

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



ANÁLISIS DE LAS INFOGRAFÍAS DE LA PLATAFORMA PICTOLINE
DEL MES DE FEBRERO DEL 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR

SILVIA JAQUELINE CASTILLO DÍAZ

ASESOR

YVÁN ALEXANDER MENDÍVEZ ESPINOZA

<https://orcid.org/0000-0002-7848-7002>

Chiclayo, 2021

**ANÁLISIS DE LAS INFOGRAFÍAS DE LA PLATAFORMA
PICTOLINE DEL MES DE FEBRERO DEL 2021**

PRESENTADA POR:

SILVIA JAQUELINE CASTILLO DÍAZ

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto
PRESIDENTE

Karl Friederick Torres Mirez
SECRETARIO

Yván Alexander Mendívez Espinoza
VOCAL

Agradecimiento

A mis padres y mi hermana, por el amor y la paciencia con la que me han acompañado en cada momento de mi vida.

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Revisión de literatura	7
Materiales y métodos	12
Resultados	14
Discusión	18
Conclusiones	22
Recomendaciones	22
Referencias	23
Anexos	26

Resumen

La presente investigación planteó como principal objetivo analizar las infografías de la plataforma Pictoline del mes de febrero del 2021. Para ello se identificaron los elementos gráficos, se definieron las temáticas abordadas y se reconocieron las características utilizadas en dichas infografías. La metodología que se aplicó para conseguir los resultados fue cualitativa de tipo hermenéutica, puesto que se realizó una descripción para poder llegar a una comprensión e interpretación de lo encontrado. De esta forma se presentó la ficha de análisis de contenido como resultado de la aplicación de la teoría en la que se basa esta tesis. Finalmente se llegaron a conclusiones en las que se pudo ver que las infografías de Pictoline cumplían con los elementos básicos, pero que a su vez plantearon características visuales que aportaron a una clara comunicación de mensajes en dicha plataforma.

Palabras clave: Infografía, recursos gráficos, plataforma digital.

Abstract

The main objective of this research was to analyze the infographics of the Pictoline platform for the month of February 2021. For this, the graphic elements were identified, the topics addressed were defined and the characteristics used in said infographics were recognized. The methodology applied to achieve the results was qualitative of the hermeneutic type, since a description was made in order to reach an understanding and interpretation of what was found. In this way, the content analysis sheet was presented as a result of the application of the theory on which this thesis is based. Finally, conclusions were reached in which it could be seen that Pictoline's infographics complied with the basic elements, but that in turn they raised visual characteristics that contributed to a clear communication of messages on said platform.

Keywords: Infographics, graphic resources, digital platform

Introducción

Hoy en día se puede decir que la información ha aumentado en la rapidez con la que llega a las masas, es por eso que se han vuelto tan necesarias las herramientas que ayuden a una mejor síntesis y explicación de determinados temas. Espacios virtuales como los diarios web o las redes sociales concentran a personas que buscan esta información con características que sean fáciles de procesar.

Entre algunos de estos espacios muy visitados por los usuarios que buscan estar constantemente actualizados se podrían mencionar a Spotify, si lo que se busca es un podcast sobre un determinado tema; o Youtube, si la información se necesita explicar con videos. Para el caso de esta investigación la atención se centra en Pictoline, plataforma en la que la información toma forma de infografía y se expresa sintetizando y graficando con dibujos simples una noticia o información de coyuntura internacional.

En ese sentido Sanz-Lorente y Castejón-Bolea (2018) dijeron que la infografía se conoce como la unión del texto y las gráficas que acompañan o sustentan. Dichos elementos deben ser sencillos de comprender, a fin de comunicar de una forma más visual y eficaz. Es por eso que, en el actual contexto de los avances digitales, la infografía se puede considerar como un medio muy atractivo para diferentes plataformas virtuales por la innovadora forma que tiene para transmitir contenido informativo de actualidad.

Por consiguiente, se planteó la siguiente interrogante ¿Cuál sería el resultado del análisis de las infografías de la plataforma Pictoline durante el mes de febrero del 2021? Esta investigación es importante para la escuela de comunicación ya que sirve de referente para las futuras investigaciones relacionadas con la infografía en un contexto tan actual como lo son las plataformas digitales. El trabajo presenta relevancia social ya que la infografía es una innovadora herramienta comunicativa que facilita al lector el entendimiento de diversos temas.

La importancia teórica de esta investigación reside en aportar información actualizada sobre la infografía y los puntos específicos que la conforman, por lo que expone un tema vigente para una generación que utiliza cada vez más los medios digitales para mantenerse informado. Finalmente, este trabajo responde a la línea de investigación Innovación en comunicación y desarrollo humano.

El objetivo general fue analizar las infografías de la plataforma Pictoline del mes de febrero del 2021. Entre sus objetivos específicos estuvieron identificar los elementos gráficos, definir las temáticas y reconocer las características utilizadas en las infografías de la plataforma Pictoline.

Revisión de literatura

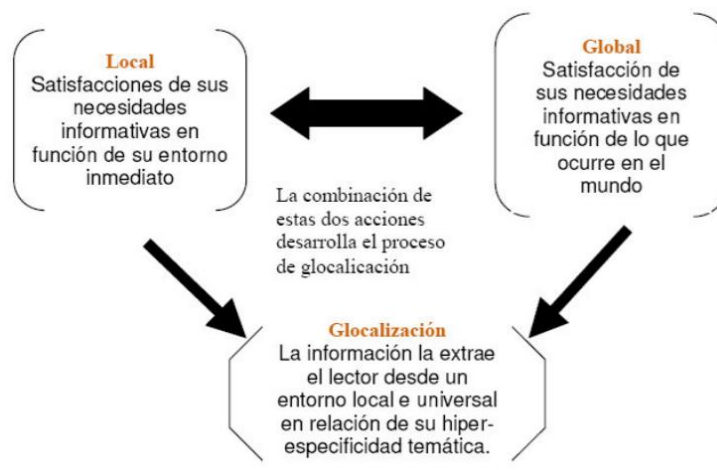
Pirela (2020) en su investigación Análisis de los recursos gráficos en el discurso de las infografías en movimiento como forma de registro de la historia inmediata buscó plantear una ordenación de los recursos gráficos más usados en la creación de la narrativa en las infografías como manifestación del diseño gráfico como herramienta para informar. En el proyecto se aplicó el método tipológico que ayudó a precisar características de los objetos de estudio, y a través de la observación, el desglose y el análisis de las piezas, comprender el fenómeno. Entre sus resultados se rescató cómo la unión de recursos gráficos utilizados en las infografías con las técnicas de expresión de la realización audiovisual había generado un mejor producto en cuanto a efectividad informativa y que también simplificó la transmisión de información. Además de reconocerse y clasificarse todos los recursos que sirven para crear un discurso en los videos infográficos.

Bravo (2019) en su tesis El uso de la infografía como recurso periodístico para el tratamiento de la información sobre salud en la web del diario la república, año 2017-2018 analizó, identificó características, describió elementos propios, explicó los tipos y determinó el contenido de las infografías estudiadas. El método de investigación fue hermenéutico ya que se centró en interpretar y develar el contenido con intención de que sus mensajes sean comprendidos. En cuanto a las conclusiones, el estudio afirmó que las infografías analizadas contaban con información didáctica y clara, además de presentar las suficientes características para que se desarrollen como un nuevo género periodístico. Además, precisó que los textos y los números están entre las gráficas más usadas, los estudios temáticos fueron los más tocados, la infografía individual fue la tipología que más se presentó en la investigación y que el contenido encontrado respondió a los valores de actualidad, proximidad y consecuencias.

Castañeda (2018) en su artículo La información frente al terror. Análisis de la infografía en los diarios del País Vasco sobre los atentados del 17-A (17-VIII-2017) planteó evaluar la calidad informativa de cada infografía impresa relacionada con el atentado yihadista del 17 de agosto de 2017 utilizando el método del académico español Valero Sancho, mediante el cual se obtuvo resultados que midieron la calidad gracias a una norma numérica. Entre sus resultados, la investigación concluyó con que las infografías estudiadas tuvieron un alto nivel informativo en base a la puntuación que recibieron según el método aplicado. Además, afirmó que los diarios vascos no solo dieron infografías de calidad acerca del suceso internacional, sino que hicieron un uso frecuente de esta herramienta como material informativo, dándole amplio valor y resaltando más su interés periodístico y académico para próximas investigaciones relacionadas con este tema.

Aporte Teórico de Siglic Gutiérrez

Gutiérrez (2006) afirmó que en el momento que el lector obtiene noticias por medio de una computadora su perfil varía considerablemente, la pasividad planteada por el papel se quiebra en cuanto está frente a una pantalla y un ratón con el que enfoca su atención a determinados conocimientos, además reconoce que sus requerimientos son específicos, y la principal intención de su accionar es entender a fondo para proceder. Para apoyar este aporte, el autor planteó este modelo dialéctico sobre el lector de noticias ante internet:



Elaboración: Gutiérrez S.

Aporte Teórico de Omar Rincón

Rincón (2006) dijo que la comunicación no es solo la facultad humana para producir y comprender mensajes: “La comunicación es un modo de producir sentido social, de afirmar o transformar percepciones y representaciones, de conectar con promesas de futuro y de buscar las formas narrativas del mundo. Así la acción mediática recrea, renueva, re contextualiza los ritos y las creencias humanas para producir un paisaje simbólico”.

La infografía

Alcalde (2015) afirmó que la infografía se puede determinar como una representación más visual de un contenido textual, la cual puede servir ya sea para contar un relato, explicar un suceso, describir hechos, etc. También resaltó que no solo por la cantidad de texto o lo atractiva que puede ser a la vista se puede considerar infografía, ya que sobre todo debe ser fácil de entender y aun así brindar suficiente información.

Ochoa (como se citó en Ortega y Yanick, 2017) señaló que la infografía digital es la mezcla de componentes visuales que generan un aporte gráfico a la información, además dijo que se usan principalmente para que cualquier contenido complejo pueda ser sintetizado, claro o hasta volverlo más atractivo para el lector combinando el periodismo, el diseño y la ilustración.

