



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**ESTUDIO DE CASOS: USO DE INFOGRAFÍAS EN LA ENSEÑANZA VIRTUAL
POR PANDEMIA EN UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA EN EL 2021**

Línea de investigación:

Educación para la sociedad del conocimiento

Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Educación

Autor:

Villena Jauregui, Fredy Wilson

Asesora:

Cruz Gonzales, Gloria Esperanza
(ORCID: 0000-0003-1937-5446)

Jurado:

Cumpa Farfán, Luis Alberto
Escate Diaz, Johnny William
Monroy Correa, Graciela Martina

Lima - Perú

2023

Reporte de Análisis de Similitud

Archivo:

Fecha del Análisis:

Analizado por:

Correo del analista:

Porcentaje:

Título:

Enlace:



DRA. MIRIAM LILIANA FLORES CORONADO
JEFA DE GRADOS Y GESTIÓN DEL EGRESADO



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

“ESTUDIO DE CASOS: USO DE INFOGRAFÍAS EN LA
ENSEÑANZA VIRTUAL POR PANDEMIA EN UNA
UNIVERSIDAD PÚBLICA EN EL 2021”

Línea de investigación:
Educación para la sociedad del conocimiento.

Tesis para optar el Grado Académico de Doctor en Educación

Autor:

Villena Jauregui, Fredy Wilson

Asesora:

Cruz Gonzales, Gloria Esperanza
ORCID: Código 0000-0003-1937-5446

Jurado:

Cumpa Farfán, Luis Alberto
Escate Diaz, Johnny William
Monroy Correa, Graciela Martina

Lima – Perú
2023

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, a mis padres y hermanos que están sentados cerca de él.

A mi esposa María, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a su perseverancia he logrado llegar hasta este lugar.

A mis hijos por estar siempre presentes, acompañándome con apoyo moral, y por ser lo más importante de mi vida.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecimiento

Agradezco a mi gran amigo y profesor el Ph.D. Dr. Oscar Rafael Guillen Valle por sus consejos y constante apoyo con su conocimiento he logrado culminar la presente Tesis.

Agradezco a mis docentes de la Escuela de Posgrado de la Universidad Federico Villarreal, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, a la doctora Gloria Cruz Gonzales tutor de mi proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los participantes en las entrevistas a profundidad por su valioso aporte para nuestra investigación.

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Resumen.....	iv
Abstract.....	v
Listado de contenido.....	vi
Listado de tablas y figuras	ix
Listado de tablas	ix
I INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Descripción del problema.....	3
1.3 Formulación del problema.....	5
1.3.1 Problema General.....	5
1.3.2 Problemas Específicos	5
1.4 Antecedentes de la investigación.....	6
1.4.1 Antecedentes Internacionales.....	6
1.4.2 Antecedentes Nacionales	11
1.5 Justificación de la investigación.....	14
1.6 Limitación de la investigación	18
1.7 Objetivos de la investigación	19
1.7.1 Objetivo General	19
1.7.2 Objetivos Específicos.....	20
1.8 Hipótesis e la investigación.....	20
1.8.1 Hipótesis General.....	20
1.8.2 Hipótesis Específicos	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. Marco teórico	22
2.2. Diccionario de términos	38
CAPITULO III: MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.1 Tipo de investigación	43
3.2. Escenario de estudio	46
3.3 Operacionalización de la variable.....	47

3.4. Instrumento	50
3.5. Procedimientos.....	50
3.6. Análisis de datos.....	51
3.7. Consideraciones éticas.....	53
CAPITULO IV: RESULTADOS	55
4.1. Consolidado de las entrevistas a profundidad.....	55
4.2. Descripción e interpretación de resultados de las entrevistas a profundidad	86
4.2.1 Primer resultado:	86
4.2.3 Segundo resultado:	87
4.2.4 Tercer resultado:.....	87
4.2.5 Cuarto resultado:	87
4.2.6 Quinto resultado:	88
4.2.7 Sexto resultado:	88
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	89
<u>5.1</u> Primera Discusión	89
<u>5.2</u> Segunda Discusión	90
<u>5.3</u> Tercera Discusión	90
<u>5.4</u> Cuarta Discusión	92
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	94
<u>6.1</u> Primera conclusión:.....	94
<u>6.2</u> Segunda conclusión:.....	95
<u>6.3</u> Tercera conclusión:.....	95
<u>6.4</u> Cuarta conclusión:.....	96
<u>6.5</u> Quinta conclusión:.....	96
<u>6.6</u> Sexta conclusión:.....	97
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	98
<u>7.1</u> Primera Recomendación.....	98
<u>7.2</u> Segunda Recomendación.....	98
<u>7.3</u> Tercera Recomendación.....	99
<u>7.4</u> Cuarta Recomendación.....	99
Capítulo VIII: Referencias Bibliográficas	101

Listado de figuras

Figura1 Ejemplo con Geniality.....	38
Figura2 Ejemplo con Canvas.....	38
Figura3 Ejemplo con Piktochart	39
Figura4 Ejemplo con Infogr.am	39
Figura5 Ejemplo con Worlde.....	40
Figura6 Paradigmas de la investigación.....	46
Figura7 Tipos de Investigación.....	47
Figura8 Diagrama Google Maps.....	48
Figura9 Categorías y Subcategorías.....	55
Figura10 Mapa de Categorías y Subcategorías	55

Listado de Tablas

TABLA 1 Matriz de operacionalización de las variable	49
TABLA 2 Análisis exploratorio de las palabras nombradas en la entrevista.....	52
TABLA 3 Base de datos de entrevistas a profundidad.....	54

Resumen

Objetivo general de investigación; Describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

Participantes: alumnos del curso a evaluar en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021. **Metodología:** Metodología cualitativa, **Tipo de estudio:** Básica, **Diseño de investigación:** Cualitativo – Estudio de caso, **Escenario de estudio:** Universidad Pública, Características del sujeto: Alumnos del curso de resonancia magnética, **Muestra:** Cuatro. **Trayectoria metodológica:** Demostrar e Interpretar, **Tratamiento de datos:** Microsoft Excel y Maxqda y el Rigor científico: Triangulación y Método – **Instrumento:** Entrevista a profundidad, **Resultados:** Posterior a describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías (Cx) y subcategorías (SCxCx) están presentes en sus respuestas planteadas; Conceptualización (C1); Definición de infografías (SC1C1), Beneficios de infografías, (SC2C1), Tipos de infografías (C2); Proyectos publicitarios (SC1C2); Proyectos corporativos (SC1C2), Proyectos educativos (SC2C2), Proyectos informativos (SC3C2); Elementos de la infografía (C3); Iconos (SC1C3), Elementos de marca personal (SC2C3), Tipografía (SC3C3), Imágenes (SC4C3), Ilustraciones vectoriales (SC5C3), Mapas conceptuales (SC6C3), Esquemas (SC7C3), Etapas y herramientas (C4), Etapas (SC1C4) , Fuentes de inspiración (SC2C4) , Herramientas (SC3C4) y Estrategias (C5), Premisas (SC1C5), Estrategias básicas (SC2C5). **Conclusión:** Se concluye que el uso de infografías influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

Palabras claves: Conceptualización, Tipos de infografías, Elementos de la infografía, Etapas y herramientas, Estrategias

Abstract

General research objective: Describe and interpret how the use of infographics influences virtual teaching due to the pandemic in a public university in 2021. **Participants:** students of the course magnetic resonance to be evaluated in virtual teaching due to pandemic in a public university in 2021 **Methodology:** Qualitative methodology, Type of study: Basic, Research design: Qualitative – Case studies, Study scenario: Public University, Characteristics of the subject: Course students, Sample: Four, Methodological trajectory: Demonstrate and Interpret, **Data treatment:** Microsoft Excel and Maxqda and Scientific rigor: Triangulation and Method – Instrument (Deep interview) **Results:** After describing and interpreting how the use of infographics influences virtual teaching due to the pandemic, the interviewees in depth; indicate that the following categories (Cx) and subcategories (SCxCx) are present in their proposed responses; Conceptualization (C1); Definition of Infographics (SC1C1), Benefits of Infographics, (SC2C1), Types of Infographics (C2); Advertising projects (SC1C2); Corporate Projects (SC1C2), Educational Projects (SC2C2), Informative Projects (SC3C2); Infographic elements (C3); Icons (SC1C3), Personal Brand Elements (SC2C3), Typography (SC3C3), Images (SC4C3), Vector Illustrations (SC5C3), Concept Maps (SC6C3), Schemes (SC7C3), Steps and Tools (C4), Steps (SC1C4), Sources of inspiration (SC2C4), Tools (SC3C4) and Strategies (C5), Premises (SC1C5), Basic strategies (SC2C5). **Conclusion:** We can conclude that the use of infographics positively influences virtual teaching due to the pandemic in a public university in 2021

Keywords: Conceptualization, Types of infographics, Elements of infographics, Stages and tools, Strategies

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Según (Alemán et al., 2021) precisó que los sujetos académicos, en etapa de pandemia, no están en igualdad de condiciones para entrar a la educación virtual: localidad geográfica, elementos baratos y tecnológicos, capacitación y vivencia en la utilización de tecnología de información y comunicación, por ejemplo. El propósito de la exploración fue investigar la verdad de la educación virtual en el Perú, realizando énfasis en las brechas de desigualdad popular que se han generado a lo largo de la pandemia, en el año 2020. La metodología utilizada se fundamentó en el examen hemerográfico de notas periodísticas y la información de comunidades que detallan las circunstancias de la educación en el país, interpretadas a la luz de la literatura científica producida sobre el tema. Los resultados evidenciaron que la lección virtual viene acrecentando las desigualdades educativas y digitales, poniendo en riesgo la justicia social educativas. Se concluye que la educación en el Perú, en tiempos de pandemia, es un derecho invisible, convirtiéndose en un privilegio de esos que tienen condiciones sociales, tecnológicas y económicas favorables, en desmedro de esos grupos vulnerables; incrementando las brechas de desigualdad social; por lo cual se necesita una transformación integral que promueva igualdad didáctica.

Del mismo modo desarrollar los tutoriales con el acompañamiento de la infografía; las infografías son una espectacular utilidad, para plasmar contenido de una forma visual más interesante, ligera y simple de abarcar que un artículo de texto. Las virtudes de las infografías son muchas en el momento de argumentar ideas y conceptos, que de otra forma sería bastante menos simples de llevar a cabo comprender. Esta interesante forma visual de plasmar cierto contenido es una vigorosa utilidad para capturar la atención de los alumnos o cualquier clase de persona que esté consultando esa información. Son fundamentalmente servibles en el momento de argumentar

ideas extensas o complicadas, donde se extraen las partes más destacables y son simplificadas en una manera de esquema, con los puntos a poner énfasis y los datos importantes. Las virtudes de las infografías tienen la posibilidad de ser aprovechadas tanto para divulgar contenido general en páginas de internet o revistas, como de manera didáctica para usarse en la enseñanza.

Virtudes de las infografías: Son persuasivas y llamativas: Los alumnos adoran la información simple de comprender cómo las estadísticas, los números, gráficos y cantidades. Las infografías son especiales para agrupar una cantidad enorme de datos, en un formato simple y satisfactorio de abarcar. Los estudiantes no solo aprecian el formato, sino que memorizan y procesan la información más de manera rápida. Saltan a la visión en los libros de texto: En contraste con la información redactada, que se pierde entre párrafos, encabezados y títulos, las infografías saltan a la visión en alguna página de un libro o contenido digital. Eso nos enseña que hacer infografías con la información más importante es ideal para hacer más simple su búsqueda otra vez mientras se estudia o averiguar de manera rápida la información de esta. Proponen una guía visual con un sendero a seguir: Las infografías no solo tienen la posibilidad de exhibir considerable suma de información de una forma interesante, sino que crean un sendero a continuar para argumentar hechos de manera cronológica, pasos de procesos, normas a continuar, etc. Esto es especialmente servible, para los estudiantes que tienen menos facilidades de acordarse explicaciones basados en contenidos escritos. Incrementan la memorización y comprensión: Una de las virtudes más indispensables por los tutores o profesores, es que capta la atención de los estudiantes de forma sencilla y les facilita recordar solo una imagen del contenido, simple de retener en su cabeza y de ideas visibles. No obstante, para que esto sea efectivo, la infografía debe ser clara, bien estructurada y tener elementos gráficos además de iconos que ayuden a su interpretación. Incrementa las ganas de estudiar: A nadie le agrada hacer tareas aburridas y monótonas y los estudiantes no son una excepción. Las aburridas clases repletas de teoría donde se hacen un repaso largos párrafos de texto

constantemente para comprender el contenido; quitan las ganas de estudiar. Un libro o cualquier clase de contenido abundante en imágenes, infografías y demás material gráfico visual despierta la curiosidad de los alumnos, desatando en ellos su interés por la asignatura y las ganas de estudiar. Estos son sencillamente algunas de las virtudes de las infografías. Indudablemente hay muchas más que tienen la posibilidad de ser dentro en esta lista o complementar alguno de los puntos comentados. Por todo lo mencionado, las infografías construidas con el propósito de ser educativas deben condensar la información en sus elementos más básicos y lograr que los datos sean de forma sencilla digeribles para los estudiantes.

1.2 Descripción del problema

Los tipos de infografías, el formato y los temas a tratar en las infografías es tan variado que, para hacer una precisa organización visual de los elementos gráficos, es requisito comprender la lista de los tipos de infografía que hay, según el contenido a tratar:

Infografía informativa: Esta clase de gráfico surgió en el periodismo, pero no solo es favorable para divulgar una novedad, sino además para argumentar algún hecho o hecho. Si tu finalidad es sugerir información o un criterio, puedes desarrollar una infografía informativa.

Infografía de producto: Se utiliza para detallar los puntos esenciales de un producto. Cuando la intención es anunciar un producto o servicio, esta clase de infografía resulta servible dado que asiste para enfatizar lo verdaderamente importante. Al destacar las características o propiedades con conceptos breves e imágenes de alta definición, lograrás ofrecer un concepto de cómo es ese producto o servicio y su desempeño.

Infografía secuencial: En este tipo de gráfico, mostrarás una secuencia de manera estructurada. Usa una composición con apariencia de lista, apoyada por iconos o imágenes consecutivas. Utilízala si quieres desarrollar guías veloces y el propósito sea sintetizar esa información en numerosos pasos secuenciales.

Infografía científica: Es un tipo de infografía didáctica para hacer más simple la lección de temas investigadores y académicos. Es de gran ayuda en la lección y el planeta educativo. Utilízalo para argumentar temas complejos que contengan conceptos y términos perfeccionados.

Infografía biográfica: Esta clase de infografía detalla la vida y obra de algún personaje en escasas expresiones y utiliza iconos que asisten a representar los puntos más relevantes de su historia como sus estudios, su nacionalidad sus ocupaciones, deseos, etc.

Infografía geográfica: Estos gráficos se utiliza para descubrir el sitio de un hecho por medio de mapas. Si tu propósito indispensable es indicar el sitio donde ocurrió o se va a realizar un hecho o serie de hechos o marcar un sendero geográfico puedes hacer una infografía geográfica, **Infografía de proceso;** Esta clase de gráfico ofrece un esquema visual y conceptual que facilita comprender un desarrollo punto por punto, de esta forma como algún hecho o tema. Frecuentemente se muestra con apariencia de diagramas o flujos. A lo mejor es el tipo de infografía a la que nos encontramos más acostumbrados al haberla empleado frecuentemente sin percatarnos en muestras y esquemas.

Infografía cronológica: Esta clase de infografía exhibe una serie de hechos o de datos acatando una línea temporal. Es una manera de relatar una secuencia de hitos de forma organizada.

Los temas o asuntos tienen la posibilidad de ser sobre procesos evolutivos, creaciones o evoluciones en todo el tiempo son susceptibles de verse por medio de esta clase.

Infografía estadística: Su funcionalidad primordial radica en simplificar de manera gráfica la información numérica. Representa tendencias o resultados estadísticos con gráficos de pastel, barras, tablas o líneas para plantear proporciones, porcentajes o coordenadas muchísimo más visuales que un texto.

Infografía comparativa: Las infografías comparativas tienen como finalidad destacar las diferencias entre algunos elementos o cambiantes. La mayor parte de las ocasiones detallan tablas con los puntos a contrastar. Usa esta clase de infografía cuando sea primordial detallar diferencias o semejanzas entre numerosos elementos; entre otras cosas, al contrastar las virtudes de tu producto frente a la rivalidad.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema General

¿Cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021?

1.3.2 Problemas Específicos

1.3.2.1 Problema Específico 1. ¿Cómo influye la conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021?

1.3.2.2 Problema Especifico 2. ¿Cómo influyen los tipos de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021?

1.3.2.3 Problema Especifico 3. ¿Cómo influyen los elementos de la infografía en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021?

1.3.2.4 Problema Especifico 4. ¿Cómo influyen las etapas y herramientas de las infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021?

1.3.2.5 Problema Especifico 5. ¿Cómo influyen las Estrategias de las infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021?

1.4 Antecedentes de la investigación

1.4.1 Antecedentes Internacionales.

Como se pudo observar en el paper realizado por (Díaz-López & Díaz-López, 2021), Universidad de La Sabana, Facultad de Medicina, Grupo de Educación Médica para Ciencias de la Salud. Chía, Colombia, indica lo siguiente: Introducción: La utilización de distintos elementos entretenidos en la sala incentiva novedosas tácticas educativas y edifica vivencias originales entre docentes y alumnos. En este sentido, la infografía, como objeto de estudio, complementa el contenido utilizable en los ámbitos virtuales y crea ambientes de estudio reflexivos, comunitarios y autónomos. Objetivo: Detectar las apreciaciones, reacciones, vivencias y perspectivas en relación con el estudio importante de bioseguridad por medio de la utilización de infografías. Métodos: Se llevó a cabo un estudio cualitativo por medio de la técnica de grupos focales. Se preparó un guion ámbito a las inquietudes conseguidas desde el reabastecimiento y se formularon numerosas

cuestiones que fueron grabadas en audio. Para el examen del alegato se definieron categorías simples, las cuales se ajustaron acorde se revisaron los testimonios, según el procedimiento de la teoría fundamentada. Una vez identificadas las categorías se procedió a “triangular” el propósito, los documentos y los estudios previos. Resultados: Se integró y analizó el contenido de la transcripción de los grupos focales. Se construyeron 4 categorías simples, que abarcaron la comprensión del estudiante en relación a la funcionalidad formativa del desarrollo, el empoderamiento de los alumnos, el manejo de conflictos y algunas recomendaciones de optimización desde la visión del estudiante. Conclusiones: La técnica de grupos focales determinó una utilidad importante para comprender el avance de nuevos contenidos digitales, por medio de las infografías como un plan didáctico, visible en procesos académicos dinámicos, flexibles, participativos y motivadores, que impulsan el estudio importante, el trabajo colaborativo y el pensamiento crítico. Expresiones clave: infografía; educación médica; innovación; estudio significativo; grupos focales.

De acuerdo a lo expresado (Acuña, 2018) en el manifiesta lo siguiente: Desde la pre-historia vimos como el hombre ha usado las imágenes a fin de crear un sistema de representación gráfica para argumentar la relación con su ámbito. Estas imágenes, han servido para contar a diferentes generaciones parte de la crónica de nuestros ancestros. En la actualidad pertenecemos a una era tecnológica, donde las imágenes se convirtieron en un elemento sustancial para “comunicar”, puesto que el internet y los teléfonos móviles han abierto espacio a enormes proporciones de información gráfica, construyendo en nosotros una más grande y mejor percepción en nuestros canales visuales. Y las infografías cobran vida en la red convirtiéndose en una increíble utilidad para comunicar información. En este texto voy a hablarte de cómo tenemos la posibilidad de usar las infografías para adaptarlas a nuestros contenidos académicos y convertirlas en un plan eficiente

para crear estudio. En el campo educativo la infografía está en apogeo, las causas no se le atribuyen a la tendencia tecnológica, sino a la forma en el cual es viable ordenar la información, puesto que su composición puede crear contenidos: Más interpretativos, que en un fácil esquema. Más grande poder de investigar a aspecto, que en tablas de datos. Más atrayente para examinar, que en los contenidos escritos y las muestras. Y muchísimo más corto, que un vídeo. Por medio de su poder comunicativo y amigable la infografía puede transformarse en un recurso didáctico al incorporarse en el desarrollo de enseñanza-aprendizaje, puesto que tienen la posibilidad de dar servicios significativos como: fuente de información para hacer más simple la comprensión de contenidos, de esta forma como un medio para recompensar la imaginación y forma de expresión de los alumnos. ¿Y cómo puede alcanzarse los dos provechos?; Como fuente de información para el estudiante, Las infografías tienen la posibilidad de ajustarse a las pretensiones pedagógicas y de estudio, organizando la información según propiedades del estudiante, edad, etapa del avance cognitivo y desde ahí estructurar los contenidos, teniendo claro el saber que se quiere lograr y el contexto donde se va a usar, sea en un libro, folleto, afiche, pantallas, internet, etc. Como un medio para recompensar la creatividad; cuando invitamos a nuestros alumnos a hacer infografías, lo incentivamos a concentrarse no solo en estudiar el contenido, sino a reflexionar, imaginar, investigar en cómo vamos a reflejar lo aprendido y cómo se organizará el contenido en la infografía, a fin de lograr los objetivos didáctico. Para eso, el estudiante tendrá que comprobar la bibliografía con información importante, intentando encontrar información enfocándose en curiosidades que capturen la atención, y para eso creará tácticas visuales a fin de comunicar toda la información de forma gráfica. Al ser esta una táctica fácil de utilizar permitirá desarrollar la capacidad de sintetizar y argumentar todo el contenido en una infografía, nos encontramos consolidando conocimiento. Cuando los alumnos logran interiorizar un contenido a hondura, al exponerlo se prueba la pasión que impregnaron en sus ocupaciones. ¿Por qué usar la infografía como estrategia didáctica?; porque

las infografías bien diseñadas, tienen la capacidad de reflejar un contenido muchísimo más atrayente. Y por más que creas que no es cierto, son una utilidad simple de utilizar y llevar a cabo. Los expertos en neurociencia destacan que las infografías hacen más fácil la transmisión de la información, porque activan los dos lados del cerebro: el izquierdo responsable del razonamiento lógico y el derecho solicitado de la monitorización e interpretación de imágenes. Por lo cual incrementa la posibilidad de recordar el contenido.

