

TRABAJO DE GRADO

Opción Auxiliar de investigación

**Conexión Creativa: Medios digitales
para la Comunicación Creativa
de la Ciencia**

Corporación Universitaria Remington

Facultad de Diseño Gráfico

Profesional en Diseño Gráfico

Andrea Catalina Rojas Baquero

Tutora: Elizabeth Betancur Ríos

Auxiliar de investigación

2026

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios, por ser mi ayuda, guía y fortaleza en los momentos difíciles y por permitirme alcanzar este logro académico. A mis papás, por su amor incondicional, su apoyo constante y por acompañarme en cada paso. A mi hermano, por su compañía y ánimo constante. A mi familia, por ser un apoyo fundamental en toda mi formación. A mis amigos más cercanos, quienes me motivaron y confiaron en mí. A todos los que me acompañaron en este proceso, gracias.

Agradecimientos

Agradezco a la docente Diana María Agudelo Rivera, quien me invitó a ser parte del semillero y allí descubrí mi pasión por la investigación, por sus enseñanzas, conocimientos, acompañamiento y por impulsar mi participación en diversos eventos académicos.

De igual manera, agradezco a la docente Elizabeth Betancur Ríos por su apoyo constante y los conocimientos transmitidos, no solo durante la finalización de este proyecto, sino también a lo largo de mi formación académica.

Agradezco al profesor Juan Diego López Medina, quien durante la asignatura de Proyecto de Grado me orientó en la elaboración de un trabajo con mayor rigor investigativo. Asimismo, agradezco al profesor Edwin Alberto Marín Cantillo por sus consejos y acompañamiento en mi permanencia en el semillero de investigación.

Finalmente, agradezco a la Universidad Remington, así como a cada uno de los docentes y compañeros de clase que durante cuatro años contribuyeron a mi formación como diseñadora gráfica.

Tabla de Contenidos

Dedicatoria.....	2
Resumen.....	7
Palabras clave.....	8
Introducción	9
Referentes teóricos y estado del arte.....	10
Planteamiento del problema.....	15
Justificación	17
Objetivos	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos.....	19
Metodología	20
Diseño Centrado en las Personas	20
1. Escuchar.....	21
2. Crear.....	22
3. Entregar.....	23
Resultados y Discusión	25
Productos Gráficos.....	25
Participación en eventos	31
Conclusiones	33
Referencias.....	35
Anexos	38

Lista de figuras

Figura 1. Mapa Mental Conexión Creativa.....	9
Figura 2. Referentes elaborados por Pictoline	11
Figura 3. Ejemplos de Shots de Ciencia	12
Figura 4. Ejemplos de We are Kurzesagt.....	13
Figura 4. Ubicación geográfica del Proyecto.....	16
Figura 5. Esquema Diseño Centrado en las Personas	21
Figura 6. Esquema metodológico	24
Figura 7. Cartilla de Cuidados para una perrita gestante	26
Figura 8. Cartilla Lactando con Amor	27
Figura 9. Policy Brief de la Guía práctica clínica de tuberculosis infantil	29
Figura 10. Carrusel para la convocatoria de Cuentos en Antioquia	30
Figura 11. Participación en el Encuentro de Bellas Artes	31
Figura 12. Participación en el Encuentro de Semilleros de Uniremington.....	32

Resumen

Conexión Creativa es un proyecto de investigación que tiene como propósito apoyar a estudiantes e investigadores en la divulgación de sus proyectos científicos a través de medios digitales, empleando el diseño gráfico como herramienta para optimizar la comunicación y ampliar el alcance de sus investigaciones (Viera Reinoso et al., 2025).

La finalidad del proyecto es diseñar piezas gráficas que mejoren la comunicación y aumenten el alcance de proyectos científicos de los investigadores, con el fin de facilitar su comprensión y difusión en medios digitales.

El proyecto se basa en el proceso de Diseño Centrado en las Personas (DCP), propuesto por Donald Norman¹ y la organización IDEO², que busca comprender las necesidades y características del público antes de diseñar piezas gráficas. Las tres fases de este proceso son: escuchar, crear y entregar. En la etapa de la escucha el equipo de diseño se reúne con los investigadores, allí, se recopilan elementos de inspiración, se define el público objetivo, el formato y el medio digital sobre el cual se trabajará. En la creación, primero se realiza una lluvia de ideas, luego, una búsqueda de referentes que es sintetizada en un *moodboard*. A partir de los bocetos, se diseñan las piezas gráficas utilizando herramientas digitales, desarrollando así una propuesta visual con los elementos de diseño (colores, tipografías,

¹ Donald Norman es un influente investigador, autor y catedrático estadounidense, pionero en ciencia cognitiva, usabilidad y diseño centrado en el usuario (*Human-Centered Design*).

² IDEO es una reconocida consultora global de diseño e innovación. Es pionera en el diseño centrado en el ser humano y el *design thinking*, ha ayudado a organizaciones a crear productos, servicios y experiencias.

íconos, texturas, fotografías) distintivos del proyecto. Finalmente, en la entrega, se realizan los cambios necesarios para que el producto cumpla con los objetivos planteados, se entregan las piezas, también se proponen estrategias de difusión para expandir su visibilidad.

Durante el desarrollo del proyecto se diseñaron dos cartillas sobre lactancia materna y cuidados para perritas gestantes, un *policy brief* relacionado con la tuberculosis infantil y diversas piezas gráficas para la convocatoria de Cuentos en Antioquia. Estos productos fueron elaborados para las facultades de Ciencias de la Salud y Medicina Veterinaria de la Universidad Remington, específicamente para los programas de nutrición, medicina, enfermería y veterinaria. Se aplicaron elementos del diseño como paleta de colores, iconografía, imágenes y tipografías, los cuales son fundamentales para facilitar la comunicación. Adicionalmente, se desarrollaron versiones digitales para cada proyecto con el fin de potenciar la visibilidad de las investigaciones y mejorar su acceso a públicos no especializados.

