

INFOGRAFÍA COMO MEDIO DE DIVULGACIÓN PARA REDES SOCIALES

Juan Pablo Rodríguez Ossa

Trabajo de grado para optar por el título de
Profesional en Diseño Gráfico

Asesor:

Docente Magíster Juan Esteban Rivera Rico

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

FACULTAD DE PRODUCCIÓN Y DISEÑO

MEDELLÍN

2023

Índice de contenidos

Introducción	4
1. Planteamiento del problema	6
1.1. Pregunta problematizadora.....	6
2. Objetivo General.....	6
2.1. Objetivos específicos.....	7
3. Justificación.....	7
4. Marco teórico.....	8
4.1. Antecedentes	8
4.2. Referentes teóricos	11
5. Hipótesis	20
6. Aspectos metodológicos.....	21
6.1. Población y muestra.....	21
6.2. Tipo de estudio	22
6.3. Método de investigación.....	22
6.4. Fuentes y técnicas de recolección de información	22
6.5. Instrumentos para registro de información.....	¡Error! Marcador no definido.
7. Técnicas para el análisis de datos.....	24
7.1. Características de una infografía para redes sociales	26
7.2. Impacto de pieza infográfica como medio de divulgación en la comunicación digital....	33
7.3. Formación con criterio técnico para la elaboración de la infografía para redes sociales.	36
8. Desarrollo del proyecto.....	26
9. Conclusiones.....	38
10. Recomendaciones y Prospectivas.....	43
11. Bibliografía.....	43
12. Anexos	45
12.1. Anexo 1. Entrevista.....	46
12.2. Anexo 2. Consentimiento informado.....	53
Pregunta problematizadora.....	¡Error! Marcador no definido.

Índice de tablas

Tabla 1. Matriz de categorización	27
Tabla 2. Matriz de análisis	28

Introducción

Los medios de comunicación buscan continuamente herramientas y estrategias para difundir información innovadora, buscando enlazar con la audiencia a la que se dirigen. En los últimos años, han surgido diversas transformaciones en el campo audiovisual por la alta demanda presentada, generando un incremento en el flujo de información en el campo digital, lo que conlleva a reconocer aspectos que definen el impacto oportuno en la comunicación digital; dando protagonismo en el desarrollo y uso de piezas gráficas como la infografía, a través de la red social Instagram, y estos aspectos están orientados a la falta de conocimiento de los diseñadores gráficos sobre sus características para comunicar bien las redes sociales.

Por lo cual, el trabajo pretende definir las características de una infografía para redes sociales, para fortalecer el saber profesional de los diseñadores gráficos en formación y egresados de la ciudad de Medellín entre 2020 y 2022. Lo que busca determinar las características de una infografía para redes sociales, explicar la relevancia de la comunicación digital y justificar la importancia de elaborar una pieza que cumpla con los parámetros correctos a partir del conocimiento adquirido al formar los diseñadores gráficos.

Según lo anterior, se busca resaltar la importancia y propósito base de la infografía como pieza gráfica empleada para la comunicación visual y digital, ya que se consideró están dejando de lado aspectos conceptuales necesarios para su construcción. La infografía se ha convertido en un elemento de uso dinámico, por la posibilidad de emplearse en diversos espacios de aplicación del conocimiento, es por eso que se considera una herramienta de valor gráfico y contribución social por el impacto que puede generar en diversos ámbitos de desempeño, para precisar mejor cabe señalar que es importante la adaptación a los diferentes medios en este tiempo donde la tecnología es fundamental para la cotidianidad del ser humano.

Por tanto, se considera necesario realizar esta investigación para identificar el conocimiento conceptual de los diseñadores gráficos en formación y los egresados sobre

el diseño de la infografía para las publicaciones en redes sociales, además de clarificar los componentes que se deben considerar al momento del diseño infográfico para aportar al desarrollo de los profesionales de este campo.

1. Planteamiento del problema

En la era digital actual se ha presentado la necesidad de emplear recursos audiovisuales que contribuyan a la transmisión de mensajes de fácil comprensión y fácil acceso a través de las redes sociales; la infografía compone uno de los recursos que se emplean continuamente en diferentes campos del conocimiento, buscando ser un medio de comunicación que divulgue un mensaje sobre un tema específico y que se puede considerar de interés.

Tras revisiones realizadas en redes sociales como Instagram, Facebook y Pinterest, se ha evidenciado el uso de la infografía como un recurso sin enfoque definido, es decir, no se emplean características y bases teóricas para elaborar, desarrollar y publicar, de interés para el desarrollo profesional del Diseño Gráfico, para potenciar mediante conocimiento la necesidad de replantear el uso pertinente de la infografía como herramienta que genera gran impacto en la educación y comprensión de la información.

A partir del presente trabajo se busca concientizar a los profesionales en Diseño Gráfico, sobre la importancia de desarrollar diseño de una pieza infográfica y sus características en la comunicación eficiente del mensaje a través de las redes sociales entre los años 2020 y 2022 en la ciudad de Medellín.

1.1. Pregunta problematizadora

¿Cómo diseñar infografías como medio de divulgación de datos para redes sociales?

2. Objetivo General

Definir las características de la infografía para las redes sociales, con el fin de fortalecer el conocimiento profesional de los diseñadores gráficos en formación y egresados de la ciudad de Medellín en el año 2020 y 2022.

2.1. Objetivos específicos

- Analizar el uso de las infografías en las redes sociales y determinar las características que componen una infografía para redes sociales.
- Explicar la relevancia que tiene la infografía como medio de comunicación digital.
- Justificar la importancia de elaborar una infografía que cumpla con los parámetros correctos en la formación de los diseñadores gráficos.

3. Justificación

El proyecto pretende replantear el uso y enfoque que se está dando en el diseño y publicación de infografías, a partir del consumo masivo del contenido digital, ya que se está desestimando la importancia y propósito base de la infografía como pieza gráfica empleada para la comunicación visual y digital, debido a que se están dejando de lado aspectos conceptuales necesarios para construir una pieza gráfica de contenido de valor.

La infografía se ha convertido en un elemento de empleo dinámico, por la posibilidad de utilizarse en diversos espacios de aplicación del conocimiento, por eso se considera una herramienta de valor gráfico y contribución social, por su impacto, que genera especialmente en el ámbito educativo, donde se usa para dar a conocer temas y conceptos de diferente complejidad para que puedan ser comprensibles a partir de la memoria visual, reconociendo que estamos en una etapa de evolución con contenido audiovisual.

Debido a lo expuesto anteriormente, se considera necesario llevar a cabo este proyecto de investigación para explorar el conocimiento conceptual que tienen expertos en el campo del Diseño Gráfico sobre el adecuado empleo de la infografía para

publicaciones en redes sociales, además clarificar los principales componentes que se deben considerar al momento de la elaboración de la infografía y de esta manera aportar al desarrollo profesional de la carrera en Diseño Gráfico.

4. Marco teórico

4.1. Antecedentes

A lo largo de la historia, se han plasmado hechos relevantes para relatar algunos sucesos, por ejemplo, en el periodo neolítico que se remonta hace 6000 años a.c., época en la que se destaca el desarrollo de la civilización a partir de diversos hechos como la aparición de la escritura, donde también a través de las pinturas rupestres se representaban diferentes escenas de la cotidianidad por medio de imágenes.

Asimismo, en la cultura egipcia se desarrolló un complejo sistema de símbolos mediante los cuales se desplegaba la escritura jeroglífica, buscando por medio de representaciones construir mensajes; además, en la época del renacimiento se resaltan diversas invenciones realizadas por Leonardo Da Vinci, quien reflejaba por medio de dibujos e información las investigaciones desarrolladas, ilustraciones explícitas donde claramente por su disposición se asocian a la aparición de la composición infográfica y por lo cual es considerado como el precursor de la infografía moderna por qué su búsqueda trascendió a una comprensión más allá del texto.

Al respecto Vargas (2022), quiere decir que desde tiempos antiguos se han desarrollado elementos de comunicación que se asemejan a la infografía, sin considerar que se tenía un acercamiento en ciertos aspectos en la elaboración de las mismas, empleando las herramientas, conocimientos o recursos existentes para la época, buscando plasmar los aprendizajes desde la religión, la cultura o hechos que generen un

impacto social y se llegaban a considerar de interés para las generaciones descendientes.

De manera que, la infografía ha evolucionado en el tiempo, nace de la necesidad de resaltar datos específicos y dar sentido al mensaje para quienes necesiten comprender la información fácilmente, para evitar la interpretación equivocada. No obstante, por el valor que representa como herramienta de comunicación, es muy importante conocer e identificar con claridad las características que diferencian a la infografía de otras piezas de comunicación.

Lo cual se logra, a partir de la información que es de interés en una comunidad, para ser transmitida mediante elementos visuales de una representación gráfica, que tienen la capacidad de que la información considerada con dificultad para su comprensión sea más atractiva para la lectura, generando un acercamiento con el público objetivo, siendo la finalidad de los medios de comunicación independientemente de la temática y enfoque en la que se desenvuelven.

Como lo menciona (Yulyenett, 2020) la infografía es una forma de comunicar en la cual se expone información que se transmite a través de los medios visuales y por medio de los medios digitales como las redes sociales, por donde se exponen temas para un público determinado a partir de necesidades específicas, buscando un mayor alcance en la difusión de contenido, gracias al dinamismo y facilidad en la comprensión de la información, empleando diversos elementos visuales como fotografías, imágenes, texto o datos específicos, los cuales dispuestos correctamente pueden generar el impacto planeado en la comunidad digital a la que se encuentra dirigido, buscando transformar el significado de temas complejos a través del lenguaje gráfico. De acuerdo con lo anterior, el rol del Diseñador Gráfico conforma un papel fundamental, como profesional, que cuenta con la formación y el dominio de los conceptos y herramientas necesarias para el desarrollo de diversas piezas gráficas, desde las habilidades en la comunicación, partiendo de la investigación acerca de lo que se va a diseñar, buscando referentes gráficos, tipografías, grafías e iconografías, así logrando desarrollar un boceto

componiendo todas las ideas, para el fin de la elaboración de una pieza gráfica. En contraste, con el reconocimiento y adaptación al manual de marca de una entidad, marca o institución, teniendo en cuenta las tipografías empleadas, los colores y la disposición de los identificativos gráficos, acorde con la línea gráfica definida.