De acuerdo a lo expresado por (Unsworth & Unsworth, 2021) en su trabajo podemos explicar lo siguiente: Ya hace tiempo, la dificultad del alegato científico fue identificado como desafiante para bastantes alumnos. Los exámenes de la lingüística sistémico servible sobre tecnicidad y agregación de significados, que distinguen el alegato científico del diario, han explicado la dificultad lingüística a la que se combaten los alumnos. La dificultad de las imágenes y los ensambles de imagen-lenguaje en el alegato científico no fue descrita de forma semejante. Dos puntos de la creación de significados multimodales no se han teorizado bastante para apoyar a las pedagogías de interpretación y creación de visualizaciones en las ciencias: 1) se ha ignorado mayormente el papel de lo verbal dentro de las representaciones visuales científicas; 2) el examen de imágenes hizo hincapié en las imágenes de composición fácil, entre otras cosas narrativas, clasificatorias o analíticas, en tanto que las construcciones múltiples en solo una imagen son un recurso recurrente e importante en las ciencias. Este artículo muestra un marco en el que se detalla el codespliegue de la imagen y la palabra para crear ensambles de composición múltiple imagen-lenguaje en los libros de texto de ciencias para secundaria. Utilizando este marco, se describen dos investigaciones: (1) la alteración entre las infografías de los libros de texto en la coarticulación imagen-lenguaje, que representa complejos de significados de fenómenos como la mitosis; (2) la relación entre la coarticulación de los elementos imagen-lenguaje y el nivel de logro en las

infografías construidas por los alumnos de secundaria. Se establecen implicancias para prolongar la exploración transdisciplinaria en semiótica didáctica y en educación científica, y para pedagogías que promuevan el avance de la literacidad disciplinar multimodal en ciencia para la escuela secundaria. Expresiones clave: literacidad en ciencias, infografías, multimodalidad, lingüística sistémico servible, libros de texto

Como se pudo observar en el trabajo realizado por (Simón Dolz & Simón Dolz, 2020) titulado “*Methodology for the use of didactic infographics in the postgraduate pedagogical process of the center for the study of technologies and systems*”, expresó lo siguiente: La presente exploración tuvo como propósito la iniciativa de una metodología para la utilización de las infografías didácticas en la educación de estudio. En este sentido, se expone desde la exploración realizada un examen de referentes teóricos del uso de los medios de lección en el desarrollo pedagógico de estudio, de esta forma como las potencialidades que tienen las infografías didácticas que aceptan la utilización de estas en el desarrollo de lección estudio. Sobre la base de estos principios se mostró una metodología por medio de la cual se conjugaban principios didácticos de la lección desarrolladora y las Tecnologías del Estudio y el Conocimiento; la iniciativa estimuló la utilización eficiente de las infografías didácticas como un medio de lección en las ocupaciones de superación posgraduada. Expresiones clave: Medios de lección, infografías didácticas, desarrollo pedagógico.

De acuerdo a lo manifestado por (UBUCEV, 2019) se pudo interpretar lo siguiente: Las infografías se convirtieron en un enorme recurso para la educación. Es una manera de ofrecer acompañamiento a la asignatura por medio de un recurso muy visual que captura la atención del

alumnado. Ahora hemos desarrollado una infografía para explicaros lo de mayor relevancia sobre este enorme recurso educativo.

1.4.2 Antecedentes Nacionales.

Podemos indicar que (Zavaleta Argomedo, 2021) en su trabajo de investigación manifestó lo siguiente: El presente trabajo "Mejoramos nuestra comprensión de contenidos escritos expositivos por medio de infografías" está apoyado en el trabajo llevado a cabo con el quinto y sexto nivel de Educación Principal en la Institución Didáctica N° 14381 del Centro Poblado Menor Lagunas de San Pablo, jurisdicción de la Red Didáctica Local de Pacaipampa, donde laboro, en el que se tuvo presente para su concreción el enfoque comunicativo del sector de Comunicación que la sustenta, especialmente en las competencias comprende y produce contenidos escritos en su lengua originaria. La Primera parte, está orientada a la especificación del inconveniente visto en mi ejercicio docente, que es la contrariedad que tienen los educandos en los dos últimos grados del nivel de educación principal para abarcar lo que leen, pero más aun de producir contenidos escritos en los que se evidencie una eficaz interpretación de la lectura, y la necesidad de atender este inconveniente para ofrecer elecciones de satisfacción a mi tarea como docente. En segundo término, nos ocupamos de sustentar el basamento teórico en los que se fundamenta, cambiantes que comprende nuestro inconveniente de tal modo que se logre justificar científicamente el avance de este trabajo. Finalmente, nos ocuparemos de los puntos técnico-pedagógicos, que fundamentan la estrategia trabajada para superar u ofrecer elecciones para bajar la contrariedad que muestran mis alumnos.

Cabe precisar que (López Villegas, 2021) en su trabajo realizado podemos interpretar lo siguiente:El de hoy trabajo de rivalidad profesional que se tituló "Leemos una infografía para hacer mejor la interpretación de la lectura de alumnos del sexto nivel de Educación Principal de la

Institución Didáctica Santa Fe de Carrizal, Chugay, Sánchez Carrión – La Libertad” diseñó e implementó una sesión de estudio, su objetivo fue que los alumnos logaran la aptitud demostrativa de comprensión de contenidos escritos discontinuos y, por lo tanto, la creación de su estudio. La metodología empleada consistió en investigar una infografía; se detalló a los alumnos la intención de la lectura del texto, cómo está estructurada la información, en cuántas partes se organizó la información gráfica y de qué se habla en todas ellas; más adelante se formaron grupos laborales a los que se les entregó una infografía, se brindó el acompañamiento pedagógico respectivo, se expusieron las infografías utilizando la técnica del museo y se consiguió como resultado una optimización importante de la comprensión de contenidos escritos discontinuos, como se prueba del respectivo instrumento de evaluación. Se llegó a la conclusión que la aplicación de infografías como recurso didáctico mejoran la interpretación de la lectura en alumnos de nivel principal, evidenciándose por medio de novedades en los escenarios de logro: inferencial y criterios de parte de los alumnos.

Según lo precisado por (Gutiérrez Alburqueque, 2016) en su trabajo podemos indicar lo siguiente: La presente exploración consistió en la observación analítica sobre la utilización de la infografía en el estudio. En ésta se han usado distintas fuentes bibliográficas como libros, proposición, artículos investigadores y académicos, entrevistas, etc. Este estudio fue cualitativo, de naturaleza descriptiva, se creó con la recolección de datos e información acerca de los distintos puntos de este tema (la infografía) para ser más adelante interpretados de manera integral. Aunque este instrumento no se ha usado en educación, se han logrado resultados considerables en este tema. Tuvo como conclusión que la infografía, como estrategia didáctica, estimula el estudio de los alumnos de educación secundaria; además en forma de ilustración, refuerza el aprendizaje; y es

utilizado como un recurso para ordenar la información, facilita la optimización del estudio en los alumnos de este nivel.

Es preciso manifestar que (Farfán Saavedra, 2017) en su trabajo podemos indicar lo siguiente: El presente trabajo de exploración tuvo como propósito general determinar la relación entre una infografía sobre el consumo de tabaco y el saber de los estudiantes de la Facultad Privada UPC. El Tipo de interfaz empleado es no en fase de prueba, las fuentes usadas son documental y de campo, la hondura de estudio es de exploración correlacional y se empleó el muestreo no probabilístico. La muestra utilizada fue de 384 estudiantes de la UPC El Instrumento elegido fue la utilización del cuestionario, el cual estuvo conformado por 16 preguntas con repuestas de escala de Likert (las preguntas constan de 3 alternativas las cuales son: Muy, poco y nada). Para poner en marcha la encuesta se buscó validar el cuestionario por medio de tres profesionales expertos en el tema. Para medir la confiabilidad se consiguió por medio del Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos dejaron en evidencia que la infografía sobre el consumo de tabaco tiene relación destacable con el saber de los estudiantes de la facultad UPC.

De acuerdo a (Kahan Ocas, 2018) en su investigación podemos interpretar lo siguiente: El objetivo de la presente exploración fue considerar el nivel de comprensión de información periodística de los alumnos. Por esto, su primordial propósito era saber si la infografía optimizaba la comprensión de la información periodística de las distintas partes del periódico La República en los alumnos del Centro de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza”. Además, se trabajó con una población de 48 alumnos de la carrera profesional Computación e Informática del II Período del Centro de Educación Tecnológico Público “Nueva Esperanza”, los cuales fueron seleccionados por medio de un muestreo probabilístico - aleatorio fácil. Además, a esta exploración

se le aplicó un diseño de tipo ensayo puro, con un alcance explicativo. Además, se usaron técnicas de recolección de datos como la encuesta y la observación, tuvo como instrumentos al cuestionario y rúbrica de evaluación; que se aplicaron a los alumnos dentro de sus salas. Además, los resultados permitieron argumentar los problemas hechos a lo largo de la exploración, por lo cual lanzó en los dos grupos en la preprueba un enorme porcentaje en la categoría de comprensión regular y comprensión baja. Finalmente, las tácticas de las infografías periodísticas aplicadas estaban basadas en cada tema y el tipo de infografía que más le conviene; por este motivo, fueron para mejorar la comprensión periodística en los alumnos.

1.5 Justificación de la investigación.

Una infografía es la manera óptima de argumentar algo de manera clara, concisa y visual. Es muy correcto para argumentar de manera simple, conceptos o datos complejos. Además, se usa para contribuir a contar una historia visualizada en imágenes o, además, para llevar a cabo llegar información al público más de manera rápida

1.5.1 Justificación teórica

Para hacer esta exploración es requisito comenzar la reflexión teórica desde una visión general que nos permita recorrer el sendero que transporta del arte a la ciencia pasando por la tecnología y las técnicas asociadas en el tema de la información y comunicación, si poseemos presente que el objeto de estudio se coloca en un ámbito siempre bajo la influencia por los adelantos de la tecnología y que su prominencia visual transporta a admitir influencias del arte en él. Las discusiones que se muestran a lo largo del avance de este trabajo se hacen desde los binomios arte-técnica, técnica-comunicación, comunicación-ciencia, ciencia-conocimiento, tecnología-conocimiento, tecnología-ciencia, tecnología-técnica, tecnología-información, tecnología-

formación e información-formación. De esto viene que hacemos una revisión de distintas teorías planteadas por distintos autores que nos aceptan aclarar los entendimientos que sobre el avance del tema se hicieron hasta el día de hoy. Se tienen dentro teorías y reflexiones sobre información, novedad, gatekeeping, newsmaking, informe, medios, didáctica de medios, alfabetización audiovisual, alfabetización digital, multialfabetizaciones, mediamorfosis e infografía, de docentes como: Casasús, J. M.; Català, J. M.; De Pablos, J. M.; Diezhandino, P.; Domínguez, S.; Emery, M.; Emery, F.; Franquet, R.; Guidens; Gutiérrez; Moreno, A.; Perceval, J. M.; Pérez Tornero, J. M.; Tejedor, S.; y Valero, J. L.; Investigadores como: Alcalá, Ma.; Buckingham; Castells, M.; Condorcet; Crowley, D.; de Kerckhove, D; Especial, J.; Fidler, R.; Heyer, P.; Kress; Lewin, K.; López Hidalgo, A.; Martínez Albertos, J. A.; Martínez Vallvey; Martini, S.; McLuhan, M.; McLuhan, E; Millar, G.; Oria de R., S.; Pacho Reyero, F.; Prado, E; Piñuela P., A.; Piscitelli, A.; Salaverría, R.; Sánchez X., ; Santos; Smith, A.; Turgot, J.; Valbuena, F.; Vivaldi, M.; Williams, R.; e infógrafos como: Cairo, A.; Català, J.; Pou, D., Serra, J. y Tascón, M. Además, se clarifican los conceptos que se tienen presente en las distintas fases del emprendimiento de exploración, lo que tiene dentro las definiciones de algunos autores y reflexiones personales. La lista tiene dentro en orden alfabético los próximos términos: conectividad, confluencia, utilidades multimedia, hipermedia, hipertexto, interactividad, metáfora visual, movimiento, multimedia y sujeto en fase de prueba. Los exámenes completados sobre la relación tecnología-comunicación evidencian enormes cambios en los procesos de recepción de la información, instante en el cual el receptor, para nuestro caso intérprete, consigue una importancia real por medio de las propiedades propias de la red y es ahí cuando tenemos la posibilidad de plantearnos la oportunidad de afianzar lo que llamamos la transmisión de entendimientos que es el propósito general de esta investigación.

1.5.2 Justificación metodológica

La investigación cualitativa es un método para recoger y evaluar datos no estandarizados. En la mayoría de los casos se utiliza una muestra pequeña y no representativa con el fin de obtener una comprensión más profunda de sus criterios de decisión y de su motivación. En la investigación de mercado, los métodos de investigación cualitativa suelen incluir entrevistas, debates en grupo o métodos de observación cualitativa. Los resultados y las respuestas resultantes de estos métodos se interpretan en función del contexto y no se representan cuantitativamente. Así pues, la investigación de mercado representa información que no puede medirse directamente.

1.5.3 Justificación practica

Las infografías son tremendamente servibles y fundamentales para representar la información que es dificultosa de comprender por medio del puro texto. Con un fácil vistazo se puede comprender hasta las cosas más complejas, además son más simples de absorber y acordarse. En los años anteriores las infografías se convirtieron en uno de los más importantes elementos del Marketing En Línea gracias a su capacidad de crear links, menciones e importancia. Contribuye un enorme provecho en el posicionamiento web y consiguen muy buena amoldación a las Redes Sociales.

1.5.4 Justificación epistemológica de la investigación cualitativa

La Epistemología Cualitativa (Pereira et al., 2019) apareció como una concepción epistemológica en Psicología con el propósito de orientar la exploración de la subjetividad en su real dificultad, debido a que se hace irrealizable el estudio de la subjetividad como se sabe en la Teoría de la Subjetividad del creador, desde la utilización de tácticas universales y por medio del instrumentalismo muy que se encuentra en la psicología (González Rey, 2007). Como se pudo

observar en el trabajo de González Rey (2005c), él autor tomó la decisión de enfocar en su obra *Epistemología Cualitativa y Subjetividad*, el examen cualitativo desde una visión epistemológica diferente.

Según lo señalado por González Rey (2005c), la iniciativa de la Epistemología Cualitativa se ingresó con el propósito de acompañar las pretensiones de la exploración cualitativa en el campo de la Psicología. La causa para eso es vista, generalmente, las referencias epistemológicas elecciones al positivismo se limitaron a un nivel de principios muy en general, sin articularse fundamentalmente a las pretensiones de los distintos instantes concretos de la exploración de la subjetividad y en sus diferentes maneras de expresión (González Rey, 2005c).

Los principios en general de la producción de conocimiento que caracterizan la Epistemología Cualitativa, son los próximos (González Rey, 1997,1999, 2001, 2002, 2005c): La Epistemología Cualitativa defiende el carácter constructivo interpretativo del conocimiento. Eso implica una comprensión del conocimiento como producción y no como apropiación lineal de una realidad presentada ante el investigador. La producción de conocimientos es concebida como un proceso en el que la interpretación y la construcción de hipótesis por parte del investigador se articulan en la producción de un modelo teórico sobre lo que está siendo estudiado. El autor concibe el conocimiento como una forma de inteligibilidad y no de correspondencia con una realidad externa. La realidad emerge a través de los significados de los conocimientos producidos y el hombre es siempre limitado por las fronteras del sistema teórico a través del cual significa las informaciones empíricas que produce en el curso de sus diversas prácticas, entre ellas, las científicas. La legitimidad de lo singular como instancia de producción de conocimiento científico. La iniciativa epistemológica reconoce el valor de lo singular como fuente de conocimiento científico a distingue a los intentos de cuantificación o estandarización. En esa iniciativa, la legitimidad de los resultados que se consiguieron está dada por el valor que tienen para crear el

modelo teórico en etapa de avance en la exploración. Entonces, el valor de lo singular se proporciona no sólo por su carácter exclusivo, sino por el concepto que ayuda a crear para el modelo teórico que caracteriza la producción de conocimiento en el curso de la exploración. Esa es una propiedad muy distintiva de esa iniciativa. La comprensión de la exploración como un desarrollo de comunicación, como un desarrollo dialógico. La comunicación entre el investigador y los competidores de la exploración es, ya que, una ruta sustancial para la producción de información importante sobre el objeto de estudio. Es en el desarrollo de comunicación que los sujetos tienen la posibilidad de implicarse en la exploración y expresar su subjetividad desde las propiedades abiertas y semi abiertas de los instrumentos usados.

Es sustancial resaltar que la Epistemología Cualitativa fue construida por la necesidad de producir conocimiento sobre la subjetividad, de la misma forma que la sabe el creador en su Teoría de la Subjetividad. Opuestamente a eso que hace aparición con continuidad en los estudios en Psicología, la subjetividad no era considerada por González Rey (2002) como organización intrapsíquica limitada al sujeto, la subjetividad es una producción humana complicada (GONZÁLEZ REY, 2009), un sistema abierto que además caracteriza los espacios sociales, un tema que el creador explicó por medio de la categoría de subjetividad popular. Mitjans Martínez (2005) señaló que la subjetividad individual y popular se conforman de forma Por esa razón, es realmente difícil tener en cuenta la subjetividad de un espacio popular desconectada de la subjetividad de los humanos que la conforman. Además, es realmente difícil comprender la constitución de la subjetividad individual ignorando la subjetividad de los espacios sociales que contribuyen a su producción

1.6 Limitación de la investigación

1.6.1 Delimitación espacial

En la investigación titulada “*Estudio de casos: Uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021*”, se realizó con los alumnos del cuarto año de la Facultad de Tecnología médica en la Universidad Nacional Federico Villarreal, Jr. Río Chepén 290, El Agustino.

1.6.2. Delimitación temporal

La presente exploración estuvo comprendida entre los meses de junio del 2021 a diciembre del 2021, la cual tuvo una duración de 06 meses, el mismo que se señala acorde al cronograma de ejecución emprendimiento proposición en el capítulo V; Puntos Administrativos.

1.6.3. Delimitación conceptual

Según (Midori Nediger, 2021), sugirió el Diccionario de Inglés de Oxford, una infografía (o gráfico informativo) es “la representación visual de información y datos”. No obstante, una infografía es algo muchísimo más concreto. Una infografía es una recopilación de imágenes, visualizaciones de datos, gráficos de barra y gráficos circulares (o de pastel) y texto fácil (minimalista) que sintetiza un tema para que se logre comprender de forma sencilla. Mira en el ejemplo ahora cómo la infografía utiliza elementos visuales sorprendentes que chocan y comunican la información de manera clara y precisa.