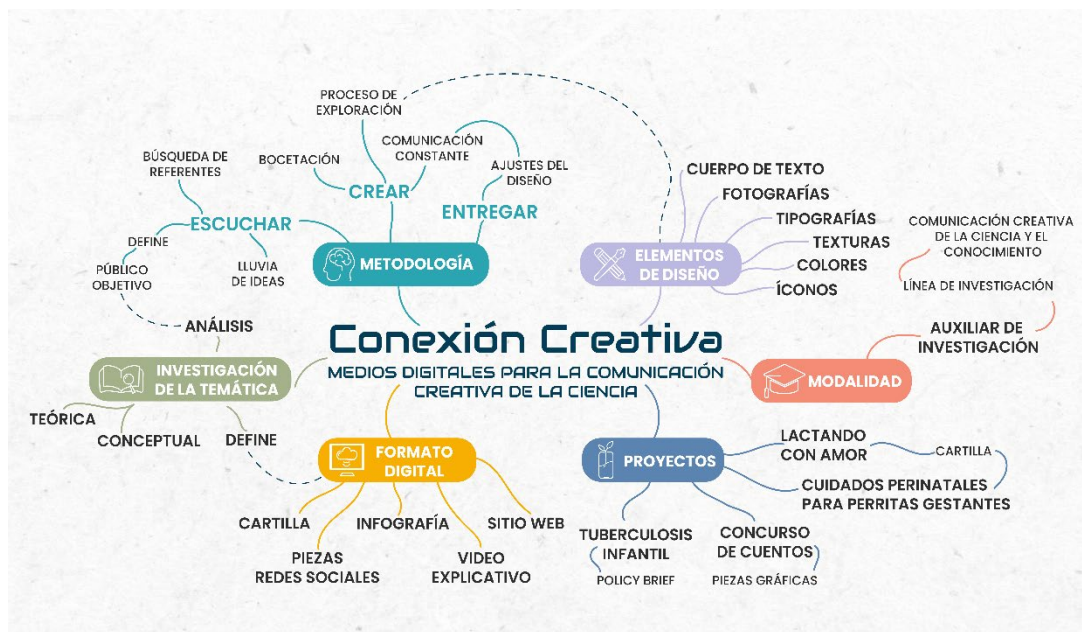
Palabras clave

Comunicación científica, diseño gráfico, diseño centrado en las personas, divulgación científica, medios digitales.

Introducción

Conexión Creativa es un proyecto de investigación que busca apoyar a estudiantes e investigadores en la divulgación de sus proyectos científicos en medios digitales, utilizando el diseño gráfico para mejorar la comunicación y ampliar el alcance de sus investigaciones. El propósito no es solo mejorar visualmente trabajos, sino hacer que la ciencia sea más comprensible, agradable y útil para las personas, integrando el uso de recursos digitales. Para la investigación se indagó acerca del estado del arte, la comunicación, elementos de diseño y metodología, con el fin de crear piezas gráficas que transmitan conocimiento de manera efectiva y fácil para las audiencias.

Figura 1. Mapa Mental Conexión Creativa



Realizado para la asignatura de Proyecto de Grado 1

Referentes teóricos y estado del arte

Según Greif (2025, p.14-15) en la comunicación de la ciencia el diseñador debe tener presente 5 aspectos. La simplicidad implica que las definiciones sean sencillas y se eviten las afirmaciones redundantes. Una lógica rigurosa impide las formulaciones ilógicas o razonamientos circulares (repetir un concepto usando otra forma del mismo término). Así mismo, tienen que ser significativas, aportando siempre información valiosa y mencionando las características esenciales. La adecuación conlleva encontrar un equilibrio justo para que las definiciones no sean ni demasiado amplias ni excesivamente limitadas. Por último, la claridad requiere que los términos empleados sean comprensibles o estén debidamente explicados. Aplicando estos principios se logra que la comunicación científica sea más accesible y precisa.

Como referentes del estado del arte se encuentra la empresa de ilustración y diseño de información Pictoline. Su trabajo es un claro ejemplo de cómo se logra transformar información compleja (noticias, ciencia o cultura) en piezas gráficas visuales atractivas y comprensibles, empleando diferentes medios y técnicas digitales como infografías, cómics, GIFs y animaciones. Asimismo, se puede apreciar cómo la combinación de diseño, ciencia y creatividad permite conectar con audiencias no especializadas y generar un impacto educativo significativo (Pictoline, s. f.).

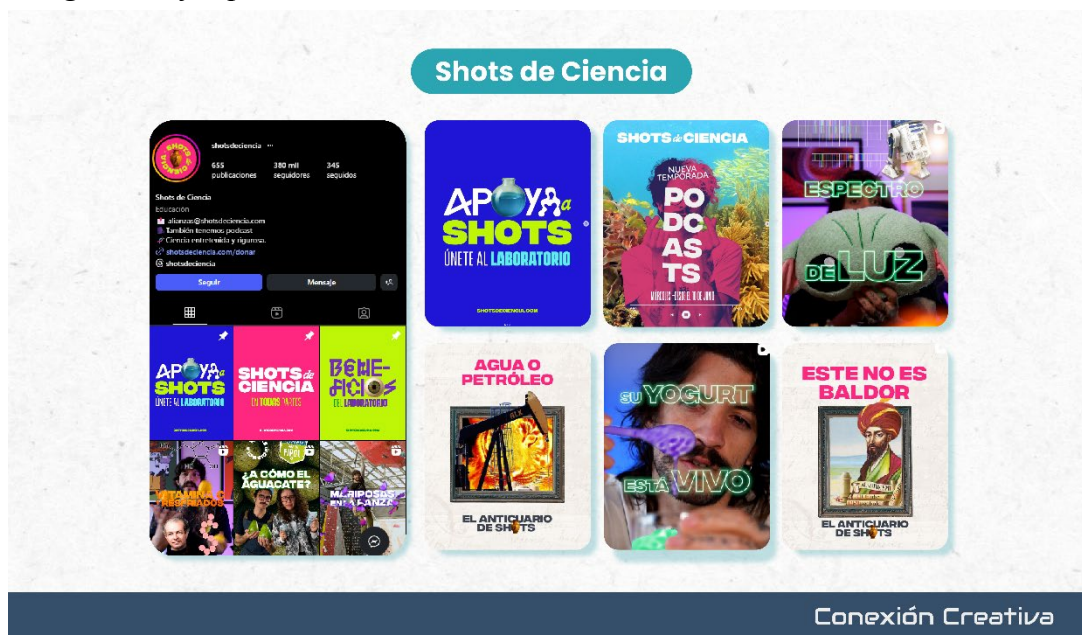
Figura 2. Referentes elaborados por Pictoline



