidad, la inclusión y la equidad.

[Scouting e información complementaria para la realización de eventos](#)

La reunión con Ingrid Carraro se concertó para el martes 29 de octubre de 2019 a las 13:00 horas en las instalaciones de la Universidad Centro, ubicada en Av. Constituyentes No.455, Col. América, Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. A la reunión se sumó Andrea Moreno, responsable de Comunicación Social en Centro.

En Centro se procedió directamente al *scouting*, dado que el equipo de comunicación de AMIIF ya había enviado el *brief* del evento al correo electrónico de la Lic. Carraro, en la que se describían aspectos como los objetivos, los públicos objetivo y los temas a tratar tanto en la conferencia como en el conversatorio.

Esta visita se concentró en 4 áreas específicas de la Universidad: 3 posibles espacios para llevar a cabo la conferencia/conversatorio y el patio central. Los 3 salones candidatos fueron el salón de proyección cinematográfica (muy similar a una sala de cine), el Auditorio Universitario y el Piso 8.

Por sus características de iluminación y espacio, el salón de proyección cinematográfica se descartó casi de inmediato; además, muchos grupos tomaban clases ahí y era complicado abrir un espacio para realizar la conferencia/conversatorio ahí.

Poco después llegó el turno del Auditorio Centro. Al igual que el Auditorio Principal de la FAD UNAM, este espacio era muy cómodo y espacioso, pero tenía capacidad para 380 personas, un número de espectadores mayor al que se tenía contemplado para un evento como “Diseño por la salud”.

Así pues, tanto las licenciadas Carraro y Moreno como el equipo de AMIIF, se decantaron por el tercer espacio: El Piso 8. Piso 8 es un salón diseñado para albergar conferencias y clases magistrales; se ubica en la última planta de la Universidad y sus ventanales permiten contemplar parte del Bosque de Chapultepec y la Ciudad de México.

Para el momento en el que se realizó el *scouting*, el Piso 8 estaba amueblado con sillas y periqueras, un montaje que había sido pensado para un aproximado de 120 personas, el número de invitados que AMIIF había ideado para la conferencia/conversatorio.



IMAGEN 5: “PISO 8 UNIVERSIDAD CENTRO”. (IMAGEN). CRÉDITOS: MARÍA ISABEL SOTO MARTÍNEZ. (2020)

En todo ese lapso, las Licenciadas Carraro y Moreno realizaron varias sugerencias con respecto al evento:

- Hora: 18:30 horas. Ciertamente este horario no estaba contemplado por AMIIF, pero la razón principal por la que hicieron esta recomendación fue por que a esa hora salen los alumnos de Licenciatura y llegan los de Especialidades o Maestría; quizá es cruce permitiría que más alumnos se interesaran y asistieran a “Diseño por la salud”.
- Fecha: febrero de 2020. Universidad Centro es una Universidad que se caracteriza por realizar muchos eventos, ponencias, conferencias y ciclos sobre Industrias Culturales, por lo que, si AMIIF estaba interesado en utilizar el espacio, tendría que confirmar lo más pronto posible. La Lic. Carraro propuso 12 de febrero de 2020.

Asimismo, en caso de que “Diseño por la salud” si se llevara a cabo en CENTRO, sucederían varias cosas:

- Sobre el moderador: Como el equipo de Centro ya había tenido oportunidad de leer el brief de “Diseño por la salud”, propusieron la posible moderación del conversatorio a Roberto Cabezas, Director de Especialidad en Medios Digitales de Centro, quien mostró interés por el proyecto.
- Sobre la difusión del evento. AMIIF siguió proponiendo sus cuatro formatos de difundir el “Diseño por la salud”: carteles impresos, flyers, banners electrónicos (en las redes sociales de AMIIF, AMDI y CENTRO) e invitaciones electrónicas para los alumnos de esta casa de estudios.

La licenciada Carraro estuvo de acuerdo con estos formatos, pero fue muy específica en que AMIIF le compartiera de nueva cuenta el *brief* del evento y los logos AMIIF/AMDI, ya que, por cuestiones de identidad gráfica, la Universidad prefería encargarse completamente del diseño de los *flyers* y *banners*.

- Sobre los reconocimientos de los ponentes: Los reconocimientos, al igual que los *flyers* y *banners*, quedarían a cargo del equipo de diseño de la Universidad.
- Sobre el montaje: Los técnicos de la Universidad apoyarían a AMIIF con el montaje de sillas y periqueras, así como con las pantallas, proyectores y el equipo de sonido. Así pues, lo único que quedaba pendiente era que cada ponente del conversatorio llevara sus computadoras o dispositivos móviles para proyectar sus presentaciones.
- Sobre los visitantes externos: AMIIF estaba en la libertad de invitar a todas las personas externas que quisiera, pero para acceder la Universidad sería necesario que se registraran en un enlace de EventBrite creado por Centro para contar con un registro confiable.

Asimismo, aunque los visitantes externos se registraran en EventBrite, se acordó que, si llegaban a asistir y no presentaban identificación oficial en el Lobby de la

Universidad, no podrían acceder a las instalaciones de Centro por cuestiones de seguridad.

- Sobre el estacionamiento: La Universidad cuenta con un estacionamiento para estudiantes y visitantes externos, pero en ocasiones, por cuestiones de espacio, se satura. Los invitados de “Diseño por la salud” podrían utilizar sin problema el estacionamiento Centro; en caso de que se saturara, quedaban cerca los estacionamientos públicos del Bosque de Chapultepec.

Observaciones:

A diferencia de FAD UNAM y Universidad del Pedregal, la Universidad Centro si solicitó que el equipo de AMIIF llenara un formulario, en donde se especificara la fecha del evento, nombre del solicitante o encargado, título del evento, descripción, objetivo, programa académico con el que se alineaba la actividad, el perfil de los asistentes y los nombres de los conferencistas.

Con respecto al programa académico con el que se alineaba la actividad, el equipo de AMIIF preguntó si era posible abrir el evento a más de una carrera o especialidad, a lo que la Universidad accedió sin problema. Los programas académicos a los que se invitó fueron:

- Comunicación Visual.
 - Medios Digitales.
- Marketing y publicidad.

Selección de la Universidad

Una vez que el equipo de trabajo logró recopilar toda esta información con respecto a las Universidades en donde podría llevarse a cabo “Diseño por la salud”, presentó un informe a la Dirección de Comunicación para que la Lic. Cynthia pudiera tomar la decisión final y continuar con los siguientes preparativos.

Después de unos días revisando la información, la directora de Comunicación y Desarrollo de Alianzas de AMIIF, Cynthia Ramírez, decidió que el evento se llevaría a cabo en las instalaciones de la Universidad Centro por diversas razones:

- Ubicación: Si el evento se llevaba a cabo ahí, era mucho más fácil que asistieran alumnos de Universidades que se encontraban tanto en el norte como en el sur de la Ciudad de México.
- Disponibilidad de aulas: El personal de la Universidad ofreció un par de salones en donde se podría llevar a cabo el taller de infografía. Se barajearon varios espacios, pero al final la Universidad creyó que el lugar más conveniente era la Hemeroteca.

Taller “La infografía como disciplina periodística”

Organización

Desde que se comenzó a planear el proyecto, la Dirección de Comunicación de AMIIF tenía claro que el ponente titular de “Diseño por la salud” se encargaría de liderar un taller enfocado a periodistas y directores gráficos de diferentes medios nacionales.

El taller tendría como objetivo principal aprender y aplicar conceptos básicos de la infografía periodística para aumentar el impacto de los diseños periodísticos en prensa impresa y digital. Asimismo, sería un escenario perfecto para conversar entre colegas sobre sus ideas y perspectivas acerca del uso de material gráfico en el periodismo moderno.

Una vez que AMIIF ya contaba con el espacio para llevar a cabo el taller, el equipo se puso en contacto con Heber Longás para explicarle cómo se visualizaba el taller desde AMIIF, compartirle los avances con respecto a la organización y pedirle su

opinión acerca de aspectos generales del taller, tales como el número de participantes, la fecha y el horario.

Después de varios intercambios de correspondencia, se llegó a la conclusión de que el taller sería de un sólo día, con duración aproximada de tres a cuatro horas; asimismo, el cupo aproximado del taller sería de 15-20 personas, esto con el objetivo de lograr un mayor acercamiento entre ponente y asistente.

Una vez teniendo claros estos aspectos, Heber puso manos a la obra y desarrolló en el programa del taller; posteriormente compartió este documento a AMIIF y la Universidad para revisar internamente si estaban de acuerdo con el programa que tenía en mente, o si deseaban realizar algún cambio.

Finalmente, el programa quedó de la siguiente forma:

Taller “*La infografía como disciplina periodística*”

1- Ventajas del uso de infografías.

Las infografías pueden ayudarnos a conectar con nuestra audiencia, aumentar la difusión de las noticias y hacer que sean memorables.

2- Dónde y cuándo utilizarlas.