Rajamanickam (como se citó en Prat, Vanegas y Giménez, 2019) consideró que la infografía debe contar con lo siguiente: “Organización de la información, creación de contenido, simplificación, adición de énfasis múltiple, visualización de la relación de causa y efecto y creación de gráficos integrados”.

A través de distintos puntos se pudo ver que la idea principal de la infografía gira en torno a ser una herramienta comunicacional que además de ofrecer información relevante, lo hace de forma didáctica para acercar dicha información al lector de una forma más entendible a través de recursos gráficos atractivos.

Existen recursos o elementos que forman parte de la estructura de la infografía y, según Leturia (como se citó en Castro, Gonzales, Obregón y Revollar, 2019), son los siguientes:

Título: Sirve para nombrar a toda la infografía ya que en sus palabras debe entenderse de lo que tratará. Debe ser conciso y directo, de esta forma hace una síntesis precisa acerca del tema abarcado. Para López (como se citó en Guerrero, 2017) existe una clasificación de 7 títulos con características distintas. Entre ellos están:

T. expresivos: La mayoría de veces se presentan con palabras sueltas acompañadas por signos ortográficos. Para entender el sentimiento que se quiere transmitir con este título, el lector debe estar familiarizado con el contexto del tema.

T. apelativos: Buscan corregir o persuadir al lector a través de la emotividad con la que expresan la información.

T. informativos: Expone de forma objetiva la información, no juzga, ni opina. Se puede tener una idea del cuerpo a través del título.

T. enunciativos: Expone la información de forma general. Para que haya un entendimiento del tema, se debe hacer una lectura del contenido.

T. creativos: Atraen la atención del lector a través de juegos de palabras. A veces se apoyan con un antetítulo o subtítulo.

T. informativos-explicativos: Anteponen causas que explican el porqué del contenido expuesto en el cuerpo.

T. de actos de habla: Consideran manifestaciones de otras personas que pueden ser expuestas a través de citas.

Ahora bien, para seguir nombrando los elementos gráficos de la infografía seguimos con:

Encabezado: Esta parte también conocida como subtítulo puede brindar información que complementa al título y de esta forma dar un alcance o dato agregado acerca del tema general.

Texto: Este elemento se basa en explicar las imágenes, en caso de que lo necesiten. Para que haya un uso correcto del texto se debe tener en cuenta que no hay que extenderse ni sobrecargar de información a la infografía ya que debe expresar en forma breve para que el lector entienda claramente el tema.

Cuerpo: Esta parte se refiere al contenido visual que se expone en la infografía. Según lo consultado con Valero (como se citó en Bravo, 2019) se consideró:

Números (usados como datos con su respectiva explicación y también como enumeración de una secuencia), íconos (funcionan simbólicamente, son imágenes planas), dibujos figurativos (representación gráfica de un personaje o hecho), adornos figurativos y abstractos (presentes para generar un ambiente basado en el contenido) y recuadros (sirven para encerrar y delimitar textos o imágenes).

Fuente: Sirve para dar a conocer de dónde salió la información con la que se elaboró el contenido de la infografía.

Crédito: Señala a quien hizo la infografía, ya sea en la parte de la investigación como la del diseño de la misma.

Para reforzar los elementos antes mencionados también se consultó a Martín (como se citó en Orozco et al., 2019) de quien se consideró 2 de los siguientes elementos para una infografía efectiva:

Tipografía: Debe ser sencilla y sin detalles que distraigan. Sirve para marcar una clara jerarquía entre los textos, por ello debe haber una variación de tamaño y estilos.

Color: Plantear una paleta de colores reducida para no sobrecargar y con ello causar el desinterés del lector. Los colores también sirven para evidenciar diferentes secciones dentro de la infografía.

Con todos estos elementos la infografía está completa y clara en cuanto a lo que quiere decir, ya que no busca ser una gráfica que acompañe a un texto, sino un instrumento que ayude a explicarlo y generar un claro entendimiento por parte del lector.

La infografía aborda información que puede variar según la temática que se quiera exponer. Sabiendo eso, según lo detallado por Colle (como se citó en Santos, 2018), estas temáticas son:

Infografía instructiva: Una de las fuentes por la que existe esta infografía es la necesidad del lector por conocer algo sobre un aparato, es decir a través de este modelo de infografía se puede llegar a entender acerca de procesos, armado, usos y cuidados de un artefacto en un formato como el folleto.

Infografía empresarial o institucional: Como su nombre lo dice, esta infografía se centra en abarcar información que explique sobre cifras, datos, instalaciones, entre otros puntos importantes que sirven para dar a conocer una determinada empresa o institución. Esta herramienta puede servir para implementar informes en los que se pueda explicar este contenido de una forma ilustrativa.

Infografía pedagógica: A raíz de la velocidad con que se mueve la información es importante contar con recursos que ayuden a procesarla y que además impacten en el ámbito educativo, de esta forma captarán la atención de estudiantes despertando en ellos habilidades para aprovechar esta información. Es así como la infografía también puede cumplir un rol educativo en medio del contexto cada vez más visual en el que crecen las generaciones.

Infografía científica: En este caso se reconoce que para poder hacer una explicación acerca de contenido científico o técnico, la herramienta visual facilita su comprensión. Es por eso que no solo los medios periodísticos hacen uso de la infografía, sino que también las revistas científicas la usan para llegar a sus lectores y facilitar el aprendizaje.

Infografía periodística: Estas infografías son utilizadas comúnmente para tocar temas económicos o climáticos ya que se centran en informar acerca de acontecimientos o noticias de una forma más llamativa y didáctica. Su presentación puede variar entre secuencial, simultánea o todo de golpe.

Infografía publicitaria: Para cerrar, Salvatierra (como se citó en Santos, 2018) agregó que a pesar de no ser muy explotada aún, la infografía como un medio para vender o publicitar algún producto ya ha aparecido en la prensa. Es así como se ofrece algo atrayendo al lector por la información del producto explicada de una forma visual.

Para que la infografía logre el cometido de hacer llegar la información al lector debe lograr un equilibrio entre ser atractiva y rigurosa, tal como lo dijo Morera (2017). Ello ayudará a que exista

una comprensión de la información, pero sin perder los datos importantes y veraces. Para que esto pase, se debe cumplir con ciertas características o pasos para llegar a esa efectividad.

Valero (como se citó en Morera, 2017) estableció ocho características que evidenciaban la buena calidad de una infografía, entre ellas estaban: Información (de actualidad), significación (dar sentido a la información), comprensión (permitir comprender la información), estética (que se vea bien, en armonía), iconicidad (íconos concretos), tipografía (variedad de tipografías), funcionalidad (logra sintetizar con la información suficiente) y concordancia (sin errores).

En base a estas características, Morera (2017) planteó cuatro que lograban englobar las antes mencionadas. Aclarando que en su propuesta las características se presentaban en cadena, puesto que así se explicaba el orden para llegar a una buena infografía: “Atractiva > visible, legible > comprensible > útil”.

Según Morera (2017), las características de Valero encajan de esta forma: Atractiva (estética), visible-legible (tipografía e iconicidad), comprensible (comprensión, concordancia) y útil (información, significación y funcionalidad).

En esta investigación se consideró la interpretación de Morera para el análisis, teniendo en cuenta las bases que estableció Valero para explicar las características que debe tener una infografía para ser de calidad.

Plataformas digitales

A medida que la sociedad evoluciona con el tiempo, también lo hace la tecnología. Gracias a ello se puede contar con soluciones que de alguna forma ayudan a cubrir sus necesidades. En medio de eso Roig-Vila (2016) dijo que este desarrollo genera una comodidad de vida y hasta una mejor aproximación a la información de modo prácticamente inmediato. En ese contexto, es entendible que la infografía alcance a funcionar como una herramienta de información actualizada y clara en la que se puede encontrar todo acerca de un hecho o noticia de una forma resumida.

Para Liberos (como se citó en Quintana, Sosa y Castillo, 2018) existió una transformación web en los medios digitales, los cuales están pasando a contar con una comunidad mundial de distintas opiniones. En ese sentido, ese es el espacio en el que se encuentran las personas ávidas de encontrar información junto con otras personas, pero también con las empresas u organizaciones que a su vez buscan generar ese intercambio de conocimiento. Se puede decir que las plataformas digitales son los contextos activos que están en medio de un incesante cambio, desarrollo constante y restauración continua, es allí donde la comunidad con intereses parecidos se concentra.

Rojas (como se citó en Quintana et al., 2018) afirmó que la aparición de las plataformas digitales basa su importancia en la democratización de información y esa es su principal diferencia si se le compara con los medios clásicos. En cuanto al proceso también se pudo encontrar diferencias y la más clara fue que a contrario a lo tradicional, las plataformas digitales permiten una retroalimentación y discusión entre las empresas informativas y sus lectores.

Materiales y Métodos

Esta investigación cumplió con el paradigma naturalista, porque planteó entender la realidad a través de un análisis con la intención de conocerla a detalle y a partir de ahí desarrollar nuevas premisas basadas en el conocimiento de esa realidad. Miranda y Ortiz (2020) confirman diciendo que este paradigma se apoya en la subjetividad pero que a la vez abre la posibilidad de la comprensión de un tema gracias a la apropiación que se hace del mismo.

La metodología que se utilizó en esta investigación fue cualitativa, porque cumplió con describir y analizar las infografías de la plataforma Pictoline del mes de febrero del 2021. Sánchez (2019) asegura que este enfoque se apoya en las evidencias orientadas a la descripción detallada de un fenómeno con la intención de entenderlo e interpretarlo.

Es de tipo hermenéutico ya que este estudio se encargó de la interpretación y el análisis de infografías. Miranda y Ortiz (2020) aseveran que esta corriente filosófica se concentra en hacer un estudio del discurso para su entendimiento, es así como interiorizando y adueñándose del sentido se podrá pasar a definir nuevas premisas.

El objeto de estudio que se manejó para esta investigación fueron 8 infografías de la plataforma Pictoline, todas pertenecientes al mes de febrero del 2021. Cabe resaltar que cada infografía se centra en diferentes temas de actualidad y de interés internacional. En su análisis están incluidos los elementos gráficos, las temáticas y las características que conforman cada uno de estos objetos estudiados.