Tomado de <https://www.pictoline.com/timeline/2025/05/25/12hrs38min07sec?lang=es&dir=prev&bg=d87772&search=science>

De igual manera, Shots de ciencia es un medio de comunicación y periodismo que emplea la plataforma Instagram para conectar con audiencias jóvenes. Mediante videos explicativos, publicaciones y podcasts, busca transformar la complejidad del conocimiento técnico en relatos que conectan con la cotidianidad de su público. Su objetivo principal es facilitar el acceso al conocimiento científico al eliminar las barreras asociadas con el lenguaje técnico y los documentos extensos, acercando la ciencia al público a través de recursos claros, concisos y llamativos (Shots de ciencia, s. f.).

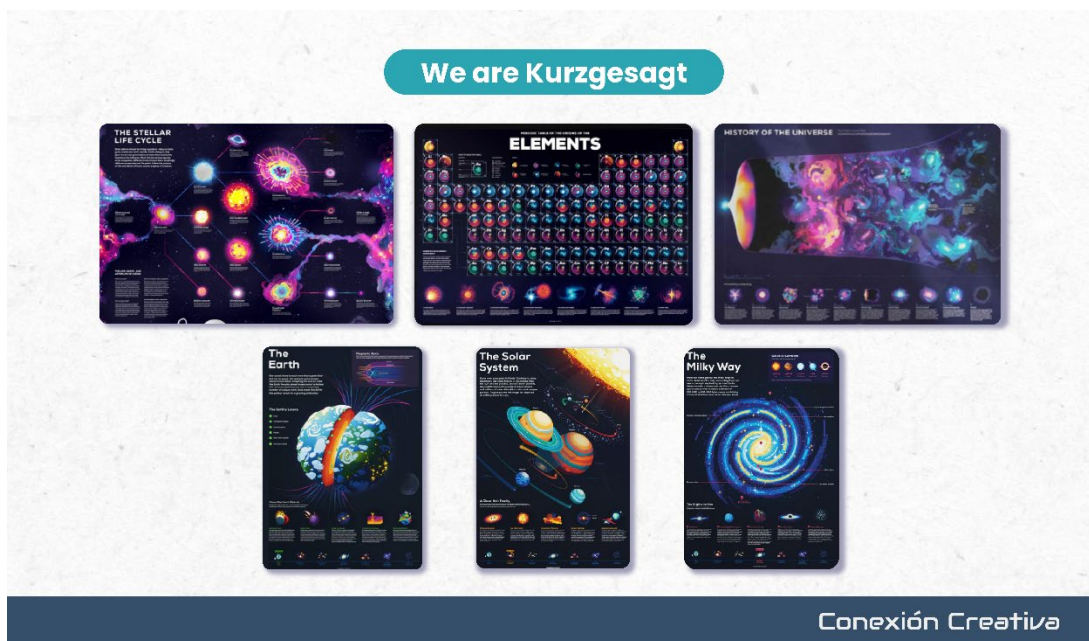
Figura 3. Ejemplos de Shots de Ciencia



Tomado de @shotsdeciencia

Por último, como referente se encuentra We are Kurzgesagt, un estudio alemán de divulgación científica. Su nombre se traduce al español “en pocas palabras” o “resumido”. Con el fin de fomentar la curiosidad, acerca el conocimiento científico a diferentes audiencias, empleando videos animados, pósteres infográficos y contenido divulgativo. Sus recursos se caracterizan por la simplificación de conceptos complejos en piezas visuales que no pierden el rigor teórico, un factor clave en la comunicación de la ciencia (Kurgesagt, s. f.).

Figura 4. Ejemplos de We are Kurzgesagt



Tomado de <https://shop-us.kurzgesagt.org/collections/science-posters>

Dentro de los referentes mencionados, se observa cómo el uso de los elementos del diseño gráfico, incluyendo el color, la tipografía, la iconografía y las ilustraciones, cumple un papel fundamental en la comunicación de la ciencia. Puesto que, como mencionan Viera Reinoso et al. (2025, p. 4), “las publicaciones bien diseñadas pueden cerrar brechas entre la información especializada y el público”, acercando la información a las personas.

En este sentido, el color es una herramienta no verbal poderosa en la comunicación visual, ya que genera respuestas sensoriales y emocionales que conectan con las audiencias (Caldas, 2020). Así mismo, Caldas (2020) menciona que “la tipografía puede marcar el tono del producto”, porque es capaz de expresar emoción y determinar si un producto es tradicional, lúdico, o contemporáneo, lo que permite que el usuario se identifique con el contenido. La iconografía y las ilustraciones traducen el lenguaje

complejo a formatos visuales comprensibles, no solo permiten que la información sea mucho más atractiva, sino también más fácil de recordar (Viera Reinoso et al., 2025).

A partir de estos referentes se puede observar cómo en la actualidad es indispensable emplear los medios digitales, como lo son las redes sociales, las páginas web, entre otros, para la difusión de la ciencia. Como afirman Viera Reinoso et al. (2025, p. 7), una presentación visual efectiva en estos medios “permite que los hallazgos de investigación sean compartidos de manera más amplia, alcanza audiencias diversas y fomenta el diálogo entre científicos y el público general”. El uso de estos formatos digitales permite que audiencias más jóvenes y diversas accedan a la información sin barreras geográficas.

En resumen, el diseño gráfico se emplea como un vínculo de conexión con las audiencias, haciendo la ciencia accesible para diferentes públicos y transformando el aprendizaje en una experiencia significativa.