De manera que, entre los principales referentes infográficos se pueden encontrar a nivel internacional Jaime Serra, periodista español, director de infografía e ilustración del diario La Vanguardia, reconocido por la creación de uno de los departamentos más premiados en infografía y por la capacidad didáctica de sus trabajos ofreciendo información clara y de calidad. Fernando Baptista, licenciado en Bellas Artes portugués, director senior del National Geographic con sede en Washington DC, quien ha logrado incursionar en el estudio profundo de retratos de esculturas en museos, la producción de maquetas y la infografía ilustrada. Por su parte, Francesco Franchi, periodista y diseñador gráfico italiano, es el director creativo de "IL. Intelligent Lifestyle", una revista que ha ganado un gran número de premios internacionales por su diseño innovador. Desde el 2016 ha trabajado en la redacción de la República, que ha sido rediseñada por él en dos ocasiones durante tres años. Es miembro de AGI y autor de libros como "Designing News" y "The Intelligent Lifestyle Magazine". (De Vicente & Sierra, 2019)

Así como, otro referente es Jonh Grimwade quien ha proporcionado sus conocimientos en la elaboración de piezas infográficas para alrededor de treinta revistas en todo el mundo; involucrado en numerosos proyectos profesionales, incluido ser el director de consultoría gráfica de Eight by Eight, una revista de fútbol que fue la Revista del año de la Society of Publication Design en 2015. Por otra parte, las mujeres han dejado su huella en la evolución de la infografía, como en el caso de Paula Simonetti, diseñadora gráfica y periodista argentina que comenzó de la mano de Jaime Serra realizando proyectos en América Latina y Europa entre ellas las obras visuales de la enciclopedia británica.

No obstante, en la búsqueda de infografistas a nivel nacional se identifica a Gabriel Peña, diseñador e infografista, con años de experiencia en la creación de gráficos

informativos, como Director Gráfico de Infografías, y asesoramiento de organizaciones en las mejores prácticas de comunicación organizacional; ha brindado aportes en la creación, desarrollo y posicionamiento de marcas destacándose en el diseño y las estrategias de comunicación.

En la ciudad de Medellín se encuentra el equipo de infografía del periódico El Colombiano, encabezado por Ricardo Ramírez, editor de infografías, un maestro en la industria de la infografía y que ha formado a la mayoría de los infografistas de la ciudad de Medellín, ha sido un tutor de quienes se han interesado en el tema y durante años; desde los 90's fue el líder del módulo de Infografía que conforma el plan de estudios en el programa de Diseño Gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana, el cual se consolidó como referente en la ciudad.

Otro de los infografistas a nivel local es David Henao, diseñador de la Universidad Pontificia Bolivariana, trabajó durante muchos años en el periódico el colombiano al lado de Ricardo Ramírez y se convirtió en editor del departamento de infografía. Hernán Franco, de los infografistas que siguió la línea, tiene un estudio dedicado a visualización e información, infografías, visualización de datos, esquemática o diagramática y pensamiento visual. Según lo anterior, Ricardo Ramírez, David Henao y Hernán Franco son diseñadores dedicados al Diseño Infográfico, centrados en la línea de las infografías periodísticas.

4.2. Referentes teóricos

4.2.1. Infografía como medio de comunicación digital

(Gutiérrez, 2021) expresa que los avances tecnológicos y de la social media de los últimos años han dado paso a la revolución digital, generando cambios en las dinámicas de comunicación, sumándose a los fenómenos sociales presentados a nivel mundial, produciendo transformaciones en ámbitos como la educación, la política, el arte, entre

otros. Lo anterior abre paso a un crecimiento acelerado del mundo digital, desencadenando la necesidad de desarrollar estrategias para la comunicación digital, mediante aplicaciones o plataformas digitales que permitan generar una recordación en el público de interés, además, la comunicación digital global se ha enmarcado por el dinamismo de las redes sociales alrededor de la búsqueda de generación de contenido que conlleve a la interacción con los usuarios y la inmediatez de la respuesta ante la demanda; generando modificaciones en la relación emisor-receptor, respecto al intercambio de mensajes y la interpretación adecuada de estos. Por consiguiente, a partir de la comunicación digital surge la necesidad de crear elementos gráficos o piezas multimedia que buscarán afianzar la comunicación a través de los medios digitales. (Gutiérrez, 2021)

Según (Alba, 2019), una de las principales piezas de comunicación implementadas es la infografía, considerada una rama del Diseño Gráfico, una pieza informativa que pretende contener ideas primordiales que generen una conexión rápida y eficaz de la información transmitida mediante los elementos contenidos y dispuestos de una manera visualmente atractiva. La infografía es una constitución de datos e imágenes que pretenden dar información técnica o gran extensión, facilitando su comprensión, para lo que hay que identificar los datos de mayor relevancia para el conocimiento del receptor, así como sus características y definir colores, texturas, imágenes, gráficos, tipografía, como elementos indispensables de una infografía y lograr el enganche con el público al que se encuentra dirigido. (Roney, Menjívar, & Morales, 2014)

La infografía digital da información para publicaciones visuales, audiovisuales, desarrollada con elementos gráficos y tipografías, se realiza buscando acercarse al público objetivo, mediante difusión extensa, se componen de datos y gráficos que permitan su comprensión sencilla y con aplicabilidad en los diferentes sistemas de información y comunicación. (Sidorenko, Cabezuelo, & Herranz, 2021)

Por consiguiente, se destaca que las infografías, las imágenes y los diversos formatos multimedia, con capacidad de impacto positivo en los procesos comunicativos por las características de su estructura, logrando representar datos, ilustrar procesos y recoger información crítica y concreta, logrando obtener una mayor eficacia en la búsqueda de adaptación al aprendizaje. (Carbonell & Carnerero, 2021)

4.2.2. Infografía para redes sociales

Actualmente, el uso generalizado de las redes sociales abarca espacios para divulgar mensajes, conformados a partir de diferentes características, considerándose espacios de interés para procesos educativos y culturales, generando un impacto en el área de interrelaciones personales, conllevando al desarrollo de una nueva vía continua de conocimientos. En ese sentido, las redes sociales se han convertido en herramientas de difusión masiva de investigaciones elaboradas en diferentes ciencias, pero hay que identificar las características de cada red social para obtener el impacto esperado de la información o datos que se pretende comunicar, a partir de la comprensión del mensaje. (Sidorenko, Cabezuelo, & Herranz, 2021)

Por consiguiente, en esta nueva era, donde los medios digitales desempeñan una labor imprescindible, mediante herramientas que agrupadas conforman el medio de representación de la información, considerándose un medio de comunicación efectivo y de una relevancia en ascenso para la cotidianidad, reformando los esquemas tradicionales de medios de comunicación masiva, ya que facilitan un proceso de comunicación dinámico, por el avance tecnológico acelerado de los últimos años y la mayor oportunidad de acceso a dispositivos electrónicos . (Arenas-Arredondo Amílcar Antonio, 2021)

Por esto, la navegación virtual genera espacios para la transformación en las áreas del saber y transmisión del conocimiento a receptores interesados en diferentes temáticas, en búsqueda de contenido digital con características fáciles de procesar. (Castillo, 2021) Además, el acelerado avance tecnológico y redes sociales en el espacio digital, conlleva a que se desarrolle la aplicación de medios gráficos con la capacidad de comunicar a través de imágenes, fotos o vídeos, sin limitar la transmisión de mensajes a través de escritos; como respuesta a los cambios sociales en la comunicación generando una imposición de los elementos gráficos, logrando facilitar la capacidad de comprensión, convirtiéndose en una buena estrategia de comunicación contemporánea. (Gutiérrez, 2021)

A través de los diferentes elementos gráficos, se logra obtener una mayor conexión con el receptor, generando una mayor capacidad de interpretación del mensaje, siendo elementos empleados en las redes sociales, donde fluye continua y aceleradamente información, por lo que se busca implementar gráficos que logren captar rápidamente la atención de los usuarios y generar un enganche con la transmisión de un tipo específico de información. (Arenas-Arredondo Amílcar Antonio, 2021)

Asimismo, la infografía digital tiene características propias correlacionadas con el objetivo del flujo de información en redes sociales, alcanzando el impacto en su máxima expresión mediante la disposición de información de manera atractiva y de una posible comprensión sencilla, en medio de la complejidad de las fuentes de los datos originarios. La forma de sintetizar la información permite a quien visualiza la infografía comprender mejor la información que se pretende transmitir, así ocurre en los diferentes sustratos y soportes de publicación. (Carbonell & Carnerero, 2021)

Debido a que las redes sociales se han convertido en parte de la cotidianidad, se consideran un medio en el que se desarrolla contenido de todos los ámbitos sociales,

desde la educación, salud, política, religión, moda, belleza, entre otras; lo que lleva a generar piezas visuales acordes con el público digital en específico que se busca abordar y que permitan brindar la información de una manera adecuada, por tanto, es pertinente definir las características del mensaje a transmitir y el objetivo del mismo para desarrollar una publicación en una red social, con la finalidad de lograr acercarse al cumplimiento del objetivo inicial que es la atracción del público a través de la comprensión y conexión con la información suministrada. (Gutiérrez, 2021)

4.2.3. Infografía como material didáctico

La infografía digital es un material transversal a las tecnologías, medios de comunicación y de producción de contenido, convirtiéndose en una herramienta que permite la conexión de los procesos de información y formación en las diferentes áreas de conocimiento, facilitando su acceso a través de los medios de comunicación digital de alto consumo como lo son hoy en día las redes sociales. Asimismo, la capacidad de adaptación de la infografía digital a las nuevas tecnologías, a través del desarrollo de elementos que incorporan el potencial del material gráfico como la infografía, permiten agregar valor como un producto didáctico en el proceso de enseñanza y aprendizaje, generando la motivación e interés captando la atención hacia el contenido de publicación. (Arenas-Arredondo Amílcar Antonio, 2021)

Además, las infografías pueden generar un espacio de cooperación e interacción, como es en el caso del desarrollo de una infografía para una red social del medio digital, que puede medirse por la contribución de diferentes fuentes del saber cómo el diseñador gráfico, comunicador social, periodista, entre otras disciplinas que pueden interferir sobre el tema específico a desarrollar; generando una interacción de conocimientos de diferentes áreas disciplinares que generan una relación en el punto de búsqueda, para captar la atención de los usuarios en las diferentes plataformas, reflejado en la elección

cooperativa sobre la concordancia de los contenidos. (Carabal, Maria, Moreno, & Santamarina, 2021)

A partir de estudios sobre los procesos de aprendizaje del ser humano se identificaron estilos de aprendizaje, tales como el visual, auditivo o kinestésico; no obstante, el aprendizaje es evolutivo, por lo que se implementa la infografía como una pieza de valor para facilitar la comprensión de la información. Actualmente, la infografía es un elemento empleado para la educación en diversas ramas profesionales, como la salud, contemplando los elementos fundamentales para la educación en salud, basados en brindar datos específicos enlazados a imágenes, fotografías o gráficos que permitan relacionar la información y de esta manera alcanzar la comprensión de la misma como objetivo principal. (Intriago, Martínez, Intriago, & Dahik, 2017)

4.2.4. Fundamentos del diseño para la elaboración de infografías

La infografía es un recurso didáctico, por lo que la compone permite que el público al que se dirige capte visualmente la idea y se sumerja en su lectura, no obstante, cabe resaltar la importancia del proceso de extracción y selección de la información de un tema, utilizando fuentes adecuadas, lo que implica una actitud investigadora y una aplicación profunda del conocimiento profesional, para filtrar, extraer y esquematizar la información, aplicarla originalidad con múltiples posibilidades visuales e interactivos. (Vargas, 2022)

Como lo menciona (Edmundo & Martínez, 2022) el propósito es facilitar la construcción de un sistema de comunicación visual en el diseño de la información y la función de todos los elementos que la conforman, buscando que el diseñador logre comprender la importancia que desempeña como intérprete de la información y comunicación, a través del cumplimiento de las características textuales, gráficas,

funcionales y estéticas. Asimismo, a través de los elementos básicos del Diseño Gráfico (color, líneas, textura, tamaño, forma, espacio) y las ilustraciones que respondan a los elementos empleados, a partir del conocimiento profundo en el desarrollo, características y partes que conforman una infografía se obtiene un resultado visualmente eficiente y atractivo.