En cuanto al escenario se tuvo a la plataforma Pictoline, creada a principios de 2015. Este espacio está dedicado a diseñar la información, es decir se ayudan de varios formatos gráficos para contar de una forma rápida y simple. Su labor gira en torno a darle una nueva cara a la información con intención de hacerla llamativa y así poder impactar a más personas en internet. Parten desde el buen diseño, no solo basado en visuales atractivos, sino también en un concepto accesible y en un análisis claro. Pardo (2016) afirma que esta plataforma es una de las pioneras en cuanto a innovar en la presentación de información, y por ello ser un referente en América Latina. Entre los visuales que usan se encuentran las infografías, pero también se apoyan de tiras cómicas, animaciones o ilustraciones.

La técnica usada en esta investigación fue el análisis de contenido que, según Meneghello (2018), funciona para hacer una búsqueda de significados de un discurso observado, y del cual se identifican datos para ser sistematizados, además es importante tener en cuenta que este análisis debe ser objetivo y replicable. Para ello, el estudio debe ser evaluado y consultado con teoría y bibliografía existente. Para aplicar esta técnica la investigadora planteó como instrumento una ficha de análisis basada en el modelo creado por López del Ramo y Montes (2018) y en la teoría que se encontró acerca de los diferentes elementos gráficos, temáticas y características de las infografías en cuestión. Partiendo del modelo de López del Ramo y Montes (2018), la investigadora propuso la siguiente ficha de análisis en la que se tomaron en cuenta variables que fueron consultadas en el marco teórico.

Categoría: Elementos gráficos	
Título	
Encabezado	
Texto	
Cuerpo	
Fuente	
Crédito	
Tipografía	
Color	
Categoría: Temática	
Tipo	
Categoría: Características	
Atractiva	
Visible-legible	
Comprensible	
Útil	

Cabe resaltar que para desarrollar este análisis se consideró el criterio de rigor de transferibilidad utilizado en investigaciones cualitativas, ya que se procedió a una descripción a detalle de cada infografía. Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012) comentan que la descripción irá arrojando comparaciones desde lo más general hasta lo más específico en relación con otras investigaciones.

Para el desarrollo de este trabajo se recolectó información y datos para poder hacer una contextualización del problema. Se consultaron libros, artículos virtuales y tesis que ayudaron al objetivo de conocer la situación en la que se desarrolló esta investigación.

Así pues, se siguió con la consulta de antecedentes relacionados con esta tesis, entre los cuales se encontraron trabajos que aportaron otras visiones acerca de la infografía y el análisis que se le puede hacer.

Una vez que las bases de esta investigación fueron establecidas se dio pase a la recopilación de información para plantear los fundamentos teóricos relacionados con la infografía, sus principales componentes y las plataformas virtuales. Para llegar a ello se contaron con tesis, libros, revistas de investigación entre otros materiales.

Finalmente se aplicó lo investigado a las fichas de análisis aplicadas a cada una de las 8 infografías de la plataforma Pictoline del mes de febrero del 2021 para ser estudiadas a detalle.

Para el desarrollo de esta tesis se consultó y presentó información veraz, la cual fue correctamente citada según las normas APA. Además, cabe aclarar que la misma no fue tergiversada.

Resultados

Las infografías analizadas fueron:

Nº	Infografía	Publicación
1	Keeping up with science. Avances que están cambiando cómo entendemos el mundo	01 de febrero de 2021
2	¿Cuál es la mejor vacuna? La que nos ponemos	02 de febrero de 2021
3	No me grites	08 de febrero de 2021
4	“Si ya estuve enfermo de Covid, ¿Tengo que seguir usando mascarilla?”	09 de febrero de 2021
5	Contra la imagen del cuerpo “ideal”	15 de febrero de 2021
6	Hablemos de la ropa interior menstrual	16 de febrero de 2021
7	Ser mujer en la economía informal	22 de febrero de 2021
8	Vacunas para *todos* algunos.	23 de febrero de 2021

Los resultados obtenidos de la ficha de análisis se centraron en identificar los elementos gráficos, definir las temáticas y reconocer las características de las infografías de la plataforma Pictoline del mes de febrero del 2021.

Infografías del mes de Febrero	
Categoría: Elementos gráficos	
Título	<p>Se identificó diversidad de títulos en las infografías y en dos ocasiones se usó el mismo tipo.</p> <p>Infografía 1 y 8: Títulos creativos Células durmientes. (Ver anexo 1) Vacunas para *todos* algunos. (Ver anexo 8)</p> <p>Infografía 5 y 7: Títulos informativos Contra la imagen del cuerpo “ideal”. (Ver anexo 5) Ser mujer en la economía informal. (Ver anexo 7)</p> <p>Infografía 2: Título informativo-explicativo ¿Cuál es la mejor vacuna? La que nos ponemos. (Ver anexo 2)</p> <p>Infografía 3: Título apelativo No me grites. (Ver anexo 3)</p> <p>Infografía 4: Título de actos de habla Si ya estuve enfermo de COVID, ¿Tengo que seguir usando mascarilla? (Ver anexo 4)</p> <p>Infografía 6: Título enunciativo Ropa interior menstrual. (Ver anexo 6)</p>
	<p>La mayoría de las infografías presentaron encabezados a modo de subtítulo, aportando información complementaria sobre el tema. Por otro lado, en dos ocasiones el encabezado se mostró como antetítulo (haciendo una pequeña introducción al título general) y en una infografía no se encontró este elemento.</p> <p>Infografía 1 y 6: Antetítulos Keeping up with science. Avances que están cambiando cómo entendemos el mundo. (Ver anexo 1)</p>

Encabezado	<p>Hablemos de la. (Ver anexo 6)</p> <p>Infografía 2: Estas son las razones de varios expertos*. (Ver anexo 2)</p> <p>Infografía 3: Un pequeño servicio a la comunidad de por qué (entre muchas otras razones) no hay que hablar a gritos. (Ver anexo 3)</p> <p>Infografía 4: ¡Sí! Por 4 razones. (Ver anexo 4)</p> <p>Infografía 5: Existe una relación entre lo que vemos en internet y nuestra insatisfacción corporal. (Ver anexo 5)</p> <p>Infografía 7: No presenté, fue directo a los textos del cuerpo. (Ver anexo 7)</p> <p>Infografía 8: En medio de la lenta vacunación en Latinoamérica, las irregularidades en tres países han causado indignación. (Ver anexo 8)</p>
Texto	<p>En todas las infografías el texto aportó información concreta que reforzó a las imágenes mostradas. No hubo recargo de información ya que los párrafos eran cortos. En más de la mitad de las infografías se observó el uso de globos de texto a modo de declaración. Entre ellas:</p> <p>Infografía 1: - ¡Llegó tu hora! - (Ver anexo 1)</p> <p>Infografía 2: - ¿Cuál es la mejor vacuna? – La que nos ponemos- (Ver anexo 2)</p> <p>Infografía 3: -No me grites- Así que gritarle a alguien, es muy probable que se pierda tu mensaje- ¡Vacuna a mi mamá! - ¡Vacuna a mi mamá! - (Ver anexo 3)</p> <p>Infografía 4: - ¡Sí! Por 4 razones – (Ver anexo 4)</p> <p>Infografía 6: - De nada mi ciela- (Ver anexo 6)</p> <p>Entre las infografías en las que se explicó sin el apoyo de globos de texto están: Infografías 5, 7 y 8 (ver anexo 5, 7 y 8).</p>
Cuerpo	<p>En el contenido visual de todas las infografías se encontró íconos, dibujos figurativos y adornos figurativos (revisar anexos). Además, se identificó que la mayoría contó con recuadros y solo la mitad presentó números.</p> <p>Infografía 1, 2, 3, 6, 7 y 8: Tenían recuadros a modo de viñetas para dar cierto orden a la narración (ver anexos 1, 2, 3, 6, 7 y 8).</p> <p>Infografía 4, 6, 7, 8: Presentaron números ya que las cifras expuestas reforzaban la información (ver anexos 4, 6, 7, 8).</p>
Fuente	<p>Todas las infografías manifestaron la fuente de información a excepción de una.</p> <p>Infografía 1: Publicación “Cancer cells hibernate like ‘bears in winter’ to survive chemotherapy” publicada en el portal New Atlas.</p> <p>Infografía 2: Entrevista con la Dra. Susana López (viróloga), el Dr. Malaquías López (epidemiólogo), la Dra. Laura Palomares (vacunóloga) y el Dr. Alejandro Macías (infectólogo).</p> <p>Infografía 3: Publicación “Gritar, la última moda para liberar el estrés”, sacada de la sección de Bienestar del diario español El País.</p> <p>Infografía 4: Artículo ¿Do I still need to wear a mask after recovering from COVID-19? Doctors weigh in, del portal TODAY.</p> <p>Infografía 5: Publicación “Media & eating disorders” publicada por National Eating Disorders Association.</p> <p>Infografía 6: No se presentó una fuente.</p> <p>Infografía 7: Publicación “Las mujeres en la economía informal” hecha por ONU Mujeres.</p> <p>Infografía 8: Publicación “Tres países latinoamericanos salpicados por escándalos en la vacunación con el Covid-19” del portal de noticias France 24.</p>

Crédito	La autoría de Pictoline se pudo identificar en todas las infografías analizadas a través de su imagotipo en la parte inferior de cada una de ellas.
Tipografía	Todas las infografías presentaron tipografías sencillas sin elementos distractores. Se encontró clara jerarquía, ya que había una notable diferencia entre el título, los textos y la fuente.
Color	Cada infografía planteó paletas reducidas que no superaban los 5 colores, esto permitió que no haya una sobrecarga cromática que abruma al lector. La excepción fue la infografía 4 que tuvo una paleta de 6 colores (ver anexo 6). Infografía 1, 2 y 5: Se basaron en usar 4 colores (ver anexo 1, 2 y 5). Infografía 7: Planteó una paleta limitada de 3 colores (ver anexo 7). Infografía 3, 6 y 8: Establecieron una paleta en la que predominaron 5 colores (ver anexo 3, 6 y 8). Infografía 4: Presentó una paleta de colores limitada de 6 (ver anexo 4).