Planteamiento del problema

Actualmente muchas personas producen conocimientos científicos valiosos, pero enfrentan dificultades para comunicar visualmente sus proyectos. Como menciona (Greif, 2025), existe una desconexión entre la producción del conocimiento científico y la aplicación práctica; esto hace que los hallazgos tengan un impacto limitado y afecte su comprensión. Por medio del uso de recursos visuales se traducen investigaciones robustas en contenidos comprensibles y breves, que facilitan la asimilación de la información.

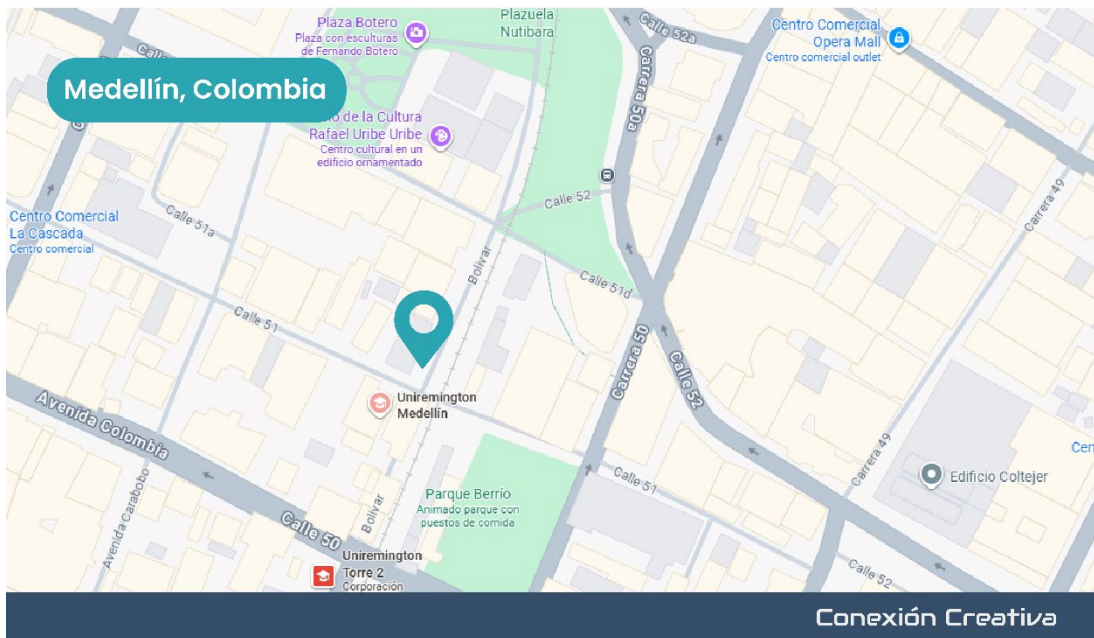
Muchos proyectos de investigación tienen baja visibilidad por falta de uso de los medios digitales, perdiendo la oportunidad de conectar con audiencias jóvenes (Maestri, 2018). Así mismo, los resultados de las investigaciones suelen presentarse en formatos muy extensos, con abundante texto y pocos elementos visuales, lo que dificulta su lectura y disminuye el interés del público (Campos, 2022).

Este proyecto de investigación Conexión Creativa: Medios digitales para la comunicación creativa de la ciencia, ofrece soluciones de diseño gráfico para mejorar la presentación y comprensión de los contenidos científicos de investigadores y estudiantes.

La zona de aplicación de este proyecto no está restringida a un área geográfica específica. Se desarrollaron dos cartillas, un *policy brief* y diversas piezas gráficas para distintas facultades de la Universidad Remington. Para la Facultad de Medicina Veterinaria se realizó la cartilla *Cuidados perinatales para una perrita gestante*. Por otra parte, para la Facultad de Medicina se elaboraron el *policy brief Hacia la eliminación de la tuberculosis: la clave está en la prevención desde la infancia* y la cartilla *Lactando con*

amor, para el área de Enfermería. Por último, se diseñaron diversas piezas gráficas para la convocatoria *Cuentos en Antioquia*, dirigida al área de Nutrición.

Figura 4. Ubicación geográfica del Proyecto



Justificación

En muchos casos, los resultados de proyectos de investigación no alcanzan al público objetivo debido al uso de términos demasiado técnicos y a la presentación en documentos robustos y poco atractivos para los lectores. Además, existen audiencias que no tienen la capacidad, el acceso o el interés para consultar bases de datos y artículos científicos (Agudelo, D., comunicación personal, 19 de septiembre de 2025).

Por esta razón, los investigadores deben adaptar su mensaje para alcanzar a públicos más diversos, que incluyen tanto a profesionales como a la sociedad en general (Frascara, 2015). Asimismo, es fundamental equilibrar el rigor técnico con el lenguaje cotidiano, asegurando que el contenido sea científicamente válido y al mismo tiempo comprensible (Viera Reinoso et al., 2025)

En este contexto, el diseño gráfico es un aliado estratégico, ya que permite acercar la información y los hallazgos científicos mediante recursos visuales digitales llamativos, evitando que los resultados de las investigaciones se pierdan (Agudelo, D., comunicación personal, 19 de septiembre de 2025). Además, según Escudero Moyano et al. (2026), el uso de elementos gráficos mejora la retención de la información y aumenta la durabilidad de la información en la memoria, facilitando la asimilación del conocimiento.

Por otra parte, un buen diseño no solo cumple una función estética, sino que también influye en la confianza percibida por las audiencias, ya que refuerza la credibilidad y el profesionalismo de las publicaciones científicas. Como señalan Viera Reinoso et al. (2025, p. 5), “esa percepción proviene del principio psicológico de familiaridad, que sugiere que los materiales de diseño consistentes cultivan un sentido de fiabilidad y

tranquilidad en las audiencias”. En consecuencia, las investigaciones que han empleado el diseño gráfico como un medio de comunicación visual evidencian un mayor número de lecturas, mejorando el índice de impacto.

Objetivos

Objetivo General

Promover la comunicación científica a través del diseño de piezas gráficas, que faciliten la comprensión y difusión de la ciencia en medios digitales.