4.2.5. Características de la infografía

(Vargas, 2022) expresa que una buena infografía digital debe contener diferentes características para que cumpla con lo que se requiere y que así el usuario pueda tener una excelente experiencia con la visualización de la misma. Dentro de las características está que una infografía debe ser visualmente atractiva, ya que la estética es una parte fundamental porque ayuda a captar de manera visual la atención de los usuarios. También el contenido debe ser relevante y estar actualizado, debe estar respaldada por datos precisos para que su contenido tenga credibilidad y sea útil para el lector. En sus cualidades debe poder adaptarse a diferentes dispositivos y tamaños de pantalla, así es para el lector accesible y fácil de usar. Debe tener coherencia visual en cuanto a diseño, tipografías, colores y elementos gráficos, es importante tener estas características para que sea armonioso y atractivo, de esta manera es importante tener en cuenta la originalidad y creatividad hacen parte de las bondades que debe tener, utilizando diferentes técnicas y elementos visuales para presentar la información de manera innovadora, los usos de datos y fuentes confiables, que todo esté verificado permitiendo que el contenido sea preciso y tenga credibilidad. (Zamora, 2022). En un primer concepto, una buena práctica de infografía debe contener la información y solo depender de los elementos que la configuran para explicarse, sin nada adicional, además, se deben evitar errores ortográficos y errores en datos o gráficos, para que tengan concordancia y buena conexión interna entre textos y gráficos y no se rompa la relación entre la pieza y el receptor.

A su vez (Zamora, 2022) expresa que se debe tener una estética que se conserve y busque llamar la atención a primera vista, de esta manera el público quiera verlo y así leer las infografías. Según esto, una buena infografía debe contener elementos icónicos, precisos, para que las imágenes se adapten a la información que se lee, los textos deben redactarse sintetizada, por ejemplo, al construir entradillas y pie de fotos, deben ser cortos y concisos para que los textos sean esenciales con sus características de redacción. Las infografías son usadas para explicar y comprender conceptos complejos, estructuras poco fáciles de comprender; el comportamiento de un dato en el tiempo, las causas y efectos de una acción y se construyen integrando textos cortos e imágenes de diferentes naturalezas que sean explicativas. En conclusión, son piezas visuales que explican y buscan que el lector comprenda cada parte de la información que se consigna en la misma.

4.2.6. Anatomía de una infografía

Dentro de la parte que componen una infografía y es muy importante es el texto que se compone de diferentes maneras para tener una buena elaboración y está se clasifica así (Vargas, 2022):

1. **Título de una infografía:** es la entrada a la pieza infográfica, debe atraer la atención del lector y dar una idea clara del contenido que se presentará, debe ser breve y conciso, pero con información suficiente para indicar el tema principal de la infografía.
2. **Subtítulo:** se encuentra justo debajo del título y ofrece más detalles sobre el contenido de la infografía, debe ser conciso y dar una idea clara de lo que se puede esperar de la misma.
3. **Textos corridos:** es la parte que ofrece más detalles sobre el tema principal de la infografía, debe ser informativo y fácil de leer, utilizando un lenguaje claro y simple; además, debe estar organizado jerárquicamente.
4. **Cuerpo:** es la parte visual que presenta la información de manera gráfica y fácil de entender, puede incluir gráficos, tablas, diagramas, fotografías, ilustraciones,

entre otros; el diseño debe ser atractivo y estar organizado de manera clara y coherente.

5. **Fuentes de información:** se consideran como una parte muy importante en una infografía, ya que respalda la información presentada, brindando confianza al lector, es necesario citar las fuentes utilizadas para recopilar la información y asegurarse de que sean confiables y precisas.

4.2.7. Tipos de infografía

También existen clasificaciones tipológicas y dentro de ellas está que existe (Gutiérrez, 2021):

- **Infografía estática:** son las infografías tradicionales que se imprimen o se publican en línea y no tienen movimiento ni interacción.
- **Infografía interactiva:** permiten al espectador interactuar con la información, en este se pueden incluir animaciones, desplazamientos de página, ventanas emergentes y demás elementos interactivos.
- **Infografía de flujo:** muestran una secuencia de eventos o procesos, se suelen utilizar para explicar cómo funciona una máquina o cómo se realiza un procedimiento.
- **Infografía comparativa:** tienen como finalidad contrastar dos o más temas, se usa para equiparar características o especificaciones de diferentes productos o servicios.
- **Infografía geográfica:** muestran información sobre ubicaciones geográficas, se usan normalmente para mostrar estadísticas sobre ciudades, países o regiones.

5. Hipótesis

1. Es importante tener claras las características de una infografía para lograr elaborar exitosamente una, que logre comunicar de la mejor manera lo que se quiere transmitir.
2. Gracias a que existen personas dispuestas a elaborar infografías, cada día se reconoce mejor esta labor, fundamental en el campo del Diseño Gráfico.
3. Hay que lograr que cada día la academia brinde conocimientos a los estudiantes de Diseño Gráfico en el área de infografía para que de esta manera se siga fortaleciendo y generando mayor reconocimiento al aporte de la infografía.

6. Aspectos metodológicos

El presente trabajo adoptó una metodología cualitativa, permitiendo a partir de la descripción de un fenómeno comprenderlo, donde existe una situación de interés para el área de estudio. A través del enfoque cualitativo se logra realizar el análisis de una suposición planteada, mostrando el nivel de fundamento que tienen, buscando entender el fenómeno planteado para su estudio, abriendo la posibilidad a la generación de nuevas observaciones, ideas o supuestos. (Sanchez Flores, 2019)

Para la recolección de datos, la técnica utilizada fue la entrevista semiestructurada, se consideró idónea para el proyecto porque proporciona datos e información valiosa, permitiendo un acercamiento con la población de interés al captar sus opiniones, conocimientos y experiencias, posibilitando comprender las perspectivas respecto a su trayectoria profesional. (Sanchez Flores, 2019) Para esto se realizaron 6 entrevistas semiestructuradas a expertos en el área en mayo y junio de 2023.

6.1. Población y muestra

La población estuvo constituida por profesionales expertos que hayan estudiado o investigado en el área y que tengan reconocimiento por su trayectoria profesional o aportes en la elaboración de diseño de infografías, a nivel local, nacional e internacional. La muestra estuvo compuesta por 6 profesionales expertos en el tema. Cada participante cumplió con los criterios de inclusión. Para los profesionales expertos fueron: haber trabajado al menos un año en la elaboración de infografías o haber desarrollado alguna investigación relacionada con el tema. Con respecto a los criterios de exclusión, se consideró tener una edad inferior a 18 años. La técnica de muestreo que se empleó fue “la bola de nieve”, la cual consiste en un efecto de cadena, que inicia con la petición a participantes de recomendar a otras personas a hacer parte de la investigación según los criterios de exclusión e inclusión. (Finol de Franco & Vera Solórzano, 2020)

6.2. Tipo de estudio

Exploratorio

Este estudio permite acercarse a temas no estudiados o que, según estudios realizados, se identifica la necesidad de profundizar en aspectos específicos poco estudiados, buscando generar conocimientos que buscan responder a una problemática establecida, parte de los fenómenos continuos de la insuficiencia de recursos de investigación existentes. (Ramos-Galarza, 2020)

6.3. Método de investigación

Inductivo

El método inductivo permite generar hipótesis específicas, con el fin de obtener un enfoque general de la información desarrollada para responder al tema de estudio. Además, de que parte de la experiencia sobre un tema determinado, con la posibilidad de dejar un tema abierto a transformación de los conocimientos a partir de la experiencia. (Finol de Franco & Vera Solórzano, 2020)

6.4. Fuentes y técnicas de recolección de información

Según el autor (Torres, Paz, & Salazar, 2019) existen diferentes tipos de fuentes para la recolección de información, la definición de los mismos se encuentra direccionados a corresponder a la solución de la problemática establecida, para la cual se buscan emplear las técnicas por medio de las cuales se puedan alcanzar los objetivos planteados. Las fuentes de recolección de datos se clasifican en fuentes primarias, las cuales se obtienen directamente de la población o muestra y las fuentes secundarias, que se obtienen a partir de datos elaborados previamente. A partir de las fuentes

primarias de recolección de información, para el presente trabajo se emplea la entrevista a un experto y de las fuentes secundarias datos recolectados a partir de estudios previos realizados sobre la aplicación de la infografía. A partir de las fuentes primarias de recolección de información, se elabora una entrevista semiestructurada porque flexibiliza el abordaje del encuestado, evitando desviarse el objetivo de la encuesta para recopilar datos a partir de la percepción, que permite identificar elementos necesarios para el desarrollo del trabajo tales como conocimientos propios o adquiridos, logrando obtener información orientada a los temas o variables principales a analizar. Además, desde las fuentes secundarias de recolección de información, se realizó una revisión bibliográfica para identificar datos útiles que contribuyan al desarrollo de este proyecto de investigación, buscando enfocar los conceptos principales que permitan conocer los términos asociados y profundizar en los conceptos abordados en la investigación. Para lo cual, a partir de una verificación en bases de datos bibliográficos como Google académico y Dialnet, se seleccionaron documentos bibliográficos partiendo de la revisión del resumen de cada uno, de los que se aplicaron los expuestos en la siguiente ficha para la construcción del marco teórico.

