

Imágenes del Cuidado Frente al Dengue: Salud, Cultura Visual y Comunicación Pública

Por: Carlos León Roldán

Licenciado en Comunicación Social
Técnico Universitario en Diseño Gráfico
carlos.roldan@ucse.edu.ar

Universidad Católica de Santiago del Estero
Instituto Superior San Jorge

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6614-5058>

Introducción

La salud pública también toma forma en imágenes. Afiches, folletos, infografías, placas digitales y publicaciones institucionales orientan conductas y organizan modos de comprender el riesgo. En ese territorio aparentemente simple de la comunicación visual se juega una dimensión decisiva del cuidado. Una imagen puede advertir, persuadir, enseñar o tranquilizar. También puede omitir, naturalizar y desplazar responsabilidades.

Una campaña sanitaria informa y educa la mirada. Señala qué debe preocupar, qué debe observarse, qué prácticas conviene modificar y cómo se distribuyen las responsabilidades entre el Estado, las instituciones y la ciudadanía. Por eso, el diseño gráfico no puede quedar reducido a una operación decorativa. En salud pública, diseñar implica organizar una experiencia de comprensión. Supone decidir qué se ve primero, qué se recuerda y qué acción queda disponible para quien recibe el mensaje. Esta perspectiva dialoga con Frascara (2008), quien sostiene que el diseño de comunicación visual adquiere responsabilidad social cuando interviene en problemas que afectan la vida concreta de las personas.

Este ensayo analiza un corpus de tres piezas oficiales argentinas sobre dengue, disponibles públicamente en la sección «Materiales para población» del Ministerio de Salud de la Nación (s. f.-b). La lectura propuesta es cualitativa e interpretativa. Se centra en la relación entre imagen, texto, cuerpo, hogar, institución y responsabilidad pública. El dengue resulta un caso significativo porque combina una problemática sanitaria vigente con una fuerte dimensión visual. El mosquito, los recipientes con agua, el patio, la

casa, la piel, la fiebre y los signos de alarma se convierten en elementos gráficos mediante los cuales se enseña a prevenir.

Según el Ministerio de Salud de la Nación (s. f.-a), el dengue es una enfermedad viral transmitida por el mosquito *Aedes aegypti* y constituye una de las principales arbovirosis de la región de las Américas.

La hipótesis sostiene que las piezas oficiales sobre dengue construyen una cultura visual del cuidado basada en la prevención doméstica. El centro visual no es el cuerpo enfermo ni la escena hospitalaria. El protagonismo recae en el hogar, los recipientes, el mosquito y las acciones cotidianas de vigilancia. Desde Bourdieu (1991), estas campañas procuran formar disposiciones prácticas porque buscan que ciertas conductas se incorporen como hábitos. Desde Barthes (2008), también producen un mito cotidiano del cuidado, en la medida en que presentan como natural y evidente una determinada manera de comprender la prevención. Esa operación es útil y necesaria, aunque conserva una tensión crítica. Puede dejar en segundo plano las condiciones urbanas, ambientales e institucionales que también participan en la producción del riesgo.

Desarrollo

1. La salud también se mira

Hablar de cultura visual implica reconocer que las imágenes producen sentido. Lejos de acompañar el lenguaje verbal de manera pasiva, educan la mirada, ordenan lo visible y enseñan qué debe ser atendido. Mirzoeff (2003) entiende la cultura visual como un campo vinculado a los acontecimientos visuales en los que

las personas buscan información, significado o placer en relación con imágenes y tecnologías visuales. Yepes Muñoz (2021) amplía esta perspectiva al subrayar que la cultura visual permite estudiar las imágenes como prácticas de producción, circulación y lectura. Desde este marco, una pieza de salud pública es una forma de intervención cultural.

