



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

Infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes
de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciada en Arte Y Diseño Gráfico Empresarial

AUTORA:

Jackeline Kelly Flores Rosales

ASESORA:

Mg. Magaly Patricia Labán Salguero

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**ARTE VISUAL Y SOCIEDAD: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE PROCESOS DE
COMUNICACIÓN VISUAL, EN EL AVANCE DE LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA**

LIMA - PERÚ
2018



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE
TESIS

Código : FO6-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(a) FLORES ROSALES JACKELINE KELLY cuyo título es:

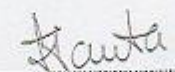
INFOGRAFÍA SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE LA VEJEZ Y LA PERCEPCIÓN EN LOS TRANSEÚNTES DE 20 A 35 AÑOS DE LA PLAZA SAN MARTÍN, LIMA, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 (número) Diecisiete (letras).

Lima, 05 de julio de 2018.


.....
Dr. Apaza Quispe, Juan
PRESIDENTE


.....
Mg. Bernaza Zavala, Rocio Lizett
SECRETARIO


.....
Mg. Tanta Restrepo, Juan Jose
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

A mi madre Giovanna y a mi padrino Gamaliel, por el tiempo, confianza, ayuda y amor que me brindaron. También por mostrarme el camino hacia la superación.

Esto es posible gracias a ustedes. ¡Los amo!

Agradezco a Dios por estar conmigo siempre, guiando mi camino, protegiéndome y por darme una hermosa familia, que me brindó su apoyo incondicional.

A mi asesora, profesores y amigos que creyeron en mí y me dieron las fuerzas para culminar mi proyecto.

A mí querida madre Giovanna, mi motivación, para lograr alcanzar mis metas y mis sueños.

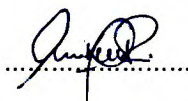
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jackeline Kelly Flores Rosales con DNI N° 7533119, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela De Arte y Diseño Gráfico Empresarial declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 05 de Julio del 2018



Jackeline Kelly Flores Rosales

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Arte y diseño gráfico empresarial.

La Autora

ÍNDICE

Página del jurado	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad	iv
Presentación	v
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad problemática	12
1.2 Trabajos previos	14
1.3 Teorías relacionadas al tema	18
1.4 Formulación de problema	28
1.5 Justificación del estudio	28
1.6 Objetivo	29
1.6.1 Objetivo general	29
1.6.2 Objetivos específicas	29
1.7 Hipótesis	30
1.7.1 Hipótesis general	31
1.7.2 Hipótesis específicos	31
II. MÉTODO	33
2.1 Diseño de investigación	33
2.2 Variables, operacionalización	34
2.3 Población, muestra y muestreo	37
2.4 Técnicas o instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	38
2.6 Métodos de análisis de datos	41

2.5.1	Análisis descriptivo	42
2.5.2	Análisis inferencial	51
2.6	Aspectos éticos	68
III.	RESULTADOS	69
IV.	DISCUSIÓN	75
V.	CONCLUSIÓN	78
VI.	RECOMENDACIONES	81
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
	ANEXOS	
	Anexo 1: Brief	
	Anexo 2: Matriz de consistencia	
	Anexo 3: Matriz de operacionalización	
	Anexo 4: SPSS vista de variables	
	Anexo 5: SPSS vista de datos	
	Anexo 6: Tabla de evaluación de experto 1	
	Anexo 7: Tabla de evaluación de experto 2	
	Anexo 8: Tabla de evaluación de experto 3	
	Anexo 9: Encuesta	
	Anexo 10: Registro de campo	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Prueba Binomial de Juicio de Expertos	40
Tabla 02: Estadísticas de fiabilidad	41
Tabla 03: Frecuencia del indicador Atracción	42
Tabla 04: Frecuencia del indicador Comprensión	43
Tabla 05: Frecuencia del indicador Retención	43
Tabla 06: Frecuencia del indicador Utilidad	44
Tabla 07: Frecuencia del indicador Solidez	45
Tabla 08: Frecuencia del indicador Símbolos e Iconografía	45
Tabla 09: Frecuencia del indicador Encuadre	46
Tabla 10: Frecuencia del indicador Edad de Oro	47
Tabla 11: Frecuencia del indicador Perspectiva Cronológica	47
Tabla 12: Frecuencia del indicador Perspectiva Sociológica	48
Tabla 13: Frecuencia del indicador Estímulo	49
Tabla 14: Frecuencia del indicador Receptores Sensoriales	49
Tabla 15: Frecuencia del indicador Expectativas	50
Tabla 16: Frecuencia del indicador Motivaciones	51
Tabla 17: Pruebas de normalidad de las variables	52
Tabla 18: Correlación entre variables	52
Tabla 19: Pruebas de normalidad visualización / sensación	53
Tabla 20: Correlación de visualización / sensación	54
Tabla 21: Pruebas de normalidad visualización / selección	55

perceptual

Tabla 22: Correlación de visualización / selección perceptual	55
Tabla 23: Pruebas de normalidad principios/ sensación	56
Tabla 24: Correlación de principios / sensación	57
Tabla 25: Pruebas de normalidad principios / selección	58
Tabla 26: Correlación de principios / selección perceptual	58
Tabla 27: Pruebas de normalidad ilustración / sensación	59
Tabla 28: Correlación de ilustración / sensación	60
Tabla 29: Pruebas de normalidad ilustración / selección perceptual	61
Tabla 30: Correlación de principios / selección perceptual	61
Tabla 31: Pruebas de normalidad estereotipos optimistas/ sensación	62
Tabla 32: Correlación de estereotipos optimistas / sensación	63
Tabla 33: Pruebas de normalidad estereotipos optimistas/ selección perceptual	64
Tabla 34: Correlación de estereotipos optimistas / selección	64
Tabla 35: Pruebas de normalidad estereotipos negativistas/ Sensación	65
Tabla 36: Correlación de estereotipos negativistas / sensación	66
Tabla 37: Pruebas de normalidad estereotipos negativistas/ Selección perceptual	67
Tabla 38: Correlación de estereotipos negativistas / selección perceptual	67

RESUMEN

La presente investigación busca determinar la relación de la infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la plaza San Martín. La zona corresponde al Centro de Lima, departamento de Lima, en el periodo 2018. Este proyecto posee un enfoque cuantitativo – correlacional, de tipo no experimental. Asimismo, la población es infinita con una muestra de 267 personas. Se usó como instrumento de medición a un cuestionario de 14 ítems con 5 alternativas en la escala de Likert, esta información se obtuvo mediante análisis estadísticos. Dando como resultados la aceptación de la hipótesis de investigación con una correlación positiva media de 0,548, el cual demuestra que si existe relación entre la variable infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción. En conclusión, la infografía se empleó como recurso visual, que permitió la fácil comprensión del tema debido al uso de percepción como medio que contribuye a una mejor retención de estímulos a base de los sentidos.

Palabras claves: infografía, estereotipos, envejecimiento, percepción y transeúntes.

ABSTRACT

The present investigation seeks to determine the relationship of the information about old-age stereotypes and perception in passers-by from 20 to 35 years of San Martín square. The zone is located in Lima Center, department of Lima, in the 2018 period. This project has a quantitative - correlational approach, of a non - experimental type.

Also, the population is infinite with a sample of 267 people. A questionnaire of 14 items with 5 alternatives on the Likert scale was used as measurement instrument, this information was obtained through statistical analysis. Giving as a result the approval of the research hypothesis with a positive correction of 0.548, which denotes that in fact there is a relationship between the infographic variable on the stereotypes of old age and perception. In conclusion, the infographic was used as a visual resource, which allowed the easy understanding of the subject due to the use of perception as a means that contributes to a better retention of stimulus based on the senses.

Keywords: infographics, stereotypes, aging, perception and passers-by

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En las últimas décadas, los países en desarrollo han experimentado cambios socioeconómicos, que han derivado en cambios demográficos y epidemiológicos profundos, lo que evidencia un incremento en la esperanza de vida, el Perú es un buen ejemplo de este fenómeno.

En la actualidad, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) muestra que aproximadamente 3.011.050 de habitantes tienen más de 60 años, lo cual representa el 9.7% de la población total. Se estima que para el año 2021, este grupo representará el 11.2% de la población.

En Lima, contamos con los CIAM (Centro Integral del Adulto Mayor), estos son centros municipales, donde ofrecen servicios de prevención, promoción y atención para la participación social, económica y cultural del adulto mayor. Las municipalidades tienen sus CAM (Centro del Adulto Mayor) creado por ESSALUD (El Seguro Social de Salud), espacios que brindan talleres de orientación para tener una mejor calidad de vida, asimismo encontramos a la ONP (La Oficina de Normalización Previsional), que beneficia con programas de integración social, actividades recreacionales para el jubilado. También, tenemos las residencias gerontológicas que son alojamientos, cuidados de personas mayores, finalmente existe un registro por el MIMP (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables), sobre varias organizaciones de Adultos Mayores en todo el Perú, que es una muestra de envejecimiento óptimo y activo. Por otro lado, se encuentran organismos internacionales asociadas a fin de defender a este grupo etario.

Considerando como población a los adultos jóvenes, porque son personas independientes, capaces de tomar sus propias decisiones, generando pensamientos abiertos y flexibles, adoptando el aspecto físico como un papel importante en sus relaciones interpersonales; ya que, disfrutan de una buena condición física, fortaleza muscular, destreza manual y gran energía. Por medio de una infografía interactiva que va mostrar los tipos de estereotipos de la vejez, teniendo como ilustración central a una mujer a la que se le colocarán capas transparentes, que van

a mostrar el proceso de envejecimiento, hasta finalmente convertirse en una mujer mayor.

Esta pieza gráfica trata de sensibilizarlos sobre una realidad latente pero ignorada a su vez, estamos envejeciendo día a día, pero no nos tomamos un minuto para pensar el como quisiéramos vivir nuestro envejecimiento de una forma saludable y no obstruyendo nuestros pensamientos con tantos estereotipos negativos que nublan nuestra idea de lo real y conciso. ¿Estamos preparados para vivir nuestra vejez? ¿Tenemos un proyecto de vida a largo plazo? ¿Cómo nos vemos a los 60 años? son preguntas que todos deberíamos sentarnos a responder y no dejar que el tiempo transcurra, omitiendo por miedo a envejecer, el cambio de prepararnos para un envejecimiento optimo, depende de cada uno de nosotros y no de otros.

Según Aldave, Montserrat y Varela (2014) sostienen que la sociedad relaciona a la vejez con aspectos negativos, los generalizan, crean mitos y estereotipos que reducen sus derechos (p. 76).

Uno de los antecedentes sobre la aplicación de la infografía, es el diario "El Telégrafo" de Ecuador, que desde el 2007 hasta la actualidad, su departamento infográfico, aplica esta pieza como recurso para, crear trabajos gráficos informativos, impulsando la teoría del color, generación de formatos para fomentar la lectura rápida, aplicando elementos del diseño, que ayudaron a mirar de otra perspectiva las realidades por las que atraviesa el entorno. A este diario en el 2015, se le otorgaron los premios Malofiej (Premios Internacionales de Infografías), por sus trabajos infográficos. De modo que, este proyecto aplica como estrategia una pieza infográfica interactiva, creativa e innovadora, para lograr que sea significativo en la sociedad.

En nuestro país, el diario El Comercio, emplea la infografía como recurso visual, que le permite exponer diversos temas, generando una mejor comprensión, que impulse el empleo de la percepción, en el público, para obtener en ellos diversos estímulos que generen, la organización, selección e interpretación del tema. Beneficiándolos con la presentación de un estudio completo, atractivo, que

imponga el uso del lenguaje visual, para producir un recurso de enseñanza actualizada.

La Plaza San Martín representa para el Centro Histórico de Lima un espacio vital que otorga personalidad e historia, es el más concurrido y preferido por los adultos jóvenes, considerado un lugar cosmopolita; ya que, no solo transitan peruanos sino, también turistas. Cuenta con conexión directa a la Plaza Mayor y Jirón de la Unión, es un sitio emblemático de libre acceso y sin restricción de horario, por ello, se propuso como lugar de investigación, para realizar la aplicación del proyecto.

En base a estas consideraciones, esta investigación busca saber si existe relación entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes entre las edades de 20 a 35 años, ubicados en la Plaza San Martín del Centro de Lima, este estudio se realizará para afirmar la hipótesis y al mismo tiempo dar a conocer, si la aplicación de una infografía aporta como herramienta gráfica, es significativo en las personas, de modo que, se pueda confirmar que la información pudo ser captado fácilmente a través de la visualización, tomando en cuenta a la percepción como medio que favorece la retención de estímulos a base de los sentidos.

La investigación es viable, ya que, cuenta con los permisos para ser ejecutada, el ambiente elegido concentra una gran cantidad de adultos jóvenes, que transitan a diario por la zona, por lo que, es más fácil poder recolectar los datos requeridos para el estudio, y puede ser aplicado como base de investigaciones futuras.

1.2 Trabajos previos

A continuación, se exponen los aspectos más importantes de algunas investigaciones vinculadas con el actual proyecto de investigación.

Gómez (2017), en su tesis de licenciatura, titulado Diseño de una infografía sobre el reciclaje de vidrio y la percepción de los estudiantes de 4to a 6to de primaria de tres colegios de Los Olivos, Lima, 2017, presentado ante la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, tiene como objetivo determinar

la relación entre el diseño de una infografía sobre el reciclaje de vidrio y la percepción de los estudiantes de 4to a 6to de primaria. Para su desarrollo se basó en un enfoque cuantitativo de nivel correlacional, con una población de 1000 y una muestra de 273 alumnos de primaria. Para ello, aplico la encuesta como instrumento de medición, obteniendo como conclusión una correlación positiva media entre ambas variables. Lo que evidencia que el diseño infográfico funcionó y los estudiantes generaron una buena percepción sobre reciclaje de vidrio.

Yauri (2016), con su tesis de titulación *Relación de la infografía y la percepción sobre el uso correcto de envases de plástico en alumnos de primarias del colegio I.E. N° 2029 Simón Bolívar, San Martín de Porres, Lima en el 2016*, presentado ante la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, con la finalidad de determinar la relación de la infografía y la percepción sobre el uso correcto de envases. Para su desarrollo se basó en un enfoque cuantitativo de nivel correlacional, con una población de 819 y una muestra de 269 alumnos de primaria. Así mismo, aplico como instrumento la encuesta, llegando a las conclusiones que, si existe gran relación entre las variables, debido a que los estudiantes se mostraron con actitudes positivas frente a las nuevas propuestas gráficas, la infografía recibió una aceptación debido a que captó la atención no solo de la población sino también de las autoridades de la institución que apoyaron el proyecto como forma de brindar conocimiento. Por otro lado, las tipologías empleadas en relación a los componentes de la percepción, tuvieron un poco de dificultad para ser comprendidos por parte de los alumnos, pero con ayuda de los profesores se lograron reconocer, por último, se obtuvieron conductas positivas de aporte con el uso correcto de los envases, lo que deja en descubierto que no todas las tipologías son difíciles de captar.