7. Técnicas para el análisis de datos

Se elabora la matriz de categorización para determinar las características a partir de cada objetivo específico, que permite codificar y categorizar la información.

Tabla 1. Matriz categorización

Objetivo específico	Códigos (palabras clave)	Categoría
Analizar el uso de las infografías en las redes sociales y determinar las características que componen una infografía para redes sociales.	Redes sociales Elementos Características Partes Composición Elaboración Producción	Características de una infografía para redes sociales Componentes para la elaboración de infografías Componentes de la infografía Composición de la infografía para redes sociales
Explicar la relevancia que tiene la infografía como medio de comunicación digital.	Importancia Impacto Aporte	Impacto de la infografía como medio de comunicación digital Infografía en los medios de comunicación Infografía como medio de divulgación para redes sociales Impacto de pieza infográfica como medio de divulgación en la comunicación digital
Justificar la importancia de elaborar una infografía	Estudiante Formación Pregrado Posgrado Investigación	Formación en elaboración de infografías Motivación para la elaboración de infografías Motivación para el estudio de la infografía

que cumpla con los parámetros correctos en la formación de los diseñadores gráficos.	Concepto técnico Experto	Formación con criterio técnico para la elaboración de la infografía para redes sociales Criterio técnico para la elaboración de infografía para redes sociales. Motivación para los diseñadores gráficos
--	-----------------------------	--

Posteriormente, se realiza la matriz de análisis, conformada por primera columna se denomina *Unidad de Análisis* y hace referencia a las citas textuales de los profesionales expertos entrevistados, que fueron extraídas de las entrevistas; luego continúa la columna de *Códigos*, donde se extrajeron los elementos que componían cada Unidad de Significado; en la tercera columna de *Categoría*, a partir del análisis del contenido de las Unidades de Significado y Códigos, se establecieron los temas o fenómenos que podrían definir cada unidad y así agruparlas. Finalmente se realizó el *Memo-analítico*, donde se planteó todas las opiniones, preguntas, reflexiones o discusiones.

Tabla 2. Ejemplo matriz de análisis

Unidad de Significado	Códigos	Categoría	Memo-analítico
“es la potencia que tiene la infografía. A ver, yo siempre he sido grafista, o sea, yo soy ilustrador y me gusta mucho la expresión gráfica es muy importante, a mí, me encanta la expresión gráfica y la infografía tiene tanta potencia para uno expresar tanto con tan poco y tan rápido que uno	Expresión Composición Elaboración Importancia Impacto	Características de una infografía para redes sociales Impacto de pieza infográfica como medio de divulgación en la	Se resalta el aporte e impacto que brinda la infografía, no solo desde lo que se encuentra direccionado al usuario o público objetivo, sino desde el aporte que genera desde el conocimiento y fortalecimiento de conceptos de los profesionales dedicados al diseño infográfico.

a mí se me encantó” EXP 01		comunicación digital	
-------------------------------	--	-------------------------	--

Considerando la información anterior, se establecieron 14 categorías: Características de una infografía para redes sociales, componentes para la elaboración de infografías, componentes de la infografía, composición de la infografía para redes sociales, impacto de la infografía como medio de comunicación digital, infografía en los medios de comunicación, infografía como medio de divulgación para redes sociales, impacto de pieza infográfica como medio de divulgación en la comunicación digital, formación en elaboración de infografías, motivación para la elaboración de infografías, motivación para el estudio de la infografía, formación con criterio técnico para la elaboración de la infografía para redes sociales, criterio técnico para la elaboración de infografía para redes sociales, motivación para los Diseñadores Gráficos. De igual forma, se extrajeron 18 códigos para dichas categorías.

De acuerdo a lo anterior, para el análisis se tuvieron en cuenta 3 categorías que intentan dar cuenta de los objetivos específicos propuestos inicialmente en el proyecto de investigación. Para el objetivo ‘Analizar el uso de las infografías en las redes sociales y determinar las características que componen una infografía para redes sociales’ se eligió la categoría: características de una infografía para redes sociales. Para el objetivo ‘Explicar la relevancia que tiene la infografía como medio de comunicación digital.’, se optó por discutir la categoría: impacto de pieza infográfica como medio de divulgación en la comunicación digital. Y finalmente, para el objetivo ‘Justificar la importancia de elaborar una infografía que cumpla con los parámetros correctos en la formación de los diseñadores gráficos.’ Se analizó la categoría: formación con criterio técnico para la elaboración de la infografía para redes sociales.

8. Desarrollo del proyecto

8.1. Características de una infografía para redes sociales

La infografía llega a conformar la sinergia entre diferentes áreas del saber, generando un punto de unión donde se logran encontrar presentes los elementos de interés que logran el objetivo común de transmitir un mensaje. Además, es fundamental que se puede llegar a decir que la infografía cumple con una necesidad específica que puede lograr reducir el tiempo para alcanzar la comprensión de un tema que puede tener un grado de complejidad alto (Ivars-Nicolás, 2019), como lo refiere el experto:

“...describe, compara, ubica y explica temas o ideas complejas y que facilita la comprensión y apropiación del conocimiento...” [EXP02]

Además, se debe identificar los elementos necesarios y fundamentales a implementar, a partir de los recursos disponibles y fuentes de información, por lo cual la infografía se reconoce por su independencia desde la capacidad de unificar diversos elementos obtenidos de diferentes fuentes para brindar la comunicación precisa que se busca, como lo define el experto:

“...La definiría como una representación visual de datos, por medio de la combinación de texto e imagen (lenguaje icónico) en un soporte...” [EXP05]

Asimismo, el texto acompañando con la imagen siempre han sido los mejores aliados, para lograr así generar una buena comunicación, cuando en la infografía hay una buena composición entre las dos se llega a un resultado impecable, esto lo que hace es que se represente de una manera excepcional el uso de los datos que se componen dentro de las representaciones visuales que se conforman, (Ivars-Nicolás, 2019) como se expresa en el siguiente apartado:

“...Formato preferentemente cuadrado, imágenes muy sencillas y claras, poco texto (para ser leída en 2' más o menos) y enlaces en la entrada para ampliar información, si se requiere...” [EXP 05]

A su vez, se resalta la necesidad de la aplicación de elementos llamativos que lleguen a generar un enganche con el público, es importante la precisión en cuanto a la información para definir los datos y elementos visuales que se van a emplear, para no excederse o emplear menos de lo necesario. También, el reconocimiento profesional de la infografía permite reconocer los elementos para aplicar, sin llegar a generalizar a partir de la necesidad o tema que se pretende abarcar (Ivars-Nicolás, 2019), como lo expone el experto:

“...ósea cuente con el espacio y cuente con el tiempo para hacer una infografía, entonces es un asunto de información, espacio y tiempo y bueno, y ante todo tener buen criterio y sentido común, tenga las herramientas” [EXP 01]

No obstante, en el trabajo realizado y mediante las entrevistas implementadas para la recolección de la información, se enfatiza en la importancia de utilizar fuentes confiables y verificar la exactitud de los datos al crear infografías para redes sociales, ya que esto garantiza que la información que se comparta sea precisa y tenga credibilidad en los usuarios (Carabal, Maria, Moreno, & Santamarina, 2021), como se da una apreciación en el siguiente apartado:

“...tener buena información ¿Qué quiere decir eso? de que sea una buena reportería y qué quiere decir eso, que tiene que tener una buena fuente ... Diseño equilibrado, observando puntos como el uso del blanco, cuidado en la cantidad de información, observación en la alineación, en el uso de colores, elementos como fotos e imágenes en movimiento y recursos interactivos que sean de fácil comprensión, en el caso de infografías digitales...” [EXP 06]

En este sentido, la infografía puede adaptarse y evolucionar a las plataformas actuales y en desarrollo, resaltando la importancia de conservar sus características, que logran el objetivo final. Es necesario conocer las características de cada plataforma para lograr identificar la empleabilidad o el modo más apropiado de implementación de la

misma (Arenas-Arredondo Amílcar Antonio, 2021), como aspectos a tener en cuenta según lo que se refiere en el siguiente apartado:

“...Las técnicas de ilustración y formas de representación visual adecuadas, la composición y diagramación de los elementos, y las tipografías legibles...” [EXP 02]

Por tanto, se considera que es fundamental reconocer la diferencia entre las buenas y malas infografías, para lo cual es necesario el desarrollo de un manual de estilo de infografías aplicado a los contenidos de cada marca o empresa que lo buscan implementar, por lo que se exponen algunos aspectos a tener en cuenta para la elaboración de las infografías (Ivars-Nicolás, 2019), tales como:

“...Es necesario que el equipo de trabajo cuente con las herramientas necesarias para llevar a cabo el proceso de elaboración de infografías, tener la capacidad de análisis y conocimiento pleno de la información a comunicar para no generar errores en el mensaje, determinar los niveles de complejidad en la elaboración y así distribuir el trabajo partiendo de la distribución del tiempo... Es necesario entender el rigor de la infografía, tener los conceptos gráficos claros, el sentido común es lo principal para ser infografista, para poderse guiar a la hora de plasmar los gráficos y datos sean coherentes con el contexto. Es importante que el infografista comprenda la versatilidad narrativa, didáctica. Agradable, rápida, contando con la posibilidad de contar algo, de explicar algo y lo más importante, un infografista debe tener paciencia, además de tener unas características definidas...” [EXP 01]

Considerando que los conocimientos desarrollados por los profesionales que intervienen en el proceso de elaboración son fundamentales para saber implementar recursos, elementos y evidenciar las características que identifican una buena infografía. Además, la capacidad de fusionar los recursos provenientes de diferentes fuentes tanto de información como la implementación del material gráfico y creativo y la capacidad de transmisión de información e impacto de la infografía, se encuentra directamente relacionada con la capacidad crítica de análisis, conocimiento y experiencia en la

elaboración de infografías (Carbonell & Carnerero, 2021), como se evidencia en el siguiente apartado:

“...Que no le falten los mínimos grafismos necesarios como el título, la entradilla y unos buenos dibujos con sus correspondientes pies explicativos...” [EXP 03]

Por consiguiente, se logra identificar la necesidad de definir las características y las mejores prácticas en el diseño de infografías para su uso en redes sociales, a través de la aplicación de conceptos y elementos necesarios en el momento de generar una pieza infográfica optimizada desde la investigación y difusión de los datos relevantes de un suceso o tema, como también de la optimización de los componentes y la distribución del contenido para garantizar una experiencia atractiva y efectiva para los usuarios, para lo cual se definen los elementos y características para la elaboración de infografías que sean prácticas y cumplan su objetivo en la comunicación del tema a tratar (Edmundo & Martínez, 2022):

- 1. Tiempo:** Contar con el tiempo oportuno. Es muy importante disponer de buen tiempo para el proceso de enfocar el tema importante que sucede en el momento y que requiere la elaboración de una infografía, iniciando con la investigación y búsqueda de datos orientados en la veracidad del tema, posteriormente realizar un bosquejo en el cual se planteen las ilustraciones, grafías y/o visualizaciones de datos van a componer la pieza infográfica. Es decir, que es necesario reconocer desde el primer momento el tiempo disponible para la elaboración de la infografía, distribuyendo un 100% del tiempo, sea un 25% empleado en la recolección de la información y el otro 75% en la elaboración de la infografía.
- 2. Información:** Búsqueda de una fuente de datos contrastable, evitando subvalorar, es preciso la búsqueda de expertos, pero teniendo la certeza de que el impacto de la infografía depende directamente de la veracidad de los datos, agregar datos que puedan ser considerados de interés y generen el enganche al tema y la comprensión de la información para la interpretación adecuada en los recursos gráficos implementados.