1.7 Objetivos de la investigación

1.7.1 Objetivo General

Describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.7.2 Objetivos Específicos

1.7.2.1 Objetivo Especifico 1. Detallar cómo influye la conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.7.2.2 Objetivo Especifico 2. Identificar cómo influyen los tipos de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.7.2.3 Objetivo Especifico 3. Explicar cómo influyen los elementos de la infografía en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.7.4 Objetivo Especifico 4. Describir cómo influyen las etapas y herramientas de las infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.7.5 Objetivo Especifico 5. Identificar cómo influyen las Estrategias de las infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.8 Hipótesis de la investigación

1.8.1 Hipótesis General

El uso de infografías influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.8.2 Hipótesis Específicos

1.8.2.1 Hipótesis Especifica 1. La conceptualización en el uso de infografías influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.8.2.2 Hipótesis Especifica 2. Los tipos de infografías influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.8.2.3 Hipótesis Especifica 3. Los elementos de la infografía influyen positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.8.2.4 Hipótesis Especifica 4. Las etapas y herramientas de las infografías influyen positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

1.8.2.5 Hipótesis Especifica 5. Las Estrategias de las infografías influyen positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco teórico

El diccionario de la real Academia de la Lengua Española define: pandémico, ca adj. Médico. Perteneciente o relativo a la pandemia. (Española, 2023). En diciembre de 2019 hubo un brote epidémico de neumonía de causa desconocida en Wuhan, provincia de Hubei, China; el cual, según afirmó más tarde Reporteros Sin Fronteras, llegó a afectar a más de 60 personas el día 20 de ese mes, en marzo 2020 la enfermedad se hallaba ya en más de 100 territorios a nivel mundial, y fue reconocida como una pandemia por la OMS. El número de casos confirmados continuó creciendo hasta alcanzar los 500 mil casos a nivel mundial el 26 de marzo de 2020. La Organización Mundial de la Salud anunció en mayo 2023; que ponía fin a la emergencia que declaró por la COVID-19 hace más de tres años, un hito en el proceso errático del fin de una pandemia que ha dejado un saldo de millones de personas fallecidas en todo el mundo y ha trastornado la vida cotidiana de formas antes inimaginables, muchos esperan que el coronavirus desaparezca tan rápido como llegó. Pero virólogos presumen que el virus se volverá endémico, especialmente con la variante ómicron, lo que significa que tendremos que vivir con él. (Times, 2023)

En la pandemia en todo el sistema educativo del mundo se tuvo que adecuar a la virtualidad y esto destapó muchas falencias; como la conectividad, la facilidad de adquirir computadoras actualizadas y la preparación de estudiantes y docentes en el manejo de softwares, sobre todo el método didáctico usado por los docentes; aburría a los estudiantes acostumbrados a tecnologías más dinámicas. En el Perú tuvo inmediatamente seria repercusión en la educación, debido a el cierre prácticamente universal de las escuelas de todos los niveles, institutos y universidades añadido a la recesión económica; el cierre de los sistemas educativos provocó pérdidas de

aprendizaje, aumento de la deserción escolar y por ende; mayor desigualdad, en muchos países la situación antes de la pandemia ya se caracterizaba por un grado de aprendizaje demasiado bajo, altos niveles de desigualdad y avances lentos; además la crisis económica redujo mucho más la oferta y demanda educativa, que el costo será a largo plazo sobre el capital humano y el bienestar de las personas. La reacción para lograr que el aprendizaje no se interrumpa, ha mermado el daño e incluso se puede tomar como una nueva oportunidad de mejora a futuro. Ahora, el Perú tiene la oportunidad de “reconstruir en mejores condiciones”: pueden utilizar las estrategias más eficaces de recuperación; como base para introducir mejoras a largo plazo en las evaluaciones, la pedagogía y la didáctica, la tecnología, el financiamiento, entre otras.

Según Alemán et al. (2021) precisó que los sujetos académicos, en etapa de pandemia, no están en igualdad de condiciones para entrar a la educación virtual: localidad geográfica, elementos baratos y tecnológicos, capacitación y vivencia en la utilización de tecnología de información y comunicación. El propósito de la exploración fue identificar las características de las brechas de la educación virtual en el Perú, realizando énfasis en las brechas de desigualdad popular que se han generado a lo largo de la pandemia, en el año 2020. La metodología utilizada se fundamentó en el examen hemerográfico de notas periodísticas y la información de comunidades que detallan la circunstancia de la educación en el país, interpretadas a la luz de la literatura científica producida sobre el tema. Los resultados evidenciaron que la experiencia virtual viene evidenciando las desigualdades educativas y digitales, poniendo en riesgo la justicia social educativas. Concluye que la educación en el Perú, en tiempos de pandemia, ha puesto en evidencia las brechas sociales y que la educación sigue siendo un privilegio para determinados grupos. es un derecho invisible, convirtiéndose en un privilegio de esos que tienen condiciones sociales, tecnológicas y económicas favorables, en desmedro de esos grupos vulnerables; incrementando las brechas de desigualdad social; por lo cual se necesita una transformación integral que promueva igualdad didáctica.

Según nuestro libro base (Marín Ochoa, Beatriz, 2021), titulado “La infografía digital, una exclusiva forma de comunicación”, tenemos la posibilidad de determinar las siguientes teorías:

Según la teoría “Gatekeeping o la selección informativa”, Estudios sobre el desarrollo de producción informativa entre el hecho y la novedad o el informe, distinguen dos etapas en desarrollo de producción informativa que se muestran de manera sucesiva y que se puede diferenciar claramente: El gatekeeping y el newsmaking, La selección de fuentes informativas es la primera y la segunda tiene relación a la preparación o creación de la novedad y comprende todo el desarrollo productivo. Los primeros estudios sobre estos términos proceden de la teoría de campo que en la psicología popular elaboró Lewin (1951). Después la teoría general de la información le proporciono su perfil.

El periodista David White en 1950, fue el primero en estudiar el gatekeeping cuando aplicó el criterio de Lewin a la costumbre productiva periodística que se refiere a la forma irregular en que las aclaraciones circulan y fluyen sin importar las barreras en el desarrollo comunicacional. Valbuena (1997: 145) la muestra como unidad a la verdad, porque las elecciones de aproximar o espantar las novedades a los que leen son acciones físicas que se tienen la posibilidad de ver.

Todo lo que acarrea seleccionar un hecho para ser noticiable es lo que llamamos gatekeeping, es decir, las opciones que tiene para que llegue a la categoría de novedad y logre ser publicado por un medio. Este desarrollo siempre se hacía sólo desde el emisor, desde el periodista y sus fuentes, por eso para muchos podía ser en cierto modo un filtro o una manera de manejar la información. Pero al investigar el sistema productivo en su grupo, se estableció que la labor de selección, según Wolf (1991: 206), es un desarrollo ordenado de manera jerárquica y enlazada a

una amplia red de reabastecimiento. Con el ciberperiodismo el artista cumple de alguna forma esta tarea, ya que otorga la pauta de lo que quiere y espera hallar informativamente, por eso filtra y soluciona la información según sus entendimientos y vivencias. Las aclaraciones recibidas en los diarios por medio de mensajes de smartphone a lo largo de hechos como los del 11 de marzo en Madrid o el descarrilamiento del tren de Valencia en 2006, son un caso de muestra de esto. En un medio clásico el periodista va al lugar de los hechos, valora la información obtenida, la muestra al consejo de redacción y elabora la novedad.

Probablemente esto pasa mientras recibe los mismos mensajes de sus receptores, aunque otorga más valor a la información obtenida por fuentes oficiales, pero tiene más tiempo y. mientras eso pasa, el medio digital ya tiene una edición ampliada en pantalla, en el más destacable de las situaciones y con información mayormente que llega de sus leyentes.

Se puede conseguir de esta forma una edición que bien tiene la posibilidad de ser una infografía digital construida desde la exploración y la observación de los noteros en el sitio de los hechos, además alimentada por los comentarios de los intérpretes que así contribuirían a hacer productos más rigurosos en la información y además más claros para cualquiera de los individuos generalmente.

La teoría “El newsmaking o la creación de información”; Las maneras de producción de la novedad y los exámenes de la relación entre la imagen de la verdad popular que edifican los medios en sus prácticas periodísticas y la verdad a la que se combaten los receptores desde su especial criterio, es lo que conoce como newsmaking. Se relaciona con las indagaciones de tipo etnográfico que usan, por ejemplo, técnicas de observación participante en las redacciones de los medios. Para

nuestro caso, el newsmaking tuvo que ir de menos a más, porque los medios digitales, por la necesidad dominante de renovación instantánea, tienen la posibilidad de entrar a gigantes proporciones de datos o aclaraciones, pero su oferta deja bastante que desear por la calidad de los productos que da, en parte porque la instantaneidad les impide ser más veloces. Aclaraciones mal redactadas o incompletas y fechas o datos no comprobados, entre otras cosas, van en detrimento de hacer mejor un desarrollo informativo, que en la mayor parte de las situaciones adolece de control y calidad de la información que da. La mayor parte de los varios hechos que suceden todos los días no van a llegar a la condición de novedad y bastante menos se van a convertir en infografías. De ahí la elemental rigurosidad en la selección y preparación de la información que brindan para que adquiera la condición de novedades y probablemente la de infografía. La infografía como formato de exhibición de la novedad tiene procesos de producción muy semejantes a los propios de la información periodística con la distingue de que la periodicidad no es impedimento para hacerse pública en el instante de terminar su preparación. Ayudar a hacer una selección eficaz de la información y sus fuentes a la vez que amplía, pone en contexto, interpreta y corrobora los valores que periten que el mensaje informativo se convierta en infografía digital por medio de los procesos automáticos de las redacciones de los medios es la labor del newsmaking.

Tipos de Infografías; Basado en el artículo (Sorbo, 2022) titulado “*Los 13 tipos de infografías que existen y cómo elegir el mejor*”, podemos interpretar lo siguiente; El formato de la infografía varía según el tema que quieras cubrir. Por lo tanto, para la correcta organización visual de los elementos gráficos, la lista se basa en lo que se necesita trabajar. Elige el que mejor se adapte a lo que quieres transmitir a tu audiencia y usa tu creatividad para hacerlo atractivo.

➤ Infografía informativa

Aunque este tipo de diagramas aparecen en el periodismo, pueden ser útiles a la hora de explicar cualquier hecho o acontecimiento. Si su objetivo es transmitir información o conceptos oportunos, puede crear una infografía como el ejemplo a continuación. Características de la infografía

Compartimos algunas de las características que debe cumplir una infografía para lograr sus objetivos.

Estadísticas/datos duros que refuerzan la información

información clara y concisa

Elementos visuales que acompañan a la información

Clasificación de materias

Cuando usar infografías

Las infografías pueden ser muy útiles para explicar un tema potencialmente complejo, y los resúmenes de información ayudan a aclarar los puntos más simples. También puede ser valioso cuando necesita transmitir información importante que debe entenderse rápidamente.

➤ Infografía de producto

Se utiliza para describir los aspectos básicos de un producto. Si el objetivo es promocionar un producto o servicio, esta infografía ayuda a mostrar las características del producto, ya que ayuda a resaltar el contenido más relevante. Al resaltar funciones o características con conceptos breves e imágenes de alta calidad, podrá comprender qué es el producto o servicio y cómo funciona.

Características de las infografías de productos.

Imágenes grandes en alta calidad

Tipografía fácil de leer

Colores brillantes asociados con el producto y la marca.

Una flecha o tapón que indica qué parte del producto se está discutiendo

Haga zoom en pequeñas partes del producto para una mejor visualización

Cuando usar una infografía de producto

Las infografías de productos son excelentes cuando desea resaltar las características internas y externas de un producto y hacer que sea más fácil de entender para los usuarios.

➤ 3. Infografía secuencial

En esta clase de gráfico, la serie se mostrará de manera organizada. Esto sería ideal, por ejemplo, si quieres mostrar cómo funciona tu producto o cómo comprarlo. Características de la infografía secuencial

Estructura tipo lista

Uso de iconos

Imagen continua

Cuando usar infografías secuenciales

Utiliza este tipo de infografía cuando quieras desarrollar una guía o explicación rápida y el objetivo sea resumir la información paso a paso.

➤ 4. Infografía científica

Es una infografía educativa diseñada para facilitar la enseñanza de las materias científicas, pero no se limita a fines académicos.

Características de la infografía científica

Bloques de información separados estratégicamente

números o letras mayúsculas que resaltan hechos específicos

Iconos adjuntos al mensaje

Fuentes de información

Cuando usar infografías científicas

Si su negocio está en una industria especializada, utilícelo para explicar temas complejos que involucren conceptos, terminología o información técnica a los clientes.

➤ 5. Infografía biográfica

Este tipo de infografía describe la vida y obra de un personaje en pocas frases y, en algunos casos, se utilizan iconos para ayudar a representar ciertos aspectos, como estudios, nacionalidad, algunas actividades, etc. Úsalo para hablar del fundador o líder de tu empresa. investigador en su industria. Características de la biografía infografía

Una imagen o referencia visual de la persona que se describe

Iconos que resaltan puntos de información relevantes

Una línea de tiempo que destaca eventos importantes.

Fuentes de información

Cuando usar una bioinfografía

Cuando llega el momento de hablar sobre un personaje y resaltar los aspectos más destacados de su vida, este recurso es excelente para explicar quién es o fue esa persona.

➤ 6. Infografía geográfica

Este gráfico se utiliza para mapear la ubicación del evento. Se pueden utilizar para mostrar su ubicación o ampliar su red. Características de la infografía geográfica

El título de la infografía muestra de qué se tratará

Área de mapa resaltada para discusión

Palo o flecha

Las cifras representan datos relevantes

Usa diferentes colores para diferenciar bien la información

Cuando usar infografías geográficas

Si su objetivo es indicar dónde ocurrió o ocurrirá un evento o una serie de eventos, o rastrear la ruta o la ubicación de personas u objetos, puede crear una infografía geográfica.

➤ 7. Infografía de proceso

Este tipo de diagrama presenta un esquema visual y conceptual que permite la comprensión paso a paso de los procesos, así como de ciertos eventos o temas. Por lo general, se presenta en forma de diagrama o diagrama de flujo. Caracterización de infografías de procesos

Elementos visuales como iconos que representan los puntos principales de cada proceso

Un gráfico o flujo que da vida a una infografía

pasos bien definidos y claros

Lista de tareas (con números)

Cuando usar infografías de procesos

Si su proyecto de trabajo es explicar un proceso, use una infografía de proceso donde pueda enumerar cada paso que conforma el proceso. También es útil si, por ejemplo, desea representar el ciclo de producción o mostrar los pasos de producción de un producto.

➤ 8. Infografía cronológica

También conocida como infografía de línea de tiempo, esta infografía muestra una serie de hechos o cifras sobre el paso del tiempo. Es una forma de decir una serie de hitos de manera organizada. Los temas o preguntas pueden ser sobre procesos evolutivos, antes y después del cambio, la innovación o la evolución en el tiempo. Características de una infografía cronológica

Datos interesantes

Información bien estructurada

Elementos visuales que acompañan a la información

Complementos que redirigen a los lectores

Una barra o bloque que separa un hecho de otro

Línea de tiempo

Cuando usar una infografía de línea de tiempo

Si tu objetivo es mostrar el progreso o desarrollo de un producto, servicio, empresa o ciencia, puedes optar por explicarlo mediante una infografía de línea de tiempo.

➤ 9. Infografía estadística

Su función principal es simplificar gráficamente la información numérica. Por lo tanto, muestra tendencias o estadísticas en gráficos circulares, gráficos de barras, tablas o líneas para determinar cantidades, porcentajes o coordenadas. Características de las infografías estadísticas

Datos duros/estadísticas

Fuentes de información

Gráficos

Una imagen representativa del tema.

Iconos relacionados con la información

La información está claramente resumida.

Cuando usar un gráfico estadístico

Si quieres mostrar datos cuantitativos de tu marca, o si has realizado una investigación (con estadísticas) sobre un tema de interés para tu audiencia, puedes proporcionar esta información mediante este tipo de infografía.

➤ 10. Infografía comparativa

Las infografías de comparación están diseñadas para resaltar las diferencias entre ciertos elementos o variables. La mayoría de las veces muestran una tabla de aspectos comparables.

Compara las características de la infografía.

Una pregunta o declaración que indica qué comparación se va a hacer.

Una tabla o bloque que separa las categorías.

Una imagen que representa información

El resumen de datos es claro.

Categoría para comparar

La fuente

Cuando usar infografías comparativas

Usa este tipo de infografía cuando necesites identificar diferencias o similitudes entre diferentes elementos; por ejemplo, si compara los beneficios de su producto con los de sus competidores.

➤ 11. Infografía periodística o de investigación

A diferencia de las infografías, las noticias o infografías de investigación intentan explicar hechos más complejos traduciendo en imágenes a los principales actores y consecuencias de lo ocurrido. A veces habla de algo que ha pasado y por lo tanto ha terminado. En otros casos, se enfocará en cosas que están en constante evolución, como el seguimiento de experimentos mediáticos, investigaciones tecnológicas o científicas de interés público, o el desarrollo de procesos que afectan a una ciudad o nación. Noticias o elementos icnográficos de investigación

Cronología de eventos

Información verdadera

La fuente

Elementos visuales

Gráficos

Enchufar

Destacar las imágenes principales

Cuando usar una infografía de noticias o de investigación

Úselo cuando necesite hablar sobre un evento importante que haya implicado un seguimiento o una investigación.

➤ 12. Infografía jerárquica

Este tipo tiene un propósito: la información se ordena de mayor a menor para que tenga efecto. Al asignar una estructura jerárquica a los datos, también es posible explicar mejor el funcionamiento del proceso, quién se beneficiará más (por ejemplo, los usuarios a los que se les da prioridad para la legislación vial) o a quién se debe priorizar para lograr los objetivos deseados (por ejemplo, La pirámide alimenticia)). Características de las infografías en capas

Una introducción para justificar la jerarquía anterior

Información clara y concisa

La información se divide en puntos de mayor a menor (y viceversa)

Enchufar

Se agregaron íconos para cada punto.

Un elemento tipo pirámide o diagrama de flujo

Cuando usar una infografía en capas

Úselo para explicar un proceso que debe seguirse cuidadosamente para que ningún paso pueda preceder al otro. También es perfecto para un organigrama que represente a su empresa o departamento.

➤ 13. Infografía unigráfica

Lo ponemos en último lugar porque es el más fácil: proporciona, por ejemplo, la información que desea resaltar en una publicación de blog. Una infografía no tiene que ser una caja grande con muchos datos. Es importante que el mensaje principal llegue a tu audiencia.

Características de las infografías de un solo gráfico

Cuadro grande

Colores brillantes

Elementos visuales

Información concisa

Cuando usar una infografía de un solo gráfico

Utilice esta infografía si desea resaltar un punto importante en su organización o resaltar una frase de motivación especial.

Hay utilidades en línea gratis para hacer infografías de una manera simple y otorga unos resultados inmejorables; acá revisamos algunas:

Genially <http://genial.ly/es/>

Por medio de esta utilidad se tienen la posibilidad de hacer infografías, pero tiene muchas otras más apps. Se puede agregar interactividad a las infografías, hacer listas, mapas, procesos temporales, vídeo muestras, imágenes interactivas, juegos... Es especial para hacer contenidos

académicos. Genially te da una cantidad enorme de plantillas y elementos gratuitas, aunque además existe la oportunidad de un plan de pago.

Figura 1

Ejemplo con Genially

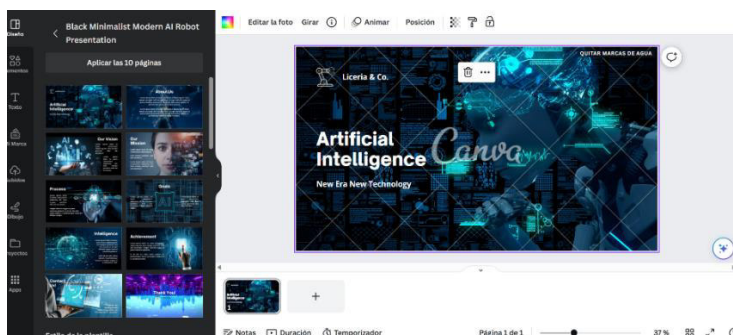


Canva https://www.canva.com/es_es/

Esta utilidad gratis te facilita hacer posters, collage, folletos o muestras. Tiene una extensa variedad tanto de tipos de fuente como de elementos gráficos. Se puede escoger una plantilla (hay gratis y de pago) e ir modificándola a tu manera.

Figura 2

Ejemplo con Canva

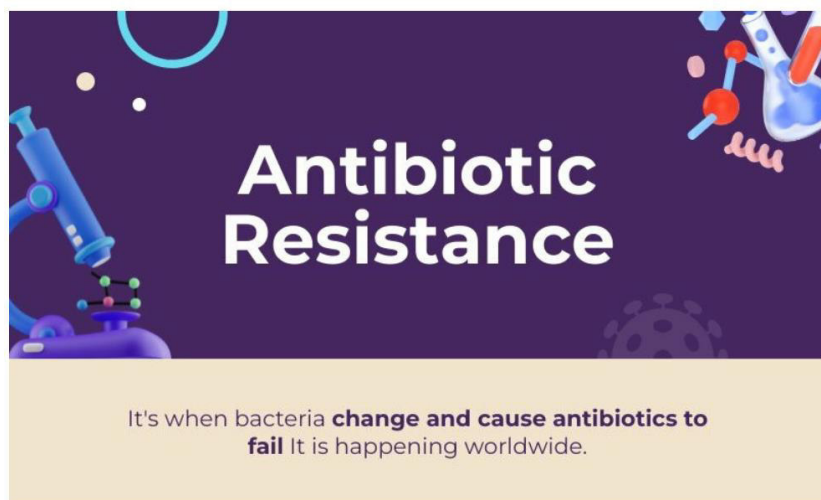


Piktochart <https://piktochart.com/es/>

Las opciones de hacer infografías con esta utilidad son infinitas. El desarrollo de preparación es simple e deducible, por lo cual es de gran ayuda para iniciarte en la construcción de infografías. Las imágenes construidas tienen la posibilidad de descargarse en jpg o png.