Tasayco (2017), en presentación de su tesis de licenciatura, titulada *Infografía sobre la contaminación del aire y la percepción de estudiantes de 3ro a 6to grado de primaria de I.E. del distrito S.M.P 2017*, en la Universidad de César Vallejo, una investigación cuyo objetivo general fue determinar la relación que existe entre la infografía sobre la contaminación del aire y la percepción. La investigación cuenta con un enfoque cuantitativo con nivel correlacional no experimental, de tipo aplicada, con una población conformada por 1000 alumnos y la muestra está conformada por 278. Aplicando como instrumento de medición la encuesta,

llegando a la conclusión que si existen una correlación positiva media entre las dos variables.

Mariñas (2014), en su tesis titulada: Diseño de infografías publicadas en el Diario La Industria – 2013 como herramienta periodística para consolidar una percepción favorable en el público lector, presentada en la Universidad Privada del Norte. La finalidad de esta investigación ha sido demostrar cómo el actual diseño de infografías publicadas en el diario “La Industria” de Trujillo, Perú, en el año 2013 ha contribuido como herramienta periodística para consolidar una percepción favorable de este medio en el público lector. Para su desarrollo se optó por una investigación transversal de carácter exploratorio, con una población de 1000 y una de 370 personas entre las edades de 16 a 60 años, para saber lo que opinaban sobre el impacto de la infografía en su percepción del medio periodístico estudiado. Los resultados resaltaron que el diseño actual de las infografías publicadas en el diario, sí contribuye, como herramienta periodística y consolida una percepción beneficiosa para el público lector, concluyeron que la pieza infográfica es un elemento fundamental dentro del trabajo periodístico. En otras palabras, señala que esta herramienta ayuda a entender la noticia brindando los elementos necesarios para la mejor comprensión del tema, resaltando la importancia del aspecto visual.

Guadalupe (2017), en su tesis de licenciatura titulada: Infografía sobre el tabaquismo y la percepción de los adolescentes de 2do a 5to de secundaria en dos I.E. de los Olivos, Lima, 2017, presentada en la Universidad César Vallejo, teniendo como objetivo general, determinar la relación entre las dos variables. La investigación es un enfoque cuantitativo de nivel correccional no experimental de corte transversal, con una población conformada por 1100 alumnos y la muestra está conformada por 276. Utilizando la encuesta como instrumento de medición, obteniendo como conclusiones, una correlación positiva media. Por lo que, podemos decir que la infografía logro que los adolescentes percibieran con mayor facilidad el mensaje y lograr una mejor comprensión para el público, por el resumen de la información que lleva la aplicación de los recursos gráficos.

Travezaño (2017), en su tesis de licenciatura titulada La infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos I.E. de Independencia, Lima, 2017. Presentada en la Universidad César Vallejo,

teniendo como fin, determinar la relación entre las variables. Aplicando un enfoque cuantitativo de nivel correlacional, con una población de 905 estudiantes de secundaria y una muestra de 270. El instrumento usado fue un cuestionario, en conclusión se acepta la hipótesis de investigación, si existe relación entre las dos variables, debido a que la pieza gráfica fue aceptada por los alumnos como algo novedoso y atrayente, que genero una fácil retención del tema.

Vela (2017), presento su tesis titulada Relación entre el uso de ilustraciones en el cuento "La Cosecha-intro" y la percepción visual en los adolescentes entre 12 y 15 años del C.E.D. El Buen Pastor en Los Olivos, Lima-2017, en la Universidad César Vallejo, teniendo como objetivo general, determinar la relación entre el uso de ilustraciones en el cuento "La Cosecha-intro" y la percepción visual. Con un enfoque cuantitativo de nivel correlacional, con una población de 918 estudiantes y una muestra de 271. Teniendo como instrumento un cuestionario, en la que se llegó a la conclusión que si existe una relación entre sus variables de estudio, ya que los estudiantes consideran que las ilustraciones aportaron en la comprensión del cuento y generan interés al lector, pero no se desarrolló el nivel de abstracción para analizar los ejercicios de percepción visual del cuento. Por otro lado, aceptan la tipografía aplicada porque le otorga armonía visual.

Cano (2011), con su tesis, La infografía como recurso estilístico para posibilitar la comprensión de la información periodística. Presentando en la Universidad de San Carlos de Guatemala, que tuvo como objetivo, determinar el uso y la aplicación de la infografía como recurso estilístico para facilitar la comprensión de la información periodística, de los matutino Prensa Libre, Siglo Veintiuno, Al Día y nuestro Diario del 01 al 15 de septiembre 2009. Teniendo un diseño de investigación descriptiva, con una población de 143 conformada por la Dirección de Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, con una muestra de 30 personas aplicando como técnica análisis hemerografico, entrevista y encuestas que brindaron las conclusiones; el 90% de los encuestados, se les facilita la comprensión de la noticia que incluye la infografía y las características de la infografía coinciden en su estructuración con titular, texto, cuerpo, fuente y crédito, usando tipos de infografía de estadísticas o de diagramas o procesos. Por otro lado,

el matutino Prensa Libre, es el medio de comunicación escrita que utiliza en sus notas esta pieza grafica en relación con otros medios.

Cáceres (2009), en su investigación titulada, Módulo digital de aprendizaje basado en infografías interactivas para materias de segundo año medio. Teniendo como objetivo general, juntar la infografía interactiva y el aprendizaje sobre la sociedad colonial de Chile, debido que se busca contribuir una comunicación visual que enseñe sobre este tema en los colegios. La metodología de investigación fue cualitativo, con un método deductivo, exploratorio y descriptivo. La población son niños entre las edades de 13 a 15 años, con una muestra de estudiantes de 2 de secundaria. Aplicando como instrumento una entrevista. Se concluye que la infografía empieza a valorarse en la labor de un diseñador gráfico, porque el diseñador cuenta con los conocimientos requeridos para la realización de una pieza gráfica. Para la creación del módulo digital se valora el arduo trabajo del diseñador, pues estuvo a cargo de un senior para crear el material educativo.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Esta investigación centra sus bases teóricas en los conceptos de Lanknow, Ritchir y Crooks, sobre la Infografía, Rodríguez nos proporciona los tipos de estereotipo sobre la vejez, seguidamente de las teorías de la percepción, expuesta por Schiffman y Lazar con los aportes de otros autores, para implementar la información.

Para ello, es rescatable mencionar que, la evolución de la infografía se ha ido originando con el transcurso de los años, todo comenzó cuando el hombre empezó a combinar la imagen y la escritura. Uno de los pioneros es el infografista, Alejandro Malofiej un cartógrafo argentino que luego de fallecer, en 1993 la Universidad de Navarra de España, comenzó a homenajear a este representante y a partir de esa fecha se iniciaron las premiaciones en Pamplona (capital mundial de la infografía).

Para Lanknow, Ritchir y Crooks (2012), se inicia desde las representaciones de pinturas rupestres, como fuente de comunicación. Se fue popularizando a finales de los años treinta y los cuarenta, cuando la revista Fortune, usaba la ilustración con

finas editoriales (p.16). Esto nos da un enfoque claro de cómo las sociedades antiguas tenían el objetivo de plantear sus ideales, sabidurías y deseos por medio de una perspectiva visual.

En la actualidad, la comunidad está bombardeada de información que se van dando a diario, debido a que, vivimos en un mundo en el que nos vemos influenciados por los medios de comunicación y como finalidad tienen lograr implantar una idea, para brindarle a las personas algo innovador que capte su atención.

La infografía no requiere de abundantes datos, destaca el contenido necesario para convertirlo en información gráfica, es un poco compleja y posee un cierto nivel de análisis. Esta pieza puede facilitar la comprensión de temas simples o complejos (p.20).

Por consiguiente, la infografía abarca una nueva perspectiva, que va adaptándose a las nuevas tendencias y emplea el uso del sentido de la vista, para lograr que la información gráfica sea consumida y procesada por los espectadores. Para ello el proyecto, pretende presentarse de manera novedosa y cautivadora, ofreciendo un valor inigualable.

Así mismo, para poder analizarla interviene un punto clave que da inicio a una lectura visual, que nos ayuda a entenderla. Hablamos de la visualización de datos gráficos y textuales, este factor es crucial y aplicativo para lograr un aprendizaje significativo en la audiencia.

La visualización tiene tres fases: la comprensión, la retención y la atracción, que estarán regidos bajo el propósito de cada infografía. Todas las representaciones gráficas tienen la finalidad de comunicar información, cada diseño tendrá una perspectiva diferente, depende de las prioridades que se tengan. El lenguaje visual, le quita la complejidad a un tema, para lograr ser captado más rápido (p.38). Como podemos apreciar, este punto es importante en la infografía, porque este proceso trata de hacer visual un conocimiento teórico, que se quiera comunicar, ya que, actualmente la población cuenta con un amplio porcentaje de gente que ya no lee; es por eso que se necesitan aplicar nuevas formas de comunicación, que sean factibles y de eficaz comprensión para inspirar a continuar observando la pieza.

La primera fase es la atracción, lo que va a cautivar a que el receptor continúe apreciando el mensaje. Hoy en día, concebimos más información que surgen por cualquier medio de comunicación, lo cual causa, una dificultad para captar la atención de los individuos y como consecuencia, se busca llamar su atención lo suficiente para difundir un mensaje. El diseño es la mejor forma para atraer, diferenciarse y destacar del resto, algunos optan por inducir una reacción basada en las emociones otorgándole una buena apariencia estética, según el tipo de infografía que se desee aplicar, aunque, si se presentan elementos distractores este pierde su valor (p.40). Este paso pretende involucrar a la audiencia, pero de manera voluntaria, entonces podemos decir que el uso de referencias gráficas puede sustituir velozmente a la complejidad de un texto, solo si este gráfico contiene la información completa de manera visual, puede resultar satisfactorio.

Como segunda fase, tenemos comprensión, aquí el infografista tiene que incorporar en sus diseños, iconos y símbolos que sean universales, para facilitarles la información. Lanknow, Ritchie y Crooks (2012), considera que existen tres maneras más sutiles de entender un tema o idea, estas se rigen por los estímulos captados por medio de los sentidos; esta lo visual, que se capta por representaciones gráficas, lo auditivo que se aprende cuando se escucha y lo táctil en la que, se aplican las interacciones directamente, para su mejor comprensión (p. 44).

En la pieza infografía, las personas podrán aplicar los sentidos, la vista como factor importante, que se ajustará como estrategia para llamar su atención, una vez logrado se explicará el tema tratado, en la que usarán, la audición para entender la idea en breves conceptos y finalmente podrán ser parte de una interacción entre infografía y el individuo por medio del tacto.

La última fase de un diseño es la retención, se presenta la infografía como estrategia de comunicación que ayuda a transmitir conocimientos recordables, ya que al utilizar referentes gráficos agrandan los sistemas de memoria. Cuando vemos una imagen, nuestro cerebro lo retiene y lo incorpora con un conocimiento anterior, para poder interpretar lo que se observa. Existen varios tipos de memoria, que aportan para recordar, algunas de estas son: la memoria icónica que es la que en solo unos segundos logra ser retenida, la memoria a largo plazo, retiene la información en una duración más amplia; ya que se sumerge con las experiencias y por último, la

memoria de trabajo visual, fundamental para el procesamiento de forma visual. Por medio de una indagación en la Universidad de Saskatchewan, presentado por Scott Bateman y sus compañeros del Departamento de Ciencias de la Comunicación, demostró que un elemento ilustrativo en el diseño ayuda en la mejor retención del tema abordado (p.50).

La retención de información, se origina cuando la persona es capaz de retener en su memoria un estudio, por lo que el uso de gráficos genera una conexión más veloz y eficaz sobre el tema.

Otra dimensión de una infografía es Los Principios que contribuyen a obtener resultados óptimos en la aplicación de esta herramienta. Para Lanknow, Ritchie y Crooks (2012), hacer una buena infografía se requiere de tres factores cruciales, los cuales son: la solidez, utilidad y belleza, en este caso, aplicaremos, los dos primeros principios vitruvianos. En cuanto a utilidad, la infografía, para lograr sus objetivos, esta se rige a base de dos enfoques de comunicación. El enfoque exploratorio, se basa en la observación, para luego analizar y sacar sus conclusiones y el narrativo sigue una secuencia que cuenta una historia, estos dos se tienen que aplicar jerárquicamente (p. 198-199).

Estos autores plantean a la infografía como solución a un problema social y para lograr una composición equilibrada y estéticamente visual, se requieren de esos principios. La utilidad es la capacidad que le damos algún objeto, para que el individuo lo pueda aprovechar y beneficiarse al máximo. La pieza aportará, con una enseñanza significativa en los transeúntes, sobre los estereotipos de la vejez, se expondrá de forma didáctica para proporcionar una fácil retención y comprensión del tema expuesto.

El segundo principio empleado es la solidez, que se basa en comunicar un mensaje significativo, que favorezca con un aprendizaje para el público, por medio de un enfoque visual atractivo. Debe presentar informaciones completas sobre ideas claves de fácil comprensión. Ya que, si la información esta inconclusa, no aportará nada al espectador (p.200).

La solidez se utiliza en la pieza infográfica para otorgarle a la audiencia un mensaje representativo en la que beneficie con conocimientos significativos. Al

presentar este problema social se espera que contribuyan a originar un cambio en la conducta y actitud de nuestro público, sobre la imagen que tienen de la vejez.

Por otro lado, la tercera dimensión también aporta en la infografía, ya que, la ilustración es la base de toda la pieza. Así mismo, el diseño, se compone en el contenido informático y las representaciones visuales, en ese caso, al presentar una ilustración podemos concentrar los dos puntos; ya que una infografía es una muestra de información gráfica que cumple con el objetivo de ser funcional para transmitir un mensaje.

Según Lanknow, Ritchie y Crooks, la ilustración brinda calidad al diseño, si es usada de forma incorrecta puede generarse como un elemento distractor, que no permite mostrar el mensaje deseado en la infografía, pero si se realiza correctamente, presenta una atracción sobre la investigación graficada y la hace viable para que el público se interese en continuar indagando (2012, p. 205)

En resumen, la ilustración es una herramienta que utilizamos para hacer el contenido infográfico visualmente interesante. Se representa mediante dibujos que pueden ser aplicados digitalmente con ayuda de los vectores o de forma tradicional como es el dibujo manual. La ilustración se usa en la infografía para graficar una idea o tema, así mismo como marco decorativo, pero para ello debe estar aplicado eficazmente, para que, no se genere como elemento distractor, sino que se muestre como complemento informativo visual.

Esta dimensión se compone, en dos indicadores los cuales son: símbolo e iconografía y encuadre. El primer aspecto lo compone el diseño y debe captar a la audiencia con el objetivo de conectarse con la infografía en un plano emocional aumentando así su interés y retención de la información. Aquí interviene el aspecto cultural, ya que cada cultura tiene diversas costumbres y significados. Para ello, es importante que la iconografía tenga generalidad logrando ser eficaz y así permita una comunicación visualmente significativa (p.52). En otras palabras, los iconos que se incorporaran en la infografía tienen que ser universales para que, el contenido presentado tenga el mismo significado en todas las personas que lo aprecien y hará factible la comunicación.

Finalmente, el último elemento es el encuadre que ayuda a centrar una imagen principal, dentro de un marco representativo de la infografía. De modo que, nos puede ayudar a comprender la composición de las imágenes, por ende, los espectadores logran ver aquello que el realizador quiere que se perciba.