Categoría: Temática

Tipo	La mitad de las infografías optaron por abordar la temática científica, ya que se basaron en investigaciones acerca de temas de salud. Las demás infografías diversificaron temáticas entre pedagógica, publicitaria, empresarial y periodística. Infografía 1, 2, 3 y 4: Abordaron la temática científica, ya que ilustraron sobre el cáncer (ver anexo 1), la vacuna contra el Covid (ver anexo 2), cómo el cerebro procesa los gritos (ver anexo 3) y el uso de la mascarilla (ver anexo 4), para generar un claro entendimiento de estos temas. Infografía 5: Aquí se tocó la temática pedagógica, puesto que el impacto que busca la infografía es de educar, acerca de cómo internet fomenta la insatisfacción corporal, para poder corregir esa idea (ver anexo 5). Infografía 6: Presentó temática publicitaria, ya que se usó la infografía para ofrecer los beneficios de un producto de forma visual (ver anexo 6). Infografía 7: Abordó la temática empresarial, a través de una explicación de cifras y datos sobre el rol de la mujer en la economía informal (ver anexo 7). Infografía 8: Se centró en una temática periodística al abordar la noticia de 3 casos de vacunaciones irregulares en Latinoamérica, estos acontecimientos fueron expuestos de forma secuencial (ver anexo 8).
------	---

Categoría: Características

Atractiva	Las infografías en su totalidad fueron estéticamente agradables ya que cumplieron con presentar equilibrio y armonía entre lo textual y lo visual.
Visible-legible	Todas las infografías cumplieron con mostrar iconicidad a través de imágenes concretas y necesarias para abordar la información en cada una de ellas. Además, siempre se mantuvo claridad en los textos para no perder la atención del lector (ver anexos).
Comprensible	Las infografías analizadas cumplieron con ser comprensibles a través del uso de palabras simples para abordar los distintos temas. Además, todas mantuvieron un orden secuencial en la narración para procesar la información y recrearon o simulaban hechos para el mejor entendimiento de cada infografía (ver anexos).

Útil	<p>Se identificó que todas las infografías lograron dar sentido a la información referente a cada tema y cumplieron con hacerlo a través de ideas concisas y suficientes. A pesar de que todas las infografías alcanzaron información importante y de coyuntura, hubo una minoría que no contó con información actualizada.</p> <p>Infografía 1: Información sobre un descubrimiento acerca de las células cancerígenas luego de pasar por quimioterapia (ver anexo 1).</p> <p>Infografía 2: Información relacionada a las vacunas contra Covid-19 (ver anexo 2).</p> <p>Infografía 3: El origen de la información sobre el efecto del grito en el cerebro fue en el 2017 (según la fuente), pero en la infografía se le trató de asociar a la vacunación de Covid-19 (ver anexo 3).</p> <p>Infografía 4: La información es de actualidad ya que abarcó el tema del uso de la mascarilla luego de haber tenido Covid-19 (ver anexo 4).</p> <p>Infografía 5: Mostró información actualizada acerca de los trastornos que pueden causar los medios como el internet (ver anexo 5).</p> <p>Infografía 6: Expuso información de actualidad ya que habló de una nueva forma de higiene femenina, además eco amigable (ver anexo 6).</p> <p>Infografía 7: La información es coyuntural, pero no está actualizada ya que, según la fuente, los datos usados son del 2016 (ver anexo 7).</p> <p>Infografía 8: La información cumplió con ser de actualidad. En ella se refirió a casos de vacunación irregular en países de Latinoamérica.</p>
------	--

Discusión

Objetivo 1: Identificar los elementos gráficos utilizados en las infografías de Pictoline.

En el análisis de esta investigación se identificaron los siguientes elementos: título, encabezado, texto, cuerpo, fuente, crédito, tipografía y color.

Empezando con el título, se encontró que las infografías de Pictoline plantean una gran variedad de tipos, lo que enriquece sus formas de plantear la infografía desde el inicio. Cabe destacar que hubo dos tipos de título que fueron usados más de una vez, por lo que se puede entender que funcionan mejor para llegar al lector. Estos fueron los creativos (ver anexo 1 y 8) y los informativos (ver anexo 5 y 7).

Estos títulos fueron los que predominaron ya que según Cristodina (como se citó en Duò, 2020) antes de hacer clic en algo, pasa un segundo en el que la cabeza busca el beneficio. El trabajo del título es plasmar ese beneficio y mientras más concreto sea, hay más probabilidad de que el lector haga clic. Es por eso que los mejores títulos son los más específicos. Por otro lado, Duó (2020) también dijo que, si el titular no logra llamar la atención del usuario en unos cuantos segundos, él ya estará pasando a algo más entretenido.

Por eso la importancia de que los títulos no solo sean directos, sino que también sean planteados de formas creativas.

En el caso del encabezado se observó que la mayoría funcionó como subtítulo, de esta forma se agregaron datos que reforzaron al título. Por ejemplo, en la infografía n°8 (ver anexo 8) se hizo una especificación sobre el caso de las vacunaciones en Latinoamérica. En menor cantidad, el encabezado funcionó como antetítulo, enmarcando en contenido de la infografía como se pudo ver en la n°1 donde se hizo una corta introducción sobre la importancia del tema principal: el cáncer (ver anexo 1). También se vio que solo en la infografía n°7 no hubo presencia de encabezado (ver anexo 7), lo que quiere decir que la infografía de Pictoline tiende a presentar encabezados para hacer una corta introducción al tema que abordará.

Tal y como dijo Leturia (como se citó en Castro, Gonzales, Obregón y Revollar, 2019), el encabezado está para complementar con alcances o datos que acerquen al lector hacia el tema general.

Los textos que se utilizaron en todas las infografías lograron aportar información específica y clara a través párrafos cortos, lo que refuerza la idea de Leturia (como se citó en Castro, Gonzales, Obregón y Revollar, 2019) quien dijo que para hacer uso correcto del texto se debe tener en cuenta que no hay que sobrecargar de información a la infografía ya que explicando de forma directa y breve se logrará que el lector capte el tema.

Dentro de las infografías se encontró que en más de la mitad se hizo uso de globos de texto para darle voz a personajes mientras emiten comentarios o expresiones coloquiales acerca del tema abordado (ver anexos 1, 2, 3, 4 y 6).

Para Ramos (como se citó en Teixeira, 2018) existe una tendencia a dejar de lado los elementos visuales para solo centrar atención en los verbales. Allí radica la importancia de estimular también la lectura de imágenes, puesto que a través de recursos como el cómic el lector puede ver una similitud de cómo él usa las palabras y reconocerse formando parte de la interacción acerca de un

determinado tema. Es así como se puede volver más crítico y sentirse parte importante de la comunicación.

Respecto al cuerpo se pudo identificar que en todas las infografías se priorizó el uso de íconos, dibujos figurativos y adornos figurativos lo que evidencia la importancia que se le da a los elementos visuales dentro de las infografías de Pictoline. Todas presentaron personajes y a ellos en ambientes que contextualizaban apropiadamente la información.

De igual forma, más de la mitad de las infografías (ver anexos 1, 2, 3, 6, 7 y 8) presentaron recuadros utilizados como viñetas para delimitar escenas simuladas que aportan secuencialidad en la infografía.

Según Gubern (como se citó en Marín y Pulgarín, 2019) la historia a modo de cómic se caracteriza por usar viñetas en las que se combinan dibujo y texto. Ellas sirven para representar una secuencia en la que se va desarrollando un hecho, de esta forma se puede ver cómo en el cómic la imagen predomina a tal punto que pueden faltar las palabras, pero no los dibujos.

Dentro del cuerpo también se encontraron números en la mitad de las infografías (ver anexos 4, 6, 7, 8), en algunos casos la presencia de números fue imprescindible ya que aportaban cifras importantes a la información. Por ejemplo, en la infografía 7 (ver anexo 7) el desarrollo del contenido parte del número de mujeres en la informalidad y en el caso de la infografía 8 (ver anexo 8) la importancia de las cifras está en acercar al lector a datos específicos como el número de vacunados irregularmente en lugares de Latinoamérica donde escaseaban vacunas.

Siguiendo con los elementos, se encontró que la fuente estuvo presente en todas las infografías analizadas lo que genera una fiabilidad en las infografías de Pictoline. Solo hubo una excepción (ver anexo 6) ya que, a diferencia de las otras, esta no se basó en una publicación o declaración específica.

La presencia de la fuente cobra mucha importancia, pues como dijeron Finley, McGowan y Kluever (como se citó en López, Vives y Badell, 2017) se debe concientizar al lector acerca de la importancia de ser crítico y así buscar siempre información de distintas fuentes para no caer en falsas noticias.

Es importante tener en cuenta esto, ya que tal como lo afirmaron López, Vives y Badell (2017) actualmente existe un “modelo de información continua de 24 horas” en el que espacios como las redes sociales se mueven muchas noticias constantemente, siendo el escenario perfecto para las falsas noticias.

Asimismo, el crédito de la autoría de Pictoline estuvo presente en cada una de las infografías analizadas a través de su imagotipo en la parte inferior de cada una de ellas.

En cuanto a la tipografía, se pudo observar que todas las infografías presentaron claridad en el diseño. Esto ayudó a evidenciar la jerarquía entre los textos, ya que existió una notable diferencia entre las tipografías usadas en: los títulos (con volumen para llamar la atención del lector hacia el tema principal), los párrafos (delgados e informales para no sobrecargar el cuerpo) y la fuente (fina y rígida para finalizar con este dato más específico).

Como afirmó Tenclay (2016), la tipografía debe cumplir con dos funciones: informar con el tono adecuado y hacer una presentación exacta del contenido. Lo ideal es que cumpla con ambos puntos, ya que de lo contrario la tipografía no funciona.

Además, señaló que para que exista armonía en un diseño se debe respetar “el ritmo del espacio”. Con ello se refirió a la forma en la que se relacionan los elementos con los espacios en blanco, cumpliendo así con una jerarquía justa.