Las infografías son multisoporte y tremendamente versátiles. Sirven para medios impresos y digitales, puedes ser estáticas o animadas. En el taller, se explicará cómo aprovecharlas al máximo para hacer periodismo multimedia.

3- Principales tipos de infografías.

- Para visualizar datos: Estadísticas, números, mapas, evoluciones.
- Para ilustrar: Infografías con ilustraciones que explican partes de un objeto, su estructura, su funcionamiento interno.
- Para contar historias: *Storytelling* visual, infografías que convierten información en una narración atractiva.

- Para mostrar tamaños: Se trata de infografías que ayudan a que los lectores entiendan las dimensiones de los objetos y realidades a las que no se tiene acceso directo.

4- Pasos para realizar una buena infografía.

Se realizarán prácticas para aplicar todo lo aprendido; para eso será necesario contar con *Adobe Illustrator*. Recomendable tener conocimientos básicos del programa para poder aprovechar mejor la sesión.



Ciudad de México a 4 de diciembre de 2019.

ALEJANDRO RÍOS
Ilustrador e Infografista
El Economista

Estimado Alejandro:

En nombre de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF) reciba un cordial saludo, así como esta cordial **invitación** a participar en el taller "Diseño por la salud: la infografía como disciplina periodística" que impartirá en México Heber Longás Crespo, infografista especializado en divulgación científica y médica. Anexamos su semblanza y el programa.

AMIIF agrupa a más de 60 empresas farmacéuticas establecidas en el país dedicadas a la investigación y producción de terapias innovadoras. Este año celebramos nuestro 70 aniversario, por lo que estamos organizando una serie de actividades, como este taller de infografía, que contribuyan a la difusión de la ciencia para hacerla accesible a diversos públicos y favorecer así el diálogo y la toma de decisiones razonadas.

El taller "Diseño por la salud: la infografía como disciplina periodística" está enfocado a diseñadores profesionales y editores gráficos de medios de comunicación. Es un taller a puerta cerrada y de cupo limitado al cual nos gustaría invitarlo. El taller **NO tiene costo**, sólo se requiere confirmar su asistencia y **acudir con su computadora** y la **suite Adobe** previamente instalada.

El taller se llevará a cabo el próximo **viernes 14 de febrero de 2020, de 9:00 a 13:00 hrs.**; en la Universidad Centro, ubicada en Avenida Constituyentes No. 455, Colonia América, Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. Para su comodidad, se cuenta con servicio de estacionamiento.

Esperando que esta invitación sea de su interés, quedamos a la espera de **confirmar su participación** con Isabel Soto al tel. 55 13 72 52 97, o al correo electrónico isabel.soto@avantimx.com. Saludos cordiales,

Cynthia Ramírez Manríquez
Dir. Comunicación y Desarrollo de Alianzas
Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica

Av. Cuauhtémoc # 1481 – 1er. Piso; Col. Sta. Cruz Atoyac; C.P. 03310; Ciudad de México.; Delegación Benito Juárez
Tels: 5688.8303, 5688.8313 y 5688.8353, E-mail: comunicacion@amiif.org.mx / www.amiif.org.mx



**IMAGEN 6: INVITACIÓN AL TALLER "LA INFOGRAFÍA COMO DISCIPLINA PERIODÍSTICA".
(IMAGEN). CRÉDITOS: MARÍA ISABEL SOTO MARTÍNEZ. (2020)**

DISEÑO POR LA SALUD: MENSAJES CLAVE, PROMOCIÓN Y PRIMEROS ACERCAMIENTOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Asistencia a “Diseño por la salud”

Antes de comenzar a planear el proyecto de Diseño por la salud, AMIIF se había enfocado en mantener contacto con medios de comunicación de todo el país, pero la mayoría de ellos sólo trabajaba en las fuentes de salud, negocios y tecnología. Ante tal panorama, era necesario comenzar a crear lazos con medios nacionales que trabajaran en el área de gráficos y diseño.

Así fue como se emprendió desde cero la tarea de rastrear a los editores gráficos e infografistas de los mayores medios de comunicación de todo el país. Se trató de un proceso largo, pero que obtuvo resultados significativos logrando una audiencia final de 17 participantes.

El primer paso para armar la nueva “base de datos de periodistas gráficos” fue elegir una veintena de medios de comunicación impresos y digitales que tuvieran gran presencia a nivel nacional y que fueran reconocidos por su labor periodística y gráfica.

A esa lista preliminar se incluyeron medios como El Universal, El Economista, El Financiero, El Sol de México, Expansión y Sopitas. Ya con la lista en mano, el siguiente paso fue buscar en internet algunas notas y reportajes de esos medios en donde, por las características de la información, se haya recurrido al uso de material gráfico (infografías, mapas mentales y dibujos animados).

Usualmente ese tipo de notas y reportajes son firmados tanto por los reporteros como por los diseñadores gráficos, por lo que ese era un buen filtro de información que permitió identificar los nombres de los editores y diseñadores gráficos que laboraban en los medios.

El siguiente paso consistió en contactar a los diseñadores e infografistas por medio de sus redes sociales, correo electrónico o LinkedIn; a aquellos a los que fue imposible localizar a través de esos medios se les buscó por medio de las redacciones de sus periódicos/medios informativos.

Así fue como comenzó el envío de las invitaciones personalizadas y el seguimiento a las confirmaciones de asistencia, así como la gestión de asuntos sobre los lugares de estacionamiento y las posibles rutas para trasladarse desde cualquier punto de la Ciudad de México hasta las instalaciones de la Universidad Centro.

De diciembre de 2019 a febrero de 2020, 18 editores y diseñadores gráficos confirmaron su asistencia al taller. Asimismo, AMIIF extendió una invitación especial a dos de sus colaboradores y a algunos alumnos de Centro, esto en agradecimiento a la Universidad por todo el apoyo brindado para realizar el proyecto.

Finalmente, hay que señalar que además de buscar a los editores y diseñadores gráficos de los medios, también se hizo un esfuerzo por contactar al personal de comunicación social de diferentes Institutos Nacionales de Salud e invitarlos. Sólo cinco integrantes del Hospital Infantil “Federico Gómez” confirmaron su participación, pero no asistieron por cuestiones de agenda.

INVITADOS TALLER "LA INFOGRAFIA COMO DISCIPLINA PERIODISTICA"						
NOMBRE	PUESTO/CARGO	MEDIO	CONTACTO	ESTATUS	Portafolio	Redes
Luis Alfonso Calderón Guerra	Coeditor de Infografías	El Sol de México	56 24 97 69 92 email: calderon.luis01@gmail.com	confirmado	Behance: https://www.behance.net/luisalcalderon	Instagram: https://www.instagram.com/luisalcalderon Facebook: https://www.facebook.com/luisalcalderon
Rodrigo Ruiz	Jefe de Diseño	Forbes	Correo: electronicos@forbes7@gmail.com Celular: 55 62 52 68 34	confirmado		Instagram: https://www.instagram.com/rodrigo_ruiz
Alejandro J. Ríos	Ilustrador en Infografía de Suplementos	El Economista	Tel: 53 28 54 54 ext 24 52 Correo: alejandrorios@elEconomista.mx	confirmado		LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/alejandrorios
Miguel Ulloa Maciel	Infografista	El Heraldo de México	Tel (periodico): 50 40 49 00 Correo: guilinc@hds.com.mx Teléfono: + 52 1 669 215 99 50	confirmado	Portafolio: https://www.instagram.com/miguelmaciel	Facebook: https://www.facebook.com/miguelmaciel Instagram: https://www.instagram.com/miguelmaciel
Edgar Acosta	Director Gráfico	Diarío 24 Horas	Teléfono: 11 54 40 38 Correo: edgar.acosta@24horas.mx	confirmado		Instagram: https://www.instagram.com/edgaracosta
Fernanda Bravo	Editora de Diseño	Sopitas	Tel recepción: 55 68 12 13 71 Correo: fernanda.bravo@sopitas.com	confirmada		
Viridiana López Díaz	Diseñadora Gráfica	Grupo Expansión	Teléfono: 55 34 14 86 59 Correo: viridy@gmail.com	confirmada	Behance: https://www.behance.net/viridy	Instagram: https://www.instagram.com/viridy
Carla Mariana Rodríguez Mendoza	Diseñadora	Mundo Ejecutivo	Tel: 55 15 04 00 04 Correo: carla@enuma.mx	confirmada		
Arturo Black Fonseca	Editor General de Infografía y Arte	México Diario	Tel: 55 17 28 37 88 Correo: arturoblackfonseca@gmail.com	confirmado	Behance: https://www.behance.net/arturoblackfonseca	Instagram: https://www.instagram.com/arturoblackfonseca

TABLA 3: “EXTRACTO DE LISTA SOBRE INVITADOS CONFIRMADOS AL TALLER DE INFOGRAFÍAS PERIODÍSTICAS. (TABLA). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. (2020)

Promoción de “Diseño por la Salud” en Universidades

El haber hecho una revisión posibles sedes para “Diseño por la salud” en varias universidades de la Ciudad de México que impartían licenciaturas y posgrados afines a diseño gráfico y comunicación visual, permitió que esta fase del proyecto fuera más sencilla, pues ya se tenía el contacto de varios directores y coordinadores de carrera.