El encuadre son todos los elementos que el dibujante, pintor o fotógrafo organizan dentro de una imagen y el autor es el que tiene el control de elegir que elemento quiere destacar con un orden visual que garantice la atención y apreciación del espectador (Yocupicio, 2009, párr. 4). Por lo que, el encuadre se basa en organizar todos los elementos dentro de un cuadro, sin perder la visión estética. Este indicador se plasmará en la infografía; ya que, el elemento central será una adulta joven, en primer plano, dentro de la forma ovalada que ayudará en la composición.

Sobre los estereotipos de la vejez, según Rodríguez (1989), son mitos de diferentes percepciones están las idealizadas y las negativas, siendo algunas exageradas y falsas. Los estereotipos optimistas o idealistas, se basan en contemplar al adulto mayor en su edad dorada, donde se concibe que las personas de tercera edad son libres de cualquier ámbito sea social, laboral, económico en donde pueden generar una vejez ociosa o productiva (p. 30).

La edad de oro es la etapa en donde la persona de tercera edad se siente realizada, desligada del trabajo, la carga familiar, de los hijos, puede disfrutar de una vejez activa y productiva, teniendo el tiempo suficiente para hacer todas las cosas que no logro hacer; ya que, si no las realiza ahora, no las hará nunca. Este periodo es el ideal para el adulto mayor, pero en algunos no llega a cumplirse, mientras que para otros surge positivamente y se ve reflejado en la existencia de organizaciones que aportan con mejorar la calidad de vida, cultura y recreación para los individuos que pasan por la edad de oro. Lejos de la realidad la tercera edad merece respeto y tolerancia.

Para Serna, al jubilarse el adulto mayor pierde contacto con la actividad, se reducen las relaciones sociales limitándolas a solo la familia y amigos, se puede

aislar de la vida social activa, crece su egocentrismo y se limita a hundirse emocionalmente con sus problemas (2003, p. 71).

Es evidencia que, para la sociedad, el trabajo es una fuente importante de contribución económica, prestigio, estas personas quedan excluidas de lo laboral, volviéndose algunos apáticos, pasivos e irritables. Pero no es el caso de todos, existen las personas mayores que al jubilarse logran la satisfacción personal y el envejecimiento se vuelve una etapa de realización intelectual y proyectos personales, logrando una vejez productiva en la que puede desarrollar sus diversas destrezas.

Finalmente, encontramos a la dimensión de estereotipos negativistas que son interpretaciones peyorativas de la vejez, en donde el envejecimiento es una etapa de retroceso y deterioro que se genera en diversas perspectivas como la cronológica, biológica, psicológico y sociológica (Rodríguez, 1989, p. 30-31).

Esto nos muestra que vivimos en una comunidad, que venera la imagen joven y la belleza, estas se vuelven impredecibles en la vida del ser humano, tanto que afectamos la calidad de vida. El proceso de envejecimiento, es normal y natural en cada ser humano, conformando el plan genético. A medida que estos cambios surgen, las personas se van alejando de la comunidad, algunas de ellas no aceptan la vejez como una etapa vital. Estas transformaciones traen consigo una serie de prejuicios y las ideas estigmatizadoras en contra las personas de edad avanzada, siendo estos percibidos como seres pasivos, débiles, carentes de motivación y energía.

Existen varias percepciones sobre la vejez, en este estudio solo aplicaremos dos: El cronológico y el sociológico, debido a lo que se quiere plasmar en el diseño de la infografía. En la primera variación, se comprende la vejez en relación con la edad cronológica, este criterio clasifica a las personas partiendo de sus edades, deteriorando sus capacidades y homogeneizándolos.

Según Serna (2003) la discriminación por edad y la gerontofobia (miedo a envejecer), se relacionan con los estereotipos negativos que generan los adultos jóvenes, por medio de chistes, historias irónicas y humor. Como consecuencia las personas mayores se ven afectadas, en el caso de algunas las mujeres, algunas

pretenden ocultar su edad, pasar por cirugías plásticas y originan comportamientos inadecuados (p. 69).

Nos enfrentamos a una sociedad que concentra exageradas concepciones sobre la vejez, uno de los estereotipos relacionados con la edad es el término "vejísimo" que genera perjuicio, exclusión y marginación hacia las personas mayores, universalizándolos y diferenciándolos del entorno.

Para Rodríguez (1989), no se debe igualar el proceso de envejecimiento con la cantidad de años, porque, no todos los grupos de edades avanzadas tienen las mismas características, muchas personas realizan un envejecimiento activo y mantienen un tipo de vida óptima, tanto física como psicológica y que por lo contrario existen otros individuos que pasan por evidentes deterioros (p. 30). En otras palabras, la edad es la característica más relevante que a la mayoría de la población los tiene paramentados, como ejemplo: Al llegar a una cierta edad avanzada, ya no podemos realizar diversas acciones que competen a una edad adulta, una muestra clara es la edad para jubilarse, esto es implantado por la civilización, restringiéndoles ciertas actividades laborales para ser exactos. En consecuencia, la población adulta mayor, ha sido desplazada a un plano secundario, sin darle la atención requerida, ni la adecuada oportunidad de desarrollo, manteniéndola alejada y con el estigma de ser de poco productivo para la comunidad.

Según Rodríguez (1989), el estereotipo sociológico o comunitario, que mediante la perspectiva negativa asume a la vejez como símbolo de incapacidad, soledad, y alejamiento de la sociedad. Ya que, relacionan la fase de jubilación con la improductividad y disminución de aportes económicos es significado de pobreza, todos estos mitos generan en el anciano una desintegración social, familiar y laboral (p. 31). Es decir, este estereotipo representa en el adulto mayor una carencia social, que los hace caer en la soledad y puede ser una causante de depresión. Se cohiben y se vuelven personas pasivas, que no se sienten incorporados en la sociedad. Así el imaginario social se concentra de elementos negativos que evitan reconocer la etapa de la vejez como un periodo de bienestar, integración y satisfacción, situándola como una etapa de abatimiento, discapacidad, lastima y resignación.

García (2005) nos menciona que los jóvenes conciben la vejez como el lado negativo de la vida y la rechaza como etapa, estas percepciones sociales estigmatizadas son mayormente equivocadas o exageradas que se presentan por generaciones y son difíciles de cambiar. Estos mitos que homogenizan al adulto mayor con el estereotipo de que presentan déficits en sus habilidades funcionales, pero está comprobado que la mayoría realizan sus actividades con autonomía (p. 232).

Los estereotipos negativos son una forma de estigmatización que condiciona el comportamiento y los homogeneiza, los medios de comunicación los asocia como carga, clase pasiva para la sociedad. Por el contrario, lejos de ser el envejecimiento una etapa de deterioro, decadencia, desvinculación social y persona desadaptada entre otros; se ha demostrado que la vejez para muchos es una etapa de vida plena, serena, productiva y vinculada con su entorno.

Por otro lado, como segunda variable tenemos a la percepción, como sabemos las personas perciben solo estímulos que son de su agrado y evitan los que no son de su interés. Antes de que el perceptor procese un nuevo conocimiento, este se juntará con la información almacenada y ahí es cuando se contrastará el estímulo dando cabida a su aceptación o negación.

Para Schiffman y Lazar (2010), para lograr el proceso de percepción primero la persona debe seleccionar, organizar e interpretar los estímulos, para lograr obtener una imagen representativa y racional del entorno. Esta imagen mental, se forma con la ayuda de las necesidades, valores y expectativas, la primera dimensión son las sensaciones, respuestas directas e inmediatas de un estímulo a través de los sentidos. Para ello, intervienen los estímulos y los receptores en sensoriales, que funcionan de forma individual o en conjunto y automática. Los estímulos, son insumos sensoriales (imágenes, sonidos, aromas, texturas, tamaños), que se originan a través de una experiencia externa que llegan a la persona y despiertan los sentidos (p. 157). En otras palabras, si no existiera el estímulo nunca se daría la percepción.

En resumen, la percepción es un proceso vital y consecutivo, que contribuye a interactuar entre la persona y su entorno. Proporcionando un aprendizaje que puede llegar a ser necesario para su supervivencia y cuando se origina un estímulo, el

individuo puede darse cuenta o ignorarlo. Las sensaciones fortalecen a las experiencias y a su cultura, dependen de la cantidad de estímulos percibidos. En esta investigación la infografía, trata que el espectador, por medio de un elemento gráfico, genere la aceptación de los estímulos y así el individuo podrá formular un conocimiento o idea con la finalidad que se pueda captar el mensaje.

El segundo indicador son los receptores sensoriales, en la que se aplican los sentidos y recibimos los estímulos que surgen a base de varios canales. La información que es captada por estos órganos, son el inicio del proceso perceptual.

Solomón (2008), considera que la vista capta diversos elementos como el color, el significado de cada color, tamaño, estilo, entre otros, todos van a comunicar algo. El olfato puede crear sentimientos, que producen buenos y malas sensaciones, también pueden traerte a la mente recuerdos de ideas almacenadas en la memoria. El oído, este proceso toma un ruido de cualquier fuente y lo transforma en una frecuencia ultrasónica que los dirige automáticamente al objeto, generan sensaciones y conductas en el individuo, el tacto, este canal sensorial se estimula cuando la piel entra en contacto con algún objeto y llega a causar sensaciones que comparten un mensaje y finalmente; el gusto, es el sentido que aumenta las experiencias, cuando algo entra en contacto con este sentido va a generarnos sabores que aportan a la reacción de un comportamiento en el perceptor (p. 51-59).

La segunda dimensión es la selección perceptual, que se origina por medio de la atención que le otorgamos a estímulos seleccionados que inician un comportamiento.

Schiffman y Lazar (2010), de forma subconsciente la persona inicia el proceso selectivo de los estímulos percibidos en el ambiente de los cuales algunos los acepta y a otros los ignora. La selección implica, a las expectativas anteriores y sus motivaciones que surgen en el instante, estos son los que permiten que se perciba el estímulo, las personas ven lo que es de su interés y le parece familiar (p. 162).

Es decir, que el individuo pasa por diversas experiencias que pueden ser vividas o contadas, estas contribuyen y generan más atención si los estímulos coinciden con sus intereses y expectativas del receptor. Es más probable que él, pueda estar en contacto con el mensaje transmitido.

Como segundo indicador tenemos a las motivaciones, los procesos motivacionales originan en la población un comportamiento que está regido por satisfacer sus necesidades y genera tensión cuando no logran disminuir o eliminar esa necesidad. Aquí no importa si esta necesidad es útil o solo es la satisfacción de un placer, para ello intervienen los impulsos y el deseo (p.118). En otras palabras, la motivación surge por las necesidades individuales, que van a generar una tensión motivacional hasta lograr ser cumplidas o eliminadas.

Las motivaciones que los individuos perciben con mayor facilidad son los elementos que cubren sus necesidades. Mientras mayor sea la necesidad, los estímulos serán captados rápidamente y otros estímulos que no cubren con sus deseos serán ignorados. Por ello, la infografía que se presenta, propone elementos que capturen la atención del espectador y sea portador de interacción con la sociedad.

Esta investigación contribuye con la sociedad, otorgándoles una perspectiva visual de como percibimos al adulto mayor y originando que las personas se vean reflejados por el envejecimiento, que es su propia realidad. La cual no se puede prolongar, porque es una etapa de nuestras vidas, pero, lo que sí se puede hacer, es nunca perder ese espíritu joven que está cubierto de una serie de capas que es la vejez.

1.4 Formulación del problema

¿Qué relación existe entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018?

1.5 Justificación del estudio

Esta investigación es importante, porque permite obtener conocimientos sólidos y coherentes, con la ayuda de un recurso gráfico infográfico original y novedoso que representa la idea de un espejo, que va hacer que los adultos jóvenes se sientan reflejados y al pasar las capas, vean como llegan los cambios físicos del proceso de envejecimiento, que al presentarse de manera visual va contribuir a una mejor

retención y fácil comprensión sobre el tema expuesto. De tal modo, permita analizar si existe relación entre la infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción que tienen los transeúntes adultos jóvenes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín.

En este caso, mediante la aplicación de una la infografía interactiva, se pretende evidenciar la importancia de aplicar esta estrategia de comunicación como posible solución a un problema. Permite a la población lograr retener una idea o tema, por medio de la visualización de una información gráfica, es allí, donde al relacionarse con la percepción, contribuirá a obtener una imagen perceptualmente clara, usando recursos interactivos que generan impacto visual.

Finalmente, la investigación es viable, porque cuenta con un tiempo determinado para lograr su aplicación. Asimismo, cuenta con todos los recursos financieros para lograr su realización y puede ser útil como antecedente para futuras investigaciones.

1.6 Objetivo

1.6.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Determinar la relación que existe entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre visualización y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

- Determinar la relación que existe entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre estereotipos negativitas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre estereotipos negativitas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

1.7 Hipótesis

Behar (2008) expone que una hipótesis es una suposición formada a partir de algunos datos que dan una solución anticipada a un problema de investigación y, en consecuencia, el investigador debe conseguir probar la hipótesis. De modo que, es importante saber que el aceptar una hipótesis como positiva, no quiere decir que exista veracidad en los resultados obtenidos, sino que sólo contribuye como evidencia a su favor (p. 136). De ahí que se formule las siguientes hipótesis:

1.7.1 Hipótesis General:

H_i: Existe relación positiva entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación negativa entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

1.7.2. Hipótesis Específicas:

H_i: Existe relación positiva entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación negativa entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre visualización y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación negativa entre visualización y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación negativa entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación negativa entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación negativa entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación negativa entre ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre los estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_o: Existe relación entre los estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre los estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H₀: Existe relación entre los estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre estereotipos negativistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H₀: Existe relación negativa entre estereotipos negativistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H_i: Existe relación positiva entre estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

H₀: Existe relación negativa entre estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

La presente investigación es cuantitativa, para Hernández, Fernández y Baptista (2010), indica que la perspectiva cuantitativa aplica la recaudación de datos para afirmar la hipótesis, con base en la medición numérica y estudio estadístico, para crear patrones de comportamiento y sostener teorías (p. 4). Este método recoge información empírica que arroja datos numéricos debido a que aplica herramientas del campo de la estadística y afirmar el supuesto planteado en el estudio.

Aplica un diseño no experimental, ya que no va alterar ninguna variable, es decir la variable independiente no va hacer manipulada, se rige a la observación de estudios tal y como se van presentando, para luego analizarlos.

El tipo de investigación es aplicada, ya que, pretende comprobar la teoría con la realidad. La aplicación de la investigación contiene problemas, características y circunstancias concretas. Esta forma de investigación se basa en la aplicación inmediata y no en el desarrollo de teorías (Behar, 2008, p. 20). En este caso se presenta una infografía como posible solución a un problema.