Finalmente, respecto al color, se vio que hubo una tendencia a que las infografías usen paletas que no superen los 5 colores como base. Esto ayudó a mantener una armonía cromática y a evitar sobrecargar las infografías. Según Albar (2017) el color sirve para transmitir el mensaje de modo que no solo llegue al lector, sino que también resalte, favorezca e impacte a través de las combinaciones elegidas.

Objetivo 2: Definir las temáticas de las infografías de la plataforma Pictoline.

Entre las infografías analizadas se encontró gran variedad de temáticas abordadas, pero la que más destacó fue la científica (ver anexos 1, 2, 3 y 4). Dentro de ellas se habló sobre temas de salud como Covid-19 y cáncer.

Tal como lo señaló Benjamin (2020) en el contexto de la salud actual, existen amenazas nuevas como la pandemia mundial, la politización de la información, la desinformación, entre otras cuestiones. Es por eso que se entiende la importancia de hacer accesibles estos temas, enfocados en investigaciones sobre la salud, a los lectores.

Por otro lado, saltó a notar que otro tipo de temáticas como la pedagógica en la infografía 5 (ver anexo 5), la publicitaria en la infografía 6 (ver anexo 6) y la empresarial en la infografía 7 (ver anexo 7) fueron asociadas al rol de la mujer en diversos contextos.

Por ejemplo, en la infografía n°5 se explicó cómo el internet puede fomentar problemas de autoestima en las mujeres, en la infografía n°6 se hizo referencia a la higiene femenina a través del producto de ropa interior menstrual y en la infografía n°7 se detalló sobre las diferentes experiencias que deja ser mujer en la economía informal.

Finalmente, en la infografía n°8 se vio la temática periodística (ver anexo 8), en ella se hizo una exposición de datos sobre las vacunaciones irregulares en Perú, Chile y Argentina.

Con esos resultados se pudo reconocer que la infografía como recurso comunicativo puede tocar cualquier temática ya que no solo puede informar, sino que también educar y vender algo.

Objetivo 3: Reconocer las características utilizadas en las infografías de la plataforma Pictoline.

Todas las infografías analizadas (ver anexos) fueron atractivas y estéticamente agradables gracias a la armonía que mantuvieron entre el texto y lo visual. Como lo confirman López y Jiménez (2017) un diseño atractivo se basa en no estar cargado, sino más bien sencillo, claro y equilibrado.

Cada una de las infografías tuvo la característica de ser visible-legible, ya que presentaron iconicidad mediante dibujos concretos y representación de hechos y personajes, lo cual sirvió para ilustrar la información de forma clara. Además, los textos fueron directos y concisos respecto a cada tema, virtudes que ayudan a no perder la atención del lector por recarga de información. Fuller y Lloyd (como se citó en Calleja, 2019) concuerdan en que la gráfica y la iconicidad que tiende a parecerse más a la referencia ayuda a ser mejor entendida, a diferencia de si se presenta de forma más abstracta.

En cuanto a ser comprensible, se pudo ver que todas las infografías presentaron un lenguaje accesible y claro con el que abordaron temas tan complejos como los de la salud. Por ejemplo, en la infografía n°1, para ahondar en el tema de una recaída de cáncer luego de la quimioterapia, se explica que la célula cancerígena entra en una especie de “hibernación” que no le permite desaparecer por completo (ver anexo 1).

En todas las infografías, el hecho de graficar literalmente la información para que llegue de forma directa al lector, aportó a una mejor explicación de la misma (ver anexos). Además, el claro orden que presentaron las infografías analizadas genera una comprensión completa. Según Morera (2017) para que la infografía sea comprensible debe cumplir con rasgos que ayuden a proyectar bien la información y debe tener concordancia sin errores.

En cuanto a la utilidad, se encontró que la mayoría de infografías brindó información actualizada que respondía a la coyuntura. Por ejemplo, en las infografías n° 2, 4 y 8 fue recurrente hablar sobre cuestiones relacionadas al Covid-19 (ver anexo 2, 4 y 8). Según Tanaka (como se citó en Gómez, Aristizabal y Fuentes, 2017) contar con información organizada y actualizada es importante ya que sirve para tomar posturas y acciones sobre algo.

Asimismo, se vio que todas las infografías lograron darle sentido a la información que expusieron a través de una síntesis llena de ideas concretas y suficientes. Nadal, Miras, Castells y De La Paz (2021) afirmaron que para que la síntesis sea adecuada, primero debe identificarse la información relevante respecto a un determinado tema y de allí se irá generando el hilo conductor que armará el resumen.

Conclusiones

Los elementos gráficos identificados en las infografías analizadas fueron el título, encabezado, texto, cuerpo, fuente, crédito, tipografía y color. También se pudo identificar que Pictoline opta por obviar encabezado o fuente según lo crea conveniente.

Las temáticas definidas en la investigación variaron entre científica, pedagógica, publicitaria, empresarial y periodística. De ellas la que predominó fueron las infografías científicas relacionadas a temas de salud como el Covid-19.

Las características que se reconocieron en cada una de las infografías analizadas fueron ser atractivas, visibles-legibles, compresibles y útiles.

Recomendaciones

Se recomienda a los estudiantes de la escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, realizar nuevas investigaciones acerca de la infografía en un contexto tan actual como lo son las plataformas digitales.

A la escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo se le recomienda dictar cursos especializados en la creación de infografías.

A los medios de comunicación se les recomienda trabajar directamente con las escuelas de comunicación para que estudiantes puedan ejercer la labor infográfica a través de convenios o pasantías.

Referencias

- Albar, P. J. (2017). Infografía didáctica como recurso de aprendizaje transversal y herramienta de cognición en educación artística Infantil y Primaria. *Trayectoria*, (4), 49-66. Recuperado de <http://www.ojs.arte.unicen.edu.ar/index.php/trayectoria/article/view/436>
- Benjamin, G. C. (2020). Asegurar la equidad en la salud durante la pandemia de COVID-19: el papel de la infraestructura de salud pública. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 44, 1-4. Doi: <https://doi.org/10.26633/RPSP.2020.70>
- Calleja, M. (2019). *Análisis de la comunicación y de la discapacidad intelectual desde un enfoque multidisciplinar*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7128622>
- Miranda, S. y Ortiz, J. A. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 11(21). Doi: <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Bravo, G. (2019). El uso de la infografía como recurso periodístico para el tratamiento de la información sobre salud en la web del diario La República, año 2017-2018. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2254>
- Castro, G., Gonzales, S., Obregón, L., y Revollar, Y. (2019). La infografía como recurso didáctico en el área de Ciencias Sociales. (Trabajo de investigación de pregrado, Instituto Pedagógico Nacional Monterrico). Recuperado de <http://repositorio.ipnm.edu.pe/handle/ipnm/1604>
- Castañeda, A. (2018). La información frente al terror. Análisis de la infografía en los diarios del País Vasco sobre los atentados del 17-A (17-VIII-2017). *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 662-687. Doi: [10.4185/RLCS-2018-1275](https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1275)
- Cruz, M. (1 de diciembre de 2016). Pictoline: el arte de explicar historias en pocos segundos. *El País*. Recuperado de https://verne.elpais.com/verne/2016/11/30/mexico/1480539582_291580.html
- Duò, M. (25 de febrero del 2020). Comparando los 8 mejores analizadores de titulares (sin detallar cómo utilizarlos). *Kinsta Blog*. <https://kinsta.com/es/blog/analizador-titulos/>
- Ferris, J. L., García, J. A., Sánchez, A. J., Carbajal, M, Arias, F., Del Campo, E., et al. (2020). *Lenguajes Periodísticos: La herramienta más valiosa*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=AscMEAAAQBAJ&dq=estructura+de+una+infograf%C3%ADa&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- González, N.V. (2018). Uso escolar de infografías para la representación de células animales y vegetales. *Revista de Educación en Biología*, 21(2), 22-36. Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/108493>
- Gómez, C., Aristizabal, C. y Fuentes, D. (2017). Importancia de la información financiera para el ejercicio de la gerencia. *Desarrollo Gerencial*, 9(2), 88-101. Doi: <https://doi.org/10.17081/dege.9.2.2977>

- Gutiérrez, S. (2006). El reportaje inteligente en Internet. Aportes teórico-metodológico para la discusión. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9 (61), 1-16. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81996113>
- Guerrero, S. (2017). La intensificación como estrategia comunicativa en los titulares de las portadas deportivas. *ELUA*, 31, 187-209. Doi: 10.14198/ELUA2017.31.10
- López-del-Ramo, J., & Montes-Vozmediano, M. (2018). Construcción comunicativa del reportaje infográfico online de calidad. Elementos constitutivos. *Profesional De La Información*, 27(2), 322-330. Doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.10>
- López, A., Vives, J. y Badell, J. (2018). Fake news, ¿amenaza u oportunidad para los profesionales de la información y la documentación? *EPI*, 27(6), 1346-1356. Doi: <https://doi.org/10.3145/EPI4>
- Marín, V. y Pulgarín, J. M. (2019). Severa viñeta: el cómic y la novela gráfica colombiana como preservadores de memoria. (Trabajo de grado, Universidad Católica de Pereira) Recuperado de <http://hdl.handle.net/10785/6002>
- Meneghello, R. (2018). El análisis de contenido como propuesta para el estudio de la cronística medieval: Su aplicación práctica en la figura de Alfonso VI en las crónicas de los siglos XII y XIII. *Revista de Historia y Geografía*, 38, 25-68. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6502503>
- Morera, F. (2017). Aproximación a la infografía como comunicación efectiva. (Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10803/457366>
- Nadal, E., Miras, M., Castells, N. y De La Paz, S. (2021). Intervención en escritura de síntesis a partir de fuentes: Impacto de la comprensión, 26(88). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-66662021000100095&script=sci_arttext#B33
- Noreña, A., Alcaraza, N., Rojas, J. G., Rebolledo, D. M. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12 (3), 263-274. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4322420>
- Orozco, G., Solórzano, A., Scolari, C. A., Ottaviano, C., Franco, D., Torres, G., et al. (2019). *TVmorfofosis 8. Periodismo en la era de la posverdad*. México: Tintable.
- Pirela, A. (2020). Análisis de los recursos gráficos en el discurso de las infografías en movimiento como forma de registro de la historia inmediata. *Perspectiva*, 10, 180-195. Recuperado de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/perspectiva/article/view/23233>
- Prat, M., Vanegas, Y., & Giménez, J. (2019). *Análisis de infografías en la formación de profesores de primaria*. En Montserrat Prat, Yuly Vanegas & Joaquín Giménez (Eds). III Congreso Internacional Virtual de Educación Estadística (CIVEEST). Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/332100533 Analisis de infografias en la formacion de profesores de primaria](https://www.researchgate.net/publication/332100533_Analisis_de_infografias_en_la_formacion_de_profesores_de_primaria)