Objetivos Específicos

Identificar las necesidades visuales de los proyectos de estudiantes e investigadores para garantizar coherencia entre el diseño y el contenido.

Crear piezas gráficas basadas en el diseño centrado en las personas para conectar con las audiencias.

Generar una comunicación más efectiva con los grupos de interés de los investigadores para ampliar su alcance.

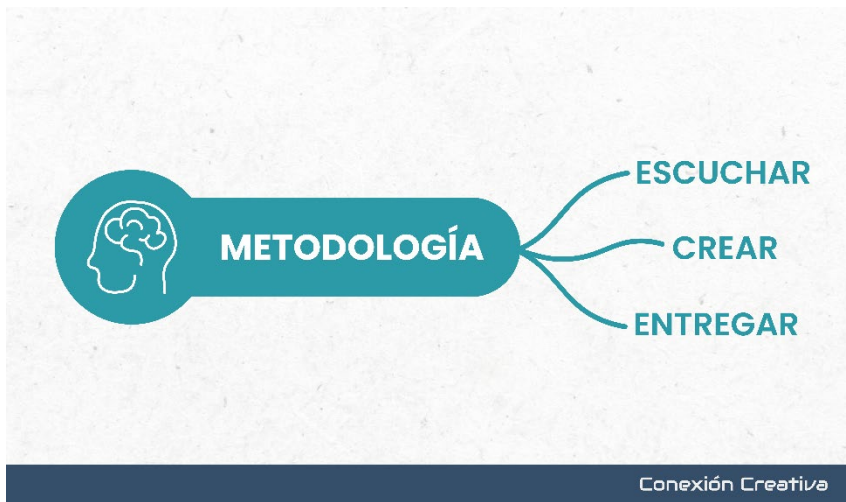
Metodología

Conexión Creativa: Medios digitales para la comunicación creativa de la ciencia tiene un enfoque cualitativo. Según Calle (2023), la investigación cualitativa se caracteriza por comprender un fenómeno a través de un proceso no lineal. A diferencia de la investigación cuantitativa, este proyecto no busca generalizar ni demostrar resultados, sino analizar la comunicación de la ciencia desde una perspectiva creativa. Se plantea una metodología que comprende el diseño como una estrategia para conectar y difundir el conocimiento a públicos no científicos, a través de la investigación-creación (TeoCom, 2022). A continuación, se describe la metodología empleada durante el desarrollo del proyecto.

Diseño Centrado en las Personas

Este proyecto se basa en el proceso de Diseño Centrado en las Personas (DCP), propuesto por Donald Norman y la organización IDEO (IDEO & Norman, 2015), que busca comprender las necesidades y características de los usuarios antes de diseñar piezas gráficas. Se estructura en tres fases:

Figura 5. Esquema Diseño Centrado en las Personas



1. Escuchar

Con el fin de identificar las necesidades de los proyectos se inicia un diálogo con los investigadores de diferentes facultades de la Universidad Remington en Medellín que se encuentran finalizando sus estudios. Estos proyectos son asignados por mi tutora a partir de solicitudes realizadas por diferentes facultades de la Universidad al Consultorio de Diseño. Los mismos buscan comunicar la ciencia de forma creativa a públicos no científicos, para facilitar la comprensión y la difusión de las investigaciones mediante piezas gráficas. Además, se define el público objetivo (Revella, 2015, p. 5) específico de cada proyecto y el producto gráfico final que responda a las necesidades comunicativas establecidas.

Por lo tanto, se utiliza un *brief* para el diálogo con los investigadores como instrumento de recolección de datos, que permite establecer las necesidades visuales de cada proyecto. En este espacio se define el concepto científico que debe transmitirse, el perfil demográfico del público objetivo, el tono del producto gráfico (académico, divulgativo o

formal), la jerarquía de información y los referentes visuales. También se define el medio digital en el cual se va a publicar la pieza final para seleccionar el formato adecuado.

Por último, en esta etapa se revisan las investigaciones y materiales previos elaborados por los investigadores para comprender a profundidad la temática sobre la que se va a diseñar.

2. Crear

Con base en los hallazgos obtenidos durante la fase de escucha, se desarrolla la propuesta visual, que puede incluir infogramas, cartillas digitales, resúmenes gráficos o piezas para redes sociales. Se prioriza un lenguaje claro y elementos gráficos atractivos para comunicar al público los hallazgos científicos.

Primero, se realiza una lluvia de ideas (Visualbit Studio, 2021), luego, una búsqueda de referentes sintetizada en un *moodboard* (Araujo & Wedekin, 2025). A partir de los bocetos (Marco Creativo, 2020), se diseñan las piezas gráficas utilizando herramientas digitales, como lo son Adobe Illustrator, InDesign, Photoshop, Procreate, entre otras.

En cada proyecto se realiza un proceso de exploración gráfica en el cual se definen la paleta de colores, fuentes tipográficas, íconos, texturas y fotografías que van a ayudar a comunicar el mensaje de forma efectiva. Se busca transformar documentos extensos en piezas gráficas atractivas y funcionales.

Es crucial cuidar el lenguaje, la ortografía y la redacción en los cuerpos de texto dentro del diseño gráfico, especialmente cuando se trata de contenidos científicos. Como afirma Pan et al. (2021, p.1572) en un texto “la ausencia de errores ortográficos puede