De esta manera, es una investigación de corte transversal, por lo que se realiza un solo levantamiento de datos. Así mismo el nivel de investigación es correlacional, ya que, determina la relación entre dos variables, para medirlas, cuantificarlas, analizarlas y confirmar hipótesis. De tal modo, este estudio pretende saber si existe relación entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

2.2 Variables, operacionalización

Variable x	Infografía sobre los estereotipos de la vejez
	Los estereotipos son ideas estigmatizadoras de las personas sobre la vejez, estas se expondrán en una infografía que plantea una representación visual para facilitar al público su comprensión.
	<ul style="list-style-type: none">- Visualización- Principios- Diseño- Estereotipos optimistas- Estereotipos negativistas
Variable Y:	Percepción

Se muestra cuando intervienen los sentidos generando como resultado un estímulo que da apertura a una primera imagen en el individuo sobre una temática (Rivera, Arellano y Molero, 2000, p. 69).

- Sensación
- Selección Perceptual

A continuación, se presenta la matriz de operacionalización de las variables que contienen las dimensiones e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Infografía sobre los estereotipos de la Vejez	<p>"[...] Una infografía usa señales visuales para comunicas información. No necesitan contener una cierta cantidad de datos, poseen una cierta complejidad o presenta un cierto nivel de análisis. [...]" (Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p.20).</p> <p>"Esos mitos y creencias tradicionales, y a la vez contemporáneos, sobre la vejez presentan una doble cara o actitud, o idealizada o negativista, predominando</p>	Información gráfica sobre la imagen generalizada de la vejez, que usa señales visuales para condensar las ideas y conceptos de forma clara, concreta y eficaz.	Visualización	Atracción
			Es la fase de hacer visual cualquier concepto teórico que se quiere transmitir (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.38-39).	(Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.40).
				Comprensión
				(Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.44-45).
				Retención
				(Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.50-51).
	Principios	Utilidad		
	Son aplicados para logras una buena y eficaz infografía. Sobre un problema social (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.197).	(Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.199).		
		Solidez		
		(Lank now, Ritchie y Crooks, 2012, p.200).		
		Ilustración	Símbolos e iconografía	
		Es una herramienta que genera un concepto gráfico, novedoso e innovador (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.204).	(Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.204).	
			Encuadre	
			(Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.204). (Yocupicio, 2009, párr. 4)	

	<p>intensamente los estereotipos negativistas. No obstante ambas actitudes son extremas y falsas" (Rodríguez, 1989, p.29).</p>		<p>Estereotipos Optimistas</p> <p>Son idealizadas, es la sobrevaloración de la vejez, en donde el adulto goza de su libertad y ocio.</p> <p>(Rodríguez, 1989, p.30).</p>	<p>Edad de Oro (Rodríguez, 1989, p.30).</p> <p>(Serna, 2003, p 71.).</p>
			<p>Estereotipo Negativistas</p> <p>Son peyorativas, se basa en ideas estigmatizadoras de la vejez que homogeneiza a un grupo etario.</p> <p>(Rodríguez, 1989, p.30).</p>	<p>Perspectiva Cronológica (Rodríguez, 1989, p.30).</p> <p>(Serna, 2003, p. 69).</p>
				<p>Perspectiva Sociológica (Rodríguez, 1989, p.31).</p> <p>(García, 2005, p. 232).</p>
<p>Percepción</p>	<p>Se define como el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo. Se afirma que así es "como vemos el mundo que nos rodea (Schiffman L. y Lazar L. 2010, p.157).</p>	<p>Primeros conocimientos que tiene un individuo sobre un tema a través de los sentidos.</p>	<p>Sensación</p> <p>"La sensación es la respuesta inmediata y directa de los órganos sensoriales ante un estímulo"</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.157).</p>	<p>Estímulo</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.156).</p> <p>Receptores sensoriales</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.156).</p> <p>(Solomon, 2008, p. 51-59).</p>
			<p>Selección Perceptual</p> <p>Percepción de estímulos, en la que intervienen los intereses, motivaciones de los individuos para ser seleccionados.</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.161).</p>	<p>Expectativas</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.162-163).</p> <p>Motivaciones</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.164).</p> <p>Solomon, 2008, p.118)</p>

2.3 Población, muestra y muestreo

❖ Población:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) es la totalidad de unidades analíticas que van hacer estudiados y brindaran resultados. Para ello es necesario tener bien definidas las características de la población para lograr definir los parámetros muestrales (p. 174)

De modo que, la investigación tiene como objeto de estudio a los transeúntes de la Plaza San Martín entre las edades de 20 a 35 años, que constituyen a una población infinita porque no existe un número fijo de las personas que transitan por el lugar.

❖ Muestra:

La muestra es una parte del conjunto poblacional, para ello se requiere de una parte significativa del universo en estudio que se caracteriza por el tamaño, método y proceso de selección de la muestra. (Behar, 2008, p. 51)

Así mismo, la fórmula de una población infinita se presenta de la siguiente manera:

$$n = \frac{Z\alpha^2 p q}{e^2}$$

Donde:

n: tamaño muestra

z: nivel de confianza, $Z\alpha = 95\%$ de confianza $\Rightarrow Z\alpha = 1.96$

p: probabilidad a favor, = 0.5

q: probabilidad en contra, $1 - (0,5)$

e: error que se prevé cometer si es del 6%, $e = 0.06$

Por lo tanto:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times (1 - 0.5)}{0.06^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0036} = \frac{0.9604}{0.0036} = 266.78 = 267$$

❖ **Muestreo:**

Hernández, Fernández y Baptista (2010), aplican una muestra no probabilística, puesto que se van elegir a los elementos sin depender de la probabilidad, sino del carácter de la investigación o del propio investigador, en otras palabras, va estar regida a los objetivos del estudio (p. 176).

Un muestreo por conveniencia o intencional son seleccionados a juicio del investigador, para eso se requiere de conocimientos previos de la población objeto (Behar, 2008, p. 53).

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Behar (2008), emplea la técnica de recolección de datos a base de una encuesta, van a dirigirnos a la verificación del problema de investigación, el instrumento es determinado por el tipo de estudio. (p. 55).

Para ello, se encuestarán a 267 transeúntes que representan a la población, aplicando un cuestionario que contiene 14 proposiciones de los cuales 10 ítems estarán orientados a la variable infografía sobre los estereotipos de la vejez y 4 ítems estarán orientados a la percepción que tiene el público objeto con la infografía.

Se usará la escala de Likert (Ver Anexo 8), para medir las actitudes, porque se conforma por una serie de enunciados de los cuales el encuestado señalar su nivel de acuerdo y desacuerdo. Estas categorías de escalas son:

- Totalmente de acuerdo (5)
- De acuerdo (4)
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)
- En desacuerdo (2)
- Totalmente desacuerdo (1)

Validación y confiabilidad del instrumento

Para obtener la validez del instrumento, se tuvo que someter al juicio de experto. A base de este método los expertos evaluaron el instrumento, el cual paso por una serie de modificaciones para lograr su validación por medio de una ficha (Ver Anexo 5, Anexo 6, Anexo 7) para ello, se tuvo que, la matriz de consistencia (Ver Anexo) y el diseño de la pieza. Finalmente se obtuvo un instrumento eficaz para la recolección de datos.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO							
ITEMS	CRITERIOS	EXPERT O 1		EXPERT O 2		EXPERT O 3	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
		1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		X	
2	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de investigación?	X		X		X	
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		X		X	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		X		X	
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		X		X	
6	¿Cada una de las preguntas de instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		X		X	
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		X		X	
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		X		X	
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X		X		X
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		X		X	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de manera obtener los datos requeridos?	X		X		X	
	TOTAL	10	1	10	1	10	1

En el siguiente cuadro se aprecia la prueba binomial:

Tabla N° 01: Prueba Binomial de Juicio de Expertos

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto_1	Grupo 1	si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	no	1	,09		
	Total		11	1,00		
Experto_2	Grupo 1	si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	no	1	,09		
	Total		11	1,00		
Experto_3	Grupo 1	si	10	,91	,50	,012
	Grupo 2	no	1	,09		
	Total		11	1,00		

Fuente: Elaboración propia.

p promedio = 0,012

p promedio < 0,05

Por lo tanto, la prueba binomial muestra que es válido el instrumento de medición, debido a que, se arroja como resultado un nivel de significancia menor al 0,05 (0,012).

Para obtener la confiabilidad, fue a través de la fórmula estadística Alfa de Crombach.

La prueba de confiabilidad según Hernández, Fernández y Batista (2010, p.302) nos menciona que:

Si obtengo 0,25 = Baja confiabilidad
 Si resulta 0,50 = Fiabilidad media o regular
Si supera 0,75 = Es aceptable
 Si es mayor a 0,90 = Es elevada

Confiabilidad

Tabla N° 02: Estadísticas de fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	267	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	267	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,792	14

Fuente: Elaboración propia

Según los datos lanzados del Alfa de Cronbach, podemos determinar que el nivel de confiabilidad del instrumento de medición es aceptable, ya que nos muestra un resultado de 0,792.

2.5. Métodos de análisis de datos

Se utilizó el programa SPSS, para lograr registrar los datos obtenidos con el instrumento, asimismo nos permitirá analizar e interpretar los resultados estadísticos requeridos para la investigación, este software permitirá obtener los análisis descriptivos.

Seguidamente, para realizar la confiabilidad del instrumento, se debe analizar el coeficiente mostrado en el análisis de fiabilidad.

Además, se realizó la Prueba de normalidad que nos permitirá reconocer que pruebas se aplicará en la contrastación (Pruebas paramétricas o no paramétricas)

1) Análisis Descriptivo

Se presentan los resultados obtenidos según la encuesta realizada con 14 Ítems y 5 alternativas en la escala de Likert.

Pregunta 1:

Tabla N°03: Frecuencia del indicador Atracción

El diseño de la infografía te anima a continuar leyendo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,7	,7	,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	17	6,4	6,4	7,1
	De acuerdo	123	46,1	46,1	53,2
	Totalmente en acuerdo	125	46,8	46,8	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 46.8% de los encuestados está totalmente en acuerdo, con que la infografía te anima a continuar leyendo, mientras que el 0,7% está en desacuerdo.

Pregunta 2:

Tabla N°04: Frecuencia del indicador Comprensión

La infografía te genera una fácil comprensión sobre los estereotipos de la vejez					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni desacuerdo	35	13,1	13,1	13,1
	De acuerdo	131	49,1	49,1	62,2
	Totalmente en acuerdo	101	37,8	37,8	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 49,1% de los encuestados está de acuerdo, con que la infografía es de fácil comprensión mientras que el 13,1 % está ni de acuerdo ni desacuerdo.

Pregunta 3:

Tabla N°05: Frecuencia del indicador Retención

Las imágenes, formas y líneas aplicadas son fáciles de recordar					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	36	13,5	13,5	14,6
	De acuerdo	120	44,9	44,9	59,6
	Totalmente en acuerdo	108	40,4	40,4	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 44,9% de los encuestados está de acuerdo, con que las imágenes, formas y líneas son fáciles de recordar y 1,1% está en desacuerdo.

Pregunta 4:

Tabla N°06: Frecuencia del indicador Utilidad

La infografía te fue útil para ampliar tu información sobre el adulto mayor					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	39	14,6	14,6	15,0
	De acuerdo	117	43,8	43,8	58,8
	Totalmente en acuerdo	110	41,2	41,2	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 43,8% de los encuestados está de acuerdo y el 0,4% está en total desacuerdo, con que la pieza gráfica fue de utilidad para ampliar su información sobre el adulto mayor.

Pregunta 5:

Tabla N°07: Frecuencia del indicador Solidez.

La imagen de la mujer te ayudó a conocer los cambios físicos que surgen en el proceso de envejecimiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1,5	1,5	1,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	22	8,2	8,2	9,7
	De acuerdo	134	50,2	50,2	59,9
	Totalmente en acuerdo	107	40,1	40,1	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 50,2% está de acuerdo, con que el proceso de envejecimiento físico se ve reflejado en la ilustración central y el 1,5% está en desacuerdo.

Pregunta 6:

Tabla N°08: Frecuencia del indicador Símbolos e Iconografía

Las imágenes de la infografía están relacionadas con la información mostrada					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En desacuerdo	2	,7	,7	1,1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	27	10,1	10,1	11,2
	De acuerdo	132	49,4	49,4	60,7
	Totalmente en acuerdo	105	39,3	39,3	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 49,4% de los encuestados está de acuerdo, con que las imágenes tienen relación con la información presentada y 0,4% está en total desacuerdo.

Pregunta 7:

Tabla N°09: Frecuencia del indicador Encuadre

La imagen de la mujer logra ser el centro de interés dentro de la infografía					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	2	,7	,7	,7
	En desacuerdo	1	,4	,4	1,1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	31	11,6	11,6	12,7
	De acuerdo	134	50,2	50,2	62,9
	Totalmente en acuerdo	99	37,1	37,1	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 50,2% de los encuestados está de acuerdo, con que la ilustración central logra ser el centro de interés en la infografía y 0,4% está en desacuerdo.

Pregunta 8:

Tabla N°10: Frecuencia del indicador Edad de Oro

La información proporcionada en la infografía muestra que el adulto mayor puede tener una vejez activa y productiva					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	54	20,2	20,2	20,6
	De acuerdo	128	47,9	47,9	68,5
	Totalmente en acuerdo	84	31,5	31,5	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 47,9% está de acuerdo y 0,4% está en desacuerdo, con que la infografía te muestra que el adulto mayor puede tener una vejez activa y productiva.

Pregunta 9:

Tabla N°11: Frecuencia del indicador Perspectiva Cronológica

La infografía te muestra el miedo a envejecer					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	8	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	14	5,2	5,2	8,2
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	56	21,0	21,0	29,2
	De acuerdo	105	39,3	39,3	68,5
	Totalmente en acuerdo	84	31,5	31,5	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 39,3% de los encuestados está de acuerdo, con que la pieza infográfica refleja el miedo que le tienen los adultos jóvenes a envejecer y 3,0% está en total desacuerdo.

Pregunta 10:

Tabla N°12: Frecuencia del indicador Perspectiva Sociológica

La vejez suele asociarse a incapacidad, soledad, alejamiento de la sociedad e improductividad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	6	2,2	2,2	2,2
	En desacuerdo	8	3,0	3,0	5,2
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	56	21,0	21,0	26,2
	De acuerdo	106	39,7	39,7	65,9
	Totalmente en acuerdo	91	34,1	34,1	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 39,7% de los encuestados está de acuerdo, con que la vejez es asociada a incapacidad, soledad, alejamiento de la sociedad e improductividad y 2,2 % está en total desacuerdo.

Pregunta 11:

Tabla N°13: Frecuencia del indicador Estímulo

Los elementos de la infografía (imágenes, transparencias) te estimularon a interactuar con esta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En desacuerdo	1	,4	,4	,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	43	16,1	16,1	16,9
	De acuerdo	122	45,7	45,7	62,5
	Totalmente en acuerdo	100	37,5	37,5	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 45,7% está de acuerdo y 0,4% está en total desacuerdo, con que el diseño de las capas lo estimularon a interactuar con la infografía.

Pregunta 12:

Tabla N°14: Frecuencia del indicador Receptores Sensoriales

El diseño de la infografía es visualmente agradable					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	30	11,2	11,2	11,6
	De acuerdo	131	49,1	49,1	60,7
	Totalmente en acuerdo	105	39,3	39,3	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 49,1% de los encuestados está de acuerdo, con que la infografía es atractiva y 0,4% está en total desacuerdo.