- Quintana Pujalte, A. L., Sosa Valcarcel, A., & Castillo Esparcia, A. (2018). Acciones y estrategias de comunicación en plataformas digitales. El caso Cifuentes. *Prisma Social*, (22), 247-270. Recuperado de <https://revistaprismasocial.es/article/view/2585>
- Santos, H. P. (2018). Infografía animada: Una nueva vía educacional. (Trabajo de pregrado, Universidad del Azuay) Recuperado de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7903>
- Sanz-Lorente, M. y Castejón-Bolea, B. (2018). Infografías en las ciencias de la salud: Aplicación al cuidado domiciliario. *HAD Hospital a domicilio*, 2(2), 67-78. Doi: [10.22585/hospdomic.v2i2.44](https://doi.org/10.22585/hospdomic.v2i2.44)
- Sánchez, F.A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1). Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-25162019000100008
- Texeira, M. (2018). Los cómics en la enseñanza-aprendizaje de la lengua española: la oralidad en la escritura, de la teoría a la práctica. Recuperado el 19 de abril de 2021, de Reposital Material Educativo website: <https://repositorial.cuaed.unam.mx:8443/xmlui/handle/20.500.12579/5205>
- Tenclay, J. (2016). El estado actual de la tipografía en la web: un recurso para diseñadores. (Trabajo de posgrado, EINA Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona) Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12082/633>
- UNIA (2017). Diseño y creación de presentaciones eficaces: herramientas y recursos. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10334/3857>

Anexos

Infografía N°1

Keeping up with Science.

Avances que están cambiando cómo entendemos el mundo

Fecha: 01 de febrero de 2021

KEEPING UP WITH SCIENCE
Avances que están cambiando cómo entendemos el mundo

CÉLULAS DURMIENTES

INCLUSO DESPUÉS DE UN TRATAMIENTO EXITOSO... **...MUCHOS TIPOS DE CÁNCER PUEDEN PERMANECER INACTIVOS POR AÑOS...** ...ANTES DE CAUSAR UNA RECAÍDA.

UN NUEVO ESTUDIO SUGIERE QUE ESTO SE DEBE A QUE LAS CÉLULAS CÁNCEROSAS ENTRAN EN UNA ESPECIE DE "HIBERNACIÓN":

QUIMIO
SE CREE QUE LA QUIMIOTERAPIA LAS INDUCE A UN ESTADO DE DIVISIÓN LENTA... ***dormisión activada*** ...EL CUAL LES DEJA GUARDAR ENERGÍA Y SOBREVIVIR.

ESTE DESCUBRIMIENTO PUEDE AYUDARNOS A ENTENDER POR QUÉ EN ALGUNOS CASOS LA QUIMIOTERAPIA NO ELIMINA EL CÁNCER.

ADEMÁS DE ACERCARNOS A TRATAMIENTOS MÁS EFECTIVOS QUE SE ENFOQUEN EN DESTRUIR ESAS CÉLULAS PROBLEMÁTICAS.

FUENTE: "Cancer cells hibernate like 'bears in winter' to survive chemotherapy" *New Atlas.*

¡LLEGÓ TU HORA!

PICTOLINE

Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título creativo: Células durmientes.
Encabezado	Keeping up with science. Avances que están cambiando cómo entendemos el mundo. Esto funciona como antetítulo.
Texto	En esta infografía los textos se centraron en exponer el proceso de “hibernación” de una célula cancerígena en estos fragmentos: - Incluso después de un tratamiento, el cáncer puede permanecer inactivo por años y luego tener una recaída. - La quimioterapia las induce en un estado de división lenta en las que entran en una especie de ‘hibernación’ para sobrevivir. *Dormición activada*. - Ayuda a entender por qué en algunos casos la quimioterapia no elimina el cáncer. - Eso nos acerca a tratamientos enfocados en destruir esas células problemáticas. - ¡Llegó tu hora! -
Cuerpo	-Números: Para explicar el proceso no se necesitó números. -Íconos: flechas (evolución), “zzz” (duerme), logotipo de Pictoline. -Dibujos figurativos: Presentó personajes como la célula y la quimio. -Adornos figurativos: gen del ADN y flechas. -Recuadros: Se observaron 4 recuadros usados para dividir la evolución de la célula.
Fuente	“Cancer cells hibernate like ‘bears in winter’ to survive chemotherapy” publicada en el portal New Atlas.
Crédito	Pictoline
Tipografía	-Tipografías claras y sin detalles distractores. -Hubo una clara jerarquía entre el título y el encabezado. -Una tipografía más fina para la parte de la fuente.
Color	Presentó un uso limitado de los colores, entre los que predominaron el blanco, rojo, azul y lila.
Categoría: Temática	
Tipo	En esta infografía la temática que se abarcó fue científica.
Categoría: Características	
Atractiva	Cumplió con la estética, ya que hay armonía entre las imágenes y el texto.
Visible-legible	Presentó iconicidad, ya que los dibujos son claros en cuanto a lo que representaban. Claridad en los textos.
Comprensible	La comprensión se dio a través del uso de palabras simples. Mantuvo el orden a través de las viñetas y las flechas.
Útil	Presentó información de actualidad. Tuvo significación ya que las imágenes escenificaron literalmente el proceso. Fue funcional ya que logró explicar el tema con la información justa.

Infografía N°2

¿Cuál es la mejor vacuna?

La que nos ponemos


Fecha: 02 de febrero de 2021

¿CUÁL ES LA MEJOR VACUNA?


LA QUE NOS PONEMOS

ESTAS SON LAS RAZONES DE VARIOS EXPERTOS*:


TODAS LAS VACUNAS APROBADAS FUNCIONAN. PERO ES IMPOSIBLE QUE UNA SOLA ALCANCE PARA TODOS.




SON LOS MEDICAMENTOS MÁS REGULADOS Y SEGUROS QUE EXISTEN.



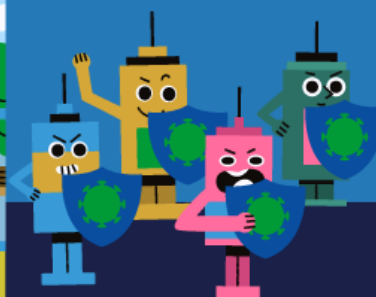
ES MÁS PROBABLE CONTAGIARNOS DE COVID-19 (SI NO NOS VACUNAMOS) QUE TENER UNA REACCIÓN ADVERSA SERIA POR HACERLO.




ENTRE MÁS PERSONAS ESTEMOS VACUNADAS, LA PANDEMIA ACABARÁ MÁS PRONTO.




TODAS LOGRAN LO MISMO: ENSEÑARLE AL CUERPO A DEFENDERSE.



LAS MISMAS AGENCIAS QUE LAS APRUEBAN HAN RESPALDADO OTROS MEDICAMENTOS QUE USAMOS NORMALMENTE.



Y EN ELLAS ESTÁN AÑOS DE CONOCIMIENTO E INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA COLECTIVA.



*FUENTE: Entrevista con la Dra. Susana López [viróloga], Dr. Malaquías López [epidemiólogo], Dra. Laura Palomares [vacunóloga] y Dr. Alejandro Macías [infectólogo].

PICTOLINE

Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título informativo-explicativo: ¿Cuál es la mejor vacuna? La que nos ponemos.
Encabezado	Estas son las razones de varios expertos*.
Texto	<p>En toda la infografía se expusieron ideas claves acerca la investigación de las vacunas contra Covid-19:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Imposible que una (vacuna) que una sola. - Son los medicamentos más regulados y seguros que existen. - Es más probable contagiarnos de covid-19 (si no nos vacunamos). -Entre más personas estemos vacunadas, la pandemia acabará más pronto. -Todas (las vacunas) le enseñan al cuerpo a defenderse. -Las agencias que aprueban otros medicamentos comunes respaldan esta vacuna. -Hay años de investigación científica colectiva en las que se basan estas afirmaciones.
Cuerpo	<ul style="list-style-type: none"> -Números: No exigió un orden en la ubicación de las razones, así que no presentó números. -Íconos: Vacuna y imagotipo de Pictoline. -Dibujos figurativos: Se presentaron como escenas o hechos. Paciente y médico (en el título), todas las vacunas alrededor de la tierra, experto 1 regulando la vacuna, experta 2 huyendo del virus, experta 3 aislada, vacunas contra el virus, experto 4 aprobando otros medicamentos y juntos los 4 expertos aprobando la vacuna. -Adornos figurativos: Flecha en la parte final. -Recuadros: Seis recuadros en los que se expusieron las razones de los expertos.
Fuente	La infografía se basó en una entrevista directa con la Dra. Susana López (viróloga), el Dr. Malaquías López (epidemiólogo), la Dra. Laura Palomares (vacunóloga) y el Dr. Alejandro Macías (infectólogo).
Crédito	Pictoline
Tipografía	<ul style="list-style-type: none"> -Tipografías claras (3 tipos característicos para título, textos y fuente). -Evidente jerarquía a través del tamaño, ya que el título se marcó gracias a un tipo de letra con volumen.
Color	Presentó una paleta de colores limitada. Los principales colores fueron el verde, azul, fucsia y blanco.
Categoría: Temática	
Tipo	La temática que se abarcó en esta infografía fue de tipo científica.
Categoría: Características	
Atractiva	Se observó un equilibrio entre la información y lo ilustrado.
Visible-legible	Hubo iconicidad ya que era evidente lo que representaba cada dibujo. Los textos se diferenciaron con claridad.
Comprensible	Se usaron palabras sencillas para explicar lo que dijeron los expertos.