Así fue como, además de extender la invitación a todos los alumnos de Centro, se hizo una campaña de difusión en 5 instituciones educativas diferentes: Universidad Nacional Autónoma de México, Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México, Universidad Anáhuac Norte, Universidad del Pedregal y la Universidad de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes.



IMAGEN 7: “FLYER DISEÑO POR LA SALUD”. (IMAGEN). FUENTE: DEPARTAMENTO DE DISEÑO GRÁFICO UNIVERSIDAD CENTRO. (2020)

Para comenzar, el equipo de trabajo se tomó un par de días para contactar a los directores o coordinadores de carrera de diseño de estas Universidades, con el objetivo de explicarles detenidamente de qué iba la invitación, para después solicitarles un correo electrónico al que fuera posible enviarles una invitación digital que pudieran compartir con sus alumnos.

De la misma forma, se les propuso enviarles una serie de *flyers* impresos que pudieran ser distribuidos en diferentes puntos de sus planteles. Como el número de alumnos en cada plantel variaba significativamente, los mismos coordinadores/directores solicitaron un número específico de *flyers*. En total se repartieron 120 folletos.

A destacar el hecho de que fue imposible saber el número exacto de jóvenes que se desplazaron desde otras Universidades hasta Centro para formar parte de “Diseño por la salud”, pero de lo que sí se tuvo constancia fue del número estimado

de personas que se registraron para la conferencia/ conversatorio: 400 personas según el conteo interno de Universidad Centro a través de la plataforma EventBrite.

Minuto a minuto de Heber Longás

Una línea del tiempo es un documento gráfico para separar eventos y etapas enmarcados en una variable de tiempo y, de ese modo, delimitar distintos acontecimientos a lo largo de un proceso temporal. Para elaborar una línea de tiempo, deben ser identificados los eventos y las fechas en los que se enmarcará el proceso a visualizar. Por ello se deben ubicar los eventos en orden cronológico.

Si bien es cierto que “Diseño por la salud” era un proyecto que AMIIF y su equipo de trabajo venían desarrollando desde agosto de 2019, al comenzar a concretar más y más asuntos, era necesario que desde enero de 2020 se revisara la agenda y el minuto a minuto de Heber Longás.

El primer paso fue organizar una videollamada entre el staff de AMIIF y los 3 infografistas que participarían en el conversatorio internacional para que todos pudieran conocerse mejor y charlaran sobre su quehacer gráfico antes de que Heber llegara a Ciudad de México.

Después, la calendarización de actividades se enfocó en los 3 días que Heber estaría en la Ciudad (miércoles 12, jueves 13 y viernes 14 de febrero de 2020). Debido a diferentes circunstancias, el minuto a minuto sufrió diversos cambios conforme se acercaba la fecha de los eventos, pero ninguno de ellos afectó considerablemente el desarrollo del proyecto.

MINUTO A MINUTO CONFERENCIA Y TALLER "DISEÑO POR LA SALUD"		
HORA	ACTIVIDAD	CONVOCADOS
Viernes 24 de enero de 2020		
8:30 am (México)	Conference Call	Heber Longás, Patricia Montoto, Óscar Castro, Cynthia Ramírez e Isabel Soto
Miércoles 12 de febrero de 2020		
5:00 am	Llegada de Heber Longás a la Ciudad de México Aerolínea: Iberia Vuelo: IB6409 Terminal: Terminal 1 Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México	Heber Longás, Cynthia Ramírez, Víctor de Lucio e Isabel Soto
6:00 am	Traslado de Heber Longás a su hotel en Ciudad de México Hotel:	Heber Longás, Cynthia Ramírez, Víctor de Lucio e Isabel Soto
14:00 pm	Comida	Heber Longás
15:30 pm	2 entrevistas en medios mexicanos Medio (s): Periodista (s): Ubicación (es):	Heber Longás, Cynthia Ramírez, Víctor de Lucio e Isabel Soto
Jueves 13 de febrero de 2020		
TBD	Recoger a Heber de su hotel en Ciudad de México	Heber Longás, Cynthia Ramírez, Víctor de Lucio e Isabel Soto
11:00 am	Brunch "Diseño por la salud"	Roberto Cabezas, Heber Longás, Patricia Montoto, Óscar Castro y Cynthia Ramírez

TABLA 4: EXTRACTO DEL "MINUTO A MINUTO" DE HEBER LONGÁS EN MÉXICO. (TABLA). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. (2020)

Propuesta de visibilidad para Heber Longás

Durante las juntas de staff para revisar los últimos detalles logísticos de la conferencia, se decidió que el mejor horario para llevar a cabo la actividad era las 18:00hrs, dado que era el momento perfecto para captar la atención tanto de estudiantes de licenciatura como de posgrado.

Sin embargo, que la conferencia/conversatorio se llevara a cabo en tal horario, no ofrecía muchas posibilidades para que los medios de comunicación asistieran, ya que ellos cuentan con un horario/esquema de trabajo establecido y les es complicado cubrir eventos en horarios en los que usualmente se dedican a otras actividades, como por ejemplo a la redacción de documentos.

Así pues, se optó por organizarle al ponente principal, el infografista y periodista español Heber Longas, un plan de entrevistas que le permitiera compartir conversaciones con colegas de diferentes medios mexicanos. Dado que Heber sólo se alojaría en Ciudad de México unos días, el staff acordó que 6 entrevistas serían más que suficientes.

A continuación, se muestra una tabla con los datos y enlaces de las entrevistas que concedió Heber durante su estancia en México. A destacar las últimas dos columnas: “Alcance” muestra el aproximado de personas que leyeron o vieron las entrevistas, mientras que el “*Ad Equivalence*¹³” trata de la herramienta que estima el costo que habría costado colocar las entrevistas en cada uno de esos medios.

Listado de entrevistas publicadas y/o transmitidas

Medio	Fecha	Título	Alcance	AD EQ
Saludario	16 de febrero de 2020	ENTREVISTA: “Hacer una infografía médica requiere una investigación rigurosa”	35,000	\$ 50,000.00
Notimex	16 de febrero de 2020	Infografías pueden salvar la salud	365,000	\$ 75,000.00
Yahoo Noticias	16 de febrero de 2020	Infografías pueden salvar la salud	20,000	\$ 10,000.00
Salud al Día News	18 de febrero de 2020	Celebra AMIIF 70 años con diseño por la salud, alianza para divulgación científica y tecnológica en México	10,000	\$5,000.00
Sputnik	20 de febrero de 2020	Las infografías pueden salvar tu salud	20,000	\$12,500.00
Fractal (Foro TV)	21 de marzo de 2020	Entrevista a Heber Longás: Infografías científicas		\$169,980

TABLA 5: LISTADO DE ENTREVISTAS (A HEBER LONGÁS) PUBLICADAS Y/O TRANSMITIDAS. (TABLA). FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. (2020)

****Además de las entrevistas mencionadas en esta tabla, Heber conversó con periodistas de Agencia EFE y La Silla Rota, pero ninguna de ellas fue publicada. Elaboración: María Isabel Soto Martínez.**

Complementario al esfuerzo de Heber para atender estas entrevistas, la directora de comunicación de AMIIF, Cynthia Ramírez, así como Patricia Montoto, tuvieron la oportunidad de conversar con la Dra. Adriana Reynaga en el programa radiofónico de la Facultad de Ciencias Políticas y sociales llamado “Tiempo de análisis”. Este programa fue transmitido en vivo por Radio UNAM el 5 de febrero de 2021.

¹³ Anglicismo que se usa para referirse a la “equivalencia de valor publicitario”, la cual se utiliza para estimar la cantidad de ingresos atribuidos a un artículo publicado y/o transmitido en algún medio de comunicación.

Mensajes Clave para Heber Longás

En toda estrategia de relaciones públicas, es indispensable que se cuente con mensajes clave, los cuales no son otra cosa más que enunciados correctamente contruidos, desde un punto de vista gramatical, que presentan lo que se quiere comunicar de una manera directa caracterizado sobre todo por su concreción. (Rojas, 2003)

Entonces, los mensajes clave deben estar bien estructurados, pues es su deber difundir las ideas de una forma clara, concisa y atractiva, tanto para el periodista como para el televidente, el radioescucha, el lector de un periódico o de los contenidos de un portal de internet.

A manera de consejo, es necesario mencionar que un mensaje clave efectivo no puede dejar lugar a interpretaciones o a segundas lecturas, ni tiene que ser tan resumido que no explique nada, ni tan extenso que pueda confundir al público.