Pregunta 13:

Tabla N°15: Frecuencia del indicador Expectativas

La infografía muestra una etapa significativa en la vida del ser humano					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	30	11,2	11,2	12,4
	De acuerdo	131	49,1	49,1	61,4
	Totalmente en acuerdo	103	38,6	38,6	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 49,1% de los encuestados está de acuerdo, con que la infografía muestra a la vejez como una etapa representativa en la vida y 1,1% está en desacuerdo.

Pregunta 14:

Tabla N°16: Frecuencia del indicador Motivaciones

La infografía te motiva a informarte más acerca del tema					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En total desacuerdo	1	,4	,4	,4
	En desacuerdo	2	,7	,7	1,1
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	38	14,2	14,2	15,4
	De acuerdo	106	39,7	39,7	55,1
	Totalmente en acuerdo	120	44,9	44,9	100,0
	Total	267	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada para 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Al observar los resultados del instrumento, evidencia que un 44,9% de los encuestados está totalmente en acuerdo, con que el diseño de la infografía los logra motivar a investigar sobre los estereotipos de la vejez y 0,4% está en total desacuerdo.

2) Análisis Inferencial

Para hacer la contratación de hipótesis (General y Específicas) se realizó el análisis inferencial.

Tabla N° 17: Pruebas de normalidad de las variables

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1_INFOGRAFÍA	,084	267	,000	,981	267	,001
V2_PERCEPCIÓN	,127	267	,000	,932	267	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas variables son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05. Así mismo, se deberá aplicar a Pearson.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N° 18: Correlación entre variables

Correlaciones			
		V1_INFOGRÁFI A	V2_PERCEPCI ÓN
V1_INFOGRÁFI A	Correlación de Pearson	1	,548**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
V2_PERCEPCIÓ N	Correlación de Pearson	,548**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,548, según el intervalo de magnitud es correlación positiva media y la significancia es de 0,00. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, rechazando la hipótesis nula.

H¹: Existe relación positiva entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

H₀: Existe relación negativa entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Visualización / Sensación

Tabla N° 19: Pruebas de normalidad visualización / Sensación

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
D1_VIS UA	,151	267	,000	,925	267	,000
D6_SE NSA	,205	267	,000	,895	267	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la primera dimensión: La significancia es menor a 0,05 por lo

que se aplicará una prueba no paramétrica.

En la segunda dimensión: La significancia es menor a 0,05 por lo que se aplicará una prueba no paramétrica. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N° 20: Correlación de visualización / Sensación

Correlaciones			
		D1_VISUA	D6_SENSA
D1_VISUA	Correlación de Pearson	1	,367**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D6_SENSA	Correlación de Pearson	,367**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,367 según el intervalo de magnitud es correlación positiva débil y la significancia es de 0,000. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Visualización / Selección Perceptual

Tabla N° 21: Pruebas de normalidad visualización / selección perceptual

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
D1_VISU A	,151	267	,000	,925	267	,000
D7_SELE C	,199	267	,000	,889	267	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la primera dimensión y segunda dimensión, tienen un nivel de significancia menor a 0,05 por lo que, se les aplicará pruebas no paramétricas y se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N° 22: Correlación de visualización / selección perceptual

Correlaciones			
		D1_VISUA	D7_SELEC
D1_VISUA	Correlación de Pearson	1	,415**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,415**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,415 según el intervalo de magnitud es correlación positiva débil y la significancia es de 0,000. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre visualización y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Principios / Sensación

Tabla N°23: Pruebas de normalidad principios/ sensación

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
D2_PRIN C	,197	267	,000	,896	267	,000
D6_SENS A	,205	267	,000	,895	267	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas dimensiones son pruebas no paramétricas, porque son menores a 0.05. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°24: Correlación de principios / sensación

Correlaciones			
		D2_PRINC	D6_SENSA
D2_PRINC	Correlación de Pearson	1	,297**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D6_SENSA	Correlación de Pearson	,297**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,297 según el intervalo de magnitud es correlación positiva débil y la significancia es de 0,000. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Principios / Selección Perceptual

Tabla N°25: Pruebas de normalidad principios / selección perceptual

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
D2_PRINC	,197	267	,000	,896	267	,000
D7_SELEC	,199	267	,000	,889	267	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas dimensiones son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°26: Correlación de principios / selección perceptual

Correlaciones			
		D2_PRINC	D7_SELEC
D2_PRINC	Correlación de Pearson	1	,342**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,342**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,342 según el intervalo de magnitud es correlación positiva débil y la significancia es de 0,000. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

Ilustración / Sensación

Tabla N°27: Pruebas de normalidad ilustración / sensación

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D3_ILUSTR	,222	267	,000	,886	267	,000
D6_SENSA	,205	267	,000	,895	267	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas dimensiones son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05.

Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°28: Correlación de ilustración / sensación

Correlaciones			
		D3_ILUSTR	D6_SENSA
D3_ILUSTR	Correlación de Pearson	1	,360**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D6_SENSA	Correlación de Pearson	,360**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,360 según el intervalo de magnitud es correlación positiva débil y la significancia es de 0,000. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Ilustración / Selección perceptual

Tabla N°29: Pruebas de normalidad ilustración / selección perceptual

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D3_ILUSTR	,222	267	,000	,886	267	,000
D7_SELEC	,199	267	,000	,889	267	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas dimensiones son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°30: Correlación de Ilustración/ selección perceptual

Correlaciones			
		D3_ILUSTR	D7_SELEC
D3_ILUSTR	Correlación de Pearson	1	,347**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,347**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,347 según el intervalo de magnitud es correlación positiva débil y la significancia es de 0,000. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre diseño ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Estereotipos Optimistas / Sensación

Tabla N°31: Pruebas de normalidad estereotipos optimistas/ sensación

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D4_EST_OPT	,243	267	,000	,814	267	,000
D6_SENSA	,205	267	,000	,895	267	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas dimensiones son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°32: Correlación de estereotipos optimistas / sensación

Correlaciones			
		D4_EST_OPT	D6_SENSA
D4_EST_OPT	Correlación de Pearson	1	,125*
	Sig. (bilateral)		,041
	N	267	267
D6_SENSA	Correlación de Pearson	,125*	1
	Sig. (bilateral)	,041	
	N	267	267
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,125 según el intervalo de magnitud es correlación positiva muy débil y la significancia es de 0,04, ya que la mayoría de las personas tiene una percepción generalizada sobre los adultos mayores y no se dan cuenta que cada día estamos envejeciendo y no nos preparamos para recibir la vejez. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis nula que sí existe relación entre los estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Estereotipos Optimistas / Selección perceptual

Tabla N°33: Pruebas de normalidad estereotipos optimistas/ selección perceptual

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D4_EST_OPT	,243	267	,000	,814	267	,000
D7_SELEC	,199	267	,000	,889	267	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas dimensiones son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°34: Correlación de estereotipos optimistas / selección perceptual

Correlaciones			
		D4_EST_OPT	D7_SELEC
D4_EST_OPT	Correlación de Pearson	1	,217**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,217**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,217 según el intervalo de magnitud es correlación positiva muy débil y la significancia es de 0,000, debido a que la población conserva una idea equivocada frente al adulto mayor, creen que la mayoría de este grupo etario no logra tener una vejez activa y productiva. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre los estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Estereotipos Negativista / Sensación

Tabla N°35: Pruebas de normalidad estereotipos negativistas / sensación

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
D5__EST_NEG	,180	267	,000	,896	267	,000
D6_SENSA	,205	267	,000	,895	267	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de ambas dimensiones son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°36: Correlación de estereotipos negativistas / sensación

Correlaciones			
		D5__EST_NEG	D6_SENSA
D5__EST_NEG	Correlación de Pearson	1	,241**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D6_SENSA	Correlación de Pearson	,241**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,241 según el intervalo de magnitud es correlación positiva muy débil y la significancia es de 0,000, porque estamos atravesando una realidad latente pero ignorada a su vez, obstruimos nuestros pensamientos con estereotipos negativos, omitiéndolo por miedo a envejecer. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis investigación.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre estereotipos negativistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

Estereotipos Negativista / Selección perceptual

Tabla N°37: Pruebas de normalidad estereotipos negativistas / selección

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
D5__EST_NEG	,180	267	,000	,896	267	,000
D7_SELEC	,199	267	,000	,889	267	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos en la tabla el nivel de significancia de dimensiones son pruebas no paramétricas porque son menores a 0.05. Así mismo, se aplicará la correlación de Pearson, ya que ambas son iguales.

Basado en el coeficiente de correlación de Pearson:

Tabla N°38: Correlación de estereotipos negativistas / selección perceptual

Correlaciones			
		D5__EST_NEG	D7_SELEC
D5__EST_NE G	Correlación de Pearson	1	,256**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,256**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

La correlación es de 0,256 según el intervalo de magnitud es correlación positiva débil y la significancia es de 0,00. Lo que nos evidencia que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

De este modo, se acepta la hipótesis de investigación que sí existe relación positiva entre estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2017.

2.6. Aspectos éticos

La presente investigación no contiene plagio, ya que se basa en autores confiables y reconocidos en el tema de investigación, esto se ve reflejado en las referencias bibliográficas. Por otro lado, no se manipularon los datos del instrumento de medición, puesto que se evita contaminar los resultados.

III. RESULTADOS

De los resultados más relevantes para la investigación, se puede rescatar lo siguiente:

Tabla N° 18: Correlación entre variables

Correlaciones			
		V1_INFOGRÁFI A	V2_PERCEPCI ÓN
V1_INFOGRÁFI A	Correlación de Pearson	1	,548**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
V2_PERCEPCIÓ N	Correlación de Pearson	,548**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Para la contrastación de la hipótesis general, se demuestra que existe una relación positiva entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de la plaza San Martín. Esto se indica en la tabla N° 18 una correlación positiva media de 0,548 con una significancia de 0,00. Lo que revela que esta pieza gráfica logro una buena aceptación; ya que los elementos gráficos estuvieron bien distribuidos en el espacio, las tipografías se complementaban con el resto de la infografía, se lograron identificar los tipos de estereotipos sobre la vejez y la figura central de la mujer, generó un impacto visual, porque muestra de forma interactiva por medio de la aplicación del proceso de envejecimiento físico hasta finalmente lograr

visualizar a una adulta mayor, de modo que todos estos aspectos contribuyeron a lograr una mejor comprensión y retención del tema.

Tabla N° 20: Correlación de visualización / Sensación

Correlaciones			
		D1_VISUA	D6_SENSA
D1_VISUA	Correlación de Pearson	1	,367**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D6_SENSA	Correlación de Pearson	,367**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Así mismo, la visualización (atracción, comprensión y retención) en la tabla N°20 muestra una correlación positiva débil de 0,360 y significancia de 0,000 entre sensación (estímulo y receptores sensoriales) en los transeúntes de la plaza San Martín, Lima, 2018. Por consiguiente, estos elementos contribuyeron en el espectador a una buena aceptación de la propuesta gráfica, se impone el uso del lenguaje visual para producir un recurso de enseñanza actualizada, debido a que es una pieza dinámica en la que se pueden interactuar con las capas transparentes que van a mostrar por imágenes como va cambiando la mujer hasta llegar a la etapa de la vejez, finalmente demostró que la infografía es visualmente atractiva.

Tabla N° 22: Correlación de visualización / selección perceptual

Correlaciones			
		D1_VISUA	D7_SELEC
D1_VISUA	Correlación de Pearson	1	,415**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,415**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Los resultados obtenidos en la contrastación de dimensiones como visualización (atracción, comprensión y retención) en la tabla N°22 muestra una correlación positiva débil de 0,415 y una significancia de 0,000 entre selección perceptual (experiencias y motivaciones) en los transeúntes de la plaza San Martín, Lima, 2018. La gran mayoría de jóvenes adultos evidencian que el diseño de la infografía los animó a continuar leyendo, ya que permitió una fácil comprensión sobre los estereotipos de la vejez y los elementos gráficos, esto por su simplicidad fueron fáciles de reconocer. Por lo que, se obtuvieron resultados positivos, gracias a la buena interacción que tuvieron con la pieza gráfica que aportó en las personas el lograr reconocer la vejez como futura realidad debido a que mostro que la vejez es la etapa más significativa en la vida del ser humano.

Tabla N°26: Correlación de principios / selección perceptual

Correlaciones			
		D2_PRINC	D7_SELEC
D2_PRINC	Correlación de Pearson	1	,342**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,342**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Por otro lado, los principios (utilidad y solidez) en la tabla N°26 muestra una correlación positiva débil de 0,342 con una significancia de 0,000 entre selección perceptual (experiencias y motivaciones) en los transeúntes de la plaza San Martín, Lima, 2018. Esto prueba que la infografía logro ampliar la información que las personas tenían sobre el adulto mayor, la cual según los resultados evidencian la existencia de dichos estereotipos generalizadores sobre la vejez, los cuales afectan al adulto mayor, por lo que el contenido de la infografía brindo conocimientos sólidos y eficaces que ayudaron a que las personas puedan reflexionar que envejecemos cada día y no nos ponemos a pensar en cómo quisiéramos vivir nuestro envejecimiento de manera saludable, sin llenarnos de ideas negativas en contra de la vejez que obstruyen nuestros pensamientos de lo real y lo conciso.

Tabla N°28: Correlación de ilustración / sensación

Correlaciones			
		D3_ILUSTR	D6_SENSA
D3_ILUSTR	Correlación de Pearson	1	,360**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D6_SENSA	Correlación de Pearson	,360**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

De la misma manera, la ilustración (símbolos e iconografía y encuadre) en la tabla N°28 muestra una correlación positiva débil de 0,360 con una significancia de 0,000 entre sensación (estímulo y receptores sensoriales) en los transeúntes de la plaza San Martín, Lima, 2018. La figura central de la mujer logro ser el centro de interés dentro de la composición porque, trata que las personas se sientan reflejados, por medio de la idea de un espejo que muestra en primera instancia a una adulta joven, la cual va captar al espectador, ya que podrán apreciar como el rostro va cambiando, como un efecto de paso del tiempo hasta llegar a la vejez y por otro lado las imágenes de la infografía se relacionaron positivamente con la información presentada, por ello los resultados obtenidos fueron favorables.

Tabla N°30: Correlación de Ilustración/ selección perceptual

Correlaciones			
		D3_ILUSTR	D7_SELEC
D3_ILUSTR	Correlación de Pearson	1	,347**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	267	267
D7_SELEC	Correlación de Pearson	,347**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	267	267

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia, encuesta realizada a 167 transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima.

Igualmente, la ilustración (símbolos e iconografía y encuadre) en la tabla N°30 muestra una correlación positiva débil de 0,347 y una significancia de 0,000 entre selección perceptual (experiencias y motivaciones) en los transeúntes de la plaza San Martín, Lima, 2018. Estos indicadores fueron componentes importantes para la infografía, ya que la imagen principal fue la que captó la atención del espectador beneficiándolos con un recurso visual que contiene un estudio completo, atractivo que contribuye para su futuro y los motiva a informarse más acerca del tema expuesto.