Figura 3

Ejemplo con Piktochart

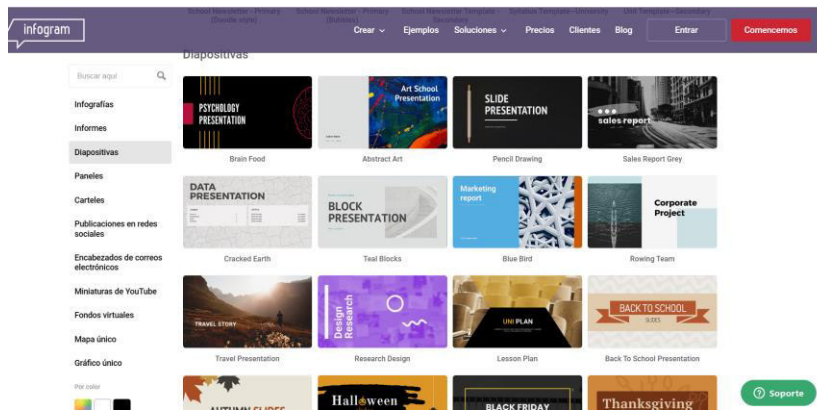


Infogr.am <https://infogram.com/es/>

Da un servicio de creación de infografías de manera simple consiguiendo unos resultados muy positivos. Esta aplicación nos da multitud de plantillas para lograr escoger aquella que vaya acorde con nuestra iniciativa. Una vez terminado, se puede incrustar en UBUVirtual por medio de un código embebido.

Figura 4

Ejemplo con Infogr.am

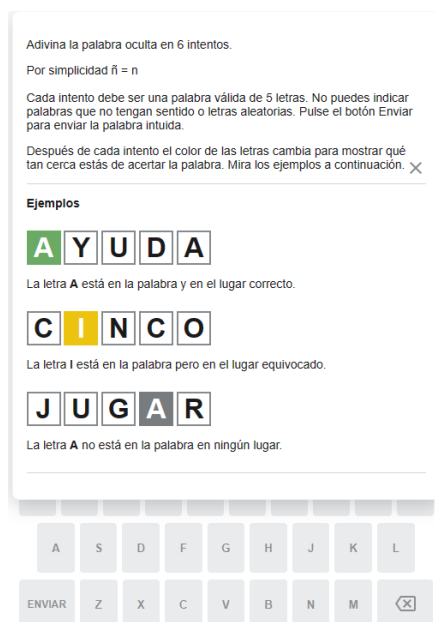


Wordle <https://wordleespanol.org/>

Es una increíble aplicación simple que se utiliza para hacer nubes de expresiones. Hay que escribir las expresiones que van a parecer y elegir un diseño. El resultado puede descargarse en formato jpg.

Figura 5

Ejemplo con Wordle



2.2. Diccionario de términos

Términos utilizados en los paneles de infografías (Infograph, 2021):

Tipografía; Es el arreglo artístico de la letra de una manera entendible y visualmente interesante. La tipografía, en la mayoría de los casos, hace referencia al diseño y uso de numerosos tipos de letras y números de una manera que ayude a transmitir mejor, visualmente, las ideas.

Cuerpo del Texto; Es la parte primordial de texto en tu diseño o publicación – el contenido escrito de un portal de internet, los contenidos de un libro, inclusive esto que estás leyendo en este momento, todo es el cuerpo del texto.

Tipografía de Exhibición; Es la tipografía o fuente creada con el propósito de atraer la atención. Piensa en los títulos de las películas en los posters, títulos de artículos en revistas, encabezados de periódicos, etc.

Jerarquía; Es el acomodo visual de los elementos de interfaz de una manera que signifique su consideración. Entre otras cosas, puedes llevar a cabo un encabezado grande y abultado para garantizar que atraiga más la atención que uno reducido con una imagen sutilmente coloreada.

Kerning; Es el ajuste del espacio entre dos letras y números en tu tipografía. El kerning, en la mayoría de los casos, busca conseguir un equilibrio de espacio más proporcional y interesante entre cada carácter.

Interlineado; En inglés, “leading”, que se pronuncia ‘ledding’, hace referencia al espacio entre líneas de letras. Un interlineado excesivamente apretado puede ocasionar tensión y traslape, realizando el contenido ilegible, y un interlineado muy extenso, de todas formas, puede ocasionar que las letras se vean disociadas o dispersas, por lo cual comúnmente intentamos hallar un óptimo balance entre los dos.

Tracking; El tracking hace referencia al espacio entre letras. Cuando aplicamos tracking a contenidos escritos, nos encontramos ajustando el espacio entre cada letra de las expresiones para cambiar la consistencia o fachada de un bloque de texto (por ejemplo, del cuerpo del texto). El tracking no debe malinterpretarse con el kerning, que hace referencia al ajuste de espacio entre pares particulares de letras.

Altura de la x; Es la altura promedio de las letras minúsculas. La altura de la x transporta este nombre porque este valor tiende a ser ejemplificado al notar la altura de la letra x en alguna fuente tipográfica dada. Lee más sobre la altura de la x y otros términos tipográficos en nuestra guía visual para los tipos de fuente.

Ascendente; Es la parte de una letra minúscula que se prolonga por arriba de la altura de la x. Algunos ejemplos recurrentes son la ‘b’, ‘d’, ‘f’, etc. Lee más en relación al Ascendente y otros términos tipográficos en la guía visual para los tipos de fuente.

Descendente; Es la parte de una letra minúscula que se prolonga abajo de la altura de la x. Algunos ejemplos recurrentes son la ‘g’, ‘j’, ‘p’, etc. Lee más en relación al Descendente y otros términos tipográficos en la guía visual para los tipos de fuente.

Líneas Huérfanas y Viudas; Son las expresiones o líneas cortas que se muestran solas en la parte de arriba o inferior de una columna o párrafo. Siempre es una aceptable (y fácil) iniciativa comprobar tu cuerpo de texto antes de terminarlo, y eliminarlas de forma manual cuando aparezcan.

Tipo de Letra Serif; Es un tipo de letra con chicos trazos decorativos (llamados ‘serifs’, o serifas) que están en el final de las líneas horizontales y verticales. Los tipos de letra serif acostumbran a tener una fachada profesional, autoritativa y clásico.

Tipo de Letra Sans Serif; Es un tipo de letra sin chicos trazos decorativos. Los tipos de letra sans serif acostumbran a verse más modernos, distinguidos y limpios que sus equivalentes con serif.

Tipo de Letra Script o Manuscrita; Es una tipografía que imita la escritura cursiva. Los tipos de fuente script o manuscritas acostumbran a verse distinguidos, personales y/o más casuales, en relación en qué tan embellecidas estén.

Tipo de Letra Slab Serif; Es un tipo de letra con serifas más gruesas y cuadradas, utilizado frecuentemente en encabezados y títulos, pero ocasionalmente en el cuerpo del texto. Los tipos de fuente slab serif acostumbran a verse más robustas, fuertes y gruesas.

Legibilidad; Es la medida de lo simple que es distinguir una letra de la siguiente. La legibilidad tiene bastante que ver con tu selección de tipografía y la manera en la que la utilizas; entre otras cosas, tipos de fuente serif o sans serif por lo general son superiores para cuerpos de texto más chicos.

Alineación; Es la formación de los elementos para lograr balance, orden y un diseño más lógico. Además, hay 4 tipos de formación tipográfica – centro, izquierda, derecha y justificado, cada uno con su tiempo y lugar de aplicación.

Cita del Texto; Es una cita corta o un fragmento extraído del texto primordial y usado como elemento visual para contribuir a destacar ideas indispensables y atraer el interés hacia una parte. Las citas del texto son muy recurrentes en diseños de revistas.

Paleta; Es la selección de colores que puedes escoger para utilizar en tu diseño. Para más consejos sobre crear una paleta de colores hermosa, ve los misterios de colores de los diseñadores.

Monocromo; Es un esquema de color constituido desde un solo color, introduciendo tonos más claros y oscuros del mismo color.

Análogo; Es un esquema de color constituido desde tres colores que están al costado del otro en el círculo cromático o rueda de color.

Complementario; Es un esquema de color constituido desde dos colores que están en lados opuestos en el círculo cromático o rueda de color.

Triádico; Es un esquema de color constituido desde tres colores de todas formas espaciados cerca del círculo cromático o rueda de color.

CMYK; CMYK, del inglés ‘Cyan, Magenta, Yellow, Key’, o ‘Cian, Magenta, Amarillo, Negro’, es un modelo de color que se usa para fines de impresión. CMYK es un color sustractivo, lo que supone que empezamos con blanco y acabamos con negro. Entonces, mientras añadimos más color, el resultado se regresa más oscuro.

RGB; RGB, del inglés ‘Red, Green, Blue’, o ‘Rojo, Verde, Azul’, es un modelo de color que se usa para fines de pantalla. RGB es un color aditivo, lo que supone que, al combinar colores, empezamos con el negro y acabamos con el blanco mientras añadimos más color.

Pantone (PMS); El ‘Pantone Matching System’, o ‘Sistema de Equilibración de Colores Pantone’, es un sistema estandarizado de colores para impresión. Cada color Pantone está numerado, facilitando la referencia e identificación de tonos exactos de color.

Colores Cálidos; Son los colores que te hacen reflexionar en el calor y la calidez, como los rojos, amarillos, anaranjados, etc. Estos colores acostumbran a sentirse más acogedores, amigables y alegres. Puedes añadir más tonos cálidos a una imagen o foto al aumentar los tonos naranjas de tu imagen.

Colores Fríos; Son los colores que te hacen reflexionar en temperaturas frías, como los azules, verdes, violetas, etc. Estos colores acostumbran a hacer una atmósfera calmada y relajante. Puedes añadir más tonos fríos a una imagen o foto al aumentar los tonos azules de tu imagen.

Teoría del Color; Es el estudio de cómo los colores hacen que la gente se sienta y respondan. Algunos colores acostumbran a evocar algunas emociones y sentimientos subconscientes en la multitud – entre otras cosas, tendemos a asociar al azul con la seguridad y la fiabilidad, entonces, muchas compañías corporativas tienen logotipos y marcas azules.

Opacidad; Es el nivel de transparencia que tiene un elemento. Entre más baja sea la transparencia, más transparente va a ser el elemento.

Resolución; Es la proporción de aspecto de una imagen. Generalmente, entre más alta sea la resolución, mejor fachada van a tener tus imágenes y más datos se procesarán, en tanto que las imágenes o gráficos con inferiores resoluciones tienden a verse borrosas, pixeladas o turbias.

Contraste; Es el nivel de distingue entre dos elementos yuxtapuestos. Algunos otros tipos recurrentes de contraste son oscuros vs claro, abultado vs angosto, áspero vs despacio, etc.

Saturación; Es el nivel de intensidad o vivacidad de un color. Entre otras cosas, un color con baja saturación puede parecer más pálido y desvanecido, en tanto que un color más sobrepasado puede parecer más vibrante y colorido.

Fotografía de Depósito o Archivo; Es una foto tomada profesionalmente y que está utilizable online para la concesión de licencias. Las fotos de depósito o archivo se usan comúnmente en vez de contratar a un fotógrafo, o si un diseñador no puede poder ingresar a imágenes que requieren de su inventario de fotos.

Regla de Tercios; La Regla de Tercios es una teoría que dice que, si divides tu imagen con dos líneas verticales y dos líneas horizontales, las superficies en donde intersectan las líneas van a ser los puntos focales de tu diseño.

Marca; Es un grupo de conceptos, ideas y emociones que encapsulan los valores y ética de tu compañía. Una marca es una mezcla de todos los datos conceptuales finos que constituyen la compañía, desde el contenido que apoya la marca, la manera en la que los empleados se manifiestan, las expresiones que usan, los valores que mantienen, etc.

III. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

La investigación científica es un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o preguntas científicas; mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuestas a tales interrogantes. (Arias, 2012)

Un pensamiento de exploración es una concepción del objeto de estudio de una ciencia, de los inconvenientes para estudiar, de la naturaleza de sus procedimientos y la forma de argumentar, interpretar o abarcar los resultados de la exploración realizada.

Paradigma interpretativo; (Guillen Valle, et al., 2019) manifestó El pensamiento interpretativo comprende que la verdad es dinámica y diversa apuntada al concepto de las acciones humanas, la ejerce popular, a la comprensión y significación. Hay una relación de participación democrática y comunicativa entre el investigador y el objeto investigado.

Propiedades del pensamiento interpretativo; El pensamiento interpretativo tiene numerosas propiedades que lo distinguen de otros paradigmas: No busca generalizaciones; El pensamiento interpretativo, al esperar comprender y abarcar la verdad, no busca generalizaciones científicas ni incrementar el saber teórico. Lo que busca es conocer y transcribir los fenómenos que suceden en situaciones naturales.

Estudia la conducta humana desde el ámbito en que se produce; no hay “experimentos controlados en laboratorio”, como sí los habría en una exploración científica cuantitativa. Deconstructivista; Tiene un carácter eminentemente deconstructivo, en el sentido de que debe investigar las partes y el todo en un continuo círculo que se interrelaciona. Consecuentemente, no es rígido ya que sabe que la interpretación es solo una forma de comprender la verdad.

Carácter holístico; El pensamiento interpretativo tiene presente todos los elementos que conforman la verdad (o por lo menos lo intenta), para de esta forma poder explicarla argumentándose en datos reales. La interpretación se aplica a esos datos, que admiten un examen descriptivo.

Figura 6

Paradigmas de la investigación

Dimensiones de los paradigmas de investigación				
Fidias G. Arias				
Paradigma	Dimensión ontológica <small>(Naturaleza de la realidad)</small>	Dimensión epistemológica <small>(Relación sujeto-objeto)</small>	Dimensión metodológica <small>(Métodos de investigación)</small>	Dimensión axiológica <small>(Valores)</small>
Positivismo	Considera la existencia de una realidad externa, independiente y perceptible.	Se distancia del objeto de estudio para intentar abordarlo con la mayor objetividad posible, es decir, se asume una <i>postura objetivista</i> en una relación de independencia.	Utiliza métodos y técnicas propias de la <i>investigación cuantitativa, experimental y no experimental</i> .	Desprendimiento de valores para investigar con " <i>neutralidad</i> ".
Interpretativo	Asume una realidad múltiple y dinámica en permanente construcción.	Supone que la realidad y los hallazgos son una creación de la mente humana con los que se puede interactuar y sobre los que puede influir el investigador. Se adopta una <i>postura subjetivista</i> con la dependencia como relación.	Emplea <i>métodos cualitativos</i> que implican la interacción con la realidad y los sujetos investigados.	Se reconoce la influencia de los valores sobre la realidad que se investiga y sobre los resultados que se obtengan.
Socio-crítico	Acepta la existencia de una realidad dinámica e histórica que debe ser transformada.	Coincide con el paradigma interpretativo al adoptar también una <i>postura subjetivista</i> .	Predominan los métodos cualitativos y el método histórico-dialéctico. Propone el método de Investigación-acción participativa (IAP).	Hay una marcada influencia de los valores sociales y culturales, así como de la ideología política, sobre la realidad investigada.
Referencias: Guba, E. y Lincoln, Y. (2002). <i>Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa</i> . Sandín, M. (2003). <i>Investigación cualitativa en educación</i> . Madrid: McGraw-Hill				

Según (Arias, 2012) los tipos de investigación se clasifican según el nivel, diseño y propósito; el diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder el problema planteado; y son documental de campo y experimental, el nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio. La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las

condiciones existentes. Acá esta el estudio de casos que un caso representa una unidad relativamente pequeña, este diseño indaga de manera exhaustiva, buscando la máxima profundidad de este.

La metodología que se utilizará es cualitativa, (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018) señaló: La exploración cualitativa, popular además con el nombre de metodología cualitativa, es un procedimiento de estudio que se ofrece considerar, ponderar e interpretar información obtenida por medio de elementos como entrevistas, diálogos, registros, memorias, etc. con el objetivo de saber en su concepto.

El diseño de investigación por el origen de datos es primario; diseño de campo y dentro de esto encontramos al estudio de casos, en principio, se entiende por caso, cualquier objeto que se considera como una totalidad para ser estudiado intensivamente. Un caso puede ser una familia, una institución, una empresa, uno o pocos individuos. (Arias, 2012)

El tipo de estudio es básico; se denomina exploración pura, teórica o dogmática. Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él. El propósito es aumentar los entendimientos investigadores, pero sin contrastarlos con ningún aspecto efectivo.

Figura 7

Tipos de investigación



3.2. Escenario de estudio

Siendo el título de la investigación “*Estudio de casos: Uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021*”, y específicamente la Universidad Nacional Federico Villarreal, la Escuela de Tecnología Médica. Jr. Río Chepén 290, El Agustino

Figura 8

Diagrama Google Maps El Agustino



3.3 Operacionalización de la variable

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable

Variable	Definición operacional	Categorías	Sub Categorías	Métodos	Unidad de análisis	Técnicas	Instrumento
Infografía Definición variable La definición (INFOGRAM, 2020) más común de Infografía la describe como una representación visual de información y datos. Al combinar elementos de imagen de texto, gráficos, diagramas y, más recientemente, vídeo, una infografía es una herramienta efectiva para presentar datos y explicar problemas complejos	A través del rigor científico y la triangulación,	Conceptualización	Definición de infografías	<i>Análisis M1</i>	Alumnos del pregrado	<i>Entrevista</i>	<i>Guía de entrevista</i>
	atravesó del método se podrá describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en		Beneficios de infografías	<i>Inducción M2</i>	ALU1	<i>Observación</i>	<i>Guía de observación</i>
				<i>Hermenéutica</i>	ALU2	<i>Análisis documental</i>	<i>Ficha de análisis</i>
			Proyectos publicitarios	<i>M3</i>	ALU3	<i>documentario</i>	
			Proyectos corporativos		ALU4		
	Proyectos educativos		ALU5				

<p>de una manera que puede conducir rápidamente a una mejor comprensión.</p>	<p>una universidad pública en el 2021</p>	<p>Tipos de infografías</p>	<p>Proyectos informativos</p>
<p>Una infografía es: Una visualización rica en datos de una historia.</p>			<p>Iconos</p>
<p>Una herramienta para educar e informar.</p>			<p>Elementos de</p>
<p>Una forma de crear conciencia de marca.</p>			<p>marca personal</p>
<p>an infographic is a data rich visualization of a story</p>			<p>Tipografía</p>
<p>Comenzar a diseñar una infografía</p>			<p>Imágenes</p>
<p>A pesar de su reciente popularidad, las infografías se han utilizado en redacciones de todo el mundo durante muchos años, bajo el "paraguas" del diseño editorial.</p>		<p>Elementos de la infografía</p>	<p>Ilustraciones vectoriales</p> <p>Mapas conceptuales</p> <p>Esquemas</p>
<p>En los últimos años, la industria de las noticias también ha visto un aumento del uso de datos en el periodismo y de la narración de historias usando datos, a la vez que internet se ha presentado como la plataforma perfecta para</p>			<p>Etapas</p> <p>Fuentes de inspiración</p> <p>Herramientas</p>

narrativas y visualizaciones basadas en datos más complejos.

Según Jaime Serra, uno de los diseñadores de infografías más influyentes del mundo durante las últimas dos décadas, una infografía es "una forma de comunicación que usa lenguaje visual y texto. Ambos idiomas son complementarios, forman parte de un todo y, por lo tanto, no pueden entenderse cuando están separados".

El concepto de "infografías" se ha expandido a muchas industrias en la última década, convirtiéndose en una poderosa herramienta de comunicación para empresas, gobiernos e instituciones educativas. Existe una audiencia completamente nueva de profesionales interesados en presentar datos de una manera más convincente, perspicaz e interesante.

Etapas y
herramientas
Premisas
Estrategias
básicas

Estrategias

3.4. Instrumento

El instrumento utilizado es la Entrevista; (Guillen Valle, et al., 2019) Denzin (1991) mencionado por Rojas (2010:85) la define como "un acercamiento en el cual el entrevistador intenta conseguir información, críticas o creencias de una o numerosas personas". Para la validez de la entrevista Pourtois y Desmont (1992) mencionado por Rojas (2010:96) "ofrecen la triangulación interna o crítica de identidad, proponen comprender bien a los entrevistados en sus elementos afectivos, personales, sociológicos", de esta forma como que lo que afirman es original y no testimonio referido de otros. "Proponen, de igual modo la validez de significancia apuntada a conocer el sentido que le dan los sujetos a las expresiones", por medio de proporcionarles copia de la entrevista realizada. Denzin (1991) mencionado por Rojas (2010:85) clasifica la entrevista según su nivel de estructuración en: (a) estandarizadas programadas, en las que el orden y la redacción de las cuestiones es el mismo para todos los entrevistados, de forma que las variantes logren ser atribuidas a diferencias reales en las respuestas y no al instrumento; (b) estandarizadas no programadas, para este acercamiento el investigador elabora un guion, donde las secuencias de las cuestiones va a estar cierta por el desenvolvimiento mismo de la conversación; (c) no estandarizada, no hay guion, ni cuestiones preespecificadas, el entrevistador está en independencia para comentar sobre numerosos tópicos y es viable que surjan conjetura de trabajo que tienen la posibilidad de probarse a lo largo del avance del acercamiento, esta clase de entrevista es correcta para estudios exploratorios. Por su lado, Valles (1999) mencionado por Rojas (2010:87) distingue dos tipos de entrevistas: particulares y grupales denominadas grupos focales.