Mitchell (2009) permite ampliar la lectura al recordar que las imágenes tienen vida social, circulan, son interpretadas y participan de prácticas concretas. Una infografía sobre síntomas, un afiche sobre criaderos o una placa sobre repelente colaboran en la construcción social de una determinada idea de cuidado. La imagen no refleja simplemente una política pública. La vuelve visible, la hace comprensible y le otorga una forma sensible.

La comunicación para la salud exige algo más que transmitir datos técnicos. Según la Organización Panamericana de la Salud (2023), requiere considerar comportamientos, contextos, confianza social y participación comunitaria. Una pieza visual eficaz transforma un saber técnico en una acción posible. El diseño adquiere aquí una densidad ética porque ayuda a que la información pueda convertirse en cuidado.

Las piezas seleccionadas se organizan alrededor de instrucciones visuales breves antes que de una explicación biomédica extensa. La información aparece simplificada, jerarquizada y acompañada por signos reconocibles. La prevención se formula como práctica. Se propone mirar, vaciar, tapar, limpiar, usar repelente, reconocer síntomas y consultar.



Figura 1
Recomendaciones para prevenir dengue en verano
Nota. Adaptado de Materiales para población, por Ministerio de Salud de la Nación, s. f.-b, Argentina.gob.ar.

2. La casa, el mosquito y los objetos: una pedagogía visual de la prevención

En el corpus seleccionado, la imagen institucional concentra su atención en objetos cotidianos como baldes, bebederos, canaletas, recipientes, ropa, repelente, mosquitos y viviendas. La elección visual es decisiva. El hogar aparece como lugar privilegiado de la prevención, más que la sala de espera. El cuidado se presenta como una ética de la proximidad. Comienza en el espacio donde la vida diaria transcurre y se articula con la responsabilidad sanitaria colectiva.

DENGUE

LA MEJOR ACCIÓN ES LA PREVENCIÓN



Evitá la formación de criaderos del mosquito:



Eliminá o da vuelta objetos que acumulen agua.



Limpiá bebederos de mascotas y drenajes de aire acondicionado.



Tapá tanques, cisternas y piletas.



Evitá tener plantas en agua y colocá arena húmeda en portamacetas.



Tirá agua hirviendo en rejillas y colocale tela mosquitera.



Destapá y limpiá canaletas y desagües de lluvia.



Mantené jardines desmalezados.

Elegí prevenir



Figura 2
Evitá la formación de criaderos del mosquito
Nota. Adaptado de Materiales para población, por Ministerio de Salud de la Nación, s. f.-b, Argentina.gob.ar.

La Figura 2 permite observar esta lógica con claridad. La composición evita dramatizar la enfermedad y organiza una lista de tareas. Los objetos domésticos se convierten en signos de prevención. El patio, los recipientes y el agua acumulada dejan de ser elementos neutros del paisaje cotidiano y pasan a ser indicios de riesgo. La campaña enseña, ante todo, a mirar de otro modo lo que ya estaba allí.

El antecedente de Garelli et al. (2017) resulta especialmente pertinente. Al analizar materiales didácticos e informativos sobre dengue en Argentina, los autores observaron que el eje principal ha sido el control del vector y la eliminación de criaderos. Esa observación dialoga directamente con el corpus oficial aquí trabajado, donde la prevención se formula como una práctica centrada en el ambiente inmediato y en la conducta cotidiana.

El mosquito funciona, además, como figura pedagógica. Condensa el riesgo y permite identificar rápidamente el tema. Su presencia cumple una función de advertencia y ordena la comprensión del problema. Si el mosquito es el vector, la prevención se dirige a evitar su reproducción y sus picaduras. La imagen transforma un

proceso biológico en una secuencia visualmente comprensible. Muestra que el riesgo empieza antes del síntoma, en las condiciones que permiten la reproducción del vector.