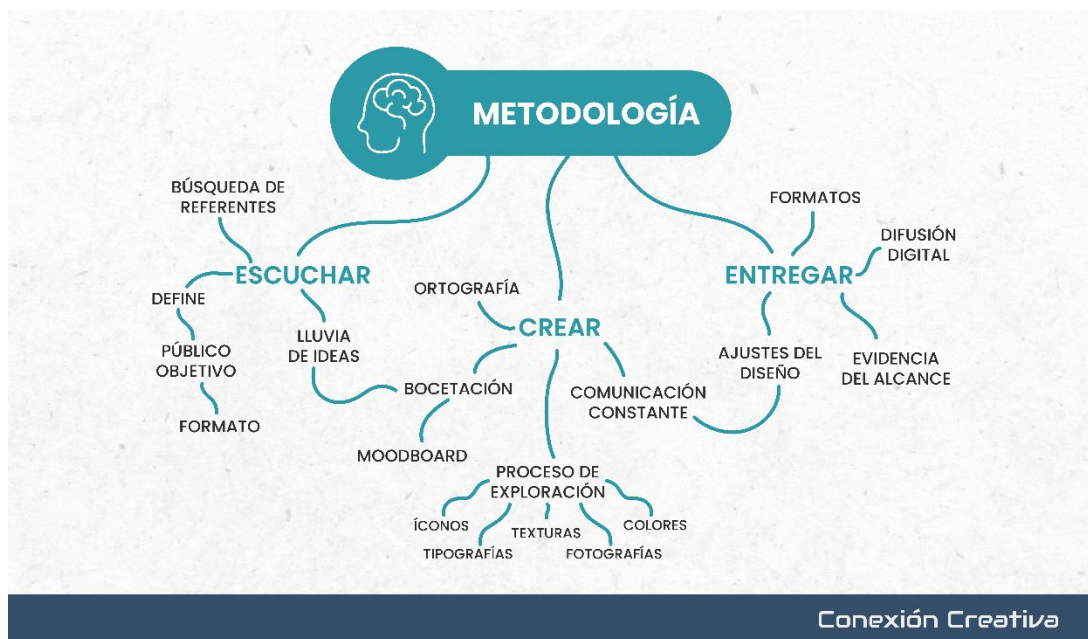
mejorar la percepción de su credibilidad”, puesto que transmite profesionalismo, garantiza claridad y coherencia. Los errores gramaticales o una mala redacción pueden distraer al lector, generando confusión o restando credibilidad al mensaje. Por lo tanto, el diseño no debe centrarse únicamente en lo visual, sino que también se debe considerar el contenido escrito, ya que de ambos elementos depende la comprensión de la temática (Alcalde, 2019).

3. Entregar

Durante esta fase se presentan las piezas gráficas finalizadas al investigador, fomentando la retroalimentación y realizando los ajustes necesarios para que el producto cumpla con los objetivos planteados. Es importante mencionar que durante la fase de creación también se mantiene una comunicación constante con el investigador, para lograr una propuesta que se ajuste a sus expectativas.

Posteriormente, las piezas se exportan en los formatos pertinentes y se entregan al investigador. Adicionalmente, se proponen herramientas web en donde se puedan alojar estas piezas gráficas para aumentar el alcance de las investigaciones.

Figura 6. Esquema metodológico



Elaboración propia a partir de la metodología propuesta por Norman

Resultados y Discusión

Durante el proceso de investigación se desarrollaron cuatro productos gráficos para las Facultades de Ciencias de la Salud y Medicina Veterinaria. Todos los proyectos se fundamentaron en resultados de investigación de estudiantes y docentes de dichas facultades. Además, después de la descripción de cada proyecto se adjuntó un enlace que permite acceder al producto gráfico final.

Productos Gráficos

El primer producto gráfico corresponde a una cartilla sobre los cuidados perinatales para perritas gestantes, diseñada para la Facultad de Medicina Veterinaria. En este producto se aplicaron elementos de diseño (paleta de colores, íconos, imágenes y fuentes tipográficas) cruciales para facilitar la comunicación. La fuente tipográfica para los títulos es llamativa, cercana a las personas, mientras que la fuente del cuerpo de texto es legible. En secciones donde la información es extensa, se incluyeron íconos y pequeños diagramas que mejoran la comprensión de los conceptos. Adicionalmente, en la versión web se agregaron recursos audiovisuales que dinamizan el contenido, mejorando la experiencia del usuario. <https://www.behance.net/gallery/226443635/CUIDADOS-PERINATALES-PARA-UNA-PERRITA-GESTANTE>

Figura 7. Cartilla de Cuidados para una perrita gestante



Igualmente, se realizó la cartilla *Lactando con Amor*, para el programa de Enfermería de la Facultad de Ciencias de la Salud. Con esta cartilla se busca informar y sensibilizar a las madres gestantes y lactantes mediante fundamentos teóricos, consejos prácticos y elementos visuales que facilitan el aprendizaje sobre la importancia de la lactancia materna, propiciando a su vez una lectura agradable.

Para mejorar la comprensión se incorporaron secciones con ilustraciones, íconos, infografías y recuadros de texto que resaltan mensajes clave sobre la importancia de la lactancia. La selección de las tipografías combina una alta legibilidad con una estética que conecta con el público femenino. La paleta de color en tonos suaves de morados, rosados y turquesas transmite tranquilidad, confianza y cercanía, colores pensados para las madres. Para la presentación en Behance se expone el proceso de diseño que dio como

resultado la cartilla de lactancia.

<https://www.behance.net/gallery/233593483/CARTILLA-LACTANDO-CON-AMOR>

Figura 8. Cartilla Lactando con Amor



En colaboración con estudiantes y docentes de la Universidad Remington, la Universidad de Antioquia y otras entidades, se diseñó un *Policy Brief* para el área de Medicina de la Facultad de Ciencias de la Salud. Un resumen de política es un documento conciso que traduce resultados de investigaciones complejas en recomendaciones prácticas (Felt et al., 2018). Puntualmente, este documento sintetiza la “Guía de práctica clínica para la evaluación, tratamiento y seguimiento de niños en contacto con pacientes con tuberculosis pulmonar en Colombia”.

Se buscó crear una herramienta de apoyo para tomadores de decisiones y autoridades de salud que facilite la comprensión y aplicación del tratamiento adecuado a menores de 18 años que hayan tenido contacto con pacientes con tuberculosis pulmonar en Colombia. El mayor desafío fue sintetizar la información, por lo que, como menciona Greif (2025), se tradujo la información en definiciones simples, lógicas, adecuadas, significativas y claras para facilitar su comprensión. Con el fin de optimizar la información extensa y técnica se emplearon ilustraciones, cuadros informativos, íconos e infográficos, logrando así una lectura agradable y más visual. El uso de estos recursos también garantiza que los profesionales de la salud puedan encontrar la información clave de forma rápida. Además, se eligió una paleta de colores alineada con la identidad visual de la guía práctica, para asegurar coherencia visual entre ambos documentos.