IV. DISCUSIÓN

Esta investigación tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

Luego de analizar los resultados obtenidos de este proyecto, se demostró que existe una relación positiva media entre las dos variables. De modo que se confirma la hipótesis general y se evidencia que el diseño de la infografía sobre los estereotipos de la vejez, que al presentarse de manera interactiva aportó en los transeúntes una forma más eficaz para comprender el tema expuesto Aplicando recursos visuales que contribuyen una mejor retención en el espectador, este resultado se ve respaldado por la tesis de licenciatura de Travezaño (2017), que en su estudio titulado *Infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes de 3ro, 4to y 5 to de secundaria de los I.E de Independencia, Lima, 2017*. El diseño de este proyecto de investigación es no experimental de corte trasversal, tipo correlacional con enfoque cuantitativo, por ello semejante al nuestro. Además, Travezaño contó con una población de 905 estudiantes, la autora concluyo que existe correlación positiva alta entre la variable infografía y percepción, cumpliendo con el objetivo general planteado en la mencionada tesis, de manera que demuestra que la aplicación de esta pieza grafica permite que los alumnos interpreten el tema de una forma más fácil, ya que se usó un diseño novedoso y atrayente. Nuestra investigación en la contrastación de la primera hipótesis especifica tiene una correlación en las dimensiones visualización y sensación, obtuvieron una correlación positiva débil y al igual que en la tesis de Travezaño quien tiene parecidas las dimensiones, debido a que la autora usa como dimensiones a visualización y estímulo Las cuales para este proyecto en la dimensión sensación contiene como indicador a estímulo, lo que evidencia una semejanza en las dos tesis y como resultados Travezaño obtiene una correlación positiva moderada, lo que confirma la aceptación de hipótesis.

Se confirma que la visualización, es un factor importante para lograr un aprendizaje significativo, debido a que las representaciones gráficas son un punto clave en la infografía, porque facilitan la comprensión de un tema complejo con la finalidad de lograr una fácil retención que promueva al espectador a continuar observando la pieza, para ello usan los receptores sensoriales que responden a un

estímulo que para lograr ser captado por el lector, la infografía debe ser atractiva y eficaz.

En la tesis de licenciatura de Gómez (2017), denominada *Diseño de una infografía sobre el reciclaje de vidrio y la percepción de los estudiantes de 4to a 6to grado de primaria de tres I.E. de los Olivos, Lima 2017*, quien cuenta con las mismas variables, además de aplicar la misma metodología que nuestra tesis, pero con una diferencia en la población, ya que nosotros aplicamos una población infinita mientras que Gómez aplica una finita, que contiene una muestra de 273 estudiantes, la cual supera la muestra de la presente investigación. La correlación que obtuvo el investigador fue correlación positiva media, por lo que afirma que si existe relación entre variables. Por consiguiente demuestra que la presentación de una propuesta gráfica innovadora y dinámica que utilice señales visuales para comunicar la información promueve la fácil comprensión de un tema.

Del mismo modo en la investigación de Mariñas (2013), egresado de la Universidad Privada del Norte de la provincia de Trujillo, con su tesis titulada, *Diseño de infografías publicadas en el Diario La Industria – 2013 como herramienta periodística para consolidar una percepción favorable en el público lector*. Así mismo, la metodología de estudio fue transversal de carácter exploratorio que se diferencia de nuestra investigación que es correlacional. Mientras que la autora aplicó una muestra de 370 personas entre las edades de 16-60 años, mayor a la nuestra, pero con la misma población de 1000. El estudio de Mariñas se relaciona parcialmente con nuestro proyecto, porque ambas investigaciones aplican la infografía como herramienta que consolida una percepción favorable en el lector. Es decir, proporciona elementos visuales que permiten comprender el tema, remarcando la importancia de los recursos gráficos. Aporta al lector un medio de comunicación eficaz, para ello se deben aplicar gráficos informativos claros que no se vuelvan elementos distractores, que contengan la composición adecuada y presente una uniformidad visual en cuanto a la tipografía, por ende el diseñador debe saber diseñar y pensar gráficamente para lograr retener con la infografía al lector.

Finalmente, Rodríguez (1989) en su libro *La vejez: historia y actualidad*, menciona sobre los estereotipos contemporáneos sobre la vejez que son mitos y creencias fuertemente asentadas. Teniendo como teoría dos tipos de estereotipos los

optimistas o idealistas, la que sobrevaloran la vejez como la edad de oro, en la cual el adulto mayor queda libre de la carga familiar, el trabajo y los impulsos juveniles irracionales, de modo que son libres de disfrutar del ocio y paz. Por otro lado están los estereotipos negativistas o peyorativos, son ideas estigmatizadoras que deterioran los derechos y capacidades de las personas de edad avanzada. Ambas actitudes son extremas o falsas. Esta teoría contribuyó en la elección del tema, ya que actualmente vivimos una realidad ignorada a la vez, en la que generalizamos al adulto mayor, aceptamos hechos irreales, pero que son admitidos por la población como tales que pueden tener consecuencias sobre los adultos mayores como una profecía autocumplida, originando el cumplimiento a lo que se espera de ellos, como por ejemplo, si se espera que este grupo etario sean sedentarias, será más difícil animarlas a participar en actividades como ejercicio físico, lo que puede causar efectos futuros sobre la salud física de las personas y provocar de forma efectiva y real el estereotipo nombrado.

La teoría nos ayudó a esclarecer la temática de los tipos de estereotipos de la vejez y así de esta forma nuestra investigación pueda contribuir a que tanto personas mayores como sus familiares difundan la imagen del adulto mayor más acorde con la realidad.

V. CONCLUSIONES

Tras analizar y afirmar la hipótesis general se logró determinar que se cumple con el objetivo general que existe relación entre la infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018, obteniendo como resultado una correlación positiva media de 548, lo que evidencia que el diseño de la infografía fue aceptado por los transeúntes, ya que se logró una buena percepción, debido a que se presentó un diseño interactivo que genere impacto visual, para que se logre una mejor comprensión del tema expuesto.

La visualización (atracción, comprensión y retención) presente en la infografía tubo una correlación positiva débil de 0,367 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de sensación (estímulo y receptores sensoriales). Por lo tanto existe relación positiva entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Lo que demuestra que esta investigación destaca el contenido más relevante, para convertirlo en información gráfica que pueda ser procesada de forma eficaz por los espectadores, de modo que se aplica como herramienta para quitarle la complejidad a un tema y se pueda lograr una buena percepción.

La visualización (atracción, comprensión y retención) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,415 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de selección perceptual (experiencias y motivaciones). Por lo tanto existe relación positiva entre visualización y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Lo que demuestra que el diseño de la infografía logró ser atractivo y permitió que el lector pueda retener y comprender de una forma dinámica los estereotipos sobre la vejez, de esta manera se pudo mostrar que la vejez es una etapa significativa en la vida del ser humano y nuestra futura realidad que se debe tomar en cuenta ya que, estamos envejeciendo día a día, mientras nos llenamos de ideas peyorativas y generalizadoras sobre el adulto mayor.

Los principios (utilidad y solidez) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,267 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de

sensación (estímulo y receptores sensoriales). Por lo tanto existe relación positiva entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Debido a que la aplicación de estos factores en la infografía contribuye a obtener resultados óptimos que favorezcan con un aprendizaje para el espectador.

Los principios (utilidad y solidez) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,342 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de selección perceptual (experiencias y motivaciones). Por lo tanto existe relación positiva entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Lo que evidencia que para lograr una composición equilibrada y estéticamente visual, se requieren de estos principios que aportaran a la pieza una enseñanza significativa.

La ilustración (símbolos e iconografía y encuadre) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,360 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de sensación (estímulo y receptores sensoriales). Por lo tanto existe relación positiva entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. La ilustración es la base de toda pieza que toma un contenido informático y lo presenta gráficamente, para hacer más atractivo el resultado.

La ilustración (símbolos e iconografía y encuadre) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,347 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de selección perceptual (experiencias y motivaciones). Por lo tanto existe relación positiva entre ilustración y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. De tal modo, la ilustración brinda calidad al diseño y permite mostrar el mensaje deseado, solo si es aplicado correctamente sin generare como elemento distractor.

Los estereotipos optimistas (edad de oro) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,125 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de sensación (estímulo y receptores sensoriales). Por lo tanto existe relación positiva entre los estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Por consiguiente, atravesamos

una realidad que es ignorada a su vez, en la que generamos mitos idealizados y negativos sobre las personas de la tercera edad.

Los estereotipos optimistas (edad de oro) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,217 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de selección perceptual (experiencias y motivaciones). Por lo tanto existe relación positiva entre los estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Lo que demuestra que las personas al entrar en la edad de oro, se desligan de cualquier ámbito sea social, laboral, económico en donde pueden realizar una vejez activa y productiva.

Los estereotipos negativistas (perspectiva cronológica y perspectiva sociológica) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,241 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de sensación (estímulo y receptores sensoriales). Por lo tanto existe relación positiva entre los estereotipos negativistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Puesto que, la mayoría no aceptan la vejez como una etapa más en la vida del ser humano, veneran la imagen joven y la belleza, generando interpretaciones discriminatorias y viendo el proceso de envejecimiento como una etapa de retroceso y deterioro.

Los estereotipos negativistas (perspectiva cronológica y perspectiva sociológica) presente en la infografía tiene una correlación positiva débil de 0,256 y un nivel de significancia de 0,000 con los elementos de selección perceptual (experiencias y motivaciones). Por lo tanto existe relación positiva entre los estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. Lo que demuestra nos enfrentamos a una sociedad que tiene percepciones exageradas de la vejez, en donde clasifican a las personas partiendo de sus edades, deteriorando sus capacidades y generalizándolos.

VI. RECOMENDACIONES

Emplear la infografía como herramienta que contribuye como medio de enseñanza, debido a que cumple la función de tomar la información más esencial de un tema para convertirlo en información gráfica, de tal modo que aporta para una mejor comprensión y retención de un tema.

Así mismo, el aplicar piezas didácticas, multimedia e interactivas que salgan fuera de lo convencional, logra atraer de forma eficaz al lector y genera un impacto visual, ya que al generar una interacción entre la infografía con el espectador proporciona un resultado más satisfactorio, logrando cumplir con los objetivos principales, como el de emitir un mensaje que llegue a ser representativo para la sociedad.

De igual modo, para lograr que el diseño logre ser aceptado por el público objetivo y pueda logra obtener una buena percepción es fundamental cumplir con todos los elementos requeridos en la infografía, como logra una buena composición sin generar elementos distractores, presentando una pieza estéticamente agradable, innovadora, para que se viable y efectiva.

Por otro lado, con respecto al adulto mayor, se sugiere rescatar los valores que encarnan a las personas mayores como la serenidad, la experiencia, el respeto, la independencia o la memoria, incluir a las personas mayores como parte de la población en plano de igualdad con los demás colectivos, en todo tipo de información, evitar el lenguaje peyorativo, paternalista y discriminatorio, que contribuye a reforzar los estereotipos sociales sobre las personas mayores. También propiciar desde los medios el tratamiento de los temas con una perspectiva intergeneracional, dar voz a los mayores, como ciudadanos independientes, protagonistas de sus propias vidas y acabar con su invisibilidad recurriendo a ellos como fuente informativa.

Finalmente, se debe tener en cuenta las tendencias actuales que se van generando, como también los avances tecnológicos, para la construcción de cualquier pieza infográfica.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aldave, S. Montserrat, S. y Varela, S. (2014). *Características y necesidades de las personas en situación de dependencia*. Madrid, España: Paraninfo. Recuperada de https://books.google.com.pe/books?id=HN37CAAAQBAJ&pg=PR4&lpg=PR4&dq=Espa%C3%B1a+seg%C3%BAn+Aldave,+Montserrat+y+Varela+2014&source=bl&ots=kjf4x2zDg3&sig=bAeFcL6pasqcV_3RqpSWATFtufc&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiqXNHjpOTWAhVBI5AKHX_1AOkQ6AEILTAB#v=onepage&q=Espa%C3%B1a%20seg%C3%BAn%20Aldave%2C%20Montserrat%20y%20Varela%202014&f=false

Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Shalom. Recuperada de <http://www.trabajosocialbadajoz.es/colegio/wp-content/uploads/2011/05/Intriducci%C3%B3n-a-la-Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n.pdf>

Cáceres, F. (2009). *Modulo digital de aprendizaje basado en infografías interactivas para materia de segundo año medio*. (Tesis de Licenciatura,). Recuperada de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111165/caceres_f.pdf?sequence=1

Carbajo, M. (noviembre, 2009). Mitos y estereotipos sobre la vejez. Propuesta de una concepción realista y tolerante”, en *ENSAYOS, Revista de la Facultad de Educación de Albacete*. Recuperada de [file:///C:/Users/Jackeline/Downloads/Dialnet-MitosYEstereotiposSobreLaVejezPropuestaDeUnaConcep-3282988%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Jackeline/Downloads/Dialnet-MitosYEstereotiposSobreLaVejezPropuestaDeUnaConcep-3282988%20(2).pdf)

Cano, L. (2011). *La infografía como recurso estilístico para facilitar la comprensión de la información periodística*. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0881.pdf

- García, F (2005). *Vejez, envejecimiento y sociedad en España S XVI - XXI*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla - La Mancha. Recuperada de https://books.google.com.pe/books?id=Pm-um_-5BLoC&pg=PA211&dq=antropolog%C3%ADa+de+la+vejez&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiG2cLzpo_XAhUBI5AKHURLCMEQ6AEITTAI#v=onepage&q=antropolog%C3%ADa%20de%20la%20vejez&f=false
- Gómez, M. (2017). *Diseño de una infografía sobre el reciclaje de vidrio y la percepción de los estudiantes de 4to a 6to grado de primaria de tres colegios de Los Olivos, Lima – 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo.
- Guadalupe, B. (2016). *Infografía sobre el tabaquismo y la percepción de los adolescentes de 2do a 5to de secundaria en dos I.E. de los Olivos, Lima, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ª ed.). México: Mc GRAW-HILL.
- Lanknow, J., Ritchir, J. y Crooks, R. (2012). *Infografía, el poder del storytelling visual*. Barcelona, España: Grupo Planeta.
- Mariñas, L. (2014). *Diseño de infografías publicadas en el Diario La Industria – 2013 como herramienta periodística para consolidar una percepción favorable en el público lector* (Tesis de titulación). Recuperada de <https://es.scribd.com/doc/267126588/Tesis-Diseno-de-Infografias-Publicadas-en-El-Diario-La-Industria-Como-Herramienta-Periodistica-Para-Consolidar-Una-Percepcion-Favorable-en-El-Publico#>
- Rodríguez, S. (1989). *La vejez: historia y actualidad*. España: Universidad de Salamanca. Recuperada de https://books.google.com.pe/books?id=6SWOOwNgdg0C&pg=PA30&dq=esteretipos++de+la+vejez&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi4_OiTvqbWAhWCy4MKHV_qC5EQ6AEIKjAB#v=onepage&q=esteretipos%20%20de%20la%20vejez&f=false

- Serna, I. (2003). *La vejes desconocida: una mirada desde la biología a la cultura*. Madrid: Ediciones Días de Santos, S.A. Recuperada de <https://books.google.com.pe/books?id=HqWglpK0-bQC&pg=PA13&dq=antropolog%C3%ADa+de+la+vejes&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi9kbiL9Y7XAhVCx5AKHe71AyQQ6AEIJTAA#v=onepage&q=antropolog%C3%ADa%20de%20la%20vejes&f=false>
- Solomon, L. (2008). *Comportamiento del consumidor*. (10ª ed.). México: Pearson Educación.
- Tasayco, J. (2017). *Infografía sobre l contaminación del aire y la percepción de estudiantes de 3ro a 6to grado de primaria de 3 I.E. del distrito S.M.P, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo.
- Travezaño, A. (2017). *La infografía sobre el bullying y la percepción de los estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos I.E. de Independencia, Lima, 20117* (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo
- Vela, G. (2017). *Relación entre el uso de ilustraciones en el cuento "La Cosecha-intro" y la percepción visual en los adolescentes entre 12 y 15 años del C.E.D. El Buen Pastor en Los Olivos, Lima, 2017*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo.
- Yauri, C. (2016). *Relación de la infografía y la percepción sobre el uso correcto de envases de plástico en alumnos de primarias del colegio I.E. N° 2029 Simón Bolívar, San Martín de Porres, Lima, 2016*. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo.
- Yocupicio, M. (Diciembre de 2009). Artes visuales: Formatos y encuadres [Mensaje en un blog]. Recuperada de <http://artesvisuales25.blogspot.pe/2009/12/>

ANEXO 1: BRIEF



Brief

El siguiente brief, describirá la infografía efectuada, la elaboración de recursos con los que se contó, los elementos gráficos, los medios y soportes aplicados para obtener una comunicación eficaz con el target. La realización se llevó a cabo después de un arduo proceso para lograr los objetivos finales.