3. **Conocimiento del cliente:** Tener conocimiento claro del cliente: cuál es su público al que va dirigida la infografía, cómo piensa ese público y cuáles son los elementos que componen su manual corporativo de imagen, lineamientos, estilo de su imagen, conocer su target Group es fundamental para lograr comunicar asertivamente lo que se quiere transmitir.
4. **Herramientas digitales:** Disponer de las herramientas necesarias, como lo son los programas del área de Diseño Gráfico, como es la suite de adobe, y que son específicas dependiendo del medio al cual se va a publicar la infografía.
5. **Composición:** Contar con el espacio necesario para el tema a desarrollar mediante la infografía, es decir, distribuir armónicamente cada elemento entre grafías, iconografías, textos y demás recursos, es importante tener un orden jerárquico donde todo se ubique dependiendo de su importancia.
6. **Jerarquizar información:** crucial en la elaboración de una pieza infográfica conservar el orden que tiene una noticia o información, esto quiere decir que se pueda consumir por etapas, en un orden de jerarquía, que permita tener una navegabilidad correcta en cuanto a la información lo requiere.
7. **Lenguaje gráfico:** Manejo de los lenguajes y fundamentos del diseño, si el infografista solo sabe hacer una cosa se está limitando, por eso necesita abarcar muchas técnicas y diferentes tipos de lenguajes para poder ofrecer varias características para el trabajo realizado.
8. **Hilo narrativo:** la infografía tiene hilo narrativo, es decir, que expone una sucesión de datos, buscando que el mensaje inicial sea complementado con los datos que conforman la infografía, explicando las etapas de un tema o una historia, evitando que el usuario se pierda en su lectura o interpretación.
9. **Análisis de datos:** Es de vital importancia tener en una infografía análisis y visualización de datos de todo tipo, bien sea para comparar datos o para complementar la información y así dar a entender al público de mejor manera lo que se pretende explicar, es importante resaltar que toda esta información debe ser totalmente verídica y hay que cuidar cada detalle para que la información sea clara y no genere confusión.

10. Límites de interacción: Saber reconocer que en las redes sociales existen límites de ampliación o despliegue de una infografía, por lo que se debe considerar siempre la capacidad que se tienen para las diferentes redes sociales, en estos casos para que se eviten que el usuario se pierda el hilo de la narrativa se pueden poner partes de la infografía en las diferentes redes sociales y alojarla en otra página donde se pueda apreciar completa, también es fundamental colocar en la misma si es una infografía para visualizar en algún dispositivo en específico.

Cada plataforma de comunicación digital o redes sociales tiene sus reglas de uso, pero es necesario que independientemente de estas reglas prevalezcan las reglas propias o características definidas de la infografía, por lo cual, se considera valioso establecer una serie de pasos que orienten el proceso de aplicación de los elementos y características ya expuestos (Aida María de Vicente Domínguez).

Pasos para la elaboración infografía (Roney, Menjívar, & Morales, 2014):

1. Surge a partir de una necesidad o un tema de interés en el momento al que se le debe dar una rápida cobertura o respuesta.
2. Se conforma el equipo que se considere necesario para la elaboración de la infografía (periodista, comunicador social, fotógrafo, videografo, diseñador gráfico, ilustrador, entre otros)
3. Se realiza la búsqueda de las fuentes directas de conocimiento y se saca el máximo provecho para lograr conocer los datos concretos, datos que pueden considerarse de interés y buscar la comprensión de los datos para transmitirlos oportunamente.
4. Se realiza la distribución del tiempo establecido para la entrega de la infografía, considerando la etapa de recolección de la información sea máximo una cuarta parte del tiempo y la etapa de elaboración o desarrollo de la infografía.
5. Se hace un boceto de la infografía con el equipo de trabajo, formado por la parte encargada de la recolección de la información o aporte de los datos y con el equipo

creativo para definir la claridad de los elementos de la infografía, desde la definición de los datos, los gráficos y técnicas a emplear.

6. Se elabora la infografía, desarrollando los gráficos, ilustraciones y demás elementos, teniendo en cuenta el cliente al que se le está desarrollando la pieza.
7. Se revisa con la persona encargada de recolectar los datos para verificar que la información esté bien manejada.
8. Es necesario como profesionales en Diseño Gráfico u otras carreras asociadas al proceso ser consciente del mismo, buscando el aprendizaje y crecimiento profesional continuo, teniendo la capacidad y criterio profesional para verificar el producto final y considerar las oportunidades de mejora que se puedan presentar.

8.2. Impacto de pieza infográfica como medio de divulgación en la comunicación digital

Este importante y valioso recurso de comunicación, elaborado de una buena manera, genera un aporte significativo e imprescindible para cada tema de interés que se interese en transmitir todo tipo de información valiosa, que considere que deba ser transmitida de una manera gráfica donde se visualizan datos importantes que pueden contextualizar a las personas de un tema que se está tratando, aparte de lo que gráficamente puede representar. (Glenda Cecibel Intriago Alcívar, 2017)

Asimismo, a través De las entrevistas realizadas, se permite confirmar la importancia que tiene la infografía, respaldando la infografía como un medio de divulgación de datos para redes sociales, destacando que las infografías que se consideran útiles se encuentran bien elaboradas y tienen un mayor alcance y retención de la información por parte de los usuarios que visualicen la infografía (Castillo, 2021), como se define en el siguiente apartado:

“...La infografía emplea la expresión gráfica, la ilustración, es el recurso perfecto para una comunicación ágil, directa, sencilla, aunque puede ser contradictorio en cuanto a la

dificultad que puede representar la elaboración de la infografía. Se emplean diferentes tipos de infografía, la infografía de servicio, por medio de la cual se busca llegar a su cotidianidad, se empezó a emplear después de la infografía descriptiva, que es la que se ha utilizado siempre, buscando explicar detalladamente los elementos fundamentales del tema a tratar y la infografía de visual data, buscando jerarquizar información, hacer una pieza que se pueda consumir por etapas, orden, jerarquía, que permite navegar en la infografía y cabe resaltar que el término de navegabilidad no solo corresponde a los medios digitales...” [EXP 01]

A su vez, a través del desarrollo del presente trabajo se evidenció que la infografía es una forma efectiva de transmitir información compleja de manera visualmente atractiva y comprensible. Los expertos destacaron que una infografía que esté bien elaborada permitirá captar rápidamente la atención de los usuarios y facilitará la asimilación de los datos e información de una manera clara y concisa, pero se indica que existe una diferencia entre el consumo de la infografía en medios impresos o las infografías en medios digitales como las redes sociales, indicando que (Glenda Cecibel Intriago Alcívar, 2017) :

“la infografía, ese hilo narrativo tiene que ser muy potente porque puedo contar demasiadas cosas con muy poco esfuerzo del usuario, ósea, le puedo explicar demasiadas cosas sin cansarlos” [EXP01]

Así es, como se resalta el aporte e impacto que brinda la infografía, no solo desde lo que se encuentra direccionado al usuario o público objetivo, sino desde el aporte que genera desde el conocimiento y fortalecimiento de conceptos de los profesionales dedicados al diseño infográfico. Además, la infografía cumple una función esencial como síntesis de lenguajes al combinar elementos visuales y simplificar información compleja, permite comunicar de manera concisa, representar datos de forma accesible y superar barreras del idioma utilizando imágenes y símbolos universales, como lo refiere un experto en el siguiente apartado (Glenda Cecibel Intriago Alcívar, 2017) :

“El contexto en que puede usarse una pieza infográfica, casi en todos los contextos, es decir, donde haya una comunicación expresa entre dos personas, ahí ya se puede empezar una pieza infográfica” [EXP01]

La infografía utiliza diferentes modos de comunicación, como imágenes y texto, para transmitir información de manera visual y accesible. Se destaca que la infografía supera la presentación tradicional de texto con fotos al ser más atractiva y permitir la interacción del usuario. En resumen, la infografía es elogiada por su versatilidad, carácter didáctico y capacidad de proporcionar una experiencia atractiva al usuario. (Castillo, 2021)

Se destaca el poder de atracción y el carácter lúdico de la infografía. El experto compara la experiencia de ver un infográfico con el acto de jugar, sugiriendo que la infografía puede ser entretenida y atractiva. Además, se menciona que al ver un infográfico, se "navega en información", lo que implica una experiencia interactiva y dinámica al explorar diferentes datos o conceptos presentados en la infografía. (De Vicente & Sierra, 2019)

“La infografía ha demostrado ser multiplataforma. Ella puede ser estática, interactiva, animada y espacial.” [EXP02]

Además, se menciona que la infografía tiene la propiedad de recursión. La recursión se refiere a la capacidad de la infografía de autorreferenciarse y mostrar información en diferentes niveles de detalle. Se destaca que la infografía combina texto e imagen, lo que implica que utiliza tanto elementos escritos como elementos visuales para transmitir la información. El texto proporciona detalles y contextos adicionales, mientras que las imágenes, gráficos o ilustraciones ayudan a ilustrar y enfatizar la información presentada (Gutiérrez, 2021).

“las redes sociales funcionan de manera acelerada, en redes la aplicabilidad está evolucionando, buscando acomodar la aplicabilidad a los formatos que cada red social

ofrece, es difícil adaptar una infografía en redes sociales porque debe ser muy breve y sintetizado. Dar información explícita para que en redes que llamen la atención” [EXP01]

No obstante, es importante tener los conocimientos técnicos para lograr tener un producto infográfico que cumpla con el objetivo de comunicar asertivamente y asimismo se puede decir que la composición y su claridad son las que hacen que este objetivo se logre, la empleabilidad de cada concepto y resolución desde las partes que la construyan son un factor clave para no alterar la estructura o los elementos que debe contener una buena infografía.