<https://www.behance.net/gallery/251242431/POLICY-BRIEF-TRATAMIENTO-DE-LA-TUBERCULOSIS-INFANTIL>

Figura 9. Policy Brief de la Guía práctica clínica de tuberculosis infantil



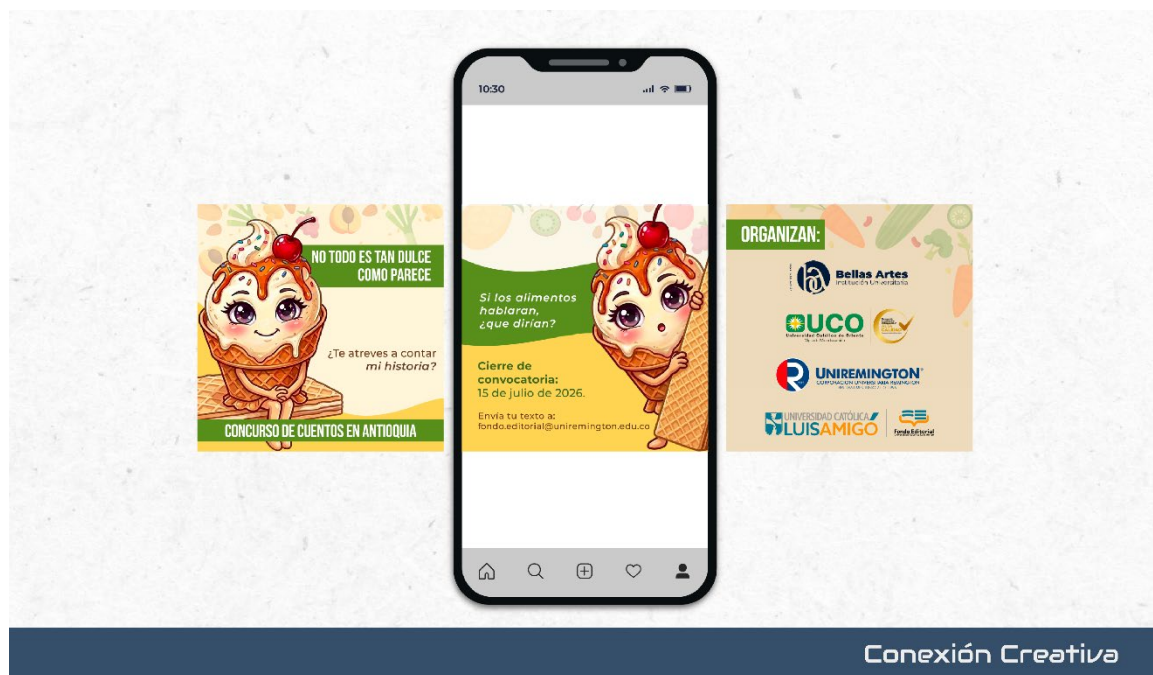
Por último, para el programa de Nutrición de la Facultad de Ciencias de la Salud se realizaron diversas piezas gráficas para el Concurso de *Cuentos de Antioquia*, en alianza con la Institución Universitaria Bellas Artes y las universidades Católica de Oriente, Remington y Luis Amigó. Este proyecto busca promover un espacio de reflexión sobre el significado social, cultural y nutricional de los alimentos, fomentando hábitos saludables. Debido al corto tiempo de desarrollo del proyecto, se empleó Gemini (AI) como una aliada en la ilustración. Por medio de este ejercicio, se comprendió la importancia de dirigir a la inteligencia artificial con *prompts* precisos para lograr mantener un estilo gráfico coherente en la creación de tres personajes antropomorfos. Cada personaje tiene una narrativa específica: una cebolla (representando los alimentos saludables), un taco (comida procesada) y un helado (alimentos con exceso de azúcar).

Los textos originalmente extensos se dividieron de forma estratégica en los carruseles, utilizando enunciados breves y directos pensados para captar la atención de los posibles concursantes. En cuanto a los pósteres, se organizó la información mediante una jerarquía visual clara, empleando diferentes pesos tipográficos.

Se emplearon fuentes sin serifas para garantizar una lectura rápida y diferenciar los títulos del cuerpo de texto. La paleta cromática está compuesta por tonos amarillos, verdes y naranjas suaves que transmiten cercanía, accesibilidad y amabilidad.

<https://www.behance.net/gallery/250959005/Si-los-alimentos-hablaran-Qu-dirian>

Figura 10. Carrusel para la convocatoria de Cuentos en Antioquia



Participación en eventos

El proyecto fue socializado en el VII Encuentro de Investigación Formativa de Bellas Artes en el mes de septiembre del 2025 mediante la presentación de un póster, en el cual se incorporaron códigos QR que permitieron a los asistentes acceder directamente a las versiones digitales de las piezas gráficas. Esta experiencia de divulgación se desarrolló como un trabajo colectivo junto con las docentes Diana María Agudelo Rivera y Elizabeth Betancur Ríos. <https://www.behance.net/gallery/237226057/ENCUENTRO-BELLAS-ARTES>

Figura 11. Participación en el Encuentro de Bellas Artes



De igual manera, el proyecto que está también vinculado al Semillero de Experiencias de la Facultad de Diseño fue presentado en el XIV Encuentro Nacional de Semilleros e Investigación Formativa de la Universidad Remington, esta presentación se realizó en octubre del 2025.

Figura 12. Participación en el Encuentro de Semilleros de Uniremington



Conclusiones

Esta investigación tuvo como objetivo emplear el diseño gráfico como herramienta de comunicación para fortalecer la difusión de la ciencia. A partir de un análisis cualitativo y de la investigación-creación, se utilizaron elementos como el color, las fuentes tipográficas, iconografía e imágenes para transformar contenidos extensos y técnicos en productos accesibles para audiencias no especializadas.

