

aidearte
estudio de diseño



www.aidearte.com

aidearteaida@gmail.com

tel. (+34) 653 017 158

Contexto

Tócate las Tetas, porque hacérselo a una misma te salva la vida.

Los días señalados en el calendario por una buena causa son necesarios, pero hoy es en el que se rememora a todas las mujeres que han luchado, luchan y lucharán contra el cáncer de mama. Así empezó esta campaña en 2022 y ahora en 2025-26 se retoma y amplía en esta nueva faceta y dimensión.

Cuando el diseño se convierte en conversación social

Un proyecto que nace desde lo personal y se transforma en colectivo con la colaboración solidaria de BcomeDigital, que aporta la estrategia de comunicación y redes sociales.

Hay proyectos que se diseñan desde un briefing. Y hay otros que nacen desde la piel.

Tócate las Tetas surge como una llamada directa, sin filtros, sin eufemismos. Un mensaje que incomoda lo justo para abrir conversación. Porque la prevención del cáncer de mama sigue necesitando algo más que campañas de octubre: necesita presencia constante, memoria activa y lenguaje real.

No es solo una colección de prendas o merchandising. Es una declaración de cuidado, identidad y acompañamiento. Un recordatorio visible, cotidiano y emocional de que el autocuidado salva vidas.

Tal y como se ha reflejado en medios, la iniciativa se ha entendido socialmente como algo que va más allá del diseño: un acto de amor propio, apoyo y memoria colectiva para mujeres que han vivido o viven la enfermedad.

www.aidearte.com/project/tocate-las-tetas/

www.aidearte.com/tocate-las-tetas/

www.tocate-las-tetas.es (proximamente)



La fuerza de la gráfica: simple, directa, humana

La gráfica se construye desde la síntesis emocional:

- Representación esquemática de pechos diversos
- Igualdad visual entre todas las formas
- Ausencia de juicio estético

Presencia de memoria corporal

Son “tetras perdidas y encontradas”. Distintas entre sí, pero iguales frente a la vulnerabilidad.

La decisión gráfica elimina artificios:

- No hay dramatismo visual.
- No hay medicalización estética.
- Hay humanidad.

Desde el lenguaje del diseño gráfico entendido como sistema de comunicación simbólica –donde forma, color, texto e imagen transmiten concepto– la campaña utiliza la síntesis para generar impacto emocional inmediato.



Una campaña que vive todo el año

Militancia social desde el diseño

La campaña se alinea con una visión del diseño como herramienta de transformación social:

- Diseño como activismo responsable
- Comunicación sin tabúes
- Belleza al servicio del mensaje, no al revés
- Creatividad con impacto real

Porque cuando el diseño conecta con la vida real, deja de ser pieza gráfica y se convierte en cultura.

- Impacto emocional y social
- La respuesta social ha sido especialmente significativa:
- Agradecimiento directo de mujeres afectadas
- Identificación emocional con la gráfica
- Sensación de acompañamiento
- Apertura de conversación sobre prevención

Muchas personas no solo compran una prenda, sienten que alguien está pensando en ellas y así nos lo han hecho saber.



Una campaña que vive todo el año

El proyecto rompe con la lógica de la comunicación estacional. Mientras muchas campañas desaparecen tras octubre, Tócate las Tetas plantea un calendario vivo que durará de noviembre a noviembre de 2026:

Recordatorios en redes, anuncios en Meta, y Visibilidad constante del mensaje

El objetivo: normalizar el gesto de tocarse como acto de salud, no como tabú.

Esta continuidad responde a una realidad social: muchas mujeres siguen sintiendo vergüenza o miedo alrededor del tema, y el diseño se convierte en una herramienta para abrir conversación sin paternalismo.

Estrategia de difusión: del cuerpo al espacio público

Estrategia social sostenida

La campaña ha construido visibilidad desde la cercanía y la conversación:

Medios y comunicación

- Grupo Vocento
- Onda Cero
- Radio Cadena SER
- Radio Euskadi
- Euskal Irratia
- etc...



aidearteida@gmail.com | www.aidearte.com | tel. (+34) 653 017 158

[illegible]