3.5. Procedimientos

La investigación cualitativa – Estudio de casos; se realiza en cinco pasos:

Definición del problema y de los objetivos de la investigación.

Diseño del plan de investigación.

Recopilación de datos.

Análisis de datos.

Presentación del informe con los resultados.

3.6. Análisis de datos

MAXQDA (Guillen Valle, Oscar Rafael et al., 2020) es un programa usado para el examen cualitativo de datos. La edición principal se desarrolló en 1989 y el programa fue pensado para tanto indagaciones cualitativas y cuantitativas cuanto para procedimientos mixtos. Hoy en día MAXQDA pertenece a los programas QDA más usados en diferentes campos de exploración de las sociologías. MAXQDA es creado y distribuido por VERBI Programa en Berlín, Alemania.

MAXQDA Standard, La edición nivel de MAXQDA da utilidades para la organización y el examen de datos cualitativos. Esto comprende texto, audio, imagen, vídeo y ficheros bibliográficos, de esta forma como datos de investigaciones, los tuits de Twitter o transcripciones de grupos focales. Los datos tienen la posibilidad de ser analizados con el apoyo de códigos y memos en una ventana dividida en 4 partes. Las funcionalidades de monitorización y de exportación de MAXQDA además hacen más fácil la ejecución de muestras. Además, MAXQDA tiene algunas utilidades para el examen de datos cuantitativos (por ejemplo, utilidades para procedimientos mixtos).

MAXQDA es la edición popularizada de MAXQDA e tiene dentro el módulo MAXDictio. se puede hacer diccionarios, de esta forma como buscar y filtrar ficheros de texto. Los exámenes

de continuidad de expresiones y de vocabulario tienen la posibilidad de ser usados de esta forma para aguantar los resultados cualitativos.

MAXQDA Analytics Pro, MAXQDA Analytics Pro es la edición más avanzada de MAXQDA y además tiene dentro el módulo Stats. Con Stats se puede investigar estadísticamente los datos cualitativos importados en MAXQDA.

MAXQDA Reader, El MAXQDA provoca que sea viable leer y buscar proyectos de MAXQDA sin poseer una licencia. Los proyectos no tienen la posibilidad de ser modificados.

MAXApp es una increíble aplicación móvil gratis utilizable para Android y iOS que tiene dentro algunas funcionalidades simples de MAXQDA. La aplicación facilita a los individuos hacer y codificar datos y notas de campo, y más adelante guardarlos a un PC o un emprendimiento de MAXQDA.

Características de MAXQDA 2020

Importación de documentos de texto, tablas, audio, vídeo, imágenes, tuits de Twitter, encuestas;

Almacenamiento de datos en archivo de proyectos;

Lectura, edición y codificación de datos;

Creación de vínculos entre partes de documentos;

Anotación de datos a través de memos;

Varias opciones de visualización (número de códigos en documentos diferentes etc.)

Importación y exportación de informaciones demográficas (variables) de y a SPSS y Excel;

Busca y etiquetaje de palabras;

Transcripción archivos de audio y de vídeo;

Reproductor multimedia interno;

Vinculación de datos con georreferencia (*.kml);

Herramientas para resumir contenidos;

Codificación con emoticons y símbolos;

Exportación para archivos de texto, excel, html, xml e informes especiales;

Crear tablas y gráficos de frecuencia;

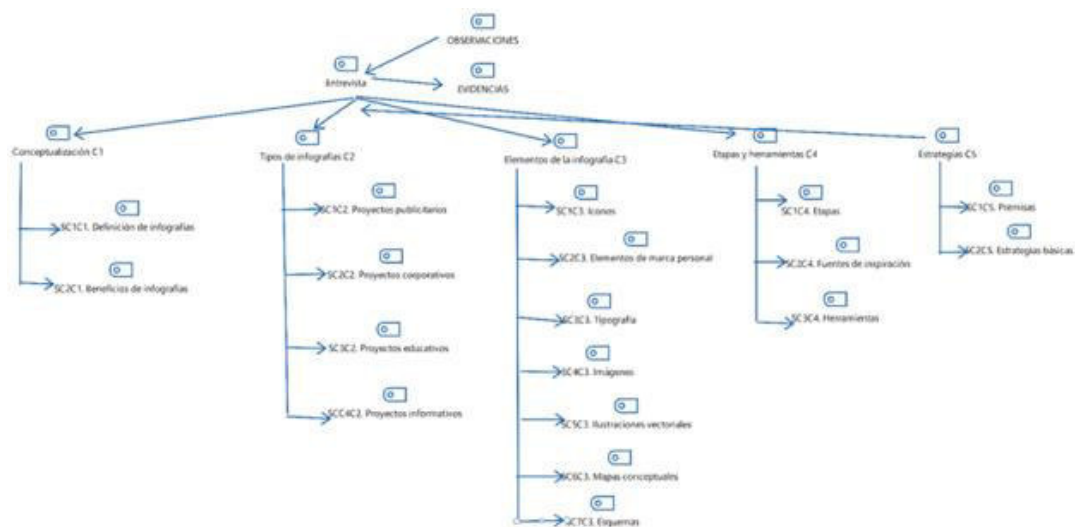
Administración de usuarios

Análisis estadístico de datos cualitativos

3.7. Consideraciones éticas

Ética profesional: ética de la exploración científica (Danelly Salas Ocampo, 2019) en el tema profesional no está exento de examen y controversia alrededor de la ética y lo ético; por el opuesto, se estima que los expertos, independientemente de su sector de especialización, se comporten de una forma responsable y en apego a determinados valores y principios, de forma que no únicamente cumplan como corresponde con sus funcionalidades, sino que, además, su trabajo implique un aporte importante al confort y calidad de vida de la gente. La exploración científica es un desarrollo que supone una ética profesional, puesto que hay que acordarse que la sociología como las naturales son ocupaciones que se desarrollan dentro de un ámbito popular que supone la interacción con humanos. La ética de la exploración centra su interés en “(...) cómo se produce el saber y cuáles son sus secuelas en la gente y en la sociedad. (...)” (Ramírez, 2011, p. 161).

Toda costumbre científica tiene un encontronazo popular, y por lo tanto mejora o perjudica la vida de las personas; razón por la cual es sustancial investigar con respecto al tema de la ética en el avance de la exploración científica.

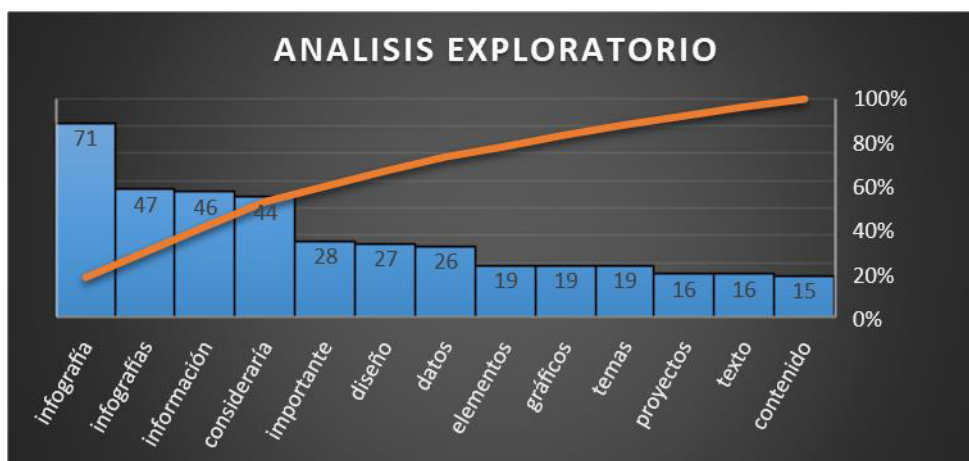


Etapa exploratoria

En esta etapa se utilizó la nube de palabras como instrumento de observación. En el que se encontró las coincidencias que fueron analizadas por el software Maxqda que arroja según la tabla de frecuencias que las categorías y subcategorías planteadas en el cuestionario, se encuentran en las respuestas de los participantes en la presente investigación.

Tabla 2

Análisis exploratorio de las palabras nombradas en las entrevistas



NOTA. Cuadro de barras de las respuestas de los entrevistados

Posterior a analizar el análisis exploratorio realizado con el software Maxqda e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, los entrevistados a profundidad se evidenció que en sus respuestas planteadas; la categoría Tipos de infografías y sus subcategorías definición y beneficios están presentes en sus respuestas planteadas en el 100% de los entrevistados.

Luego de detallar cómo influye la categoría conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, se evidenció que en sus respuestas planteadas a la interrogantes en las subcategorías se encontraron que la idea ya formalizada de lo que significa un proyectos publicitarios en el 100% de los entrevistados está presente, del mismo que la idea de proyectos corporativos y educativos, a diferencia de los proyectos informativos que solo se evidencia el 25% de los entrevistados.

También posterior a identificar cómo influye la categoría elementos de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, se evidenció que en sus respuestas planteadas a las interrogantes en las subcategorías marca personal, tipografía, imágenes, ilustraciones vectoriales, mapas conceptuales; se encontró en el 100% de las respuestas de los entrevistados; pero iconos solo en el 25%; y esquemas el 0% el de los entrevistados.

Así también, posterior a explicar cómo influye la categoría etapas y herramientas; en la enseñanza virtual por pandemia, los entrevistados a se evidenció que en sus respuestas planteadas a la interrogante en las subcategorías; etapas y herramientas en el 25% de los entrevistados, y fuentes de inspiración en el 0% de los entrevistados.

Finalmente, posterior a identificar cómo influyen la categoría estrategias de las infografías en la enseñanza virtual por pandemia, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas de la siguiente manera; estrategias y estrategias básicas en el 25% de los entrevistados, premisas en el 0% de los entrevistados.

Tabla 3*Base de datos de entrevistas a profundidad*

Entrevista	Entrevista 1
Conceptualización C1	<p>Una infografía es una imagen explicativa que combina texto, ilustración y diseño, cuyo propósito es sintetizar información de cierta complejidad e importancia, de una manera directa y rápida. Este término nace del ámbito periodístico tras la necesidad de brindar información a través de elementos gráficos. Sin embargo, el uso de las infografías es bastante antiguo. Las infografías responden a diferentes modelos, tales como diagramas, esquemas, mapas conceptuales, entre otros. Asimismo, utilizan diferentes tipos de recursos visuales, tanto lingüísticos como no lingüísticos: texto, imágenes, colores, criterios de diagramación y toda suerte de elementos plásticos y compositivos que sean de provecho. Es un recurso ampliamente utilizado tanto en la prensa diaria como en revistas, libros didácticos, páginas web, redes sociales y toda clase de materiales de divulgación masiva. Por ejemplo, instructivos de votación, instructivos de alimentación, etc. - Debido a que las explicaciones de los temas son de más fácil comprensión y permiten nemotécnicamente ser más fáciles de analizar, entender, comprender y permite unan fácil aplicación de estos.</p> <p>La definición más común de Infografía la describe como una representación visual de información y datos. Al combinar elementos de imagen de texto, gráficos, diagramas y, más recientemente, vídeo, una infografía es una herramienta efectiva para presentar datos y explicar problemas complejos de una manera que puede conducir rápidamente a una mejor comprensión</p> <p>Tiene la habilidad de llevarte a través de diferentes fases, ofreciéndote hechos y visuales intrigantes a lo largo del camino. Puedes controlar el flujo de tu infografía usando números, titulares, colores, espacios en blanco, fotos y por supuesto, gráficos. Tu trabajo principal es mostrarle a la gente los datos. Ese es el motivo por el que deberías tener el equilibrio perfecto entre gráficos y elementos visuales. Mientras que tus datos puede que funcionen con diferentes tipos de gráficos, depende de ti seleccionar el que asegurará que tu mensaje sea claro y preciso. Sigue siempre las mejores prácticas sobre gráficos.</p> <p>Las infografías, también llamadas infogramas, se han convertido en un formato indispensable en la estrategia de marketing.</p> <p>El primer paso para hacer una infografía es elegir el tema de la infografía. Algunos ejemplos generales de temas para hacer infografías son: La explicación de un concepto de una tecnología, datos estadísticos y resumen de un documento. Es ideal que la idea sea popular en Internet y en especial en las redes sociales ya que esto facilitará la viralidad cuando esté concluida. Monitorear cuentas de Twitter y Facebook de su público objetivo le ayudará a identificar los temas de moda en las redes sociales</p> <p>Es una representación visual que contiene información, imágenes, texto, diagramas para comunicarnos un tema.</p> <p>Es importante ya que nos organiza toda la información para que sea más entendible</p>

SC1C1. Definición de infografías

Una infografía es una imagen explicativa que combina texto, ilustración y diseño, cuyo propósito es sintetizar información de cierta complejidad e importancia, de una manera directa y rápida. Sin embargo, el uso de las infografías es bastante antiguo. Las infografías responden a diferentes modelos, tales como diagramas, esquemas, mapas conceptuales, entre otros. Asimismo, utilizan diferentes tipos de recursos visuales, tanto lingüísticos como no lingüísticos: texto, imágenes, colores, criterios de diagramación y toda suerte de elementos plásticos y compositivos que sean de provecho. Es un recurso ampliamente utilizado tanto en la prensa diaria como en revistas, libros didácticos, páginas web, redes sociales y toda clase de materiales de divulgación masiva. Por ejemplo, instructivos de votación, instructivos de alimentación, etc.

La definición más común de Infografía la describe como una representación visual de información y datos. Al combinar elementos de imagen de texto, gráficos, diagramas y, más recientemente, vídeo, una infografía es una herramienta efectiva para presentar datos y explicar problemas complejos de una manera que puede conducir rápidamente a una mejor comprensión

Las infografías, también llamadas infogramas, se han convertido en un formato indispensable en la estrategia de marketing de contenido de las empresas. En este artículo revisaré qué es una infografía, ejemplos de infogramas, beneficios de usar este formato y los pasos necesarios para crear una infografía exitosa

Es una representación visual que contiene información, imágenes, texto, diagramas para comunicarnos un tema.

Permiten nemotécnicamente ser más fáciles de analizar, entender, comprender y permite una fácil aplicación.

Tiene la habilidad de llevarte a través de diferentes fases, ofreciéndote hechos y visuales intrigantes a lo largo del camino. Puedes controlar el flujo de tu infografía usando números, titulares, colores, espacios en blanco, fotos y por supuesto, gráficos. Deberías tener el equilibrio perfecto entre gráficos y elementos visuales. Mientras que tus datos puede que funcionen con diferentes tipos de gráficos, depende de ti seleccionar el que asegurará que tu mensaje sea claro y preciso.

Antes de hacer una infografía debes elegir el tema. Algunos ejemplos generales de temas para hacer infografías son: La explicación de un concepto

La explicación de una tecnología, de datos estadísticos que resumen de un documento. Se puede transmitir por las redes sociales, Twiter, facebook

Nos permite organizar toda la información para que sea más entendible el tema

SC2C1. Beneficios de infografías

Tipos de infografías C2

Son aquellos que representan de forma gráfica, es decir, de forma visual, la información estadística, de manera que su comprensión sea más simple y rápida. Pueden valerse de diversos recursos como barras, tortas, sistemas de coordenadas. Se trata de infografías orientadas a divulgar campañas de prevención y atención a necesidades prioritarias de la sociedad. Por ejemplo, campañas sobre el comportamiento ante catástrofes naturales, primeros auxilios, alimentación o prevención de enfermedades. - Un diagrama es particularmente útil para mostrar la articulación jerárquica y procesos, así como el funcionamiento de determinados sistemas.

Brinda información sobre procesos y teorías científicas de diversos tipos.

Este tipo de infografía tiene un formato de diagrama etiquetado, que puede ayudarle a destacar y explicar los ingredientes, las partes de un producto, las características, los rasgos de personalidad y mucho más - El marketing utiliza mucho los recursos infográficos para facilitar la información acerca de tendencias o nuevos conceptos dentro del ramo. En este ejemplo, la infografía destaca los mejores horarios para publicar en Instagram - Una forma diferente y funcional de hacer infografías es con un efecto «hecho a mano», ¿las has visto? Se trata de ilustraciones muy divertidas y agradables en las que pareciera que todo está explicado en una simple hoja de papel con plumones de colores. Es un tipo de infografía muy original, pues su estilo imperfecto le da un toque único. Son ideales para transmitir una imagen fresca y juvenil. - Las infografías son una excelente herramienta visual para resumir la historia con una línea de tiempo. En ella se pueden desglosar cada uno de los puntos más importantes de los sucesos que llevaron a algo. Por ejemplo, en esta infografía se cuenta la historia del diseño a través de contenido gráfico y de manera cronológica, que detalla cómo surgió el diseño, su evolución en el tiempo hasta la actualidad.

Las infografías son tremendamente útiles y esenciales para representar la información que es complicada de entender a través del puro texto. Con un simple golpe de vista se puede entender hasta las cosas más complicadas, y además son más fáciles de asimilar y recordar. Cuando el objetivo es explicar, los infográficos permiten que materias o contenidos muy complicados – que de usar elementos verbales se perderían en un cúmulo de palabras – puedan ser comprendidas de manera rápida y entretenida y sobretodo de forma muy visual que ayuda a la comprensión - De esta forma, la información numérica, del tiempo, estadística y muchas otras serán más efectivas siendo ilustradas que mediante el puro uso de texto. Además, sirven de elementos diferentes que permiten otorgar mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser adecuadamente combinadas con textos y fotografías para maximizar la comprensión de lo que es está informando. - Diseño gráfico, comunicación gráfica y branding, creación de marca, imagen corporativa y diseño de logos, diseño y programación de páginas web, diseño publicitario. Especialistas en: Maquetación de revistas y catálogos. Diseño páginas Web profesional optimizado para Google y Posicionamiento Web en buscadores. Empresa especializada en: Diseño web corporativa, posicionamiento web natural, redes sociales y diseño de logotipo y camisetas. Posicionamiento web por objetivos Garantizado y Posicionamiento Web Continuo SEO. Servicios especializados en Diseño Web y Posicionamiento SEO en buscadores combinados: Diseño web optimizado SEO y Diseño Web + Posicionamiento Web - Este tipo de infografía

también exige un nivel técnico avanzado, ya que implican, además de animaciones, conocimiento de programación. La infografía debe ser manipulable por el usuario, de forma que este consiga “pasear” por la información de la pieza por su propia cuenta. Un punto clave de las infografías interactivas es su capacidad de generar datos relevantes sobre el usuario, porque los recursos interactivos permiten que descubras qué tanto conocimiento este visitante tiene sobre el tema, lo cual colabora muchísimo en el mapeo de la madurez de tu audiencia. Una empresa que lo supo utilizar fue GE en su segmento de consultoría, con esta infografía interactiva con datos y estadísticas sobre el escenario de las fuentes de generación de energía. Porque a través de las imágenes, información, colores, etc. Es más fácil llegar a nuestro público objetivo y dar el mensaje que queremos transmitir - Porque este es una manera más fácil de organizar la información que queremos transmitir. Porque sería una forma de que los estudiantes al verlo organizado sean más entendibles para ellos y por los colores, textos le sea más fácil recordar toda la información que queremos transmitir y así logramos el objetivo del curso. Porque es más fácil trabajarlo ya que con tantas veces que se realiza es más fácil de recordarlo y solo es cuestión de aprender a organizar la información que se tiene.

**SC1C2. Proyectos
publicitarios**

Son aquellos que representan de forma gráfica, es decir, de forma visual, la información estadística, de manera que su comprensión sea más simple y rápida. Pueden valerse de diversos recursos como barras, tortas, sistemas de coordenadas. Este tipo de infografía tiene un formato de diagrama etiquetado, que puede ayudarle a destacar y explicar los ingredientes, las partes de un producto, las características, los rasgos de personalidad y mucho más.

Las infografías son tremendamente útiles y esenciales para representar la información que es complicada de entender a través del puro texto. Con un simple golpe de vista se puede entender hasta las cosas más complicadas, y además son más fáciles de asimilar y recordar. Cuando el objetivo es explicar, los infográficos permiten que materias o contenidos muy complicados – que de usar elementos verbales se perderían en un cúmulo de palabras – puedan ser comprendidas de manera rápida y entretenida y es muy visual que ayuda a la comprensión.

Porque a través de las imágenes, información, colores, etc. Es más fácil llegar a nuestro público objetivo y dar el mensaje que queremos transmitir.

Se trata de infografías orientadas a divulgar campañas de prevención y atención a necesidades prioritarias de la sociedad. Por ejemplo, campañas sobre el comportamiento ante catástrofes naturales, primeros auxilios, alimentación o prevención de enfermedades.

El marketing utiliza mucho los recursos infográficos para facilitar la información acerca de tendencias o nuevos conceptos dentro del ramo. En este ejemplo, la infografía destaca los mejores horarios para publicar en Instagram

De esta forma, la información numérica, del tiempo, estadística y muchas otras serán más efectivas siendo ilustradas que mediante el puro uso de texto. Además, sirven de elementos diferentes que permiten otorgar mayor variedad y agilidad a la diagramación y pueden ser adecuadamente combinadas con textos y fotografías para maximizar la comprensión de lo que es está informando.