8.3. Formación con criterio técnico para la elaboración de la infografía para redes sociales.

Cuando se habla de infografía se abarca un tema que debe tener un interés común entre las personas, pero sobre todo en aquellos que se dedican a estudiar el área de Diseño Gráfico, partiendo de la elaboración de piezas gráficas que ayuden a informar de una manera correcta a las personas que interactúen con una infografía. (Zeidy Sandra López Collazo, 2018) Así como lo define uno de los expertos:

“la infografía exige mucho el tiempo y en dedicación, ósea cualquier esfuercito más que le puedas hacer el gráfico te lo va a agradecer toneladas, va a quedar mucho mejor y cada vez más, entonces uno nunca le niegue tiempo a mejorar las cosas porque van a quedar mucho mejor, y ahí es donde empieza a ver la diferencia, si usted quiere ser bueno, quiere ser normal o quieres malo, Mucha paciencia...” [EXP01]

Por tanto, la infografía requiere del enfoque y evolución constante para responder a la competitividad que ofrece el mercado actual en todas las áreas del saber, lo cual aplica tanto como en el proceso formativo de los profesionales que se inclinan por el diseño infografías, como de las infografías como tal generando una necesidad en su

empleabilidad. Así como, es ideal adaptarse a los formatos de consumo actuales, principalmente aquellos que se implementan en redes sociales, tener la claridad del enfoque en lo visual, como elemento de una infografía y de los datos precisos que logren sinergia con estos elementos visuales, tener claros los recursos, elementos y características que se emplean en la elaboración de infografías para lograr disponer del espacio abarcando los datos y recursos visuales necesarios para el mensaje (Alba, 2019).

Asimismo, reconocer y comprender la información para la aplicación de los colores, recursos y datos que sean congruentes con la identidad corporativa o de marca; es decir, que encaminarse en el proceso formativo de la infografía, brinda la posibilidad de generar resultados característicos, como lo han logrado profesionales reconocidos tanto a nivel local, nacional como internacional (Alba, 2019), como se refleja en el siguiente testimonio:

“...Hacerles menos caso a las plataformas web que ofrecen herramientas que supuestamente hacen infografía y consultar más la literatura y los recursos especializados sobre el tema y a los expertos que la estudian y la hacen de forma profesional...” [EXP02]

No obstante, los elementos visuales son los que predominan a la hora de elaborar una infografía, para lograr generar el impacto que se busca en el resultado final, se debe comprender lo suficiente el mensaje que se pretende transmitir desde la fuente de información, lo que resalta la importancia del proceso formativo para tener claridad de los conceptos técnicos y el criterio basado en el conocimiento, necesarios para desarrollar una infografía, aplicándolos efectivamente desde la fase inicial para obtener los resultados esperados (Vargas, 2022), como lo indica un experto en el siguiente apartado:

“...Que aprendan muy bien hacer bocetos, storyboards y Wireframes que al final son lo más importante...” [EXP03]

Así como, actualmente la parte visual es la que predomina en los medios digitales y más aún en las redes sociales, ya que debido a la rapidez del consumo de la misma, se busca atraer a través de elementos que generen impacto o conecten con una comunidad, a través de fotografías, imágenes, ilustraciones, entre otros elementos visuales; siendo la infografía una pieza que ofrece gran oportunidad de crecimiento profesional y de impacto por su capacidad de intervenir y abarcar diversas áreas no solo para la aplicación de la misma en otras áreas del conocimiento, sino en la implementación en los diversos espacios que la evolución digital presenta de manera constante (Vargas, 2022); así como lo refiere el experto:

“...Que lo usen sin miedo, ya que es un lenguaje actual y que se encamina hacia amplias posibilidades en internet, como las hiperinfografías y su capacidad de expandirse a propuestas como el metaverso, por ejemplo...” [EXP06]

De manera que, se destaca la importancia y necesidad de impulsar la formación de profesionales especializados en el diseño de infografías para redes sociales en Medellín - Colombia y a nivel internacional, logrando contribuir a mejorar la calidad de las infografías, promover su uso por medio de la innovación y garantizar un alto impacto en la información que se divulgue en las redes sociales. Así como, la importancia de continuar con el legado que dejan mentores en los desarrollos que se han alcanzado en la implementación de las infografías a nivel departamental y nacional, siendo referentes que se han orientado a la elaboración de productos infográficos, generando un reconocimiento a partir de la conservación de dicho legado con nuevos profesionales enfocados en el desarrollo e implementación de las infografías.

9. Conclusiones

Después de analizar la información obtenida, elaborar la matriz de análisis, y haber definido las categorías que responden a lo que son los objetivos específicos. Teniendo en cuenta la muestra construida con las respuestas de los expertos.

Desde el desarrollo del proyecto se considera que la infografía es un recurso valioso dentro de la comunicación visual y digital por tener la capacidad de transmitir un mensaje de manera clara y concisa, demostrando claridad en la información de una manera práctica, por lo que el usuario se siente conectado y atraído.

Es importante pensar en que el usuario pueda tener una experiencia positiva y que se aproveche el recurso, dentro de las redes sociales existen unas características que son importantes para transmitir un mensaje asertivamente. Cómo lo son:

Ser muy eficaz: Debe transmitir la información de manera clara y directa, utilizando un lenguaje que sea conciso, evitando el excesivo uso de texto y juicios de valor, es fundamental captar la atención del público de las redes sociales a primera vista, puesto que la atención puede ser limitada.

Tener en cuenta el espacio: Se debe tratar de tener claro el canal y formato en que se va a trabajar, dimensionar para que sustrato o soporte se destina la pieza y así lograr el desarrollo de una buena pieza infográfica y la visualización planeada.

Saber quién es el cliente: Es importante conocer a quien se le elabora la pieza infográfica para que así se dé la identidad a la pieza, considerando colores, tipografías y demás elementos que puedan contribuir al desarrollo de la misma.

Crear un boceto: Este ayuda a tener una mejor planificación visual de la estructura y los elementos gráficos que van a componer una infografía, esto ayudará a tener una idea clara de cómo se verá la infografía finalizada y a organizar de manera efectiva la información.

Visualmente atractiva: Se debe utilizar elementos gráficos atractivos y de alta calidad, como imágenes, ilustraciones, fotografías, gráficos, diagramas, texto, la pieza infográfica debe lograr captar la atención y generar interés en el contenido teniendo en cuenta lo anterior.

Atención al detalle: En una infografía la atención al detalle importa mucho, porque es esto lo que también determina si una pieza es buena, por ejemplo, entre más se describa una acción o una situación, el usuario va a adentrarse de la historia y va a lograr una mejor comprensión.

Diseño adaptado a dispositivos móviles: La infografía debe ser diseñada teniendo en cuenta que muchas personas acceden a las redes sociales desde su teléfono celular. Por lo tanto, debe ser legible y visualmente efectiva en pantallas pequeñas, empleando fuentes tipográficas adecuadas, lo mismo con las imágenes y tener en cuenta que el diseño debe ser responsivo.

Definir las jerarquías: El mensaje principal debe ser identificado de manera rápida y estar destacado en la infografía. Se pueden usar para esta característica títulos, subtítulos, viñetas, entre otros, para resaltar los puntos clave de la información.

Uso estratégico de paleta de color y tipografía: Los colores y fuentes tipográficas utilizados deben ser coherentes con el tema de la infografía y se debe tener en cuenta el cliente a quien se le está elaborando, es fundamental asegurarse que los colores tengan buenos contrastes y que la tipografía sea legible en diferentes tamaños y fondos.

Tener datos y estadísticas verídicos: Es importante incluir datos, estadísticas o cifras que sean de alto impacto y que estén verificados, esto ayuda a que respalden el mensaje de la infografía, ya que esto ayuda a generar interés y credibilidad en el contenido.

Fácil de compartir: La infografía debe poder compartirse fácilmente en las diferentes redes sociales. Esto implica tenerla en un formato que sea compatible y que se pueda optimizar su visualización, al igual que la descarga en las diferentes plataformas.

La infografía ha sido bien recibida en las redes sociales, ha ido avanzando poco a poco y se han apropiado de ellas por sus características como la atractividad y claridad, su manera de tratar cada tema desde las diferentes áreas de conocimiento hace que este recurso sea valioso y fácil de comunicar. Es necesario recalcar que cada día hay más personas que se interesan por este tema, realmente se ha logrado avanzar en su elaboración desde la investigación, debido a las personas que han tenido curiosidad por la infografía, han posicionado sus proyectos y se han vuelto visibles como referente para fomentar el conocimiento desde sus proyectos.

Es crucial elaborar infografías que cumplan con los parámetros descritos y hacer énfasis en la formación de los Diseñadores Gráficos sobre estas condiciones fundamentales, puesto que les permite desarrollar habilidades técnicas y conceptuales, comprender la comunicación visual, adaptar a diferentes plataformas y formatos, como también a mejorar su eficiencia en el diseño de la comunicación, habilidades que son fundamentales para su crecimiento profesional y su capacidad de ofrecer soluciones visuales a los desafíos que trae consigo estos nuevos tiempos.

Por lo tanto, la hipótesis donde se determina que a partir de la investigación se puede concluir la importancia de conocer las características de las infografías para su elaboración es verdadera, es decir, se logró corroborar la primera hipótesis porque a partir de los expertos se reconoce el papel considerable que ha desarrollado el Diseño de infografías, no solo en el diseño gráfico, sino en otros campos del conocimiento donde la infografía se ha dedicado a interpretar las investigaciones complejas para poder divulgarlas a públicos de interés de una forma sencilla y fácil de entender. Esto, a su vez,

también da respuesta a la segunda hipótesis, en que las personas dedicadas a elaborar infografías desempeñan un papel crucial en el área del Diseño Gráfico, así afirmando que gracias a estas personas se reconoce la importancia de las infografías como medio de comunicación efectiva.

Se concluye en la tercera hipótesis que, a partir del análisis de la información recolectada, es importante y necesario el estudio del área en el desarrollo de la formación académica para que sea una solución de primera mano en la comunicación visual, puesto que se evidencia una diferencia conceptual y formal entre quienes son profesionales de la infografía, frente a quienes tienen una información base en el diseño de infografías. Adicional y para finalizar, la investigación sugiere la necesidad de incorporar una enseñanza especializada en el diseño de infografías que permita a los estudiantes y futuros profesionales desarrollar habilidades, capacidades y destrezas en la comunicación del diseño, en la divulgación del conocimiento a partir de la creación de piezas eficientes y de alta calidad.