En el caso de Heber, los mensajes que se le propusieron fueron:

- La Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica parte de la idea de que los diferentes sectores de la sociedad deben involucrarse, interactuar e intercambiar información para encontrar soluciones a los problemas de salud, medio ambiente, equidad de género, bienestar social, entre otros.
- Una sociedad informada es una sociedad que participa en la búsqueda de soluciones a los problemas que enfrenta.
- AMIIF está interesada en brindar herramientas que permitan hablar de innovación, ciencia y salud a públicos más amplios.
- “Diseño por la salud” ha sido posible gracias a la alianza entre la Asociación Mexicana de Ilustradores (AMDI); La Universidad Centro, Diseño, Cine y Televisión; y la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF).

5. SOBRE EL DÍA DE LA CONFERENCIA/CONVERSATORIO

El día de la conferencia se volvió el momento más esperado de todo el proyecto, pues claramente representaba la culminación de todo el trabajo que hubo detrás; desde la búsqueda de los primeros infografistas internacionales, hasta la recepción de los invitados.

A grandes rasgos, el plan se cumplió tal y como estaba estipulado en el Minuto a minuto que se preparó para Heber Longás, pero eso no impidió que, durante todas esas actividades, también se presentaran otras situaciones que no estaría mal repasar en este espacio del documento.

Según lo comentado por los participantes en estas actividades, además del inicio de la conferencia/conversatorio, dos fueron los momentos que marcaron el día, empezando por el *brunch* organizado por Cynthia Ramírez, directora de comunicación de AMIIF, en honor a Heber Longás.

Y entonces... ¿Cuál fue el principal objetivo del *brunch*¹⁴? En efecto, para la Asociación era importante agradecer a Heber el haberse tomando el tiempo para viajar a México y formar parte de este proyecto, pero también había algo más que sería indispensable para el buen desarrollo de la conferencia/conversatorio: la convivencia entre colegas.

Desde que se planeó el conversatorio, la licenciada Cynthia Ramírez sabía que el conversatorio no iría en el mismo tono si los infografistas coincidían y convivían antes de subirse al podio que si se hubiesen conocido por primera vez ahí, pues, aunque todos eran colegas, sus perspectivas laborales y culturales eran muy diferentes.

¹⁴ Anglicismo formado por las palabras *breakfast* y *lunch* para hacer referencia a un desayuno tardío o almuerzo.

Como no era necesario que todo el equipo de comunicación se uniera la *brunch*, únicamente estuvieron presentes Víctor de Lucio (socio en Avanti Comunicación), Cynthia Ramírez (directora de comunicación en AMIIF), los infografistas Heber Longás, Óscar Castro y Patricia Montoto; y Roberto Cabezas, moderador del conversatorio y director de Tecnología Creativa en Centro.

El *brunch* se realizó a las 11:00 horas en un café céntrico, en el cual todos los asistentes estuvieron alrededor de 2 horas. Durante ese lapso, los participantes se dieron la oportunidad de charlar, coincidir y discutir. Algunos de los temas más presentes fueron: los medios de comunicación, el periodismo gráfico, la infografía deportiva, las perspectivas culturales México-España, entre otros.

Después del *brunch*, las actividades se desarrollaron cómo estaba planeado en el minuto a minuto, por lo que Heber pudo tomar la entrevista de Notimex (ver anexos) con Debhani Tienda. Después de eso, el equipo de trabajo se separó y sólo Cynthia Ramírez y Heber Longás estuvieron presentes en una comida de agradecimiento por parte de AMIIF.

Ya para las 16:30 todo el equipo, excepto los infografistas, se encontraban en las instalaciones de la Universidad Centro revisando que todos los detalles de montaje estuvieran listos para el comienzo de la conferencia. Si bien se presentaron algunos inconvenientes con la conexión a internet, no fue difícil repararlos, esto con ayuda del equipo de la Universidad Centro.

Para las 17:45, Heber Longás arribó a la Universidad; poco tiempo después hicieron lo mismo Patricia y Óscar, los panelistas mexicanos. Así pues, con respecto a la llegada de los infografistas a la Universidad no hubo ningún contratiempo, a pesar de que se temía que el tráfico de la Ciudad pudiera complicar el traslado de las personas hacia Av. Constituyentes.

Ya para las 18:00 horas, el Piso 8 de la Universidad comenzó a recibir a los primeros asistentes, quienes se tomaron ese rato de espera para disfrutar de los bocadillos que se había dispuesto, mientras conversaban con sus amigos, compañeros y colegas.

A las 18:40 el Piso 8 estaba lleno de personas, con lo cual se cumplió la expectativa de 120 asistentes. Según cálculos de la Universidad, el 80% de ellos fueron alumnos de la institución y el 20% restante invitados externos que se registraron en la plataforma de *EventBrite*.



IMAGEN 8: ARRIBO DE ASISTENTES A LA CONFERENCIA/CONVERSATORIO “DISEÑO POR LA SALUD”. (IMAGEN). CRÉDITO: MARÍA ISABEL SOTO MARTÍNEZ. (2020).

Hacia las 18:45 horas, Irma Egoavil, presidenta de AMIIF, tomó la palabra para dar la bienvenida a todos los asistentes y compartir cuál sería el esquema de la conferencia/conversatorio, así como para agradecer la participación de todos los involucrados para que este proyecto fuera posible.

Una vez que Heber tomó la palabra, se presentó ante todos los asistentes y comentó que había decidido titular su ponencia “Razones para utilizar la infografía en la comunicación en salud”.

Sería muy complicado transcribir todo lo dicho por Heber durante su intervención, pero para fines prácticos, explicó cuáles son las razones por las que es buena idea utilizar infografías para comunicar temas relacionados a la salud o a las ciencias biológicas.

Algunas de sus aportaciones fueron:

- 1- La gente se detiene a leer algo que de otra manera no hubiera leído. En efecto, no es lo mismo leer un reporte clínico que una infografía en la que la información se dispone de una forma amigable y es acompañada por gráficos y colores que llaman la atención.
- 2- La infografía es vista, admirada y compartida: ¿Por qué la infografía es admirada y compartida? Porque se entiende; porque el o los mensajes que expone son fáciles de transmitir a otras personas.
- 3- La infografía debe ser atractiva, pero el mensaje también tiene que ser real, verídico e importante: Sin duda, es imprescindible que la infografía sea bonita para que llame la atención, pero la información debe ser breve, explicativa y validada por expertos en el tema.



IMAGEN 9: HEBER LONGÁS DURANTE SU CONFERENCIA MAGISTRAL EN UNIVERSIDAD

Otros de los puntos que destacó Heber sobre las infografías científicas son que se recuerdan más, que son multi soporte (sirven para diversos canales de comunicación: televisión, internet, medios impresos, etc), que hacen visible lo invisible y que hacen creíble el mensaje que se intenta compartir.

Con respecto a que “hacen visible lo invisible”, Heber se refería a que las infografías realizan un trabajo de abstracción, pues nos presentan cosas que de otra forma sería imposible visibilizar para nosotros. Ejemplo: Todos conocemos cuál es la forma del territorio mexicano gracias a los mapas, pero nunca lo hemos visto con nuestros propios ojos.

Otro ejemplo similar: De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, las vacunas son una de las intervenciones de salud pública más importantes de la historia humana, pues cada año salvan la vida de alrededor de 2-3 millones de personas en todo el mundo.

Heber finalizó su ponencia expresando su preocupación por que la sociedad pueda familiarizarse con temas que le son importantes, como lo es, por supuesto, la salud. ¿Y por qué es importante? Porque nos da información clave no sólo para los profesionales, sino también para la sociedad como “pacientes” responsables.

“Por una sociedad más sana”

En lo concerniente al conversatorio, vale la pena destacar que los tres panelistas estuvieron de acuerdo en casi todos los puntos que se tocaron durante la conversación, pero también aportaron sus ideas sobre algunos puntos.



IMAGEN 10: CONVERSATORIO “DISEÑO POR LA SALUD”. (IMAGEN). CRÉDITO: MARÍA ISABEL SOTO MARTÍNEZ. (2020).

Algunos de los aspectos más importantes para ellos fueron que:

- 1- Con el firme propósito de no perder la atención del público que está visualizando el material, los infografistas deben ser lo suficientemente inteligentes como para colocar no más de tres mensajes clave sobre el tema que exponen. A veces es difícil y los equipos de trabajo no se ponen de acuerdo sobre qué descartar y qué conservar, pero sí no se hace así, es muy probable que el mensaje que se quería dar se pierda en un mar de datos.
- 2- Para hacer infografías en general, e infografías científicas en particular, es necesario contar con el apoyo de un equipo multidisciplinario dispuesto a colaborar y llegar a acuerdos para lograr un buen material. La manera en cómo se formulan estos grupos de trabajo varían de acuerdo con el tema de la infografía, pero generalmente se cuenta con el apoyo de comunicólogos, visualizadores de datos, diseñadores gráficos y hasta financieros.
- 3- Como la mayoría de los infografistas están al servicio de los medios de comunicación, deben ser respetuosos de sus líneas editoriales. Aunque esto sea así, no significa que no tengan libertad creativa, ni que el editor los obligue a cambiar cosas de sus materiales, esto porque las infografías científicas contienen información validada no sólo por los infografistas, sino también por expertos de cada tema.