Porque este es una manera más fácil de organizar la información que queremos transmitir.

**SC2C2. Proyectos
corporativos**

SC3C2. Proyectos educativos

Un diagrama es particularmente útil para mostrar la articulación jerárquicas y procesos, así como el funcionamiento de determinados sistemas

Una forma diferente y funcional de hacer infografías es con un efecto «hecho a mano», ¿las has visto? Se trata de ilustraciones muy divertidas y agradables en las que pareciera que todo está explicado en una simple hoja de papel con plumones de colores. Es un tipo de infografía muy original, pues su estilo imperfecto le da un toque único. Son ideales para transmitir una imagen fresca y juvenil.

Diseño gráfico, comunicación gráfica y branding, creación de marca, imagen corporativa y diseño de logos, diseño y programación de páginas web, diseño publicitario. Especialistas en: Maquetación de revistas y catálogos. Diseño páginas Web profesional optimizado para Google y Posicionamiento Web en buscadores. Empresa especializada en: Diseño web corporativa, posicionamiento web natural, redes sociales y diseño de logotipo y camisetas. Servicios especializados de Diseño web Optimizado: Diseño web Empresarial, Diseño web Tienda Virtual y Diseño web Corporativa. Servicios especializados en Posicionamiento web: Posicionamiento web por objetivos Garantizado y Posicionamiento Web Continuo SEO. Porque sería una forma de que los estudiantes al verlo organizado sean más entendible para ellos y por los colores, textos le sea más fácil recordar toda la información que queremos transmitir y así logramos el objetivo del curso.

**SCC4C2. Proyectos
informativos**

Brinda información sobre procesos y teorías científicas de diversos tipos.

Las infografías son una excelente herramienta visual para resumir la historia con una línea de tiempo. En ella se pueden desglosar cada uno de los puntos más importantes de los sucesos que llevaron a algo. Por ejemplo, en esta infografía se cuenta la historia del diseño a través de contenido gráfico y de manera cronológica, que detalla cómo surgió el diseño, su evolución en el tiempo hasta la actualidad.

Este tipo de infografía también exige un nivel técnico avanzado, ya que implican, además de animaciones, conocimiento de programación. La infografía debe ser manipulable por el usuario, de forma que este consiga “pasear” por la información de la pieza por su propia cuenta. Un punto clave de las infografías interactivas es su capacidad de generar datos relevantes sobre el usuario, porque los recursos interactivos permiten que descubras qué tanto conocimiento este visitante tiene sobre el tema, lo cual colabora muchísimo en el mapeo de la madurez de tu audiencia. Una empresa que lo supo utilizar fue GE en su segmento de consultoría, con esta infografía interactiva con datos y estadísticas sobre el escenario de las fuentes de generación de energía.

Porque es más fácil trabajarlo ya que con tantas veces que se realiza es más fácil de recordarlo y solo es cuestión de aprender a organizar la información que se tiene.

Elementos de la infografía C3

Se propone establecer de manera sucinta las diferencias y/o semejanzas entre dos o más elementos - Las infografías tienen la habilidad de presentar datos complejos de una manera concisa y muy visual. Cuando se hacen correctamente, las infografías cuentan las historias que contienen los datos de manera efectiva, haciendo que la información sea fácil de digerir, educativa y atractiva. Las buenas infografías deben enfocarse con una idea clara de quién va a ser el público objetivo y cuál será el mensaje central. Comienza con un título poderoso. Los investigadores del MIT realizaron un estudio de seguimiento ocular para determinar cómo las personas procesan la información contenida en las infografías. Descubrieron que tener un buen título es la clave para retener la atención de la audiencia. Atraen al espectador, le explican el viaje en el que están a punto de embarcarse y les hace sentir curiosidad por saber más. A diferencia de los diagramas y gráficos individuales, las infografías se enfocan en el flujo de múltiples elementos visuales. - Tiene la habilidad de llevarte a través de diferentes fases, ofreciéndote hechos y visuales intrigantes a lo largo del camino. Puedes controlar el flujo de tu infografía usando números, titulares, colores, espacios en blanco, fotos y por supuesto, gráficos. Tu trabajo principal es mostrarle a la gente los datos. Ese es el motivo por el que deberías tener el equilibrio perfecto entre gráficos y elementos visuales. Mientras que tus datos pueden funcionar con diferentes tipos de gráficos, depende de ti seleccionar el que asegurará que tu mensaje sea claro y preciso. Sigue siempre las mejores prácticas sobre gráficos. - Las infografías incluyen signos lingüísticos y signos no lingüísticos. Las palabras escritas, de este modo, se combinan con ideogramas, pictogramas y otros recursos. La intención suele ser facilitarle al lector la comprensión de los datos. Puede decirse que la infografía tiene un objetivo didáctico. Al resumir o complementar el texto, se espera que funcione como un mecanismo de acceso rápido a lo más importante de la información. A nivel general, las infografías más comunes tienen un gráfico en su centro, mientras que en los alrededores se presentan textos y otros dibujos. En formato digital, pueden ser interactivas. Supongamos que, en la sección económica de un diario, se publica un informe sobre la inflación del último trimestre en un país, con detalles de los productos que han atravesado un mayor aumento de precio. El medio incluye junto al texto una infografía donde las cifras son presentadas a través de un gráfico de barras y los productos son simbolizados con imágenes (un sándwich para representar a los alimentos, una lámpara o bombilla como símbolo de la tarifa de los servicios públicos, etc.). - Con todo esto, ya podemos idear el diseño, y esto incluye varios aspectos, como ser la estética general, los elementos que usaremos y su organización dentro del gráfico. Los datos son tan importantes como la forma en la que los presentemos. Todo esto, además, se encuentra íntimamente ligado al tipo de contenido y al público que lo consumirá. Por ejemplo, normalmente los términos y conceptos conocidos por todos no requieren una definición, como sí los técnicos o menos comunes; sin embargo, si la audiencia está compuesta únicamente por profesionales altamente capacitados en un área específica, probablemente podamos pasarla por alto.- Con respecto al modo en el cual presentamos los datos, existen ciertos recursos que potencian el impacto que producen en el público, como ser las tablas comparativas. Es más difícil recordar un valor aislado que una comparación en la cual se contrastan dos o más, en especial si al menos uno de ellos es más cotidiano. En este marco también entran

los patrones y los grupos, ya que la asociación de los conceptos también nos facilita la memorización gracias a que entran en juego las relaciones entre ellos y esto los vuelve más tangibles. - Incluye datos relevantes para el tema, idea o concepto que presentas. Lo anterior implica la infografía posee solo información relevante. Sin importar si se basa hechos reales o una ficción, incorporar citas y fuentes es siempre una buena idea. Las imágenes y otra media deben complementar y facilitar comprensión de dicho tema. La creatividad es clave. Su finalidad debe ser obvia para quien la observa (es clara en aquello que se deseaba comunicar).

Esta infografía de HubSpot presenta de manera exhaustiva información sobre cómo crear un buyer persona. Incluye datos, estadísticas, consejos y ejemplos para que, si todavía no has construido el o los buyer persona de tu negocio, puedas hacerlo con mayor facilidad. - Porque reúne y presenta la información de forma concisa a través de un diseño atractivo y fácil de comprender. Reúne los pasos necesarios para que las empresas puedan generar sus propios buyer personas de manera efectiva - La representación de datos por medio de una infografía ayuda a simplificar de forma gráfica la información numérica y datos estadísticos. En este ejemplo de infografía se muestran los datos sobre los feminicidios en el Perú por medio de una combinación de gráficos y texto. - En esta infografía se muestran los datos básicos sobre el asteroide Florence y su acercamiento a la Tierra, así como información complementaria para que el lector conozca todo sobre este suceso. Se trata de una infografía informativa que explica de forma precisa el contenido que de otro modo podría resultar difícil de entender para el público en general - Porque combina elementos gráficos con datos y estadísticas sobresalientes, lo que hace que la información esté mejor equilibrada - Plasmar cierto contenido en las infografías puede ser una poderosa herramienta para captar la atención del lector. En este caso, la infografía contiene datos relevantes sobre los animales en peligro de extinción. Esto permite que el lector procese la información de forma más rápida. - Al presentar información resumida se logra que cualquier persona pueda entender el mensaje. En este ejemplo de infografía la información se presenta en un listado que resume el significado y origen del tema a tratar presentándolo en un diagrama, de forma que el lector puede hacer un escaneo fácil y organizado de la misma

Las infografías representan datos estadísticos de una manera más intuitiva y fácil para ser consumida, ya que traducen o exponen números de una manera más agradable, porque nada intimida más que líneas y líneas de datos y gráficos incomprensibles; Tienen un potencial absurdo para volverse virales gracias a su atractivo y facilidad para compartir; Debido a su naturaleza viral, un número mayor de personas serán redireccionadas a tu página, lo que garantiza mayores oportunidades para alcanzar posiciones más altas en los motores de búsqueda; La disposición de los elementos en este tipo de material facilita una lectura más dinámica, ya que cada dato tiene su espacio específico en la pieza, lo que facilita encontrarla - Además de eso, los infográficos son atractivos, intuitivos, la información es absorbida con mayor facilidad, ofrecen más de un punto de entrada a la información (esto significa que proporciona una lectura no lineal), quedan en la memoria, son auto explicativos, son extremadamente compartibles y poseen un increíble potencial de generar engagement. - Utilizamos el lenguaje verbal cuando la representación gráfica de uno de los puntos de la infografía se vuelve muy compleja o simplemente menos eficiente. En vez de correr el riesgo de intentar

representar algo con una forma que puede ser mal interpretada o no comprendida, usa la palabra correspondiente, y eso puede ser escrito o hablado (en el caso de un video-infográfico con locución). Este recurso es utilizado cuando lo que se desea representar es muy amplio o abstracto. Al contrario de lo que se piensa, no es por ser una infografía que todo en ella necesita ser imagen. Comúnmente se utiliza el lenguaje verbal en títulos, leyendas, bloques de textos, valores y cantidades, entre otro tipo de información numérica. Al utilizar ese lenguaje, evita los textos extensos. En las infografías, los textos tienen la función de auxiliar la comprensión, y no la de dar el mensaje completo. - En esta categoría podemos encontrar elementos que representan conceptos abstractos tales como las fechas que indican direcciones, elementos que indican movimiento, como líneas usadas para indicar que un objeto se está moviendo, como en el ejemplo siguiente. También entran en esta categoría elementos como gráficos, tablas, diagramas, líneas, etc. - El lenguaje pictórico abarca representaciones más literales de objetos concretos del mundo físico. Pueden ser representaciones fotográficas y realistas, como en el ejemplo dado del navío. Pero también, pueden ser representaciones ilustrativas bien sintéticas e icónicas. Es importante recordar que cuando hablamos de representaciones visuales, principalmente menos literales, debe tenerse mucho cuidado, debido a que personas interpretan cosas diferentes. Esas interpretaciones son influenciadas por diversos factores, como la diferencia cultural y el propio contexto. Eso significa que no debemos valerlos de nuestros propios valores y tomarlos como absolutos. Si muestras un ícono que representa una mariposa para alguien y esa persona dice que, para ella, le recuerda un motor de carro, debes repensar la imagen que escogiste para representar tu mariposa. Ahora que ya sabemos todo esto, manos a la obra. - Las infografías de lon pueden ser tanto interactivas como estáticas y se resaltan por su poder de impacto directo, ofreciendo al usuario una experiencia memorable de consumo de contenidos. Además, lon es una herramienta SaaS (software como servicio), en la que se puede contratar su plataforma por un tiempo determinado y usarla para producir cuántas infografías se quieran. Si quieres conocer más a detalle la herramienta y solicitar una demostración gratuita, ¡haz clic en la siguiente imagen y llena el formulario - En algunos casos, los íconos sintéticos son los más apropiados. En otros, ilustraciones más realistas o hasta fotos son mejores para la transmisión de la información. Lo importante es que los elementos escogidos ayuden a identificar lo que lo es y lo que no lo es en tu infografía. Usa bien los colores; Ten una paleta de colores definida para que tu infográfico no quede confuso. Recuerda también que los diferentes colores remiten a sensaciones y propósitos diferentes. No olvides de agregar tu logo; Como tu infografía quedará increíble, muchos van a querer copiarlo. No hay problema con que otros sitios y blogs publiquen tu material, siempre que den los debidos créditos. Y muchas veces no sucede así.

Es muy importante porque va a completar la información de la que estamos tratando en clase. - Porque eso nos va a permitir que se reconozca el trabajo que hace el docente como autor y nadie lo pueda utilizar de ninguna forma. - Porque se vuelve más atractivo visualmente y hay muchas personas que tienen memoria visual eso los ayuda a recordar más la información que se le ha presentado. - Si para hacer más entendible el tema porque las imágenes complementan al texto que se está utilizando para que sea más entendible. - Porque nos permite seguir una secuencia

para entender mejor el tema. - Porque nos ayuda a organizar toda la información del texto para su mejor entendimiento. - Porque esto nos permite tener una estructuración adecuada para no dispersarnos del tema tratado y de esa forma se perdería el objetivo trasado.

Se propone establecer de manera sucinta las diferencias y/o semejanzas entre dos o más elementos

Esta infografía de HubSpot presenta de manera exhaustiva información sobre cómo crear un buyer persona. Incluye datos, estadísticas, consejos y ejemplos para que, si todavía no has construido el o los buyer persona de tu negocio, puedas hacerlo con mayor facilidad.

Las infografías representan datos estadísticos de una manera más intuitiva y fácil para ser consumida, ya que traducen o exponen números de una manera más agradable, porque nada intimida más que líneas y líneas de datos y gráficos incomprensibles; Tienen un potencial absurdo para volverse virales gracias a su atractivo y facilidad para compartir; Debido a su naturaleza viral, un número mayor de personas serán redireccionadas a tu página, lo que garantiza mayores oportunidades para alcanzar posiciones más altas en los motores de búsqueda; La disposición de los elementos en este tipo de material facilita una lectura más dinámica, ya que cada dato tiene su espacio específico en la pieza, lo que facilita encontrarla

SC1C3. Iconos

Es muy importante porque va a completar la información de la que estamos tratando en clase.

SC2C3. Elementos de marca personal

Las infografías tienen la habilidad de presentar datos complejos de una manera concisa y muy visual. Cuando se hacen correctamente, las infografías cuentan las historias que contienen los datos de manera efectiva, haciendo que la información sea fácil de digerir, educativa y atractiva. Las buenas infografías deben enfocarse con una idea clara de quién va a ser el público objetivo y cuál será el mensaje central. Comienza con un título poderoso. Los investigadores del MIT realizaron un estudio de seguimiento ocular para determinar cómo las personas procesan la información contenida en las infografías. Descubrieron que tener un buen título es la clave para retener la atención de la audiencia. Atraen al espectador, le explican el viaje en el que están a punto de embarcarse y les hace sentir curiosidad por saber más. A diferencia de los diagramas y gráficos individuales, las infografías se enfocan en el flujo de múltiples elementos visuales.

Porque reúne y presenta la información de forma concisa a través de un diseño atractivo y fácil de comprender. Reúne los pasos necesarios para que las empresas puedan generar sus propios buyer personas de manera efectiva

Además de eso, los infográficos son atractivos, intuitivos, la información es absorbida con mayor facilidad, ofrecen más de un punto de entrada a la información (esto significa que proporciona una lectura no lineal), quedan en la memoria, son auto explicativos, son extremadamente compartibles y poseen un increíble potencial de generar engagement.

Porque eso nos va a permitir que se reconozca el trabajo que hace el docente como autor y nadie lo pueda utilizar de ninguna forma

SC3C3. Tipografía

Tiene la habilidad de llevarte a través de diferentes fases, ofreciéndote hechos y visuales intrigantes a lo largo del camino. Puedes controlar el flujo de tu infografía usando números, titulares, colores, espacios en blanco, fotos y por supuesto, gráficos. Tu trabajo principal es mostrarle a la gente los datos. Ese es el motivo por el que deberías tener el equilibrio perfecto entre gráficos y elementos visuales. Mientras que tus datos puede que funcionen con diferentes tipos de gráficos, depende de ti seleccionar el que asegurará que tu mensaje sea claro y preciso. Sigue siempre las mejores prácticas sobre gráficos.

La representación de datos por medio de una infografía ayuda a simplificar de forma gráfica la información numérica y datos estadísticos. En este ejemplo de infografía se muestran los datos sobre los feminicidios en el Perú por medio de una combinación de gráficos y texto.

Utilizamos el lenguaje verbal cuando la representación gráfica de uno de los puntos de la infografía se vuelve muy compleja o simplemente menos eficiente. En vez de correr el riesgo de intentar representar algo con una forma que puede ser mal interpretada o no comprendida, usa la palabra correspondiente, y eso puede ser escrito o hablado (en el caso de un video-infográfico con locución). Este recurso es utilizado cuando lo que se desea representar es muy amplio o abstracto. Al contrario de lo que se piensa, no es por ser una infografía que todo en ella necesita ser imagen. Comúnmente se utiliza el lenguaje verbal en títulos, leyendas, bloques de textos, valores y cantidades, entre otro tipo de información numérica. Al utilizar ese lenguaje, evita los textos extensos. En las infografías, los textos tienen la función de auxiliar la comprensión, y no la de dar el mensaje completo.

Porque se vuelve más atractivo visualmente y hay muchas personas que tienen memoria visual eso los ayuda a recordar más la información que se le ha presentado

SC4C3. Imágenes

Las infografías incluyen signos lingüísticos y signos no lingüísticos. Las palabras escritas, de este modo, se combinan con ideogramas, pictogramas y otros recursos. La intención suele ser facilitarle al lector la comprensión de los datos. Puede decirse que la infografía tiene un objetivo didáctico. Al resumir o complementar el texto, se espera que funcione como un mecanismo de acceso rápido a lo más importante de la información. A nivel general, las infografías más comunes tienen un gráfico en su centro, mientras que en los alrededores se presentan textos y otros dibujos. En formato digital, pueden ser interactivas. Supongamos que, en la sección económica de un diario, se publica un informe sobre la inflación del último trimestre en un país, con detalles de los productos que han atravesado un mayor aumento de precio. El medio incluye junto al texto una infografía donde las cifras son presentadas a través de un gráfico de barras y los productos son simbolizados con imágenes (un sándwich para representar a los alimentos, una lámpara o bombilla como símbolo de la tarifa de los servicios públicos, etc.).

En esta infografía se muestran los datos básicos sobre el asteroide Florence y su acercamiento a la Tierra, así como información complementaria para que el lector conozca todo sobre este suceso. Se trata de una infografía informativa que explica de forma precisa el contenido que de otro modo podría resultar difícil de entender para el público en general

En esta categoría podemos encontrar elementos que representan conceptos abstractos tales como las fechas que indican direcciones, elementos que indican movimiento, como líneas usadas para indicar que un objeto se está moviendo, como en el ejemplo siguiente. También entran en esta categoría elementos como gráficos, tablas, diagramas, líneas, etc.

Si para hacer más entendible el tema porque las imágenes complementan al texto que se está utilizando para que sea más entendible

**SC5C3. Ilustraciones
vectoriales**

Con todo esto, ya podemos idear el diseño, y esto incluye varios aspectos, como ser la estética general, los elementos que usaremos y su organización dentro del gráfico. Los datos son tan importantes como la forma en la que los presentemos. Todo esto, además, se encuentra íntimamente ligado al tipo de contenido y al público que lo consumirá. Por ejemplo, normalmente los términos y conceptos conocidos por todos no requieren una definición, como sí los técnicos o menos comunes; sin embargo, si la audiencia está compuesta únicamente por profesionales altamente capacitados en un área específica, probablemente podamos pasarla por alto.

Porque combina elementos gráficos con datos y estadísticas sobresalientes, lo que hace que la información esté mejor equilibrada

El lenguaje pictórico abarca representaciones más literales de objetos concretos del mundo físico. Pueden ser representaciones fotográficas y realistas, como en el ejemplo dado del navío. Pero también, pueden ser representaciones ilustrativas bien sintéticas e icónicas. Es importante recordar que cuando hablamos de representaciones visuales, principalmente menos literales, debe tenerse mucho cuidado, debido a que personas interpretan cosas diferentes. Esas interpretaciones son influenciadas por diversos factores, como la diferencia cultural y el propio contexto. Esto significa que no debemos valernos de nuestros propios valores y tomarlos como absolutos. Si muestras un ícono que representa una mariposa para alguien y esa persona dice que, para ella, le recuerda un motor de carro, debes repensar la imagen que escogiste para representar tu mariposa. Ahora que ya sabemos todo esto, manos a la obra.

Porque nos permite seguir una secuencia para entender mejor el tema.

SC6C3. Mapas conceptuales

Con respecto al modo en el cual presentamos los datos, existen ciertos recursos que potencian el impacto que producen en el público, como ser las tablas comparativas. Es más difícil recordar un valor aislado que una comparación en la cual se contrastan dos o más, en especial si al menos uno de ellos es más cotidiano. En este marco también entran los patrones y los grupos, ya que la asociación de los conceptos también nos facilita la memorización gracias a que entran en juego las relaciones entre ellos y esto los vuelve más tangibles.