	Cada punto explicado tiene un espacio delimitado que aportó orden y contexto.
Útil	Manifestó información actualizada relacionada a las vacunas contra Covid-19. Claridad en las representaciones de las razones para vacunarse. Hubo síntesis de información con un mensaje preciso.

Infografía N°3

No me grites

Fecha: 08 de febrero de 2021

NO ME GRITES

UN PEQUEÑO SERVICIO A LA COMUNIDAD DE **POR QUÉ** (ENTRE MUCHAS OTRAS RAZONES) **NO HAY QUE HABLAR A GRITOS:**

GENERALMENTE, LOS SONIDOS QUE RECIBIMOS...

...PASAN POR UNA ZONA DEL CEREBRO LLAMADA "WERNICKE"...

...QUE SE ENCARGA DE PROCESAR Y ADMINISTRAR ESA INFORMACIÓN.

PERO CUANDO ES UN GRITO...

...NO PASA POR ESA ZONA.

VA HACIA LA AMÍGDALA...
...YA QUE INTERPRETA QUE ES UNA SITUACIÓN DE PELIGRO.

ASÍ QUE AL GRITARLE A ALGUIEN, ES MUY PROBABLE QUE SE PIERDA TU MENSAJE

FUENTE: "Gritar, la última moda para liberar estrés" El País.

¡VACUNA A MI MAMÁ!

¡VACUNA A MI MAMÁ!

PICTOLINE

Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título apelativo: No me grites.
Encabezado	Un pequeño servicio a la comunidad de por qué (entre muchas otras razones) no hay que hablar a gritos.
Texto	Para este caso el texto fue: -Los sonidos que recibimos pasan por “Wernicke”, zona cerebral encargada de procesar esa información. -Cuando es un grito no pasa por esa zona, va directo a la amígdala ya que es interpretado como peligro. -Así que, al gritarle a alguien, es muy probable que se pierda el mensaje. - ¡Vacuna a mi mamá! - ¡Vacuna a mi mamá! -
Cuerpo	-Números: Para explicar el proceso no se necesitó números. -Íconos: Globo de texto amarillo (mensaje normal), disquete con check (procesando), globos de texto naranja (grito) y imagotipo de Pictoline. -Dibujos figurativos: Se presentaron personajes como “Wernicke” procesando información, la amígdala, 2 sujetos, y el cerebro. -Adornos figurativos: el cerebro y flechas que indicaban el paso a paso. -Recuadros: Se vio 2 recuadros en los que se compararon las situaciones.
Fuente	La infografía se basó en la publicación “Gritar, la última moda para liberar el estrés”, encontrada en la sección de Bienestar del diario español El País.
Crédito	Pictoline
Tipografía	-Tres tipografías claras: -Un tipo, característico de los textos de las infografías de Pictoline. - Otro tipo, a modo de letra dibujada para las nubes de texto. -Por último, la más fina y sencilla es la que se usó en la parte de la fuente.
Color	Presentó una paleta limitada de 5 colores entre los que estaban el amarillo, naranja, azul, morado y turquesa.
Categoría: Temática	
Tipo	La temática que se abarcó en esta infografía fue de tipo científica.
Categoría: Características	
Atractiva	Se encontró equilibrio entre la gráfica y la información.
Visible-legible	Hubo iconicidad con los dibujos, ya que es evidente lo que grafica cada uno. Claridad en los textos.
Comprensible	Los términos que se usaron para explicar la información fueron simples y precisos. Se explicó a través de la comparación de situaciones, para facilitar y entender las diferencias entre los dos escenarios por los que pasa un mensaje.
Útil	El origen de la información fue en el 2017 (según la fuente), pero al final se adaptó al escenario actual sobre la vacunación de Covid-19. Tuvo significación ya que le dio sentido a la información. Planteó conceptos e ideas concisas.

Infografía N°4

“Si ya estuve enfermo de COVID,
¿Tengo que seguir usando mascarilla?”

Fecha: 09 de febrero de 2021

“SI YA ESTUVE ENFERMO DE COVID, ¿TENGO QUE SEGUIR USANDO MASCARILLA?”

¡SÍ! POR 4 RAZONES

TE PUEDES VOLVER A ENFERMAR
LAS REINFECCIONES SON RARAS, PERO NO IMPOSIBLES; Y TODAVÍA NO SABEMOS CUÁNTO DURA LA INMUNIDAD AL VIRUS.

PUEDES CONTAGIAR A OTROS
AUNQUE TE SIENTAS BIEN, RECUERDA AISLARTE POR LO MENOS **10 DÍAS** A PARTIR DEL INICIO DE SÍNTOMAS.

PUEDES CONTAGIARTE DE OTRAS ENFERMEDADES
CON LOS **HOSPITALES SATURADOS**, NECESITAMOS DISMINUIR LA TRANSMISIÓN DE **ENFERMEDADES RESPIRATORIAS**.

LAS NUEVAS VARIANTES
SEGÚN ESTUDIOS RECIENTES, PODRÍAN CAUSAR **MAJOR NÚMERO DE REINFECCIONES**.

Dr. Malaquías López, epidemiólogo, UNAM.
FUENTE: "Do I still need to wear a mask after recovering from COVID-19? Doctors weigh in" TODAY.

PICTOLINE

Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título de actos de habla: “Si ya estuve enfermo de COVID, ¿Tengo que seguir usando mascarilla?”.
Encabezado	¡Sí! Por 4 razones.
Texto	La infografía explicó este tema en 4 ideas: -Te puedes volver a enfermar. Las reinfecciones son raras, pero no imposibles. -Puedes contagiar a otros. Recuerda aislarte por lo menos 10 días. -Puedes contagiarte de otras enfermedades. Con los hospitales saturados, necesitamos disminuir la transmisión de enfermedades respiratorias. -Existen nuevas variantes. Según estudios, podrían causar mayor número de reinfecciones.
Cuerpo	-Números: Se vio el número 4 para decir cuántas fueron las razones y el 10 para referirse a los días de aislamiento. -Íconos: Paloma (exterior), puntos verdes (virus) e imagotipo de Pictoline. -Dibujos figurativos: Se presentaron personajes como la mascarilla, el virus, el protagonista y el hospital. -Adornos figurativos: Flechas y al final se apreció una especie de campo de fuerza transparente contra el virus. -Recuadros: No se apreciaron recuadros.
Fuente	La información se basó en la nota: ¿Do I still need to wear a mask after recovering from COVID-19? Doctors weigh in, del portal TODAY.
Crédito	Pictoline
Tipografía	-Tipografías básicas y sencillas. -Jerarquía clara (3 tipos de letra para diferenciar).
Color	Presentó una paleta de colores limitada de 6: rosado, verde, amarillo, morado, celeste y gris.
Categoría: Temática	
Tipo	La temática abarcada fue científica, ya que se centró en el Covid-19.
Categoría: Características	
Atractiva	Cumplió con la armonía de imágenes y texto.
Visible-legible	Presentó imágenes concretas para explicar el uso de la mascarilla. Claridad en los textos.
Comprensible	Primó la gráfica para una directa explicación del tema. Se usaron palabras simples para hacer llegar el mensaje.
Útil	La información es de actualidad ya que abarcó el tema del Covid-19. Hubo una correcta interpretación de la información a través de los dibujos y los textos. Logró sintetizar la información en puntos clave.

Infografía N°5

Contra la imagen del cuerpo "ideal"

Fecha: 15 de febrero de 2021

CONTRA LA IMAGEN DEL CUERPO "IDEAL"

EXISTE UNA RELACIÓN ENTRE LO QUE VEMOS EN INTERNET Y NUESTRA INSATISFACCIÓN CORPORAL.

APRENDEMOS SOBRE LOS CUERPOS "IDEALES" Y EL VALOR DE SER ATRACTIVO...

AUTOESTIMA

...Y SI NO LO SOMOS, SOLO NOS QUEDA SENTIRNOS MAL.

PERO ESTO NO DEBERÍA DE SER ASÍ.

LA MAYORÍA DE ESAS IMÁGENES ESTÁN DISEÑADAS PARA DAR UN MENSAJE ESPECÍFICO...

...EL CUAL, MUCHAS VECES, ES CONVENCERNOS DE COMPRAR.

NECESITAMOS RECONOCER QUE ESOS MENSAJES NO DEFINEN CÓMO NOS VEMOS O LO QUE PODEMOS HACER...

...YA QUE NO SON UN REFLEJO DE LA REALIDAD.

FUENTE: "Media & eating disorders" National Eating Disorders Association.

 PICTOLINE



Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título informativo: Contra la imagen del cuerpo “ideal”.
Encabezado	Existe una relación entre lo que vemos en internet y nuestra insatisfacción corporal.
Texto	Los textos de esta infografía fueron: -Cuerpos ideales y cómo afecta no ser así. -Son imágenes con un mensaje: Convencer de comprar. -Reconocer esos mensajes, ya que esas imágenes no son reales.
Cuerpo	-Números: No se presentaron números. -Íconos: Se vio un puntero (búsqueda en internet), nubes con signos de dólar (comercio) y imago tipo de Pictoline, -Dibujos figurativos: Se presentó un personaje protagonista, 4 cuadros que mostraron cuerpos “ideales” en redes sociales, 3 barras de autoestima y 3 imágenes de productos (en nubes). -Adornos figurativos: cuadros pequeños de colores, nubes con signos de dólar y nubes vacías. -Recuadros: No hubo presencia de recuadros.
Fuente	Esta infografía se basó en la publicación “Media & eating disorders” publicada por National Eating Disorders Association.
Crédito	Pictoline
Tipografía	-Tipografías sencillas y claras. -Clara jerarquía a través de la tipografía, ya que se pudo diferenciar el título, de los textos y ellos de la usada en la fuente.
Color	Hubo economía del color, ya que se contó con 4 colores principales. Estos eran el celeste, rosa y salmón.
Categoría: Temática	
Tipo	La temática abarcada fue pedagógica, ya que pretendió educar al lector acerca de cómo internet afecta la insatisfacción corporal.
Categoría: Características	
Atractiva	Se observó un equilibrio evidente entre lo visual y lo textual.
Visible-legible	Los dibujos expresan concretamente el mensaje sobre el cuerpo “ideal”. Claridad en los textos.
Comprensible	Permitió un entendimiento a través del uso de palabras sencillas. Recreó escenarios como los que se ven en las redes sociales. Presentó una secuencia que dio orden a la narración.
Útil	Mostró información actualizada ya que por el día de su publicación fue un tema de coyuntura. Las imágenes y el texto lograron interpretar la información. Se hizo una síntesis destacando las ideas principales del tema: contra la imagen del cuerpo “ideal”.