3. Campaña, habitus y mito del cuidado doméstico

La dimensión sociológica de estas piezas puede pensarse a partir de Bourdieu (1991). Una campaña pública de salud comunica instrucciones e intenta producir disposiciones. En términos del autor, procura intervenir sobre el habitus, entendido como un sistema de disposiciones duraderas que orienta prácticas, percepciones y modos de actuar. En este caso, la campaña busca que revisar recipientes, limpiar patios, tapar tanques o usar repelente deje de ser una acción excepcional y se convierta en rutina incorporada.

Esta lectura permite precisar mejor el alcance del diseño. Las piezas oficiales sobre dengue indican qué debe hacerse y buscan que ciertas prácticas se vuelvan socialmente esperables. Enseñan a reconocer un objeto como criadero, a mirar el agua quieta como riesgo, a comprender el patio como espacio sanitario y a pensar la prevención como tarea cotidiana. La campaña actúa sobre la información disponible y sobre la disposición práctica de los sujetos.

Desde Bourdieu (1991), también puede pensarse el capital simbólico de la institución emisora. El Ministerio de Salud de la Nación (s. f.-b) comunica desde un lugar socialmente autorizado para definir el riesgo y prescribir conductas preventivas. La marca estatal, la estabilidad gráfica, el tono instructivo y la procedencia oficial del mensaje refuerzan esa autoridad. La confianza se produce por el contenido sanitario y por el reconocimiento institucional de quien habla. Vargas Huanca (2021) recuerda que campo, habitus, capital y violencia simbólica son nociones centrales para comprender cómo ciertas prácticas y sentidos llegan a ser aceptados como naturales dentro de un orden social.

Barthes (2008) permite añadir una capa semiológica a esta lectura. En Mitologías, el mito aparece como un sistema de significación que transforma una construcción histórica en algo aparentemente natural. El mito reduce la complejidad de un fenómeno y lo presenta como evidencia. Aplicado al corpus, esto permite advertir que las imágenes del dengue construyen una naturalidad del cuidado doméstico. Prevenir parece equivaler a limpiar, tapar, revisar y vaciar. Esa evidencia es útil, aunque parcial.

La lectura de Barthes (2008) permite comprender la eficacia de esa operación. El diseño necesita simplificar para orientar la acción. Cada simplificación produce un recorte. Cuando la prevención se representa casi exclusivamente como tarea del hogar, el cuidado puede aparecer como responsabilidad individual o familiar. En ese desplazamiento pierden visibilidad la infraestructura urbana, el acceso al agua segura, la recolección de residuos, el saneamiento ambiental y las políticas públicas sostenidas. Allí se ubica una de las tensiones más fértiles de este ensayo. Las imágenes enseñan a cuidar y, al mismo tiempo, delimitan qué entendemos por cuidado.

4. El cuerpo, el síntoma y la responsabilidad pública

Aunque el dengue afecta al cuerpo, el cuerpo humano ocupa un lugar secundario en el corpus. Cuando aparece, suele estar esquematizado mediante una figura que se aplica repelente, una persona protegida por ropa o un conjunto de íconos que representan fiebre, dolor corporal, vómitos, erupciones o signos de alarma. La comunicación evita el impacto emocional de cuerpos hospitalizados o sufrientes. Prefiere una cultura visual de la instrucción antes que del miedo.



Figura 3

Síntomas del dengue

Nota. Adaptado de Materiales para población, por Ministerio de Salud de la Nación, s. f.-b, Argentina.gob.ar.

En la Figura 3, el cuerpo reaparece de manera fragmentaria. En lugar de una persona concreta, aparecen signos codificados. Esta forma de representación evita el sensacionalismo y facilita el reconocimiento rápido de síntomas. Al mismo tiempo, reduce el cuerpo a una serie de señales que deben ser identificadas para decidir la consulta. La experiencia subjetiva de la enfermedad queda desplazada por una lógica operativa basada en observar, reconocer y acudir al sistema de salud.