10.Recomendaciones y Prospectivas

La infografía para personas encaminadas en el Diseño Gráfico es una gran herramienta para conceptualizar una idea, reuniendo todos los conocimientos adquiridos durante la carrera profesional, teniendo como base la investigación que debe ser exhaustiva, clara y real, para que así se obtenga un resultado que cause un impacto positivo en las personas que se interesen por leer una infografía. Para esto es necesario:

Tener disposición para investigar acerca del tema que se va a desarrollar una pieza infográfica, contribuyendo a tener un proceso idóneo para la elaboración de la misma; así como, realizar un bosquejo donde se plasmen las ideas de lo que se tiene pensado elaborar, identificar cuáles elementos van a ir y todo lo que la va a componer.

El área es amplia y requiere una gran inversión de tiempo, a quien decide elaborarla debe saber que es una rama del campo de acción del Diseño Gráfico con diferentes niveles de detalle, es un tema de pasión y de alto nivel de detalle, por lo que puede considerarse una alta dedicación en tiempo dependiendo del tema.

11.Bibliografía

- Aida María de Vicente Domínguez, J. S. (s.f.). *Aproximación periodística y educocomunicativa al fenómeno de las redes sociales*. Madrid: McGrawHill.
- Alba, T. (2019). *Guía para diseñar infografías desde cero*.
- Arenas-Arredondo Amílcar Antonio, H.-M. M.-C.-V. (2021). *Las infografías: uso en la educación*.
- Carabal, M., Maria, E., Moreno, E., & Santamarina, V. (2021). *Infografías, comunicación visual y transferencia de contenidos en la universidad*. Valencia.
- Carbonell, A., & Carnerero, C. (2021). *INFOGRAFÍAS, IMÁGENES Y ANIMACIONES PARA UNA COMUNICACIÓN CIENTÍFICA EFICIENTE*.
- Castillo, S. (2021). *ANÁLISIS DE LAS INFOGRAFÍAS DE LA PLATAFORMA PICTOLINE DEL MES DE FEBRERO DEL 2021*. Chiclayo.
- De Vicente, A., & Sierra, J. (2019). *Aproximación periodística y educocomunicativa al fenómeno de las redes sociales*. Madrid: McGrawHill.
- Edmundo, S., & Martínez, A. (2022). Infografía y sus tres capas: una aproximación pedagógica para diseño gráfico. *Enseñanza y aprendizaje del diseño*, 54-69.
- Finol de Franco, M., & Vera Solórzano, J. L. (2020). Paradigmas, enfoques y métodos de investigación. *Revistas científica*, 1-24.
- Glenda Cecibel Intriago Alcívar, Á. B. (2017). INFOGRAFÍA COMO MÉTODO ALTERNATIVO PEDAGÓGICO PARA EL. *Revista Magazine de las Ciencias*, 67-76.
- Gutiérrez, C. B. (2021). *La infografía como nuevo diseño de información. Los casos de los diarios*. La Plata.
- Intriago, G., Martínez, Á., Intriago, R., & Dahik, J. (2017). Infografía como método alternativo pedagógico para el aprendizaje en la educación superior. *Revista Magazine de las Ciencias*, 67-76.
- Ivars-Nicolás, B. (2019). La infografía periodística en España: definición y tipología de uso. *Consejo de comunicación*, 1- 20.
- Ramos-Galarza, C. A. (2020). Los alcances de una investigación. *Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 1-6.
- Roney, C., Menjívar, E., & Morales, H. (2014). Elaboración de infografías: hacia el desarrollo de competencias del siglo xxi. *Diá-logos*, 23-37.
- Sanchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 102-122.
- Sidorenko, P., Cabezuelo, F., & Herranz, J. (2021). Instagram como herramienta digital para la comunicación y divulgación científica: el caso mexicano de @pictoline. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 141-160.
- Torres, M., Paz, K., & Salazar, F. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Universidad Rafael Landívar*, 1-21.
- Vargas, M. (2022). *Creación de infografías como instrumento de aprendizaje de Fundamentos del Diseño*. Riobamba.

Yulyenett, S. (2020). *La importancia de la infografía como recurso periodístico en los diarios digitales del Perú*. Perú.

Zamora, H. (2022). *Análisis de uso de la infografía de diario El Universo 2022*. Babahoyo.

Zeidy Sandra López Collazo, Y. R. (2018). Categorías infografía/texto icónico en la formación universitaria. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 24-29.

12. Anexos

12.1. Tabla resumen antecedentes

Tabla de resumen de antecedentes							
Título del tema consultado	Autor/es	Tipo	Año de publicación	País	Referencia bibliográfica en APA	Dirección electrónica específica	Párrafo copiado y no. de página
Aproximación periodística y educucomunicativa al fenómeno de las redes sociales	Aída María de Vicente Domínguez, Javier Sierra Sánchez	Libro	2020	España	Aida María de Vicente Domínguez, J. S. (s.f.). <i>Aproximación periodística y educucomunicativa al fenómeno de las redes sociales</i> . Madrid: McGrawHill.	https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=745594	Las infografías publicadas en las redes sociales propician la discusión entre cibernautas. Imágenes fijas que van adquiriendo mayor protagonismo junto a las audiovisuales, para cuya realización se aportan alternativas a las cámaras tradicionales y experiencias en los formatos narrativas usados para videos en Instagram. P17.
Guía para diseñar infografías desde cero	Teresa Alba	Guía	2019	España	Alba, T. (2019). <i>Guía para diseñar infografías desde cero</i> .	http://diseñocreativo.com/wp-content/uploads/2016/05/guia-como-disenar-infografias-Teresa-Alba-MadridNYC.pdf	La infografía como herramienta de comunicación, ofrece a los usuarios la posibilidad de asimilar mucha información en poco tiempo, la cual resultaría tediosa y complicada de entender a través de un texto escrito. Si una infografía nos permite comprender mucha información a un solo golpe de vista, es gracias a sus diferentes elementos que permiten darle mayor agilidad y dinamismo.P.4
Aproximación periodística y educucomunicativa al fenómeno de las redes sociales	Aída María de Vicente Domínguez (coord.), Javier Sierra Sánchez (coord.)	Artículo	2020	España	De Vicente, A., & Sierra, J. (2019). <i>Aproximación periodística y educucomunicativa al fenómeno de las redes sociales</i> . Madrid: McGrawHill.	https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=745594	La infografía es un recurso multimedia de primer orden por su sencillez y versatilidad. Los datos expresados que contenga deben estar bien escritos y en función del nivel de alfabetización visual que la mayoría de los receptores tengan para captar su atención (Valero, 2010, Pírela, 2013). El diseño de una infografía implica balancear el texto y las imágenes que son ocupadas para dar el mensaje. Es recomendable no utilizar demasiado texto e incluir y gráficos e imágenes relevantes, de tamaño proporcional al infográfico. Asimismo, es importante que el color del texto y el fondo

							contra este en lo suficiente para su fácil lectura (Muñoz, 2015). P.398
Infografías, comunicación visual y transferencia de contenidos en la universidad	María Ángeles Carabal Montaguda, María Victoria, Esgueva López, Enrique Moreno Ribellesc, Virginia Santamarina Camposd	Libro	2021	España	Carabal, M., María, E., Moreno, E., & Santamarina, V. (2021). <i>Infografías, comunicación visual y transferencia de contenidos en la universidad</i> . Valencia.	https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/187964/CarabalEsguevaMoreno%20-%20Infografias%20comunicacion%20visual%20y%20transferencia%20de%20contenidos%20en%20la%20univer...pdf?sequence=1	el uso de las infografías como parte del proceso de transferencia social de la investigación y la docencia. En anterior edición del presente congreso, presentábamos los resultados de la aplicación infográfica en los Trabajos Final de Grado y Máster, concluyendo que “el empleo de las infografías constituye un elemento facilitador, en el momento en que se pone en marcha la metodología de Aprendizaje-Servicio, estableciéndose una comunicación con la sociedad, a la que se le presta un código interpretativo, adaptado en claves visuales para comprender aspectos técnicos utilizados en el ámbito universitario.P.547
Infografías, imágenes y animaciones para una comunicación científica eficiente	Alejandro Carbonell-Alcocer, Claudia Martín Carnerero-Lara	Artículo	2020	España	Carbonell, A., & Carnerero, C. (2021). <i>INFOGRAFÍAS, IMÁGENES Y ANIMACIONES PARA UNA COMUNICACIÓN CIENTÍFICA EFICIENTE</i> .	https://ciberimaginario.es/wp-content/uploads/2021/10/Infografias-imagenes-animaciones-comunicacion-cientifica.pdf	Las infografías y las imágenes son productos que predominan en el ecosistema digital, concretamente en las redes sociales. A pesar de su alto grado de utilización en internet debido a su capacidad para transmitir, comunicar y transmitir información (Marín Ochoa, 2010), estos formatos no son nuevos. En los últimos años su aplicación en el ámbito nacional por parte de los medios de comunicación comienza a ser habitual, al considerarse productos eficientes para facilitar la comprensión de acontecimientos, datos, sucesos, informaciones etc. P. 3
Instagram como herramienta digital para la comunicación y divulgación científica: el caso mexicano de @pictoline	Pavel SIDORENK O-BAUTISTA, Francisco CABEZUEL O-LORENZO, José-María HERRANZ-DE-LA-CASA	Artículo	2021	España	Sidorenko, P., Cabezuolo, F., & Herranz, J. (2021). Instagram como herramienta digital para la comunicación y divulgación científica: el caso mexicano de @pictoline. <i>Revista Latinoamericana de Comunicación</i> , 141-160.	https://dialnet.unirioja.es/describa/articulo/8093846.pdf	Pictoline destaca la necesidad de trabajar y publicar información real y verificada, así como ponen en valor el hecho de ser pioneros más no inventores del formato adoptado (Cruz, 2016) por lo que su trabajo es considerado una innovación, cuyo énfasis recae en la esencia de la infografía, es decir, la conjunción de imágenes con datos e informaciones que plantean un argumento o una idea y que como otros formatos desarrollados en el ámbito analógico, se ha adaptado como vehículo digital de información, manteniendo su esencia principalmente sobre la imagen a partir de una síntesis de los elementos gráficos e informativos con especial énfasis para explicar temas de actualidad, destacando funcionalidad y fácil comprensión (Ronquillo, 2015). P149
Infografía y sus tres capas: una aproximación	Valdovinos Rodríguez, Salvador E.;	Artículo	2022	Argentina	Edmundo, S., & Martínez, A. (2022). Infografía y sus	http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/bitstream/handle/123456789/6095/Valdovinos-	La infografía es un sistema de comunicación visual al que integra texto e imagen para presentar información compleja al lector de manera sintética, clara, ordenada y