Infografía N°6

Hablemos de la ropa interior menstrual

Fecha: 16 de febrero de 2021

HABLEMOS DE LA
ROPA INTERIOR MENSTRUAL




- 1. ES ROPA INTERIOR COMO CUALQUIER OTRA, PERO ESTÁ DISEÑADA CON MATERIALES QUE PUEDEN ABSORBER EL FLUJO DURANTE TU PERIODO.**





SEGURA



PROTEGIDA



FRESCA
- 2. DEPENDIENDO DE TU CANTIDAD DE FLUJO, PUEDES USARLA SOLA O COMBINARLA CON OTRO MÉTODO PARA EXTRA PROTECCIÓN.**


- 3. PUEDE DARTTE HASTA 8 HRS. DE PROTECCIÓN.**


- 4. UNA VEZ USADA, PUEDES LAVARLA COMO CUALQUIER OTRA PRENDA SIGUIENDO ESTOS PASOS:**



ENJUAGA



MÉTELA A LA LAVADORA

* Sin blanqueador ni suavizante
* <40°
* A baja temperatura



PONLA A SECAR EN LA SOMBRA



LISTA PARA VOLVER A USAR
- 5. ADEMÁS DE CÓMODA, ES ECO-FRIENDLY.**



DE NADA MI CIELA





HIGIENE ES SALUD




Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título enunciativo: Ropa interior menstrual.
Encabezado	Funciona como antetítulo: Hablemos de la.
Texto	<p>En la infografía los textos plantearon estas ideas sobre la ropa interior menstrual:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diseño con materiales que absorben el flujo durante tu periodo. Segura, protegida y fresca. -Puedes usarla sola o combinarla con otro método. -Hasta 8 hrs. de protección. -Puedes lavarla como cualquier otra prenda: Enjuaga, métela a la lavadora (sin blanqueador, ni suavizante y a baja temperatura), ponla a secar en la sombra y lista para volver a usar. -Cómoda y eco-friendly. -De nada mi ciela-. -Higiene es salud.
Cuerpo	<ul style="list-style-type: none"> -Números: Se observó un conteo del 1 al 5 para establecer una secuencia entre las viñetas. Además, el número 40 en el ícono de la temperatura. -Íconos: Se pudo ver un signo de suma “+”, un triángulo tachado, un “< 40” para representar la temperatura, el imagotipo de Pictoline y el isologo Saba. -Dibujos figurativos: Se encontró personajes como la ropa interior, un tampón, un reloj, un personaje femenino y la tierra. Además, una representación del empaque del producto, un caño enjuagando la prenda y una lavadora. -Adornos figurativos: Se contó con líneas finas para resaltar el producto o la acción de chocar puños, además de flechas. -Recuadros: Se vio 4 recuadros para aislar cada uno de los primeros pasos.
Fuente	En esta infografía no se presentó una fuente.
Crédito	Pictoline
Tipografía	<ul style="list-style-type: none"> -Tipografías sencillas. -La jerarquía fue clara. En el título se usó una tipografía con volumen, en los textos una más fina y en las indicaciones también se optó por una tipografía fina pero más rígida.
Color	Estableció una paleta limitada en la que predominan 5 colores. Estos eran el negro, morado, blanco, rosado y azul.
Categoría: Temática	
Tipo	La temática abarcada fue publicitaria, ya que se hizo una explicación visual de la información del producto en cuestión (Saba).
Categoría: Características	
Atractiva	<p>Estéticamente agradable ya que usó los colores del producto para darle armonía cromática.</p> <p>Hubo equilibrio entre imagen y texto</p>
Visible-legible	<p>Planteó iconicidad a través de personajes que representaron correctamente la información.</p> <p>Textos bien definidos.</p>

Comprensible	Mantuvo un orden que ayudó a procesar la información. El lenguaje fue directo y con palabras simples. Explicó cada punto a detalle.
Útil	Expuso información actual, ya que abarca una nueva forma de higiene femenina (además eco amigable). Los dibujos lograron dar sentido y explicar la información. La síntesis se dio a través de ideas puntuales que resaltaron los beneficios de la ropa interior menstrual.

Infografía N°7

Ser mujer en la economía informal

Fecha: 22 de febrero de 2021



Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título informativo: Ser mujer en la economía informal.
Encabezado	No presentó, fue directo a los textos del cuerpo.
Texto	<p>En esta infografía se habló de estos puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - En Latinoamérica y el Caribe, el 54% de las mujeres trabaja en la informalidad: -Desde vendedoras ambulantes, hasta trabajadoras del hogar. -Ahí las mujeres están expuestas a salarios bajos... -...Así como a la falta de seguridad laboral... -...Y de prestaciones como los seguros de salud. - Además de enfrentarse a violencia, acoso y discriminación. - Pertener al sector informal tiene consecuencias a largo plazo. Una de las más claras es que hay más mujeres mayores viviendo en pobreza que hombres.
Cuerpo	<ul style="list-style-type: none"> -Números: La cifra 54% se usó para dar el dato de las mujeres informales y el n° 0 en representación la baja demanda de clientes. -Íconos: El Globo de los comentarios con el número 0 (nula respuesta de posibles clientes) y el imagotipo de Pictoline. -Dibujos figurativos: Se presentaron 4 personajes femeninos, de los cuales 3 hacían referencia a los tipos de trabajo y la última a la etapa de adulta mayor. -Adornos figurativos: Una pequeña pared de ladrillos para escenificar un escenario. -Recuadros: Se identificaron 4 recuadros, de los cuales 3 son para comparar y uno para el final de la narración.
Fuente	La infografía se basó en la publicación “Las mujeres en la economía informal” hecha por ONU Mujeres.
Crédito	Pictoline
Tipografía	-Tipografías sencillas. (3 tipos característicos para el título, textos y fuente).
Color	Planteó una paleta limitada de 3 colores, entre ellos el naranja, morado y fucsia.
Categoría: Temática	
Tipo	La temática abarcada fue empresarial, ya que ahondó en el papel de la mujer en la economía informal a partir de una cifra.
Categoría: Características	
Atractiva	La imagen, el color y el texto mantuvieron armonía entre ellos.
Visible-legible	Presentó íconos concretos (personajes) para ilustrar el tema. Los textos se diferenciaron claramente.
Comprensible	Clara representación de la mujer en la economía informal a través de lo ilustrado. Mantuvo un orden en la narración de la información. Abordó el dato inicial (el porcentaje de mujeres informales) y lo aterrizó a través de ejemplos.

Útil	La información es coyuntural, pero no está actualizada ya que los datos usados son hasta el 2016 (según la fuente). Cumplió con dar significación al tema. Logró hacer una síntesis usando datos y ejemplos concisos.
------	---

Infografía N°8

Vacunas para *todos* algunos

Fecha: 23 de febrero de 2021



Categoría: Elementos gráficos	
Título	Título creativo: Vacunas para *todos* algunos.
Encabezado	En medio de la lenta vacunación en Latinoamérica, las irregularidades en tres países han causado indignación:
Texto	En esta la infografía se mostraron distintos casos del mismo problema: -En Perú, el Vacunagate evidenció la vacunación de 480 personas en las que no se incluyeron a personal del estudio. -En Chile, los saltos de la fila expusieron el caso de 37,306 vacunados, entre ellos funcionarios y famosos. Dejando de lado a grupos prioritarios. -En Argentina, las vacunas VIP fueron 3000 dosis reservadas por el ministro de salud. Con ellas se vacunaron altos funcionarios y gente allegada al gobierno.
Cuerpo	-Números: Se presentaron las cifras 480 y 37,306 para referirse a un número de personas, mientras que cifra 3000 fue usada para referirse a las dosis de vacuna Sputnik V. -Íconos: Banderas (peruana, chilena y argentina) e imagotipo de Pictoline. -Dibujos figurativos: Silueta de vacuna, vacuna en mano desconocida, una representación de vacunación en Perú, personal de estudio, representación de vacunación en Chile, personaje anciano, representación de vacunación de Argentina. -Adornos figurativos: Elementos de oficina en el último recuadro. -Recuadros: Se observó 3 recuadros en los que se comparan los escenarios.
Fuente	La infografía se basó en la publicación “Tres países latinoamericanos salpicados por escándalos en la vacunación con el Covid-19” del portal France 24.
Crédito	Pictoline
Tipografía	-Tipografías sencillas. Entre ellas se encontraron 3 distintas según lo que representaban: -Se usó una casi negrita para el título y los nombres de países. -Una tipografía característica, para los textos, de las infografías de Pictoline. -Un tipo de letra más fina y rígida para los nombres de los casos y la fuente al final.
Color	Se identificó una paleta limitada en la que resaltaban 5 colores: rosa, naranja, acero, blanco y marfil.
Categoría: Temática	
Tipo	La temática abarcada fue periodística, puesto que la infografía se basó en una investigación acerca del escándalo de vacunación irregular en Latinoamérica.
Categoría: Características	
Atractiva	Presentó equilibrio entre la gráfica y la información.
Visible-legible	Contó con personajes y elementos que ayudaron a contextualizar los hechos. Claridad en los textos y los datos expuestos.

Comprensible	La gráfica es directa ya que a primera vista se capta los casos de vacunación irregular. Presentó un orden cronológico ya que va desde el primer país hasta el último en el que se descubrieron estas irregularidades.
Útil	La información cumplió con ser de actualidad ya que expuso casos de vacunación irregular en países de Latinoamérica. Dio sentido al tema graficándolo y exponiendo la información directamente. Sintetizó los datos precisos del tema abarcado.