Plasmar cierto contenido en las infografías puede ser una poderosa herramienta para captar la atención del lector. En este caso, la infografía contiene datos relevantes sobre los animales en peligro de extinción. Esto permite que el lector procese la información de forma más rápida.

Las infografías de lon pueden ser tanto interactivas como estáticas y se resaltan por su poder de impacto directo, ofreciendo al usuario una experiencia memorable de consumo de contenidos. Además, lon es una herramienta Saas (software como servicio), en la que se puede contratar su plataforma por un tiempo determinado y usarla para producir cuántas infografías se quieran. Si quieres conocer más a detalle la herramienta y solicitar una demostración gratuita, ¡haz clic en la siguiente imagen y llena el formulario

Porque nos ayuda a organizar toda la información del texto para su mejor entendimiento

SC7C3. Esquemas

Incluye datos relevantes para el tema, idea o concepto que presentas. Lo anterior implica la infografía posee solo información relevante. Sin importar si se basa hechos reales o una ficción, incorporar citas y fuentes es siempre una buena idea. Las imágenes y otra media deben complementar y facilitar comprensión de dicho tema. La creatividad es clave. Su finalidad debe ser obvia para quien la observa (es clara en aquello que se deseaba comunicar).

Al presentar información resumida se logra que cualquier persona pueda entender el mensaje. En este ejemplo de infografía la información se presenta en un listado que resume el significado y origen del tema a tratar presentándolo en un diagrama, de forma que el lector puede hacer un escaneo fácil y organizado de la misma

En algunos casos, los íconos sintéticos son los más apropiados. En otros, ilustraciones más realistas o hasta fotos son mejores para la transmisión de la información. Lo importante es que los elementos escogidos ayuden a identificar lo que lo es y lo que no lo en tu infografía. Usa bien los colores; Ten una paleta de colores definida para que tu infográfico no quede confuso. Recuerda también que los diferentes colores remiten a sensaciones y propósitos diferentes. No olvides de agregar tu logo; Como tu infografía quedará increíble, muchos van a querer copiarlo. No hay problema con que otros sitios y blogs publiquen tu material, siempre que den los debidos créditos. Y muchas veces no sucede así.

Porque esto nos permite tener una estructuración adecuada para no dispersarnos del tema tratado y de esa forma se perdería el objetivo trasado.

Etapas y herramientas C4

Estos infográficos son de gran ayuda para presentar la evolución de un tema o concepto, la historia de un suceso, un acontecimiento histórico o la biografía de un personaje. Generalmente, toman la forma de una línea temporal y los hechos son representados cronológicamente o en sucesión. - Un diagrama de flujo tiene como función expresar las etapas de un tópico y sus ramificaciones, permitiendo observar todo el conjunto como una unidad. Estos diagramas se componen de elementos que se relacionan entre sí.

Como te habrás dado cuenta en los ejemplos que te mostramos arriba, las infografías son herramientas gráficas que pueden ayudarte a presentar cualquier tipo de información (y lo mejor es que las puedes crear en programas de uso fácil). - Cuentan con un diseño adecuado para su propósito y usan los elementos gráficos para presentar el contenido de forma amena. Facilitan la comprensión de temas con diversos niveles de complejidad. Involucran a la audiencia en una historia visual. Equilibran el uso de texto, gráficas y otros recursos visuales, como los iconos. También suelen incluir ilustraciones - Su elaboración debe contar con un diseño adecuado para su propósito y usan los elementos gráficos para presentar el contenido de forma amena. Facilitan la comprensión de temas con diversos niveles de complejidad. Involucran a la audiencia en una historia visual. Equilibran el uso de texto, gráficas y otros recursos visuales, como los iconos. También suelen incluir ilustraciones

Tu infografía está lista y es hora de mostrarla a todo el mundo. Toda aquella información sintetizada en forma de imagen va ahora a informar a millones de personas. Pero para eso, debes divulgar debidamente tu creación.

Es muy interesante usar estrategias que conviertan al infográfico en un recurso eficiente de generación de tráfico y leads. Escribir un artículo sobre el asunto de la infografía es una forma interesante de atraer visitas. Puedes usarla para explicar una parte específica del contenido o simplemente para resumir el asunto general con menor profundidad

Si la pieza es bastante compleja, puedes usarla para adquirir leads. Libera un teaser (parte de la infografía y úsalo para atraer al visitante a una landing page donde él podrá descargar el material completo a cambio de su email. Dispón un código (embed code) en caso de que quieran republicar tu infografía. Eso genera backlinks y la mantiene siempre vinculada a tu sitio web. Hacerlo requiere un poco de conocimiento en programación HTML, pero una búsqueda rápida en Google te da lo necesario para generar embed codes. Conoce nuestra infografía completa sobre Marketing de Contenidos, descargándola en el siguiente enlace. - A lo largo del tiempo, hemos aprendido que no es interesante ofrecerle mucha información al público sin saber si esta colma sus necesidades. Esta percepción permitió que hoy tengamos seguridad que muchísima información en un mismo material puede derribar una estrategia de mercadeo. Incluso, llenar los oídos y la vista de los consumidores con exceso de datos puede ocasionar un efecto contrario al deseado. Lo ideal es que la empresa busque ofrecer contenidos por medio de una conexión real con el público. Esto solo se consigue cuando la empresa explica cómo el producto o servicio puede caminar la vida de quien lo adquiere, generando valor al cliente. Cuidado, no estamos diciendo que no debas informar sobre las funcionalidades, características de tu producto o servicio. Se trata de incentivar la difusión de los resultados

Es importante que este muy organizado, que tenga una secuencia lógica para que sea más entendible - Si porque cuando tenga color, este bien distribuido y tenga toda la información que se necesita será más fácil para el estudiante captar la información necesaria para entender el tema tratado. - Si fuese un beneficio pero no se debe abusar demasiado porque esto significaría un distractor y el alumno podría dispersarse poniendo en duda el objetivo que se pueda lograr.

Estos infográficos son de gran ayuda para presentar la evolución de un tema o concepto, la historia de un suceso, un acontecimiento histórico o la biografía de un personaje. Generalmente, toman la forma de una línea temporal y los hechos son representados cronológicamente o en sucesión.

Como te habrás dado cuenta en los ejemplos que te mostramos arriba, las infografías son herramientas gráficas que pueden ayudarte a presentar cualquier tipo de información (y lo mejor es que las puedes crear en programas de uso fácil). Tu infografía está lista y es hora de mostrarla a todo el mundo. Toda aquella información sintetizada en forma de imagen va ahora a informar a millones de personas. Pero para eso, debes divulgar debidamente tu creación.

Es muy interesante usar estrategias que conviertan al infográfico en un recurso eficiente de generación de tráfico y leads. Escribir un artículo sobre el asunto de la infografía es una forma interesante de atraer visitas. Puedes usarla para explicar una parte específica del contenido o simplemente para resumir el asunto general con menor profundidad

SC1C4. Etapas

Es importante que este muy organizado, que tenga una secuencia lógica para que sea más entendible

**SC2C4. Fuentes de
inspiración**

Un diagrama de flujo tiene como función expresar las etapas de un tópico y sus ramificaciones, permitiendo observar todo el conjunto como una unidad. Estos diagramas se componen de elementos que se relacionan entre sí.

Cuentan con un diseño adecuado para su propósito y usan los elementos gráficos para presentar el contenido de forma amena. Facilitan la comprensión de temas con diversos niveles de complejidad. Involucran a la audiencia en una historia visual. Equilibran el uso de texto, gráficas y otros recursos visuales, como los iconos. También suelen incluir ilustraciones

Si la pieza es bastante compleja, puedes usarla para adquirir leads. Libera un teaser (parte de la infografía y úsalo para atraer al visitante a una landing page donde él podrá descargar el material completo a cambio de su email. Dispón un código (embed code) en caso de que quieran republicar tu infografía. Eso genera backlinks y la mantiene siempre vinculada a tu sitio web. Hacerlo requiere un poco de conocimiento en programación HTML, pero una búsqueda rápida en Google te da lo necesario para generar embed codes. Conoce nuestra infografía completa sobre Marketing de Contenidos, descargándola en el siguiente enlace.

Si porque cuando tenga color, este bien distribuido y tenga toda la información que se necesita será más fácil para el estudiante captar la información necesaria para entender el tema tratado.

**SC3C4.
Herramientas**

Seguro que leyendo qué es una infografía y cuáles son sus características, ya se te han empezado a ocurrir ideas sobre cómo puede ser útil para tu negocio. Realmente este tipo de recursos presentan muchas ventajas dentro de una buena estrategia de marketing de contenidos: Simplifica la información: Es una manera estupenda de hacer más asequible información que puede resultar confusa o difícil de entender. Logra que tus contenidos lleguen a un público más amplio y menos técnico. Se puede viralizar: Los usuarios tienden a compartir más el contenido visual que los textos. Una infografía es fácil de enviar por email, publicar en las redes sociales, descargar en el ordenador, etc.

Se recuerda mejor y por más tiempo: El contenido visual es mucho más fácil de recordar y permanece más en la memoria de los usuarios. Refuerza la identidad visual de la marca: Si se desarrolla de manera coherente con el resto de las comunicaciones de la marca, puede ser un elemento muy bueno para reforzar la misma. Además, ayuda a mejorar la reputación de la marca y dar una imagen de empresa sólida e interesada por la comunicación con su público.

Su elaboración debe contar con un diseño adecuado para su propósito y usan los elementos gráficos para presentar el contenido de forma amena. Facilitan la comprensión de temas con diversos niveles de complejidad. Involucran a la audiencia en una historia visual. Equilibran el uso de texto, gráficas y otros recursos visuales, como los iconos. También suelen incluir ilustraciones

A lo largo del tiempo, hemos aprendido que no es interesante ofrecerle mucha información al público sin saber si esta colma sus necesidades. Esta percepción permitió que hoy tengamos seguridad que muchísima información en un mismo material puede derribar una estrategia de mercadeo. Incluso, llenar los oídos y la vista de los consumidores con exceso de datos puede ocasionar un efecto contrario al deseado. Lo ideal es que la empresa busque ofrecer contenidos por medio de una conexión real con el público. Esto solo se consigue cuando la empresa explica cómo el producto o servicio puede caminar la vida de quien lo adquiere, generando valor al cliente. Cuidado, no estamos diciendo que no debas informar sobre las funcionalidades, características de tu producto o servicio. Se trata de incentivar la difusión de los resultados

Si fuese un beneficio pero no se debe abusar demasiado porque esto significaría un distractor y el alumno podría dispersarse poniendo en duda el objetivo que se pueda lograr.

Estrategias C5

El problema ahora es ponerte manos a la obra y diseñar la tuya propia. Puedes hacerlo con programas de diseño como cualquiera de los del paquete Adobe (InDesign, Illustrator, Photoshop) o incluso sus versiones de software libre como GIMP. Pero si no tienes mucha maña con el diseño o no cuentas con los recursos necesarios para invertir en el trabajo de un diseñador profesional, es interesante que tengas a mano algunas herramientas online muy intuitivas.

- El problema ahora es ponerte manos a la obra y diseñar la tuya propia. Puedes hacerlo con programas de diseño como cualquiera de los del paquete Adobe (InDesign, Illustrator, Photoshop) o incluso sus versiones de software libre como GIMP. Pero si no tienes mucha maña con el diseño o no cuentas con los recursos necesarios para invertir en el trabajo de un diseñador profesional, es interesante que tengas a mano algunas herramientas online muy intuitivas.

Así que, a continuación, te muestro algunas de mis herramientas preferidas:

Piktochart: es una de las herramientas más conocidas porque es muy sencilla de utilizar. Aquellos con poco conocimiento de diseño suelen empezar manejando esta herramienta y poco a poco se van soltando. Además de ser muy intuitiva, permite al usuario utilizar muchísimos iconos y gráficos ya prediseñados que se adaptan a todas tus necesidades. Esta es, sin duda, una de mis favoritas para crear infografías.

Canva: esta herramienta online para aprender cómo crear infografías tiene un amplio repertorio de plantillas que puedes personalizar y adaptar a tus mensajes. Canva es otra de las opciones más populares, tanto entre equipos de diseño como entre principiantes.

Info.gram: esta está específicamente creada para poder maquetar infografías, gráficos con datos, etc. Está muy pensada para realizar trabajos centrados en cifras o muy esquemáticos. Es ideal para hacer contenidos sencillos y bien enfocados.

Easel.ly: no es tan popular pero funciona muy bien. Puedes editar tus infografías fácilmente ya que también cuenta con un interfaz muy intuitivo. Aunque ofrece plantillas, la variedad es menor que en los ejemplos anteriores.

Genial.ly: lo mejor de esta herramienta es que permite hacer infografías dinámicas. Ya no se limita a una imagen plana y estática, puedes crear contenidos interactivos. Navegarás dentro de las infografías descubriendo nuevos contenidos. Puede parecer que su creación es más compleja, pero en realidad sólo supone un par de pasos más en el proceso.

Creately: su principal característica es que da la posibilidad de trabajar en equipo. Diferentes usuarios pueden conectarse para trabajar sobre el mismo contenido. Esto facilita mucho que sean diferentes personas de un equipo quienes desarrollen la misma infografía.

Venngage: Es un software en la nube que sirve específicamente para crear infografías con el apoyo de miles de plantillas personalizables. Además puedes hacer otros tipos de diseños como banners, currículos, newsletters, posts para redes sociales y mucho más. Un gran plus es que puedes subir tus colores y tipografías de marca y personalizar cualquier diseño según el look and feel que buscas.

Facilitan la comprensión de temas con diversos niveles de complejidad. Involucran a la audiencia en una historia visual. Equilibran el uso de texto, gráficos y otros recursos visuales, como los iconos. También suelen incluir ilustraciones - Estamos

seguros de que en los diversos tipos de infografías encontrarás justo lo que estás buscando para la idea que quieres transmitir. Deja volar tu imaginación y diseña la infografía perfecta para tu mensaje y marca

Es importante que consideres las diferentes formas de administrar la información digital del sitio web por medio de técnicas de webwriting. Otra cuestión primordial es que todo el contenido debe ser direccionado a sanar las necesidades y expectativas del público objetivo. Esto también considera el tipo de lenguaje empleado para que las personas puedan entender el mensaje enviado por la empresa - Ofrecer un contenido rico es importante, pero hay que destacar la necesidad de utilizar técnicas de optimización de sitios para motores de búsqueda. Al usar correctamente las técnicas, el contenido, así como la página, obtendrá una mejor posición en los resultados orgánicos de Google y de otros buscadores.

La información debe ser puntual porque si se abarca demasiados temas o demasiado texto el alumno de solo verlo no sería llamativo visualmente y haría que el estudiante se confunda o no le resulte interesante o lo tenga que leer por obligación. - Sería información, imágenes, organización, colores y estructuración.

SC1C5. Premisas

El problema ahora es ponerte manos a la obra y diseñar la tuya propia. Puedes hacerlo con programas de diseño como cualquiera de los del paquete Adobe (InDesign, Illustrator, Photoshop) o incluso sus versiones de software libre como GIMP. Pero si no tienes mucha maña con el diseño o no cuentas con los recursos necesarios para invertir en el trabajo de un diseñador profesional, es interesante que tengas a mano algunas herramientas online muy intuitivas. Facilitan la comprensión de temas con diversos niveles de complejidad. Involucran a la audiencia en una historia visual. Equilibran el uso de texto, gráficas y otros recursos visuales, como los iconos. También suelen incluir ilustraciones

Es importante que consideres las diferentes formas de administrar la información digital del sitio web por medio de técnicas de webwriting. Otra cuestión primordial es que todo el contenido debe ser direccionado a sanar las necesidades y expectativas del público objetivo. Esto también considera el tipo de lenguaje empleado para que las personas puedan entender el mensaje enviado por la empresa

La información debe ser puntual porque si se abarca demasiados temas o demasiado texto el alumno de solo verlo no sería llamativo visualmente y haría que el estudiante se confunda o no le resulte interesante o lo tenga que leer por obligación.

SC2C5. Estrategias básicas

El problema ahora es ponerte manos a la obra y diseñar la tuya propia. Puedes hacerlo con programas de diseño como cualquiera de los del paquete Adobe (InDesign, Illustrator, Photoshop) o incluso sus versiones de software libre como GIMP. Pero si no tienes mucha maña con el diseño o no cuentas con los recursos necesarios para invertir en el trabajo de un diseñador profesional, es interesante que tengas a mano algunas herramientas online muy intuitivas.

Así algunas de mis herramientas preferidas:

Piktochart: es una de las herramientas más conocidas porque es muy sencilla de utilizar. Aquellos con poco conocimiento de diseño suelen empezar manejando esta herramienta y poco a poco se van soltando. Además de ser muy intuitiva, permite al usuario utilizar muchísimos iconos y gráficos ya prediseñados que se adaptan a todas tus necesidades. Esta es, sin duda, una de mis favoritas para crear infografías.

Canva: esta herramienta online para aprender cómo crear infografías tiene un amplio repertorio de plantillas que puedes personalizar y adaptar a tus mensajes. Canva es otra de las opciones más populares, tanto entre equipos de diseño como entre principiantes.

Info.gram: esta está específicamente creada para poder maquetar infografías, gráficos con datos, etc. Está muy pensada para realizar trabajos centrados en cifras o muy esquemáticos. Es ideal para hacer contenidos sencillos y bien enfocados.

Easel.ly: no es tan popular pero funciona muy bien. Puedes editar tus infografías fácilmente ya que también cuenta con un interfaz muy intuitivo. Aunque ofrece plantillas, la variedad es menor que en los ejemplos anteriores.

Genial.ly: lo mejor de esta herramienta es que permite hacer infografías dinámicas. Ya no se limita a una imagen plana y estática, puedes crear contenidos interactivos. Navegarás dentro de las infografías descubriendo nuevos contenidos. Puede parecer que su creación es más compleja, pero en realidad sólo supone un par de pasos más en el proceso.

Creately: su principal característica es que da la posibilidad de trabajar en equipo. Diferentes usuarios pueden conectarse para trabajar sobre el mismo contenido. Esto facilita mucho que sean diferentes personas de un equipo quienes desarrollen la misma infografía.

Venngage: Es un software en la nube que sirve específicamente para crear infografías con el apoyo de miles de plantillas personalizables. Además puedes hacer otros tipos de diseños como banners, currículos, newsletters, posts para redes sociales y mucho más. Un gran plus es que puedes subir tus colores y tipografías de marca y personalizar cualquier diseño según el look and feel que buscas.

Estamos seguros de que en los diversos tipos de infografías encontrarás justo lo que estás buscando para la idea que quieres transmitir. Deja volar tu imaginación y diseña la infografía perfecta para tu mensaje y marca

Ofrecer un contenido rico es importante, pero hay que destacar la necesidad de utilizar técnicas de optimización de sitios para motores de búsqueda. Al usar correctamente las técnicas, el contenido, así como la página, obtendrá una mejor posición en los resultados orgánicos de Google y de otros buscadores.

Será información, imágenes, organización, colores y estructuración.

Nota: Base de datos desarrollada por el autor de la investigación

4.2. Descripción e interpretación de resultados de las entrevistas a profundidad

4.2.1 Primer resultado:

Posterior a describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías (Cx) y subcategorías (SCxCx) están presentes en sus respuestas planteadas; Conceptualización (C1); Definición de infografías (SC1C1), Beneficios de infografías, (SC2C1), Tipos de infografías (C2); Proyectos publicitarios (SC1C2); Proyectos corporativos (SC1C2), Proyectos educativos (SC2C2), Proyectos informativos (SC3C2); Elementos de la infografía (C3); Iconos (SC1C3), Elementos de

marca personal (SC2C3), Tipografía (SC3C3), Imágenes (SC4C3), Ilustraciones vectoriales (SC5C3), Mapas conceptuales (SC6C3), Esquemas (SC7C3), Etapas y herramientas (C4), Etapas (SC1C4) , Fuentes de inspiración (SC2C4) , Herramientas (SC3C4) y Estrategias (C5), Premisas (SC1C5), Estrategias básicas (SC2C5)

4.2.3 Segundo resultado:

Posterior a detallar cómo influye la conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Conceptualización (C1); Definición de infografías (SC1C1), Beneficios de infografías, (SC2C1)

4.2.4 Tercer resultado:

Posterior a identificar cómo influye los tipos de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Tipos de infografías (C2); Proyectos publicitarios (SC1C2); Proyectos corporativos (SC2C2), Proyectos educativos (SC3C2), Proyectos informativos (SC4C2);

4.2.5 Cuarto resultado:

Posterior a explicar cómo influyen los elementos de la infografía en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Elementos

de la infografía C3); Iconos (SC1C3), Elementos de marca personal (SC2C3), Tipografía (SC3C3), Imágenes (SC4C3), Ilustraciones vectoriales (SC5C3), Mapas conceptuales (SC6C3), Esquemas (SC7C3), Etapas y herramientas

4.2.6 Quinto resultado:

Posterior a describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Etapas y herramientas (C4), Etapas (SC1C4) , Fuentes de inspiración (SC2C4) , Herramientas (SC3C4) y Estrategias (C5), Premisas (SC1C5), Estrategias básicas (SC2C5)

4.2.7 Sexto resultado:

Posterior a identificar cómo influyen las Estrategias de las infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Estrategias (C5), Premisas (SC1C5), Estrategias básicas (SC2C5)

V. DISCUSIÓN

El uso de la infografía como alternativa didáctica en los jóvenes universitarios del cuarto año de tecnología médica de la universidad nacional Federico Villarreal mejora el aprendizaje y la atención, se sienten más entretenidos e identificados con las clases que imparte el docente ya que se sienten más identificados con este tipo de presentaciones

5.1 Primera Discusión

De acuerdo a lo expresado por (Becerra-Rodríguez et al., 2021) en el paper “Lectura grupal e infografías en la enseñanza y el aprendizaje de contenidos de divulgación científica en el contexto universitario”, podemos precisar El objetivo de esta investigación es analizar la importancia de la lectura grupal y la construcción colaborativa de infografías en el proceso de enseñanza y aprendizaje de los contenidos de los libros de divulgación científica en estudiantes universitarios. La investigación es de tipo cualitativo y de orden descriptivo-interpretativo. Se realizó un experimento con 10 estudiantes de tercer semestre de medicina que cursaron una asignatura de física. Los resultados indican que los estudiantes participantes del estudio mostraron una mejora significativa de su aprendizaje de temas científicos. Esto contrasta de forma positiva con los resultados de los procesos de enseñanza y aprendizaje de este tipo de contenidos que utilizan estrategias pedagógicas con énfasis en aprendizajes memorísticos y de resolución de ejercicios de forma individual. Se concluye que la lectura grupal y el uso de las infografías para el contenido de textos de ciencia y tecnología son una práctica que permite realizar ejercicios de indagación que favorecen el aprendizaje conceptual de los estudiantes. cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública.