Para concluir el conversatorio, los panelistas compartieron sus perspectivas de trabajo y lo que buscan lograr a través de sus proyectos. Sobre esa línea, Heber reiteró su conclusión de la conferencia y comentó que busca una sociedad mucho más sana e informada.

Por su parte, Patricia hizo referencia que el diseño de infografías no debe verse simplemente como un trabajo artístico (que lo es), sino también como un trabajo con sentido social, un trabajo que ayude a todas las personas del mundo no sólo a mejorar su salud, sino también a mejorar su calidad de vida a través acciones que beneficien al planeta, como lo es la lucha contra el cambio climático o las campañas masivas de inmunización.

Asimismo, dijo que, al ver a la infografía desde su sentido más social, se le “explotaría mejor”, pues está bien que sea bonita y que tenga información interesante, pero también es necesario que eduque e instruya a las personas de una forma amigable y coherente.

Óscar complementó este último comentario de Patricia y expuso que la infografía sí debe educar e instruir, y que para eso no debe olvidar que también debe pensarse como un canal de comunicación capaz de llegar de forma eficiente a las más personas posibles, esto sin importar diversas condiciones de vida, tales como el analfabetismo.

Para concluir con la conferencia/conversatorio, algunos de los invitados expusieron algunas ideas y realizaron preguntas, de las cuales la mayoría se enfocó hacia el trabajo colaborativo entre diferentes sectores, con el propósito de lograr que las infografías impacten de forma positiva en la salud de las personas y en diferentes ámbitos de la sociedad.

6. CONCLUSIONES

El 31 de diciembre de 2019, la Comisión de Salud de Wuhan (provincia de Hubei en China) notificó un conglomerado de casos de neumonía en la Ciudad. Posteriormente se determinó que esos casos habían sido causados por un nuevo coronavirus.

Ya para el 12 de enero de 2020, el gobierno de China hizo pública la secuencia genética del virus causante de la COVID-19, lo que ayudó a que diversos sectores interesados como la academia y la industria de innovación farmacéutica comenzaran a trabajar en la investigación del virus y en la revisión de bases de datos para saber si algún compuesto ya conocido pudiera ser de ayuda.

México no pudo resistirse a la rápida propagación del virus y el 27 de febrero de 2020, las autoridades sanitarias del país, a través de unas declaraciones realizadas por el subsecretario Dr. Hugo López Gatell Ramírez, anunciaron la detección del primer caso de COVID-19 en territorio nacional.

Según el Dr. Gatell, este primer caso se presentó en un hombre de 35 años que, desde el momento en el que se detectó su estado, se encontraba aislado en el Instituto Nacional de Enfermedades Respiratorias (INER). Este primer paciente pudo sobreponerse y su situación clínica no se complicó.

Pocos días después, concretamente el 11 de marzo de 2020, profundamente preocupada por los alarmantes niveles de propagación de la enfermedad y por su gravedad, y por los niveles también alarmantes de inacción, la Organización Mundial de la salud determinó que la COVID-19 podía caracterizarse como una pandemia.

El 18 de marzo de 2020, las autoridades sanitarias de México informaron sobre los primeros fallecimientos a causa de la pandemia, por lo que un par de días después,

la Secretaría de Educación Pública decidió suspender las clases presenciales, esto con el propósito de mantener a salvo al personal docente y a todos los alumnos del país.

De igual forma, la Secretaría de Salud anunció el inicio de la llamada Jornada de Sana Distancia, en donde se hacía una cordial invitación a todos los mexicanos a “suspender temporalmente las actividades no esenciales de los sectores público, social y privado”.

A pesar de todos los esfuerzos por contener la propagación del virus en México, para el 30 de abril, o sea, 64 días después del primer diagnóstico de COVID-19 en el país, el número de pacientes ya se había elevado exponencialmente, alcanzando un total de 19,224 casos confirmados y 1859 fallecimientos.

Éstas primeras cifras, así como todas las compartidas por la Secretaría de Salud a través de conferencias de prensa vespertinas encabezadas por el Dr. López Gatell, fueron datos “oficiales”, pero mucho se desconfió de ellas debido a los indicadores que se utilizaban para recabarlas, tales como el número de hospitalizaciones y de fallecimientos confirmados por COVID-19.

La Jornada Nacional de Sana Distancia se alargó más de lo esperado y la gente tuvo que quedarse en casa tanto como fuera posible, saliendo sólo si era indispensable, como por ejemplo para ir al trabajo o comprar los víveres para toda la familia.

Durante ese periodo de tiempo, sucedieron muchas cosas en el país, entre las que destacan:

- Las personas intentaban quedarse en casa tanto como fuera posible, y comenzaron a realizar actividades recreativas de diversa índole, esto con el propósito de tratar de pasar una “cuarentena” mucho más llevadera. Muchos,

de hecho, comenzaron a hacer más ejercicio, o al menos así lo sugieren los datos sobre el alza en la venta electrónica de artículos deportivos.

- En el mundo, los científicos y académicos de todo el mundo trabajaban sin descanso en el desarrollo y la investigación de posibles tratamientos, vacunas y pruebas diagnósticas para detener a COVID-19. Mucho se hablaba entonces de la Universidad de Oxford, Pfizer y el Gobierno Ruso, quienes, según información de los medios, eran los candidatos más fuertes para contar con la primera vacuna contra COVID-19.
- Como todos los esfuerzos se enfocaron en la lucha contra COVID-19, muchos hospitales del país (y del mundo), dejaron de prestar servicios y seguimiento de tratamiento a pacientes con enfermedades no transmisibles, como por ejemplo diabetes, cáncer y enfermedades mentales.
- La sociedad en general comenzó a presentar mucho más interés en cómo protegerse de la pandemia, haciendo uso de los medios de comunicación con los que contaba para enterarse qué cubrebocas/mascarilla usar, cómo lavarse las manos, cómo estornudar y MUY importante...cómo se propagaba el virus.

Como parte de esta breve conclusión, valdría la pena poner atención en los últimos dos puntos del listado, los cuales engloban una de un tema del que poco se hablaba, pero que es muy importante para México y para el mundo: la salud preventiva.

Por un lado, Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía publicados en enero de 2021, y en los cuales se analizaron las principales causas de muertes en México de enero a agosto de 2021, resultó que las principales 5 causas de muerte en el país fueron: enfermedades del corazón, COVID-19, Diabetes Mellitus y Tumores malignos (cáncer, por ejemplo).

Entonces, si bien es cierto que muchos pacientes NO COVID-19 (como los pacientes con Enfermedades No Transmisibles o ENT) tuvieron que suspender sus

tratamientos o visitas rutinarias al hospital a causa de la pandemia, la mayor parte de estas enfermedades son prevenibles.

Ante esta perspectiva, destaca lo relevante que resulta llevar un estilo de vida saludable y de acudir de forma rutinaria al médico, para revisar que todo marche en orden y así evitar que se presenten problemáticas mucho más severas como enfermedades cardíacas y tumores inoperables.

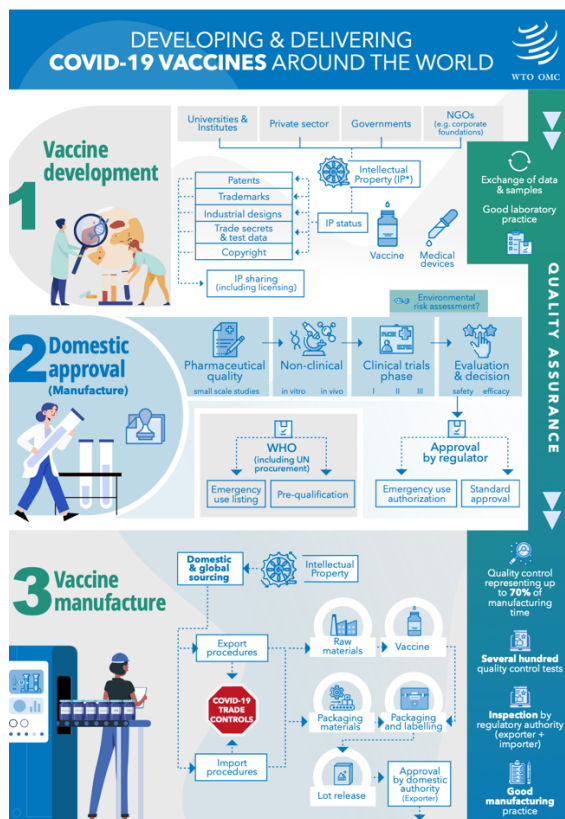
Por otro lado, tras COVID la gente de todo el mundo comenzó a prestar mucho más interés en cómo protegerse de la pandemia, haciendo uso de los medios de comunicación con los que contaba para enterarse de las mejores intervenciones de salud pública contra el nuevo virus.

Entre las intervenciones que figuraron con mayor fuerza para combatir el contagio y la propagación del virus fueron el lavado frecuente de manos y el correcto uso de cubrebocas. Tiempo después, ya cuando el mundo contaba con vacunas autorizadas de emergencia para COVID-19, este tipo de materiales también “migró” hacia temas de manufactura y distribución de biológicos, pues era un tema de interés colectivo.