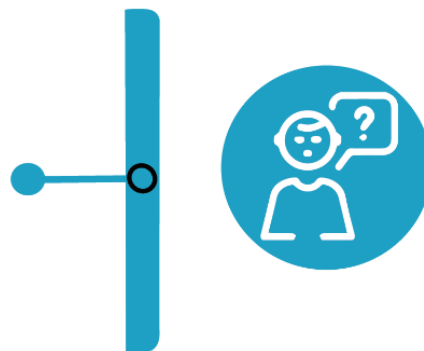


DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

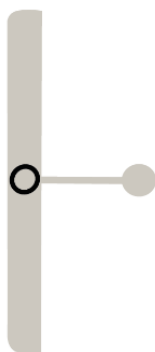
La presente infografía, pretende mostrar los estereotipos sobre la vejez, el cual le permite al público obtener, comprender fácilmente de una forma interactiva el tema expuesto. La infografía, muestra por medio de capas transparentes, el proceso de envejecimiento de una joven adulta hasta llegar a convertirse en una adulta mayor.

PROBLEMA SOCIAL

Vivimos en una sociedad que casi siempre rechaza la vejez y no lo acepta como futura realidad. Estamos envejeciendo día a día y no pensamos como quisiéramos vivir nuestro envejecimiento de una forma activa y productiva, estamos obstruyendo nuestros pensamientos con tantos estereotipos negativos que nublan la idea de lo real y conciso.



RETO



1. Identificación de los tipos de estereotipos sobre la vejez
2. Reconocer la vejez como futura realidad
3. Valoración y respeto al adulto mayor
4. Generar sensibilizar a la población
5. Demostrar que existen adultos mayores que pueden tener una vejez activa y productiva.
6. Mostrar el incremento del adulto mayor y aumento de esperanza de vida.

OBJETIVOS



Fácil comprensión del tema expuesto

Lograr la interacción entre el público objetivo y la infografía

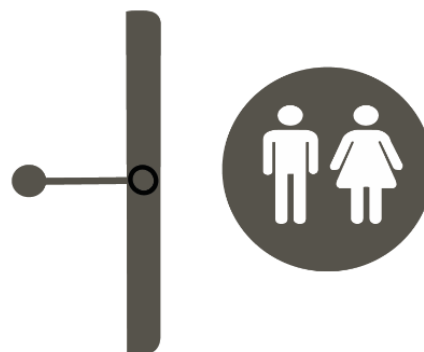
Promover una mejor cultura de envejecimiento

Fomentar las áreas de interacción social y cultural, y el desarrollo pleno, participativo y activo de el adulto mayor

PÚBLICO OBJETIVO

El target está compuesto por adultos jóvenes entre las edades de 20 a 35 años que transitan en la Plaza San Martín:

- De nivel socioeconómico A, B y C.
- Todas las religiones.
- Estudiantes y Trabajadores
- Solteros, con pareja o familia.
- Independientes o viven con sus padres
- Les gusta viajar, leer, comprar cosas para el hogar.
- Están siempre interconectados.

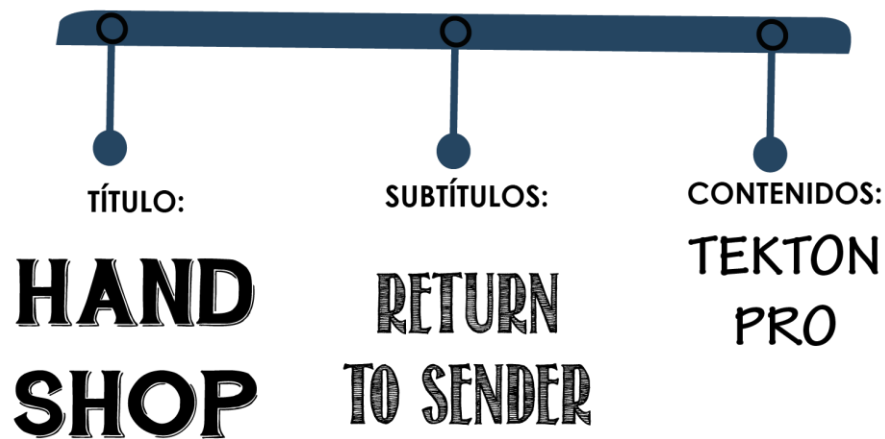


TIPOGRAFÍA



Las tipografías tienen un diseño vintage que se complementa con el resto de la infografía, Nos ofrece frescura, transmite seguridad, confianza, elegancia y es versátil.

Este tipo de escritura refleja una sensación de tradicionalidad y dedicación, con un toque bohemio muy atractivo y diferenciado.



COLOR

La gama de colores aplicados en esta infografía, representando este estilo de diseño gráfico “estilo vintage” suelen ser colores pálidos más que fuertes e impactantes. Los tonos pastel dominan este estilo.






Para este diseño se usaron dos gamas de colores:

1. Representa al adulto joven: Es el azul, que propicia la calma, la productividad y la serenidad, También es sinónimo de confianza y seguridad, al verde,






El verde: Es un color relajante y refrescante que induce a quién lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud.

2. Representa al adulto mayor: Color marrón y gris, asociado con la sobriedad, el respeto y la seriedad. Son los colores más relacionado con la vejez.

Representa al Adulto Joven

	#254460 R: 37 C: 91% G: 68 M: 66% B: 96 Y: 39% K: 30%
	#5CC1D4 R: 92 C: 61% G: 193 M: 0% B: 212 Y: 18% K: 0%
	#DCEAC9 R: 220 C: 18% G: 234 M: 0% B: 201 Y: 28% K: 0%
	#CBE3C3 R: 203 C: 25% G: 227 M: 0% B: 195 Y: 31% K: 0%
	#93BA9D R: 147 C: 48% G: 186 M: 12% B: 157 Y: 44% K: 0%

Representa al Adulto Mayor

	#836C58 R: 131 C: 38% G: 108 M: 46% B: 88 Y: 56% K: 33%
	#EEEFEC R: 238 C: 8% G: 239 M: 4% B: 236 Y: 8% K: 0%
	#ABA398 R: 171 C: 34% G: 163 M: 29% B: 152 Y: 36% K: 9%
	#C1CFD0 R: 193 C: 29% G: 207 M: 12% B: 208 Y: 18% K: 0%
	#737E84 R: 115 C: 56% G: 126 M: 12% B: 132 Y: 36% K: 0%

FORMA, TAMAÑO Y MATERIALES

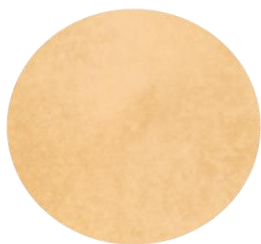
Formato ovalado, tamaño A0, con un marco ornamental, que genera la sensación de ser un espejo.

Los materiales usados son:

- 4 Viniles transparentes y 1 blancos A1
- Marco ornamental ovalado de trupan
- Plancha de trupan tamaño A1
- Pintura látex para el marco
- PVC 6metros



FONDO DE TEXTURA RUIDOSA



La textura que contiene la infografía, es de un color cálido con formas sencillas. Acompañado con un fondo con ruido como recurso para alcanzar el estilo vintage. Siempre de forma suave que no moleste visualmente al contenido principal, para no desviar la atención del espectador.



BOCETO

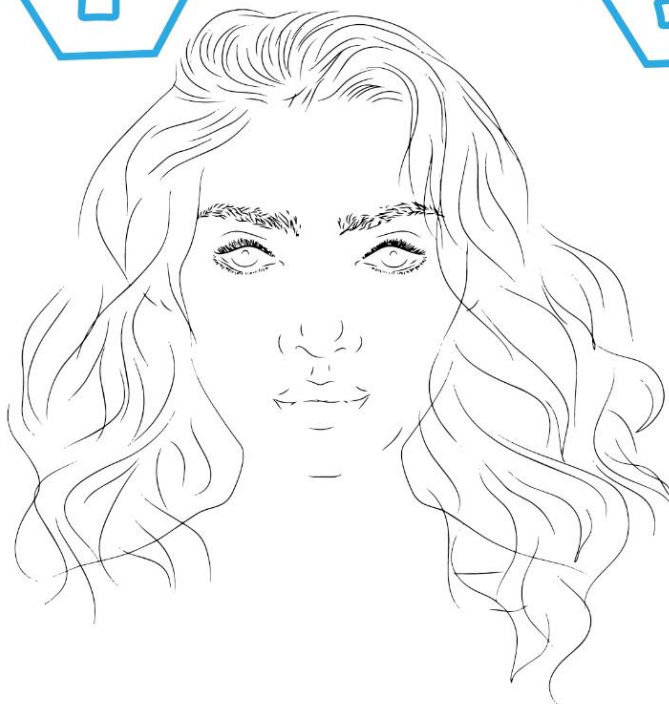


Representación del boceto lineal por capas en la que se muestra en primera instancia, el rostro de una joven al que se le van apareciendo una serie de facciones que muestra el proceso de envejecimiento.

la
la
te
te
o.



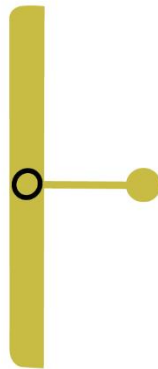
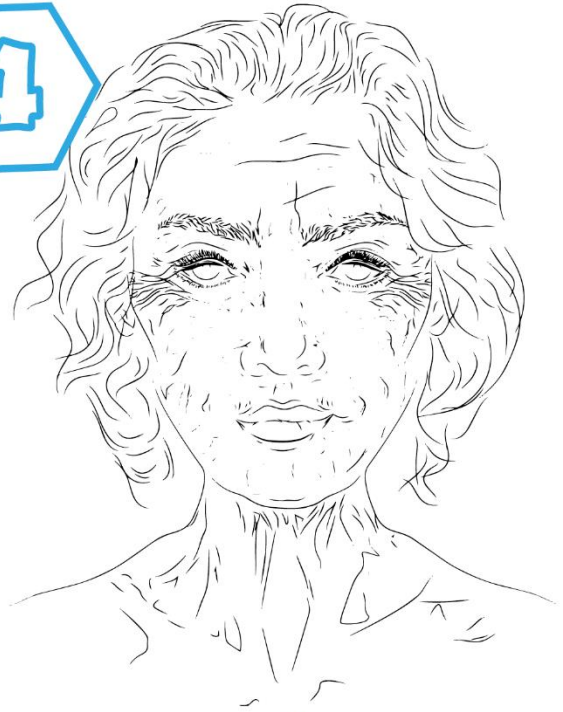
BOCETO DIGITAL



3



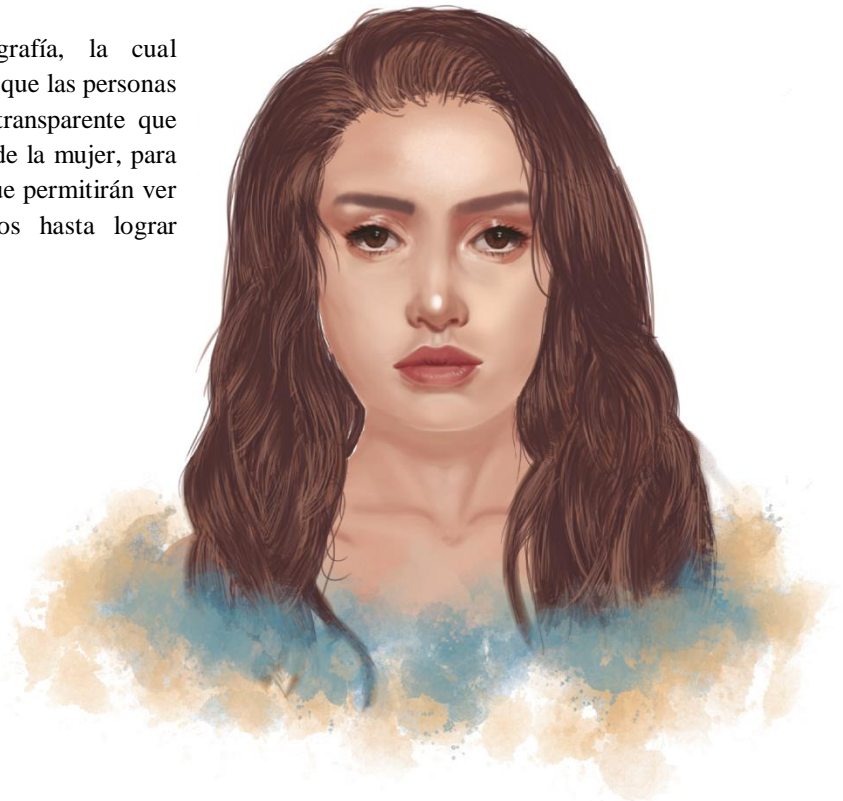
4



PROPUESTA GRÁFICA

Para el desarrollo de esta propuesta, se realizó una infografía interactiva y dinámica, que permite a la población una mejor comprensión del tema, impulsando al uso de la percepción, por medio de la aplicación unas capas transparentes que permiten apreciar el proceso físico del envejecimiento. Beneficiándolos con un recurso visual que contiene un estudio completo, atractivo, que impone el uso del lenguaje visual, para producir un recurso de enseñanza actualizada.

Ilustración central de la infografía, la cual representa a una adulta joven en el que las personas podrán quitarle la primera capa transparente que contiene la impresión del cabello de la mujer, para luego pasar las siguientes capas que permitirán ver como surgen los cambios físicos hasta lograr convertirse en una adulta mayor.