5.2 Segunda Discusión

Según lo precisa (Sumak Kawsay, 2020) en el libro “La infografía en el ámbito educativo infografías educativas”. Podemos interpretar La infografía es un diseño gráfico en el que se combinan textos y elementos visuales con el fin de comunicar información precisa sobre variadas temáticas (científicas, deportivas, culturales, literarias, etc.). Este recurso aproxima al lector a los elementos, ideas o acontecimientos más importantes de un determinado tema, como: dónde ocurrió, cómo se llevó a cabo, cuáles son sus características, en qué consiste el proceso, cuáles son las cifras, etc. La infografía es pertinente para aclarar textos de temática complicada, cronología de acontecimientos, línea biográfica, casos policiales, hechos históricos, descubrimientos, accidentes, etc. Sin embargo, se puede aplicar a cualquier tipo de texto siempre que el propósito sea hacer más sencilla la información. Publicado por Ginés Ciudad Real. Es del 16 de octubre de 2014. Desarrolla la atención; nos permite afirmar que influye la conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual

5.3 Tercera Discusión

Según lo expresa (Amaral Lucas, 2019), en el paper “Conoce los tipos de infografías que pueden ser utilizadas en tu estrategia”. Podemos interpretar lo siguiente:

Sin embargo, no es la única opción para producir contenidos, existen otros tipos, como: guest posts, videos, e-books, podcasts y slides, pero hoy nuestra protagonista es la infografía. Ahora bien, si te estás preguntado "¿por qué en la actualidad todo gira entorno al Marketing Digital?", pues, te decimos que el 70% de las empresas que utilizan esta estrategia generan hasta 4 veces más visitas a su sitio web. Y si tu próxima duda es "¿y las infografías qué papel juegan en todo esto?"

como sabes (o deberías saber), un buen contenido hará que tu posible cliente tenga un crush con tu marca y Google puede conectarlos, ¿cómo? posicionándote en la primera página de sus resultados. Apostaré a que no sabías que allí es donde se quedan el 71,33% de las búsquedas, mientras que los enlaces patrocinados convierten solo el 1,91%. Así que si deseas utilizar este recurso en tu estrategia y obtener todos los beneficios que te traerá, ¡no desesperes!, en este artículo te mostraremos cuáles son los tipos de infografías que pueden ayudarte a alcanzar tus objetivos. ¡Acompáñanos!

Lo primero, ¿qué es una infografía?; Una infografía es, en una definición generalizada, un compilado de datos y de informaciones que reciben el soporte de las imágenes, es decir, agrupan textos e ilustraciones para facilitar la escaneabilidad y la comprensión de lo que se presenta. Estudios basados en el rastreo ocular señalan que los usuarios les prestan más atención a contenidos con imágenes que a los que solo poseen textos. Además, la infografía es 3 veces más compartida en redes sociales que cualquier otro tipo de contenido, ¿impresionante, no es verdad?

Es importante que conozcas que: el ser humano retiene, en promedio, el 80% de lo que ve, el 20% de lo que lee y el 10% del que oye; las infografías pueden aumentar el tráfico de tu sitio en un 12%; en los últimos 5 años, las búsquedas en Google por infografías han aumentado 25 veces. Siendo así, es fácil concluir que es una parte esencial para cualquier estrategia de contenidos, tanto para atraer como para retener a los lectores de tus landing pages.

Nos permite afirmar que los tipos de infografías en la enseñanza virtual influyen en los aprendizajes

5.4 Cuarta Discusión

Según lo explica (Durán, 2016) en el paper “5 elementos esenciales en todo diseño de infografía”, podemos interpretar Una tendencia marcada dentro de la comunicación y la publicación de contenidos web es la de las infografías, elementos de diseño con cualidades informativas que privilegian a la imagen y presentan al lector datos concisos con mucha precisión. La capacidad de síntesis de estos documentos informativos ha propiciado que su uso se generalice tanto en web como en publicaciones impresas. Sectores cercanos a la comunicación como el marketing, por ejemplo, han comprobado los beneficios de este formato. La joven CEO: la taxidermista precoz Por mencionar un caso, el uso de infografías entre los meses de julio y agosto de 2014 en Gran Bretaña reportó un aumento de cuatro por ciento con respecto al mismo periodo de 2013 dentro del sector de los creativos del marketing*. ¿Conoces a detalle las características de esta modalidad de la comunicación y la información? Como diseñador o creativo de la imagen más te vale que sí. Tenemos para ti el listado siguiente con los elementos más significativos de una buena infografía. Título simple y breve; Una infografía necesita tener un título llamativo e ingenioso que logre atrapar la atención del lector. La brevedad es también una de las cualidades necesarias en este punto, no te olvides que todo este documento juega con la síntesis. Texto con lenguaje sencillo; Entre los contenidos más socorridos en las infografías tenemos que mencionar las cifras y los datos duros. Para explicar e interpretar estos tópicos es necesario un lenguaje breve y conciso que resulte de fácil comprensión. Otra por la cual el texto requiere ser breve es porque este va a convivir con una gran cantidad de imágenes y diseños. Imágenes; Ya sea que tú las elabores o que las retomes de alguna fuente calificada, las imágenes son parte esencial de este documento que privilegia la fácil comprensión de los conceptos y apela a lo visual y a lo preciso para generar información que se pueda quedar grabada en la mente del lector. Trayectoria discursiva; Unas Imágenes llamativas y texto perfectamente bien redactado son los elementos

protagónicos de una traza informativa que debe ser premeditada y seguir una trayectoria lógica. Sólo la planeación y tener muy claro cuáles son las conclusiones a las que quieres llegar te permitirán realizar un documento valioso informativamente. Fuentes; Realizar una infografía es un ejercicio de síntesis e gran importancia y para elaborarla es necesario que acudas a diversas fuentes documentales: libros, diarios, revistas, web, cine, etcétera. Una vez que concluyas tu labor de investigación, anota tus fuentes e inclúyelas en la parte final de tu documento informativo.

Según Alemán et al. (2021) precisó que los sujetos académicos, en etapa de pandemia, no están en igualdad de condiciones para entrar a la educación virtual: localidad geográfica, elementos baratos y tecnológicos, capacitación y vivencia en la utilización de tecnología de información y comunicación y también Anderete (2020) reflexionaba acerca de las diferencias digitales y los problemas sociales en Argentina. Nosotros también evidenciamos las brechas de la educación virtual en el Perú, acrecentado a lo largo de la pandemia, ya que en las entrevistas a profundidad uno de los entrevistados no solo tenía mejor conectividad, mejor imagen; ya que mostraba por la cámara una mejor infraestructura en su hogar y por la claridad de la comunicación audiovisual; también un mejor equipo tecnológico a diferencia del resto que al encender la cámara se perdía la conectividad y a pesar de ser todos de una universidad nacional se evidenció la brecha social y económica, además solo una persona tenía el programa canvas completo y el resto tenía la versión gratuita.

En base de nuestros hallazgos y lo corroborado en la literatura científica, podemos afirmar que hay influencia en los elementos de la infografía como método didáctico en la enseñanza virtual en los alumnos del cuarto año del curso de resonancia magnética de la Universidad Nacional Federico Villarreal 2021.

VI. CONCLUSIONES

6.1 Primera conclusión:

Podemos concluir que el uso de infografías influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, basados que al describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías (Cx) y subcategorías (SCxCx) están presentes en sus respuestas planteadas; Conceptualización (C1); Definición de infografías (SC1C1), Beneficios de infografías, (SC2C1), Tipos de infografías (C2); Proyectos publicitarios (SC1C2); Proyectos corporativos (SC1C2), Proyectos educativos (SC2C2), Proyectos informativos (SC3C2); Elementos de la infografía (C3); Iconos (SC1C3), Elementos de marca personal (SC2C3), Tipografía (SC3C3), Imágenes (SC4C3), Ilustraciones vectoriales (SC5C3), Mapas conceptuales (SC6C3), Esquemas (SC7C3), Etapas y herramientas (C4), Etapas (SC1C4) , Fuentes de inspiración (SC2C4) , Herramientas (SC3C4) y Estrategias (C5), Premisas (SC1C5), Estrategias básicas (SC2C5)

Posterior a describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, los entrevistados a profundidad; indican que las categorías; tipos de infografías y sus subcategorías definición y beneficios están presentes en sus respuestas planteadas en el 100% de los 4 entrevistados en sus respuestas planteadas, confirmando que todos los entrevistados a profundidad conocen las infografías y pueden definirlo correctamente.

6.2 Segunda conclusión:

Podemos concluir que la conceptualización en el uso de infografías influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, basados al detallar cómo influye la conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Conceptualización (C1); Definición de infografías (SC1C1), Beneficios de infografías, (SC2C1)

Posterior a detallar cómo influye la categoría conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, están presentes en sus respuestas planteadas en los entrevistados a profundidad; indican que en las subcategorías; proyectos publicitarios, proyectos corporativos, educativos en el 100% de los entrevistados y la categoría informativos el 25% de los entrevistados; podemos afirmar que solo uno de los entrevistados conocía la conceptualización de la subcategoría informativa.

6.3 Tercera conclusión:

Podemos concluir que los tipos de infografías influyen positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, basados en la identificación cómo influye los tipos de infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Tipos de infografías (C2); Proyectos publicitarios (SC1C2); Proyectos corporativos (SC2C2), Proyectos educativos (SC3C2), Proyectos informativos (SC4C2).

Posterior a describir e interpretar cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, los entrevistados a profundidad; indican que las categorías; tipos de infografías y

sus subcategorías definición y beneficios están presentes en sus respuestas planteadas en el 100% de los 4 entrevistados en sus respuestas planteadas, confirmando que todos los entrevistados a profundidad conocen las infografías y pueden definirlo correctamente.

6.4 Cuarta conclusión:

Podemos concluir que los elementos de la infografía influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 202, basados en la explicación cómo influyen los elementos de la infografía en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Elementos de la infografía C3); Iconos (SC1C3), Elementos de marca personal (SC2C3), Tipografía (SC3C3), Imágenes (SC4C3), Ilustraciones vectoriales (SC5C3), Mapas conceptuales (SC6C3), Esquemas (SC7C3), Etapas y herramientas.

También posterior a identificar cómo influye la categoría elementos de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, los entrevistados a profundidad; encontramos que las siguientes subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; marca personal; tipografía, imágenes, ilustraciones, mapas conceptuales presentes en el 100% de las respuestas y esquemas 0%; con este resultado se concluye que conocen la mayoría de elementos pero solo uno conocía la subcategoría iconos y nadie conocía la subcategoría esquemas.

6.5 Quinta conclusión:

Podemos concluir que las etapas y herramientas de las infografías influye positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021; basándonos en la descripción e interpretación cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandémica, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías

están presentes en sus respuestas planteadas; Etapas y herramientas (C4), Etapas (SC1C4), Fuentes de inspiración (SC2C4), Herramientas (SC3C4) y Estrategias (C5), Premisas (SC1C5), Estrategias básicas (SC2C5).

Posterior a detallar cómo influye la categoría conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual por pandemia, están presentes en sus respuestas planteadas en los entrevistados a profundidad; indican que en las subcategorías; proyectos publicitarios, proyectos corporativos, educativos en el 100% de los entrevistados y la categoría informativos el 25% de los entrevistados; podemos afirmar que solo uno de los entrevistados conocía la conceptualización de la subcategoría informativa.

6.6 Sexta conclusión:

Podemos concluir que las Estrategias de las infografías influyen positivamente en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021; basándonos en la identificación de cómo influyen las Estrategias de las infografías en la enseñanza virtual por pandémica en una universidad pública en el 2021, los entrevistados a profundidad; indican que las siguientes categorías y subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; Estrategias (C5), Premisas (SC1C5), Estrategias básicas (SC2C5).

Finalmente, posterior a identificar cómo influyen la categoría estrategias de las infografías en la enseñanza virtual por pandemia, los entrevistados a profundidad; encontramos que las siguientes subcategorías están presentes en sus respuestas planteadas; estrategias, estrategias básicas en el 25% de los entrevistados y premisas en el 0% de los entrevistados, se concluye que esta categoría es la menos conocida, solo uno conocía las subcategorías estrategias y estrategias básicas y nadie conocía la subcategoría premisas.

VII. RECOMENDACIONES

7.1 Primera Recomendación

Se recomienda al Decano de la Facultad realizar talleres y seminarios para docentes y alumnos, en el sentido de que conozcan cómo influye el uso de infografías en la enseñanza virtual. Hechos y cifras, Al ser humano le encanta la seguridad, y por ello nos atrae mucho todo aquello que nos proporcione datos, números, estadísticas e información similar. Una infografía puede proporcionar esta información de una manera atractiva y estructurada. La importancia de las infografías en este aspecto radica en que son mucho más atractivas visualmente que el texto, y por tanto puede suponer el origen del aumento del interés por parte del usuario. Más compromiso con el paciente, Los buenos contenidos gráficos harán que el tiempo de estancia de sus visitantes sea mayor.

7.2 Segunda Recomendación

Se recomienda al Director de Escuela realizar talleres de infografías dando a conocer a docentes y alumnos como influye la conceptualización en el uso de infografías en la enseñanza virtual Enlaces de otras empresas o medios de salud, el hecho de que una infografía sea una forma de consumir contenido sencilla, rápida y visual hace posible que sea potencialmente viralizable y genere enlaces hacia tu web: backlinks. Una infografía puede ser una manera muy eficaz de obtener un backlink. Un elemento gráfico bien construido anima a la gente a compartir tus infografías con sus círculos sociales y proporcionan un backlink a su web o blog.

Cuanto más backlinks, mejor será el posicionamiento online de su clínica. Comunicación de salud fácil de entender, Además de que las infografías son más visualmente atractivas que los textos, también son más fáciles de entender. El cerebro humano puede procesar y recordar

información gráfica mejor que en formato de texto. Esto sin duda habla de la importancia de las infografías y hará que la audiencia vuelva para obtener más información del mismo tipo.

La gente busca infografías, Las búsquedas de infografías en los principales motores se han incrementado en más del 800 % en sólo 2 años.

Las infografías y las redes sociales, Los medios sociales son plataformas dinámicas, de ritmo rápido, y el uso de infografías mantiene ese ritmo.

7.3 Tercera Recomendación

Se recomienda al Área de Capacitación realizar capacitaciones donde los docentes y alumnos. Puedan reconocer y aplicar cómo influye los tipos de infografías en la enseñanza virtual los tipos de Infografías; Basado en el artículo (Sorbo, 2022) titulado “*Los 13 tipos de infografías que existen y cómo elegir el mejor*”, sobre todo las infografías que son tipo de presentación que son muy útiles tanto para estudiantes como para los docentes.

7.4 Cuarta Recomendación

Se recomienda a los docentes como alumnos conocer la correcta aplicación de cómo influyen los elementos de las infografías en la enseñanza virtual

Una tendencia marcada dentro de la comunicación y la publicación de contenidos web es la de las infografías, elementos de diseño con cualidades informativas que privilegian a la imagen y presentan al lector datos concisos con mucha precisión.

La capacidad de síntesis de estos documentos informativos ha propiciado que su uso se generalice tanto en web como en publicaciones impresas. Sectores cercanos a la comunicación como el marketing, por ejemplo, han comprobado los beneficios de este formato.

El título simple y breve. Una infografía necesita tener un título llamativo e ingenioso que logre atrapar la atención del lector.

Texto con lenguaje sencillo. Otra por la cual el texto requiere sea breve es porque este va a convivir con una gran cantidad de imágenes y diseños.

Imágenes. Ya sea que tú las elabores o que las retomes de alguna fuente calificada, las imágenes son parte esencial de este documento que privilegia la fácil comprensión de los conceptos y apela a lo visual y a lo preciso para generar información que se pueda quedar grabada en la mente del lector.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acuña, P. (2018, septiembre 21). El poder de la Infografía en el aprendizaje. EVirtual plus.

<https://www.evirtualplus.com/infografia-en-el-aprendizaje>

Alemán, P. V., Calderón, J. E. S., & Chau, C. (2021). Desafíos de la educación superior en el Perú durante la pandemia por la COVID-19. Desde el Sur, 13(2), e0016-e0016.

<https://doi.org/10.21142/DES-1302-2021-0016>

Amaral Lucas. (24 marzo 2019). Tipos de infografías que pueden ser utilizadas en tu

estrategia. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-infografias/>

Arias, F. G. (2012). El proyecto de investigación. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, UCAB.

D. F., Barreto-Tovar, C. H., Bernal-Torres, C. A., & Ordoñez, A. F. (2021). Lectura grupal e infografías en la enseñanza y el aprendizaje de contenidos de divulgación científica en el contexto universitario. Formación universitaria, 14(2), 47-56.

<https://doi.org/10.4067/S0718-5006202100020004>

Díaz-López, M. M., & Díaz-López, M. M. (2021). Aprendizaje significativo de bioseguridad a

través de infografías interactivas. Educación Médica Superior, 35(2).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0864-21412021000200008&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Durán, A. R. (11 enero 2016). 5 elementos esenciales en todo diseño de infografía. Paredro.Com.

<https://www.paredro.com/4-elementos-esenciales-en-todo-diseno-en-infografia/>

Española, R. A. (14 de julio de 2023). Real Academia Española. Obtenido de

<https://dle.rae.es/pand%C3%A9mico>

Farfán Saavedra, G. D. P. (2017). Relación entre una infografía sobre el consumo de tabaco y el conocimiento de los alumnos de la Universidad Privada UPC, Lima—2017.

Gutierrez Alburqueque, J. A. (2016). La infografía como estrategia didáctica para el aprendizaje de los estudiantes de educación secundaria.

INFOGRAM. (2020). ¿Qué es una infografía? <https://infogram.com/es/pagina/infografia>

Infograph. (2021). 50 términos de diseño explicados para no diseñadores.

https://www.canva.com/es_mx/aprende/50-terminos-diseno-explicados-para-no-disenadores/

Kahan Ocas, H. N. (2018). La infografía como estrategia para mejorar la comprensión de la información periodística en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público “Nueva Esperanza” 2018.

La infografía en el ámbito educativo infografías educativas. (2014).

<https://www.orientacionandujar.es/2014/10/16/la-infografia-en-el-ambito-educativo-infografias-educativas/>

López Villegas, R. C. (2021). Lectura de infografías para mejorar la comprensión lectora en estudiantes de nivel primaria.

Simón Dolz, Y., & Simón Dolz, Y. (2020). Metodología para el uso de las infografías didácticas en el proceso pedagógico de posgrado del centro de estudios de tecnologías y sistemas. Conrado, 16(74), 12-21.

Sumak Kawsay. (2020). LA INFOGRAFÍA EN EL ÁMBITO EDUCATIVO INFOGRAFÍAS EDUCATIVAS. <https://sumakkawsay.tieneblog.net/?p=15357>

Times, N. Y. (5 de mayo de 2023). New York Times. Obtenido de

<https://www.nytimes.com/es/2023/05/05/espanol/covid-emergencia-oms.html>

UBUCEV. (2019, febrero 5). Uso de las infografías en la educación. UBUCEV Centro de

Enseñanza Virtual de la Universidad de Burgos. <https://www3.ubu.es/ubucevblog/uso-de-las-infografias-en-la-educacion/>

Unsworth, L., & Unsworth, L. (2021). Infografías científicas en secundaria: Complejos de significados multimodales en ensambles compuestos verbales-visuales. *Pensamiento educativo*, 58(2), 1-19. <https://doi.org/10.7764/pe1.58.2.2021.9>

Zavaleta Argomedo, R. (2021). Mejoramos nuestra comprensión de textos expositivos a través de infografías.