Como ya se había mencionado, en ambos casos el punto central es la comunicación de salud desde una perspectiva preventiva, pero esto también significó “el despertar” de la infografía en salud, pues no sólo los medios de comunicación, sino también organismos internacionales y otros stakeholders, comenzaron a “explotar” el potencial comunicativo de las infografías, ya que se dieron cuenta que se trata de una canal amigable para explicar temas que de otra forma sería muy complicado.

Para muestra un par de ejemplos: la Organización Mundial de la Salud, desde los primeros meses de la pandemia, se esforzó en compartir a través de sus redes sociales y digitales, materiales gráficos sobre cómo lavarse las manos y cómo usar correctamente el cubrebocas.

Un mes antes de que las primeras vacunas se aprobaran, otros organismos como la Organización Mundial del Comercio también echaron mano de este tipo de gráficos y hasta se dieron el tiempo para explicar de forma sencilla cómo sería la introducción de los biológicos contra COVID-19 al mercado mundial.



**IMAGEN 11: “DEVELOPING & DELIVERING COVID-19 VACCINES AROUND THE WORLD”(IMAGEN).
FUENTE: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO. (10 DE NOVIEMBRE DE 2020).**

Cabe mencionar que, ante esta ola de “nuevos materiales gráficos”, AMIIF no se quedó atrás, y con ayuda de todo el networking que formó gracias a “Diseño por la salud”, logró mantener una buena relación con varios infografistas y editores gráficos, entre los que destaca Óscar Castro.

Óscar siempre mostró un gran compromiso con la causa de “Diseño por la salud” y lo demostró al menos en un par de ocasiones, pues consiguió espacios y autorizaciones para que El Financiero publicara infografías sobre salud; en todo

momento, él y su equipo de trabajo contaron con el apoyo de AMIIF para revisar y verificar las fuentes de información.

Una de las infografías de Óscar, como se muestra en la imagen, trató específicamente de resistencia antimicrobiana, otro de los grandes dolores de cabeza de los sistemas sanitarios modernos. Según información proporcionada por científicos especializados en el tema, y por el Fondo AMR, la resistencia antimicrobiana aumentó en el transcurso de la pandemia, y es indispensable que se trabaje en el desarrollo de nuevas terapias, al mismo tiempo que se exhorta a la gente a NO automedicarse.

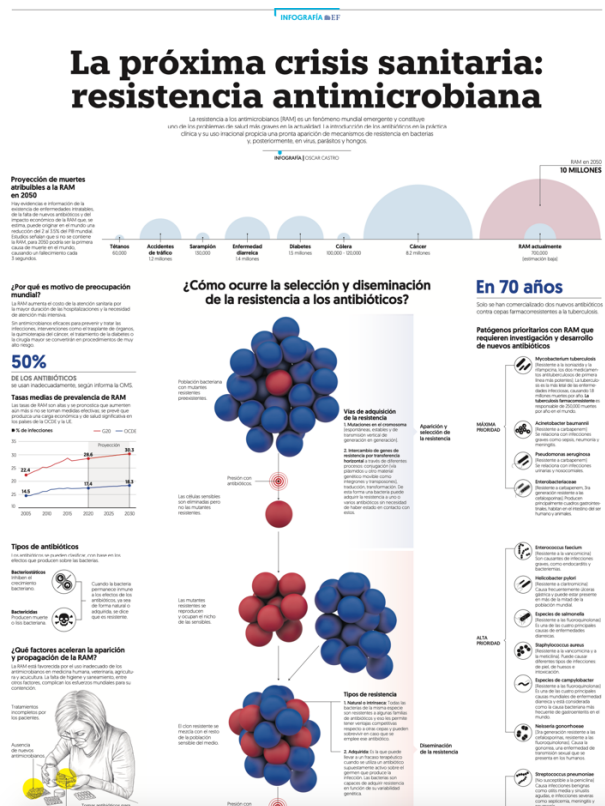


IMAGEN 12: “LA PRÓXIMA CRISIS SANITARIA: RESISTENCIA ANTIMICROBIANA” (IMAGEN). FUENTE: INFOGRAFÍA DE ÓSCAR CASTRO EN EL FINANCIERO. (7 DE AGOSTO DE 2020).

Es 2022 y los esfuerzos contra la pandemia siguen, pues a pesar de que ya se cuenta con vacunas contra este virus, han aparecido varias cepas que, en el

transcurso del 2021, la Organización Mundial de la Salud ha clasificado de “preocupantes” por los síntomas que desencadenan o la rapidez con la que se transmiten, entre otras cosas.

Así, aunque la mayoría de los países del mundo mantienen medidas como el uso de cubrebocas y las restricciones en los viajes no esenciales, la gente ya no se encuentra confinada como al principio de la emergencia sanitaria, y es mucho más común ver a personas yendo al trabajo o reunirse con pequeños grupos de amigos para almorzar.

Haciendo referencia específicamente al tema laboral, las convenciones, conferencias y eventos similares a “Diseño por la salud” ya no son como antes de la pandemia, pues aún hoy es necesario reducir los riesgos de contagio. De esa forma, en todo el mundo se ha migrado hacia otros formatos, como por ejemplo el virtual y el híbrido.

Los eventos virtuales siguen imperando en estos días, pues no es necesario que la gente se movilice para formar parte de un panel o una mesa redonda; simplemente hay que contar con internet y un dispositivo electrónico para formar parte de las conversaciones incluso en otros países.

Y con respecto a los eventos híbridos, sí bien es cierto que aún se está trabajando en las formas de emplear y mejorar este formato, a diversos sectores les ha funcionado muy bien y esperan continuar trabajando con él a pesar de que ya no haya emergencia sanitaria.

De igual forma, a pesar de que el objetivo principal de este proyecto era explicar todo lo que hay detrás de la organización de un evento como lo fue “Diseño por la salud”, las circunstancias se prestaron para que justamente esta conferencia sobre cómo comunicar efectivamente temas de salud se realizara antes de que

comenzara la emergencia sanitaria en México, una emergencia que ha cambiado la forma en la que se vive y convive con los demás.

Que estas últimas líneas sirvan para explicar que, aunque la emergencia sanitaria por COVID-19 ya no es como hace un par de años, sea un recordatorio para ver al mundo desde la perspectiva de la comunicación organizacional, en donde las circunstancias del entorno “empujan” a las sociedades a adaptarse a nuevas formas de convivir y comunicar temas que debería importarles a todos.

Seguramente vendrán más proyectos como “Diseño por la salud”, los cuales permitirán que los medios de comunicación, siempre en colaboración con profesionales de la salud y comunicólogos profesionales, logren mejorar la calidad de vida de muchos pacientes, prevenir padecimientos no transmisibles y salvarles la vida a miles de millones de personas, sin importar su condición social o económica.

Diseño por la salud: Comunicación que salva vidas.

-o0o-

7. BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- Chávez, S. (2022). Cierres y restricciones en los estados por alza de casos de COVID-19. Obtenido de La Jornada: <https://www.jornada.com.mx/notas/2022/01/10/estados/estados-y-municipios-anuncian-medidas-por-aumento-de-casos-de-covid-19/>
- *La interrupción de servicios de salud durante la pandemia por COVID-19 amenaza la eliminación de la hepatitis en América Latina y el Caribe.* (2021). Obtenido de Organización Panamericana de la Salud : <https://www.paho.org/es/noticias/27-7-2021-interrupcion-servicios-salud-durante-pandemia-por-covid-19-amenaza-eliminacion>
- *La OMC examina las cuestiones comerciales relacionadas con la introducción en el mercado de una vacuna contra la COVID-19.* (2020). Obtenido de Organización Mundial del Comercio : https://www.wto.org/spanish/news_s/news20_s/covid_20nov20_s.htm
- Castro, Ó. (2020). *La próxima crisis sanitaria: resistencia antimicrobiana.* Obtenido de El Financiero : https://www.elfinanciero.com.mx/ciencia/la-proxima-crisis-sanitaria-resistencia-antimicrobiana/?fbclid=IwAR3vWusxbipRjWxi6bsb32IUegdSSxh8n1py1p_x-q4m8qwa0kEaq9Hfl6Q
- Longás, H. (16 de febrero de 2020). Hacer una infografía médica requiere una investigación rigurosa. (R. Rojas, Entrevistador)
- Longás, H. (5 de marzo de 2020). Heber Longás: usar el diseño para comunicar mejor sobre ciencia y salud . (AMIIF, Entrevistador)
- Longás, H. (15 de febrero de 2020). Infografías científicas. (R. Ponce, Entrevistador)
- Longás, H. (16 de febrero de 2020). Infografías pueden salvar la salud: Especialista. (Y. Arredondo, Entrevistador)
- 2020, C. d. (2020). *Comunicado de prensa: Defunciones registradas en México de enero a agosto de 2020.* Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodem/DefuncionesRegistradas2020_Pnles.pdf
- 2020, E. d.-1. (2020). *Librería Nacional de Medicina.* Obtenido de National Center for Biotechnology Information: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7250750/>
- Amigo, C., Muñoz, G., Tanaka, J., & Ramirez, C. (2020). AMIIF Lab: Tratamientos para COVID-19 . *AMIIF Lab* . Ciudad de México : Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica.
- Baeza, M., Sienra-Monge, J., & Vázquez, H. R. (2019). La fundación del Hospital Infantil de México, ahora Hospital Infantil de México Federico Gómez . *Boletín Médico del Hospital Infantil de México*, 146-154.