pedagógica para diseño gráfico	Martínez-Moctezuma, Angélica				tres capas: una aproximación pedagógica para diseño gráfico. <i>Enseñanza y aprendizaje del diseño</i> , 54-69	Rodríguez Infografía C3%ADa.pdf?sequence=1	at- ractiva. La visualización de una infografía posibilita operaciones mentales con el acceso a grandes cantidades de información dispuestas en papel o en pantalla para ayudar a conocer, entender, relacionar, analizar, conectar, integrar, deducir, ampliar, tomar decisiones y solucionar problemas de manera individual o colectiva. P58
La infografía como nuevo diseño de información	Cecilia Belén Gutiérrez	Trabajo de especialización	2022	Argentina	Gutiérrez, C. B. (2021). <i>La infografía como nuevo diseño de información. Los casos de los diarios</i> . La Plata	http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/139738	la infografía como una combinación de elementos visuales que aportan un despliegue gráfico, utilizada fundamentalmente para brindar información compleja que, mediante una representación gráfica, puede sintetizarse, esclarecerse o hacer más atractiva la lectura, combinando el diseño, la ilustración y el periodismo. P16
Análisis de uso de la infografía de diario El Universo 2022	Zamora Chaguay, Harold Enrique	Trabajo de grado	2022	Ecuador	Zamora, H. (2022). <i>Análisis de uso de la infografía de diario El Universo 2022</i> . Babahoyo.	http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13054/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000738.pdf?sequence=1&isAllowed=y	Los medios de comunicación cada día deben buscar mejorar la forma de informar a los lectores para impactarlos y apropiarse de su consumo y despertar el interés por la lectura para eso ha sido necesario llevar a cabo la infografía. Ante la inminente supremacía de la imagen, los medios gráficos generaron nuevas herramientas con el fin de atraer a un público con renovados hábitos lectores - caracterizado por una lectura veloz y fragmentada a través de las infografías". P.13
Infografía como método alternativo pedagógico para el aprendizaje en la educación superior.	Glenda Cecibel Intriago Alcívar Universidad Técnica de Babahoyo Ángel Braulio Martínez Vásquez Universidad Técnica de Babahoyo Ramona Elizabeth Intriago Alcívar	Artículo	2017	Ecuador	Intriago, G., Martínez, Á., Intriago, R., & Dahik, J. (2017). Infografía como método alternativo pedagógico para el aprendizaje en la educación superior. <i>Revista Magazine de las Ciencias</i> , 67-76.	https://revistas.utb.edu.ec/index.php/magazine/article/view/382	Entre las características que posee una infografía se cuenta con: a) la posibilidad de presentar resultados, de esta forma se muestran datos debidamente esquematizados, b) Material compatible con blog o sitios web, por tratarse de una imagen, este recurso permite la simplificación de información, es fácil y divertido, c) compatibilidad en redes sociales, de fácil acceso, mayor accesibilidad a la información por parte de los usuarios por sus características de tamaño, d) diseño intuitivo, esta característica hace que la infografía cumpla su rol en el proceso de enseñanza, e) determinación de marcas, en esta etapa se permite implementar la marca o identificación de quien realizó el trabajo, f) aportan a la memoria, este tipo de recurso facilita el recuerdo tan solo con lograr recordar alguna característica específica de la infografía o simplemente su color.P69

	Unidad Educativa Quevedo, Quevedo Jorge Luis Dahik Cabrera Universidad Técnica de Babahoyo						
Creación de infografías como instrumento de aprendizaje de Fundamentos del Diseño dirigido a los estudiantes del segundo semestre de la carrera de Diseño Gráfico	Samaniego López, Mariela Verónica Vargas Lema, Marcela Abigail	Tesis	2022	Ecuador	Vargas, M. (2022). <i>“Creación de infografías como instrumento de aprendizaje de Fundamentos del Diseño.</i> Riobamba.	http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/10048/1/UNACH-EC-FCEHT-DGR-00021-2022.pdf	“La historia de la infografía es tan antigua como la de la conjunción de un texto con una imagen, un fenómeno visual que encontramos en Babilonia y Egipto, por no hablar de los antiguos desafíos de las culturas primitivas en las paredes de las cuevas o en las piedras erguidas de los lugares mágicos. La infografía surge como una necesidad de subrayar el mensaje icónico, de darle su perfecto sentido, para que no haya dudas para quienes puedan malinterpretar el contenido de una comunicación visual no animada.” P23
Análisis de las infografías de la plataforma Pictoline del mes de febrero del 2021	Castillo Díaz, Silvia Jaqueline	Tesis	2021	Perú	Castillo, S. (2021). <i>ANÁLISIS DE LAS INFOGRAFÍAS DE LA PLATAFORMA PICTOLINE DEL MES DE FEBRERO DEL 2021.</i> Chiclayo.	https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3942/1/TL-CastilloDiazSilvia.pdf	la infografía se puede determinar como una representación más visual de un contenido textual, la cual puede servir ya sea para contar un relato, explicar un suceso, describir hechos, etc. También resaltó que no solo por la cantidad de texto o lo atractiva que puede ser a la vista se puede considerar infografía, ya que sobre todo debe ser fácil de entender y aun así brindar suficiente información.P.9
La importancia de la infografía como recurso periodístico en los diarios digitales del Perú	Kcomt Samame, Yulyenett	Tesis	2020	Perú	Yulyenett, S. (2020). <i>La importancia de la infografía como recurso periodístico en los diarios digitales del Perú.</i> Perú.	http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/3657/TIB_KcomtSamameYulyenett.pdf?sequence=1&isAllowed=y	Sánchez y Hinojosa (2016 habla del poder que tienen las infografías en el periodismo y que estas radican en su funcionalidad. Esto hace más comprensible para los lectores, ya que ahora estos leen poco tiempo, por eso la infografía contiene visualizaciones creativas ya que para los usuarios son atractivas y terminan fidelizando con los diarios online. La infografía para cumplir su función informativa debe tener diferentes elementos de un relato, como el inicio, nudo y desenlace, así que responden a las preguntas básicas del hecho que se relatará. (Ardèvol, 2013). P9

Elaboración de infografías: hacia el desarrollo de competencias del siglo XXI	Cristián Roney Aguirre, Eduardo Menjívar Valencia, Heimi Lilliana Morales	Artículo de revista	2014	Colombia	Roney, C., Menjívar, E., & Morales, H. (2014). Elaboración de infografías: hacia el desarrollo de competencias del siglo xxi. <i>Diálogos</i> , 23-37.	https://www.lamjol.info/index.php/DIALOGOS/article/download/2207/2002	Aun cuando en la creación de una infografía se debe considerar el aspecto estético, este no ha de superponerse a la ética. El concepto de infografía involucra el uso de datos, hechos históricos y científicos es importante verifiquen las fuentes de información consultadas; ninguna infografía deberá contener información que no sea veraz y comprobable. P25
---	---	---------------------	------	----------	--	---	---

12.2. Anexo 2. Entrevista.

“La infografía como medio de divulgación para redes sociales”

Objetivo general: Definir las características que componen una infografía para las redes sociales, con el fin de fortalecer el saber profesional de los diseñadores gráficos en formación y egresados de la ciudad de Medellín en el año 2020 y 2022.

La presente entrevista es un instrumento de recolección de información para el trabajo de grado de la carrera profesional en Diseño Gráfico de la Institución Universitaria Pascual Bravo y se aplica a la población seleccionada con la finalidad de obtener la información necesaria para realizar el análisis y generar las respectivas conclusiones.

Nombre: _____

Profesión: _____

Rol en el trabajo de grado: opinión de un experto

Concepto de selección como experto: _____

Preguntas:

1. ¿Cuál es tu profesión?
2. ¿Podrías darme un breve resumen de tu trayectoria académica y laboral?
3. ¿Cuál fue tu principal motivación para dedicarte a la infografía?
4. ¿Cómo definirías la infografía?
5. ¿Cuáles son los contextos en que consideras que puede usarse una pieza infográfica?
6. ¿Qué elementos crees fundamentales para crear una infografía efectiva y atractiva para el público?
7. ¿Qué consideras que diferencia a la infografía de otras piezas gráficas?

8. ¿Qué ha sucedido con el diseño infográfico en el surgimiento de las redes sociales y las nuevas herramientas digitales?
9. ¿Cuáles son las plataformas que desde tu conocimiento consideras que funcionan para la publicación de infografías?
10. ¿Crees que la infografía en redes sociales puede influir en la percepción y comprensión de un tema? ¿Cómo?
11. ¿Qué elementos se deben tener presentes para una infografía que se va a utilizar en redes sociales?
12. ¿Qué elementos gráficos generan impacto en una pieza infográfica empleada en redes sociales o medios impresos?
13. ¿Qué consejo le darías a los diseñadores gráficos, tanto estudiantes como profesionales o aquellos que están interesados en incursionar en el campo de la infografía?

12.3. Anexo 3. Consentimiento informado.

Consentimiento informado

“La infografía como medio de divulgación para redes sociales”

Objetivo general: Definir las características que componen una infografía para las redes sociales, con el fin de fortalecer el saber profesional de los diseñadores gráficos en formación y egresados de la ciudad de Medellín en el año 2020 y 2022.

La presente entrevista es un instrumento de recolección de información para el trabajo de grado de la carrera profesional en Diseño Gráfico de la Institución Universitaria Pascual Bravo y se aplica a la población seleccionada con la finalidad de obtener la información necesaria para realizar el análisis y generar las respectivas conclusiones.

Entrevistado: _____

Profesión: _____

Rol en el trabajo de grado: _____

Concepto de selección como experto: _____

Yo _____, identificado con el número de documento _____ de _____, en consideración a que el día ____ del mes de _____ del año _____ he sido entrevistado, fotografiado o participado en un video por parte de Juan Pablo Rodríguez Ossa estudiante de la Institución Universitaria Pascual Bravo, asevero:

De manera expresa cedo los derechos de propiedad intelectual y AUTORIZO a Juan Pablo Rodríguez Ossa para la utilización de mis respuestas a su entrevista, fotografías o

tomas de video para la finalidad mencionada, sin que dicha autorización esté sometida a ningún plazo temporal ni esté restringida al ámbito nacional de ningún país.

Juan Pablo Rodríguez Ossa

Entrevistador

Nombre

Entrevistado