La investigación de Pantoja (2022) sobre medicina y cultura visual amplía esta lectura. Aunque su estudio se sitúa en otro período histórico, muestra que las imágenes médicas han participado en estrategias argumentativas, expositivas y legitimadoras del saber médico. En el caso del dengue, las piezas oficiales ordenan una pedagogía pública del cuidado. La salud necesita imágenes para volverse comunicable.

Desde esta perspectiva, la pieza sobre síntomas cumple una función distinta de las imágenes centradas en criaderos. Las imágenes de criaderos enseñan a intervenir sobre el entorno. La infografía sintomática enseña a leer el cuerpo. Aparecen, entonces, dos alfabetizaciones visuales complementarias. Una es ambiental y se dirige al patio, los objetos y el agua. La otra es corporal y se dirige a la fiebre, el dolor y las señales de alarma.

5. Diseño institucional, confianza y límites del enfoque doméstico

Las piezas analizadas pertenecen a una comunicación institucional. Comunican dengue y comunican Estado. Chaves (2001) recuerda que toda institución se manifiesta públicamente mediante signos, estilos, discursos y sistemas visuales que producen reconocimiento. En salud pública, la confianza en la fuente forma parte de la eficacia del mensaje.

La tipografía, el color, el orden, la economía verbal y la presencia institucional participan de la construcción de credibilidad. Una pieza sanitaria debe ser comprensible y confiable. Rozenbaum (2022), al estudiar campañas visuales de prevención del cáncer de mama, subraya la responsabilidad social del diseñador en la construcción de mensajes visuales del área de la salud. Esta responsabilidad exige considerar los efectos posibles del mensaje sobre la comprensión, las prácticas y los modos de relación con el propio cuerpo.

La perspectiva de Fernández (2019) sobre la historia del diseño en América Latina permite sumar otro matiz. El diseño se desarrolla en contextos sociales, políticos e institucionales concretos. Pensar la comunicación visual de salud en Argentina implica reconocer que estas piezas forman parte de una cultura pública situada, atravesada por políticas sanitarias, desigualdades territoriales y modos locales de recepción.

La tensión principal del corpus se encuentra allí. Las piezas son claras y pedagógicas, pero tienden a representar la prevención como una suma de acciones domésticas. Hacen visible el mosquito, el recipiente y la conducta individual. Dejan menos

visibles las condiciones colectivas que también inciden en la propagación del dengue. Desde Bourdieu (1991), la campaña contribuye a formar un habitus preventivo. Desde Barthes (2008), naturaliza una cierta imagen del cuidado. Desde una ética del diseño, la pregunta pendiente es cómo sostener la claridad de la consigna sin reducir la complejidad social del problema.

Conclusión

Las piezas oficiales sobre dengue enseñan una idea de prevención centrada en el hogar. El mensaje es claro: revisar, vaciar, tapar, limpiar, usar repelente y consultar ante los síntomas. Esa claridad tiene valor sanitario porque traduce un problema complejo en acciones posibles. El diseño cumple allí una función pública precisa. Ordena la información, jerarquiza el riesgo y convierte una indicación técnica en una conducta cotidiana.

Sin embargo, esa eficacia también tiene un límite. Cuando la prevención aparece casi siempre asociada al patio, los recipientes y las decisiones familiares, el problema corre el riesgo de quedar reducido a una responsabilidad doméstica. El dengue no se produce únicamente en la intimidad de la casa. También depende del saneamiento, la recolección de residuos, la infraestructura urbana, el acceso al agua segura, la continuidad de las políticas públicas y la presencia territorial del Estado. Una campaña que enseña a cuidar debe evitar que el cuidado quede encerrado en la casa.

Desde Bourdieu (1991), estas imágenes pueden leerse como intentos de formar disposiciones prácticas. Buscan instalar hábitos. Enseñan a mirar un balde, una canaleta o un bebedero como posibles criaderos. Desde Barthes (2008), también puede advertirse una operación de naturalización. La prevención se presenta como una evidencia simple, casi obvia, cuando en realidad responde a una construcción sanitaria, cultural y política. Esa operación no invalida la campaña, pero obliga a leerla críticamente.