- Distancia, J. N. (2020). *Secretaría de Salud*. Obtenido de Gobierno de México: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/541687/Jornada_Nacional_de_Sana_Distancia.pdf
- Ruíz Esparza, G. U. (13 de diciembre de 2020). La innovación es una mentalidad: la nanomedicina al servicio de la salud. (M. Gutiérrez, Entrevistador)
- Malacara, A., Cane, A., Franco, E., Cervantes, Y., & Ramirez, C. (2020). AMIIF Lab : ¿En qué va el desarrollo de las posibles vacunas COVID-19? *AMIIF Lab* . Ciudad de México: AMIIF.
- *Marco Filosófico Universidad del Pedregal* . (2021). Obtenido de Universidad del Pedregal: http://www.universidaddelpedregal.edu.mx/Marco_Filosofico.php
- México, C. d. (2021). *Cronología de la pandemia en México*. Obtenido de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Cronologia-de-la-pandemia-en-Mexico-20210301-0045.html>
- Narro, J., Frenk, J., Torre, G., Arrieta, J., Lajous, M., Ramonfaur, D., & Ruiz Esparza , G. U. (2021). *COVID-19 in Mexico: Challenges, Actions and Vision for the Future*. Boston: MX Conference 2021.
- *¿Cómo se define a la salud?* (2022). Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <https://www.who.int/es/about/frequently-asked-questions>
- Restrepo, D. (2013). *Periodismo científico y cobertura de investigación en salud* . Obtenido de Organización Panamericana de la Salud : https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=8960:2013-scientific-journalism-coverage-health-research&Itemid=40275&lang=es
- Rios, E., Paez, H., & Barbos, J. (2020). *Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento*. Obtenido de Redipe: <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Rogers, S. (2013). *John Snow's data journalism: the cholera map that changed the world*. Obtenido de The Guardian: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2013/mar/15/john-snow-cholera-map>
- Rojas, O. (2003). Mensajes clave y Preguntas y Respuestas. *Razón y Palabra* , 34.
- Romero, L. (2016). Producción Informativa en salud: periodismo radiofónico en Puebla. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 125-145.
- Salinas, O. (2019). El diseño gráfico en México. Un análisis histórico. *Revista Brasileira de Design Informaçao*, 184-197.
- Salinas, O. (s.f.). El diseño gráfico en México. Un análisis histórico. *Brazilian Journal of Information Design* .
- Sbardella, A. (2022). *Florence Nightingale, la heroína de los hospitales*. Obtenido de National Geographic: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/florence-nightingale-heroína-hospitales_14173
- Solano Santos, L. F. (2009). Relaciones públicas, responsabilidad social corporativa e imagen pública en la actual crisis. *Vivat Academia*, 27-41.
- *What is Design for health?* (2022). Obtenido de Bill & Melinda Gates Foundation :

<https://s3.amazonaws.com/files.designforhealth.org/What+Is+Design+for+Health.pdf>

8. ANEXOS

Anexo A



Ciudad de México, a 01 de agosto del 2019.

HEBER LONGÁS

Estimado Heber:

Esperamos se encuentre bien. En este primer contacto queremos presentarnos: somos la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF) que agrupa a las empresas farmacéuticas establecidas en México que se dedican a la investigación y producción de medicamentos innovadores.

AMIIF está próxima a cumplir 70 años de fundación, y con ese contexto estamos organizando diversas actividades en México para difundir las características de la innovación farmacéutica entre distintos perfiles de públicos especializados, abarcando tanto a los profesionales de la salud como a otro tipo de profesionistas y organizaciones de la sociedad civil.

Una de esas actividades consiste en impulsar la divulgación de información gráfica orientada a generar conciencia sobre enfermedades, nuevos medicamentos y el funcionamiento del sistema de salud pública en nuestro país. Nos hemos percatado del gran trabajo que usted ha realizado anteriormente en El País y El Mundo, por lo cual nos gustaría invitarle a impartir una conferencia en la que compartiera su experiencia en el campo de diseño y visualización de datos, así como los retos y casos de éxito que pudiera contar sobre el uso de infografías para facilitar la difusión en temas de salud.

Nos sentiríamos muy agradecidos con su participación por lo que, en caso de resultarle de interés, AMIIF está en disposición de cubrir los gastos de viaje y estadía en México, así como los honorarios profesionales por concepto de impartición de la conferencia (prevista inicialmente para finales de septiembre 2019), la cual está pensada para interactuar con un público compuesto por académicos, alumnos y jóvenes diseñadores, así como con algunos medios selectos que pudieran estar interesados en cubrir este evento.

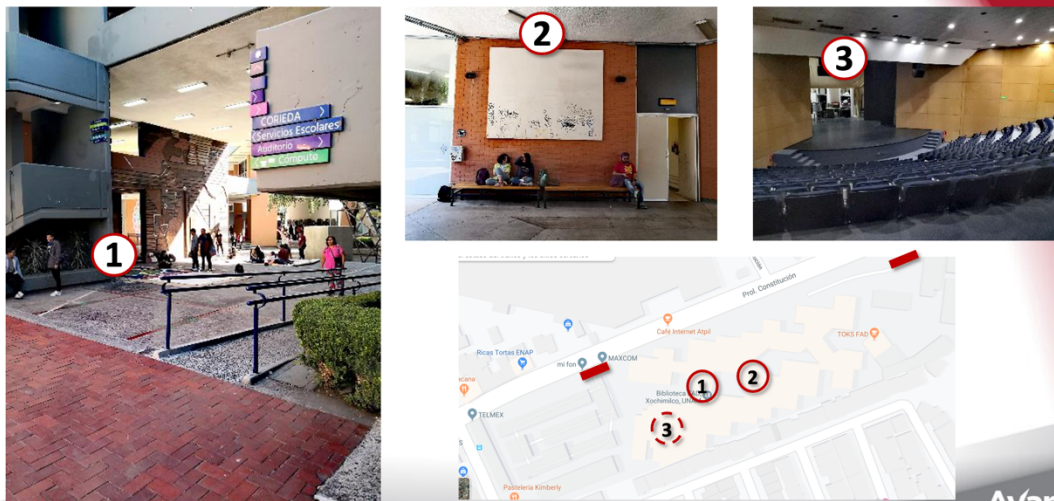
Para conocer su opinión, disponibilidad de agenda y atender sus dudas y comentarios, nos gustaría tener un intercambio de correspondencia o coordinar un par de llamadas telefónicas o vía Skype, para lo cual agradeceremos nos confirme los datos mediante los cuales le gustaría que le contactemos.

Sin más por el momento, quedamos atentos a su respuesta. Saludos cordiales.

Cynthia Ramírez
Dir. de Comunicación y Alianzas - AMIIF

ANEXO A. "CARTA DE INVITACIÓN A HEBER LONGÁS PARA FORMAR PARTE DE DISEÑO POR LA SALUD".
(IMAGEN). CORTESÍA: AVANTI RP. MÉXICO, 1 DE AGOSTO DE 2019

Scouting FAD-UNAM



ANEXO B. "REPORTE DE SCOUTING EN FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO DE LA UNAM". (IMAGEN). CORTESÍA: AVANTI RP. MÉXICO, 20 DE OCTUBRE DE 2019.

Scouting Universidad del Pedregal

- **Organiza:** Mtro. Claudio Ruiz Velasco Rivera Melo, Director de carrera de Diseño Gráfico
- **Características:**
 - Solicitud de espacio directamente con el Mtro. Ruiz Velasco
 - Auditorio Universitario (170 personas)
 - Hora recomendada : 16 horas
 - Posible moderador (profesor)
 - Estacionamiento universitario limitado (\$15 por hora)
- **Difusión (enero de 2020)**
 - Carteles impresos.
 - Flyers.
 - Invitación extendida a profesores y alumnos de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM.



ANEXO C. "REPORTE DE SCOUTING EN UNIVERSIDAD DEL PEDREGAL". (IMAGEN). CORTESÍA: AVANTI RP. MÉXICO, 20 DE OCTUBRE DE 2019. ANEXO D. "REPORTE DE SCOUTING EN UNIVERSIDAD CENTRO". (IMAGEN). CORTESÍA: AVANTI RP. MÉXICO, 20 DE OCTUBRE DE 2019

BRIEF EVENTOS EXTERNOS / Centro.