La aplicación del Diseño Centrado en las Personas (DCP) permitió diseñar productos funcionales que respondieran a las necesidades del investigador como a las de su público objetivo. En este proceso, la fase de escucha fundamentada en el diálogo con los investigadores resultó determinante para establecer una coherencia narrativa y visual desde el inicio para evitar reprocesos. En la fase de creación, la búsqueda de referentes, la construcción de un *moodboard* y la exploración de recursos gráficos como colores, fuentes tipográficas, imágenes e iconografía contribuyeron a desarrollar propuestas coherentes y llamativas con el mensaje que se pretendía comunicar. Asimismo, la corrección ortográfica y gramatical fue indispensable para transmitir credibilidad y profesionalismo en la divulgación científica. Por último, la comunicación con los investigadores fue indispensable para obtener retroalimentación constante y realizar los cambios necesarios, para propiciar que los productos finales cumplieran con las expectativas y necesidades planteadas desde el comienzo.

Por otro lado, el uso de medios digitales como redes sociales, portafolios interactivos en Behance y las piezas gráficas digitales permitió que la ciencia no se encontrara únicamente en los repositorios científicos, sino que alcanzara audiencias más amplias y

diversas. Estos recursos interactivos, cuando se aplican adecuadamente los elementos del diseño, contribuyen a aumentar la visibilidad y el impacto de las investigaciones.

Además, mejoran la capacidad de retención en la memoria del lector, logrando que el aprendizaje sea significativo y duradero.

Para comprender mejor las implicaciones de estos resultados, futuros estudios podrían evaluar mediante encuestas de percepción u otras técnicas de recolección de datos el impacto que tienen el diseño gráfico y los medios digitales en la comprensión y difusión de las publicaciones científicas por parte de las audiencias de los investigadores.

Referencias

- Alcalde, E. (2019). La ortografía en redes sociales: ¿una nueva carta de presentación? orthography in social media: a new presentation letter? *Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 8(2), 156-177. <http://revistacaracteres.net>
- Araujo, G. C., & Wedekin, L. M. (2025). *Paneles semánticos y el Atlas Mnemosyne: posibles aproximaciones metodológicas*.
- Caldas, S. (2020). The power of graphic design to spark emotions. *Grafica*, 8(EP), 1-9. <https://doi.org/10.5565/REV/GRAFICA.187>
- Calle, S. E. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1865-1879. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7016
- Campos, A. (2022). Comunicación efectiva de la ciencia: ¿qué es y cómo ayuda a los científicos a mejorar su carrera y cumplir objetivos de impacto social? Revisión de la literatura. *Hipertext.net*, (24). <https://doi.org/10.31009/hipertext.net.2022.i24.03>
- Escudero Moyano, G. E., Tapia Arévalo, M. A., & Muñoz Díaz, J. N. (2026). Efectividad del aprendizaje significativo en la retención y transferencia de conocimientos. *Revista de Investigación Educativa Niveles*, 3(1), 6-17. <https://doi.org/10.61347/rien.v3i1.82>
- Felt, E., Carrasco, J. M., & Vives-Cases, C. (2018). Metodología para el desarrollo de un resumen de evidencia para políticas en salud pública. *Gaceta Sanitaria*, 32(4), 390-392. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2017.10.014>

Frascara, J. (2015). *Diseño gráfico para la gente: comunicaciones de masa y cambio social*.

Greif, S. (2025). *The Future of Coaching*. Springer Nature Switzerland.

<https://doi.org/10.1007/978-3-031-96192-2>

IDEO, & Norman, D. (2015). *Diseño centrado en las personas*.

Kurgesagt. (s. f.). *A little about us* . Recuperado 10 octubre de 2025, de

<https://kurzgesagt.org/who-we-are>

Maestri, M. (2018). Plataformas Mediáticas. Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias. *In Mediaciones de la Comunicación*, 13, 231-234.

<https://doi.org/10.18861/ic.2018.13.2.2876>

Marco Creativo. (2020, diciembre 3). *Empieza por el boceto. Proceso de diseño*.

<https://www.youtube.com/watch?v=eUN426vNAIM>

Pan, S. C., Rickard, T. C., & Bjork, R. A. (2021). Does Spelling Still Matter—and If So, How Should It Be Taught? Perspectives from Contemporary and Historical Research. *En Educational Psychology Review* (Vol. 33, Número 4, pp. 1523-1552).

Springer. <https://doi.org/10.1007/s10648-021-09611-y>

Pictoline. (s. f.). *Pictoline*. Recuperado 14 de agosto de 2025, de

<https://www.pictoline.com/about?lang=en&dir=prev&bg=ff8c83>

Revella, A. (2015). *Buyer Personas: How to Gain Insight into your Customer's*

Expectations, Align your Marketing Strategies, and Win More Business. Wiley.

<https://elibro.net/es/lc/remington/titulos/181761>

Shots de ciencia. (s. f.). *Qué somos*. Recuperado 10 octubre de 2025, de

<https://shotsdeciencia.com/>

TeoCom. (2022, julio 18). *Diferencia entre investigación cuantitativa y cualitativa*.

<https://www.youtube.com/watch?v=pFajobv4Ocs>

Viera Reinoso, M. R., Ibañez Hernández, A., Lamí Rodríguez del Rey, L. E., Rodríguez

Chiong, A., & Chapi Cabrera, E. (2025). *La importancia del diseño en la comunicación de las ciencias en las editoriales. propuestas de mejora*.

<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/4991>

Visualbit Studio. (2021, diciembre 15). *Brainstorming o lluvia de ideas: Cómo tener ideas para solucionar problemas*.

<https://www.youtube.com/watch?v=aLJMEfv1JME&t=9s>

Anexos

Todos los proyectos realizados, están alojados en Behance donde de forma interactiva se puede acceder a las cartillas “*Lactando con Amor*” y “*Cuidados perinatales para una perrita gestante*”, al *policy brief* sobre el tratamiento de la tuberculosis infantil y a las piezas gráficas del concurso de “*Cuentos en Antioquia*”. Estos productos gráficos corresponden a los resultados de la investigación-creación del proyecto Conexión Creativa.

<https://www.behance.net/gallery/251243265/CONEXION-CREATIVA-PROYECTO-DE-GRADO>