El diseño de comunicación visual en salud pública no debería conformarse con producir piezas comprensibles. Debe preguntarse qué mundo vuelve visible y qué responsabilidades deja fuera de cuadro. En el caso del dengue, la comunicación institucional acierta cuando evita el miedo y apuesta por la instrucción. Pero necesita ampliar su horizonte visual. Junto al mosquito y al recipiente, deben aparecer con más fuerza el barrio, la infraestructura, la comunidad y la acción estatal.

La salud pública requiere imágenes que orienten conductas, pero también que hagan visible la trama social del riesgo. Allí se juega una responsabilidad central del diseño. No simplificar hasta borrar el problema, no persuadir hasta desplazar responsabilidades, no informar sin interrogar las condiciones que hacen posible la enfermedad. Comunicar el dengue no consiste solo en decir qué debe hacer cada persona. También exige mostrar qué debe sostener una comunidad para que el cuidado sea posible.

Referencias bibliográficas

- Barthes, R. (2008). *Mitologías* (H. Schmucler, Trad.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1957).
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Taurus. (Obra original publicada en 1980).
- Chaves, N. (2001). La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional (6.^a ed.). Gustavo Gili.
- Fernández, S. (2019). El libro Historia del diseño en América Latina y el Caribe: industrialización y comunicación visual para la autonomía. *Revista Ecos de la Academia*, 2(3), 170-173. <https://revistasoj.s.UTN.edu.ec/index.php/ecosacademia/article/view/157>
- Frascara, J. (2008). *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social*. Ediciones Infinito.
- Garelli, F. M., Sanmartino, M., & Dumrauf, A. G. (2017). *Análisis de materiales didácticos e informativos sobre dengue en Argentina*. Interface: Comunicação, Saúde, Educação,

21(60), 35-49. <https://doi.org/10.1590/1807-57622015.0965>

- Ministerio de Salud de la Nación. (s. f.-a). Dengue. [Argentina.gob.ar](https://www.argentina.gob.ar/salud/dengue). Recuperado el 5 de julio de 2026, de <https://www.argentina.gob.ar/salud/dengue>
- Ministerio de Salud de la Nación. (s. f.-b). Materiales para población. [Argentina.gob.ar](https://www.argentina.gob.ar/materiales-para-poblacion). Recuperado el 5 de abril de 2026, de <https://www.argentina.gob.ar/materiales-para-poblacion>
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós.
- Mitchell, W. J. T. (2009). Teoría de la imagen: ensayos sobre representación verbal y visual. Akal.
- Organización Panamericana de la Salud. (2023). *La comunicación estratégica en la salud pública para el cambio de comportamiento*. <https://www.paho.org/sites/default/files/2023-06/ce172-16-s-comunicacion-cambio-comportamiento.pdf>
- Pantoja, M. C. (2022). Medicina y cultura visual: La fotografía en revistas científicas y la producción de conocimiento médico experimental en Argentina, 1890-1915. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 29(3), 703-723. <https://doi.org/10.1590/S0104-59702022000300007>
- Rozenbaum, D. (2022). El rol y la responsabilidad social del diseñador en la construcción de mensajes visuales del área de salud: campañas de prevención del cáncer de mama en la Ciudad de Buenos Aires. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 165, 201-229. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi165.7032>
- Vargas Huanca, G. (2021). *Aproximación a los conceptos de campo, habitus, capital y violencia simbólica de Bourdieu*. *Puriq*, 3(2), 205-214. <https://doi.org/10.37073/puriq.3.2.166>
- Yepes Muñoz, R. D. (2021). El concepto de cultura visual. *Revista Académica Estesis*, 11, 8-27. <https://doi.org/10.37127/25393995.134>