Tipo de evento:

Conferencia: Si
Proyección Si
Conversatorio: Si

Fecha del evento: Miércoles 12 de febrero de 2020

Nombre del solicitante: Cynthia Ramírez Manríquez, Directora de Comunicación y Alianzas de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (Seguimiento María Isabel Soto Martínez)

Mail del solicitante: isabel.soto@avantimx.com

Título del evento: "Conferencia y conversatorio: Diseño por la salud"

Descripción del evento:

- o Conferencia magistral con Heber Longás Crespo (España), infografista científico.
- o Conversatorio internacional sobre infografías, visualización de datos y comunicación gráfica en México.

Objetivo del evento: Compartir con estudiantes e invitados especiales la importancia del diseño gráfico y las infografías para comunicar temas científicos y médicos de forma profesional para que sean accesibles al público en general y retomar algunos casos de estudio a partir de la experiencia de los ponentes. Adicionalmente, interactuar con el público.

Key words: Comunicación gráfica; Visualización de datos, Infografías científicas y médicas.

¿Con cuál programa académico se alinea la actividad?

Arquitectura _____ Cine y TV _____ Com Visual Si Diseño Industrial _____
Textil Moda _____ Medios Digitales _____ Mkt y publicidad _____ Posgrados Si
Educación Continua _____

ASISTENTES:

Perfil del asistente: Estudiantes de Comunicación Visual / Visualización de Datos e Invitados Externos

**Se estará extendiendo la invitación a responsables de campañas de comunicación en institutos de salud y profesionistas de Diseño Gráfico, pero esta actividad está pensada principalmente para los alumnos de la sede.

de asistentes esperado: 80

Dirigido a: Comunidad CENTRO: Si **Abierto al público:**

CONFERENCISTA:

Nombre del Conferencista - tallerista - invitado: Heber Longás Crespo, Óscar Iván Castro y Patricia Montoto

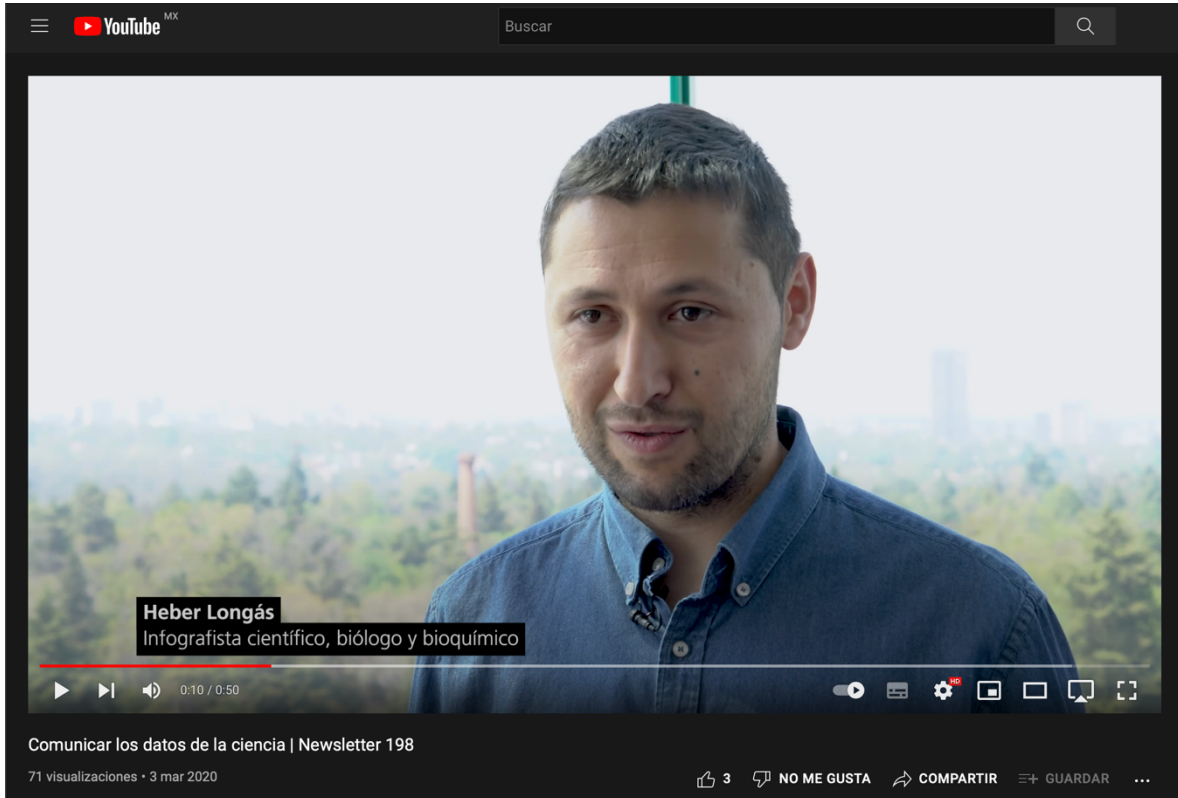
**Invitados "Diseño por la salud"
Universidades Privadas**

Universidad	Carrera	Director/coordinador	Cargo
UNITEC	Lic. Diseño Gráfico	Juan Antonio Zamora	Director Divisional de Ingeniería, Arquitectura y Diseño
Universidad Anáhuac NORTE	Lic. Diseño Gráfico	Mtra. Luz María Díaz de León Reyes	Coordinación de la Licenciatura en Diseño Gráfico
Universidad Anáhuac SUR	Lic. Diseño Gráfico	Mtra. Mónica Solórzano	Coordinación de la Licenciatura en Diseño Gráfico
Tecnológico de Monterrey Campus CDMX	Lic. Diseño Gráfico	Laura Guadalupe Molina Salgado	Directora Académica de la carrera Diseño de Arte y Tecnología
Universidad Intercontinental	Lic. Diseño Gráfico	Mtra. Vianey Aida González Luna	Directora Académica de la licenciatura en Diseño Gráfico
Universidad del Valle de México	Lic. Diseño y Comunicación Gráfica	Rodrigo López Vela	Director Nacional de Diseño, Arte y Arquitectura
Universidad Panamericana	Ingeniería en Innovación y Diseño	Ing. Carlos Soberanes Collado	Coordinador de Ingeniería en Innovación y Diseño
Universidad del Pedregal	Lic. Diseño Gráfico	Claudio Ruíz Velasco Rivera Melo	Director de la Escuela de Diseño Gráfico y Diseño de Interiores
Universidad Iberoamericana	Lic. Diseño Gráfico	Mtra. María Eugenia Rojas	Departamento de Diseño

**Invitados "Diseño por la salud"
Universidades Públicas**

Universidad	Carrera	Director/Coordinador	Cargo
UNAM FES Acatlán	Lic. Diseño Gráfico	Dr. Alejandro Byrd Orozco	Secretario de Extensión Universitaria y Vinculación Institucional
Escuela de Diseño INBAL	Lic. Diseño	Rafael Barbosa Arguelles	Area de Gestión y Vinculación
UAM Azcapotzalco	Lic. Diseño de la Comunicación Gráfica	Xóchitl Guadalupe Moctezuma Martínez	Coordinadora de Vinculación UAM Azcapotzalco
UAM Cuajimalpa	Lic. Diseño	Mtra. Brenda García Parra	Coordinadora de Estudios de la Licenciatura en Diseño
UAM Xochimilco	Lic. Diseño de la Comunicación Gráfica	Mtro. Roberto Antonio Padilla Sobrado	Coordinador de Carrera

ANEXO E. "UNIVERSIDADES CONVOCADAS A LA CONFERENCIA Y CONVERSATORIO SOBRE DISEÑO POR LA SALUD. (TABLA). CRÉDITOS: ELABORACIÓN PROPIA. MÉXICO, 10 DE FEBRERO DE 2020. ANEXO G. "HEBER LONGÁS ATENDIENDO A ROBERTO PONCE DE NOTICIEROS TELEVISIÓN". (IMAGEN). CORTESÍA: AVANTI RP. MÉXICO, 13 DE FEBRERO DE 2020



ANEXO F. "CAPTURA DE VIDEO ENTREVISTA 'COMUNICAR LOS DATOS DE LA CIENCIA', REALIZADO POR UNIVERSIDAD CENTRO A HEBER LONGÁS. (IMAGEN). CRÉDITOS: UNIVERSIDAD CENTRO. MÉXICO, 3 DE MARZO DE 2020.

Conferencia Diseño por la salud



Conferencia Diseño por la salud

CENTRO diseño cine y televisión, 455 Avenida Constituyentes, Ciudad de México, CMX 11000, Mexico

Thursday, February 13, 2020 from 6:30 PM to 8:30 PM (CST)

Free Order

Order Information

Order #1230174479. Ordered by Isabel Soto on January 24, 2020 9:30 AM

Name

Heber Longás



12301744791681268279001

ANEXO G. "BOLETOS DISEÑO POR LA SALUD". (IMAGEN). CORTESÍA: AVANTI RP. MÉXICO, 13 DE FEBRERO DE 2020.

-o0o-