Capa 1



Capa 2



Capa 3

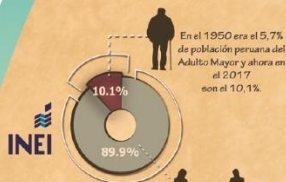
FASE 1

EL ESPEJO DE TU VIDA



ESTEREOTIPOS

Imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas que representan a las características generalizadas del adulto mayor.



INEI



Resto de población peruana.

VEJEZ

Último periodo de vida de una persona, que sigue a la madurez y en el cual se tiene edad avanzada.



ENVEJECIMIENTO

Conjunto de transformaciones y/o cambios que aparecen a lo largo de la vida.



ADULTO MAYOR

Término reciente que se le da a personas que tienen más de 65 años de edad.



ESTEREOTIPOS OPTIMISTAS

Imagen idealizada del adulto mayor.

EDAD DE ORO
Etapas de satisfacción personal. La persona se desliga del trabajo, la carga familiar y disfruta de una vejez activa.

OCIO
Tiempo libre para las actividades productivas y recreativas.

VEJEZ PRODUCTIVA
Optimizan las oportunidades de bienestar físico, social y mental. Ignorando la productividad y una mejor calidad.

JUBILACION
Etapas en donde el envejecimiento ha pasado un tiempo de realización intelectual y físico.

ENFERMEDAD

Cuando la vejez es el reflejo de enfermedad o discapacidad.

GERONTOFOBIA
(Miedo a envejecer) discriminación en contra el adulto mayor. Apartado de clubes, historias, historias tristes y humor.

SOLEDAD
Se representa al adulto mayor sin participación social, personas pasivas y aisladas.

PÉRDIDA DE MEMORIA
Presentan al adulto mayor como personas olvidadas y una carga para la sociedad.

DEPRESIVOS
Mitos como que los adultos mayores son deprimidos, amargados y infelices.

ESTEREOTIPOS NEGATIVOS

Ideas generalizadas que deterioran las capacidades del adulto mayor.



SABÍAS QUE...?



ASOCIACIONES

Aportan a un envejecimiento óptimo y activo. Promueven la participación social, económica y cultural del adulto mayor.



ONP: Caja del Pensionista



CAM: Centro del Adulto Mayor creado por ESSALUD



CIAM: Centro Integral del Adulto Mayor



Residencias Gerontológicas



En OCCIDENTE se idolatra a la juventud, la belleza dejando de lado la vejez.

En ORIENTE la vejez es mucho más respetada, por un tema de tradiciones, costumbres, ancestros y cultura.

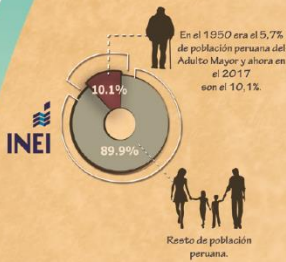
FASE 2

EL ESPEJO DE TU VIDA



ESTEREOTIPOS

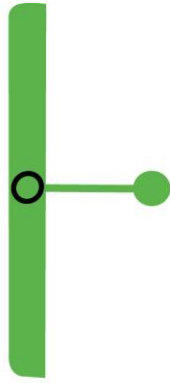
Imagen estructurada y aceptada por la mayoría de las personas que representan a las características generalizadas del adulto mayor.



- ASOCIACIONES**
Aportan a un envejecimiento óptimo y activo. Promueven la participación social, económica y cultural del adulto mayor.
- ONP**: ONP: Oficina del Pensiionista
 - CAM**: CAM: Centro del Adulto Mayor creado por EBSALUD
 - CIAM**: CIAM: Centro Integral del Adulto Mayor
 - Residencias Gerontológicas**

SABÍAS QUE...?



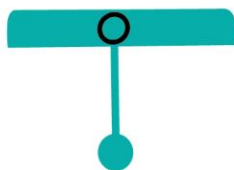


UBICACIÓN

Para el desarrollo de este proyecto se decidió, realizarlo en la Plaza San Martín, Centro de Lima.

Es el más concurrido y preferido por los adultos jóvenes, considerado un lugar cosmopolita; ya que, no solo transitan los peruanos también están los turistas. Cuenta con conexión directa a la Plaza Mayor y Jirón de la Unión, es un sitio emblemático de libre acceso y sin restricción de horario.

MERCHANDISING



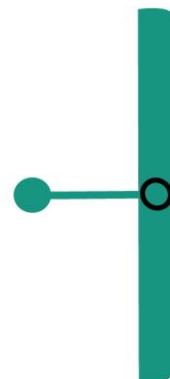
Chocolates con un adhesivo que contiene el título de la infografía y la ilustración del adulto mayor.

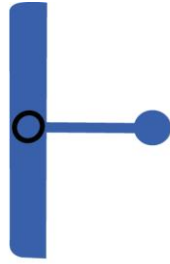


TECNOLOGÍAS

Se usaron:

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Tableta Gráfica Intuos Pro Large, para la hacer pintura digital





INFOGRAFÍA EN FÍSICO

Presentación en físico de la infografía interactiva sobre los estereotipos de la vejez, vista principal con el diseño de la adulta joven y vista final con el diseño del adulto mayor.



ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

FORMULACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
G E N E R A L	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué relación existe entre la infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 18 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? 	<ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación que existe entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. 	<ul style="list-style-type: none"> H¹: Existe relación positiva entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. H₀: Existe relación negativa entre infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. 	INFOGRAFÍA SOBRE LOS ESTEREOTIP OS DE LA VEJEZ	Atracción (Lanknow, Ritchir y C3rooks, 2012, p.40).
					Comprensión (Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p.44-45).
					Retención (Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p.50-51).
					Utilidad (Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p.199).
					Solidez (Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p.200).
					Símbolos e iconografía (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.204).

				(Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p. 204).	(Yocupicio, 2009, párr. 4)
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué relación existe entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? • ¿Qué relación existe entre visualización y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? • ¿Qué relación existe entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? • ¿Qué relación existe entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? • ¿Qué relación existe entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? • ¿Qué relación existe entre ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? • ¿Qué relación existe entre estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018? • ¿Qué relación existe entre estereotipos optimistas y la selección perceptual en los 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación que existe entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • Determinar la relación que existe entre visualización selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • Determinar la relación que existe entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • Determinar la relación que existe entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • Determinar la relación que existe entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • Determinar la relación que existe entre ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • Determinar la relación que existe entre estereotipos optimistas y la sensación en los 	<ul style="list-style-type: none"> • H¹: Existe relación positiva entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H₀: Existe relación negativa entre visualización y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H¹: Existe relación positiva entre visualización selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H₀: Existe relación negativa entre visualización selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H¹: Existe relación positiva entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H₀: Existe relación negativa entre principios de la infografía y sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H¹: Existe relación positiva entre principios de la infografía y selección perceptual en los 		Encuadre (Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p. 204).
				Estereotipos Optimistas (Rodríguez, 1989, p.30).	Edad de Oro (Rodríguez, 1989, p.30). (Serna, 2003, p 71).
				Estereotipos Negativistas (Rodríguez, 1989, p.30).	Estereotipo cronológico (Rodríguez, 1989, p.30). Estereotipo sociológico (Rodríguez, 1989, p.31). (García, 2005, p. 232).
E S				PERCEPCIÓN (Solomon, 2008, p.69-70).	Estímulo (Schiffman y Lazar, 2010, p.156).

transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018?

- ¿Qué relación existe entre estereotipos negativistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018?
- ¿Qué relación existe entre estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018?

transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

- Determinar la relación que existe entre estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre estereotipos negativistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- Determinar la relación que existe entre estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

- H₀: Existe relación negativa entre principios de la infografía y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- H₁: Existe relación positiva entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- H₀: Existe relación negativa entre ilustración y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- H₁: Existe relación positiva entre ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- H₀: Existe relación negativa entre ilustración y selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- H₁: Existe relación positiva entre los estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
- H₀: Existe relación entre los estereotipos optimistas y la sensación en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

(Schiffman y Lazar, 2010, p.157).

Receptores sensoriales

(Schiffman y Lazar, 2010, p.156).

(Solomon, 2008, p. 51-59).

Selección

Perceptual

(Schiffman y Lazar, 2010, p.161).

Expectativas

(Schiffman y Lazar, 2010, p.162-163).

Motivación

(Schiffman y Lazar, 2010, p.162-163).

Solomon, 2008, p.118)

- | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • H¹: Existe relación positiva entre los estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H₀: Existe relación entre los estereotipos optimistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
 • H¹: Existe relación positiva entre estereotipos negativistas y la sensación perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H₀: Existe relación negativa entre estereotipos negativistas y la sensación perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.
 • H¹: Existe relación positiva entre estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. • H₀: Existe relación negativa entre estereotipos negativistas y la selección perceptual en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018. | | | |
|--|--|---|--|--|--|

ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
						5	4	3	2	1
Infografía sobre los estereotipos de la Vejez	<p>"[...] Una infografía usa señales visuales para comunicar información. No necesitan contener una cierta cantidad de datos, poseen una cierta complejidad o presenta un cierto nivel de análisis. [...]" (Lanknow, Ritchir y Crooks, 2012, p.20).</p> <p>"Esos mitos y creencias tradicionales, y a la vez</p>	<p>Información gráfica sobre la imagen generalizada de la vejez, que usa señales visuales para condensar las ideas y conceptos de forma clara, concreta y eficaz.</p>	<p>Visualización</p> <p>Es la fase de hacer visual cualquier concepto teórico que se quiere transmitir (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.38-39).</p>	<p>Atracción</p> <p>Lo que va cautivar a que el receptor continúe leyendo (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.40).</p>	El diseño de la infografía te anima a continuar leyendo					
				<p>Comprensión</p> <p>El infográfista debe incorporar en sus diseños, iconos y símbolos que sean universales para facilitar la información (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.44-45).</p>	La infografía te genera una fácil comprensión sobre los estereotipos de la vejez					
				<p>Retención</p> <p>Se presenta en la infografía como estrategia de comunicación que ayuda a transmitir conocimientos recordables; ya que, al utilizar referentes gráficos agrandan los sistemas de memoria. Cuando vemos una imagen, nuestro cerebro lo retiene y lo incorpora con un conocimiento anterior, para poder interpretar lo que se observa. (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.50-51).</p>	Las imágenes, formas y líneas aplicados son fáciles de recordar					
			<p>Principios</p> <p>Son aplicados para lograr una buena y eficaz infografía. Sobre un problema social (Lanknow,</p>	<p>Utilidad</p> <p>Es la capacidad que le damos algún objeto, para que el individuo pueda aprovechar y beneficiarse al máximo (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.199).</p>	La infografía te fue útil para ampliar tu información sobre el adulto mayor					

<p>contemporáneos, sobre la vejez presentan una doble cara o actitud, o idealizada o negativista, predominando intensamente los estereotipos negativistas. No obstante ambas actitudes son extremas y falsas" (Rodríguez, 1989, p.29).</p>		<p>Ritchie y Crooks, 2012, p.197).</p>							
			<p>Solidez</p> <p>Se basa en comunicar un mensaje significativo, que favorezca con un aprendizaje para el público, por medio de un enfoque visual atractivo. Debe presentar informaciones completas sobre ideas claves de fácil comprensión. (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.200).</p>	<p>La imagen de la mujer te ayudó a conocer los cambios físicos que surge en el proceso de envejecimiento</p>					
		<p>Ilustración</p> <p>Es una herramienta que genera un concepto gráfico, novedoso e innovador (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.204).</p>	<p>Símbolos e Iconografía</p> <p>Elementos que componen el diseño y captan a la audiencia con el objetivo de conectarse con la infografía en un plano emocional aumentando así su interés y retención de la información. Para ello, es importante que la iconografía tenga generalidad logrando ser eficaz y así permita una comunicación visualmente significativa (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.204).</p>	<p>Las imágenes de la infografía están relacionadas con la información mostrada</p>					
			<p>Encuadre</p> <p>Ayuda a centrar una imagen principal, dentro de un marco representativo de la infografía. Ayuda a comprender la composición de las imágenes (Lanknow, Ritchie y Crooks, 2012, p.204).</p> <p>(Yocupicio, 2009, párr. 4)</p>	<p>La imagen de la mujer logra ser el centro de interés dentro de la infografía</p>					
	<p>Estereotipos</p> <p>Optimistas</p>	<p>Edad de Oro</p> <p>Etapa en donde la persona se siente realizada, desligada del trabajo, la carga familiar, de los hijos, puede disfrutar de una vejez activa y</p>	<p>La información proporcionada en la infografía muestra que el adulto mayor puede tener una vejez activa y productiva.</p>						

			<p>Son idealizadas, es la sobrevaloración de la vejez, en donde el adulto goza de su libertad y ocio.</p> <p>(Rodríguez, 1989, p.30).</p>	<p>productiva, el adulto mayor puede hacer todas las cosas que no pudo hacer. La edad de oro es un ideal (Rodríguez, 1989, p.30).</p> <p>(Serna, 2003, p 71).</p>					
				<p>Perspectiva Cronológica</p> <p>Clasifica a las personas partiendo de sus edades, deteriorando sus capacidades y homogeneizándolos.</p> <p>La discriminación por edad y la gerontofobia (miedo a envejecer), se refleja por medio de chistes, historias irónicas y humor (Rodríguez, 1989, p.30).</p> <p>(Serna, 2003, p. 69).</p>	<p>La infografía te muestra el miedo a envejecer</p>				
			<p>Estereotipo Negativistas</p> <p>Son peyorativas, se basa en ideas estigmatizadoras de la vejez que homogeneiza a un grupo etario.</p> <p>(Rodríguez, 1989, p.30).</p>	<p>Perspectiva Sociológica</p> <p>Es la perspectiva negativa que asume la vejez como símbolo de incapacidad, soledad, y alejamiento de la sociedad. Ya que, relacionan la fase de jubilación con la improductividad y disminución (Rodríguez, 1989, p.31).</p> <p>(García, 2005, p. 232).</p>	<p>La vejez suele asociarse a incapacidad, soledad, alejamiento de la sociedad e improductividad.</p>				
	Se define como el proceso mediante el cual un	Primeros conocimientos que tiene un individuo sobre un tema a		<p>Estímulo</p> <p>Son insumos sensoriales (imágenes, sonidos, aromas, texturas, tamaños), que se originan a través de una experiencia externa que llegan</p>	<p>Los elementos de la infografía (imágenes, transparencias) te estimularon a interactuar con esta.</p>				

Percepción	individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo. Se afirma que así es “como vemos el mundo que nos rodea (Schiffman L. y Lazar L. 2010, p.157).	través de los sentidos.	<p>Sensación</p> <p>La sensación es la respuesta inmediata y directa de los órganos sensoriales ante un estímulo.</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.157).</p>	<p>a la persona y despiertan los sentidos (Schiffman y Lazar, 2010, p.156).</p>						
			<p>Receptores sensoriales</p> <p>Son los receptores sensoriales, en la que se aplican los sentidos y recibimos los estímulos que surgen a base de varios canales. La información que es captada por estos órganos, son el inicio del proceso perceptual (Schiffman y Lazar, 2010, p.156).</p> <p>(Solomon, 2008, p. 51-59).</p>	<p>El diseño de la infografía es visualmente agradable</p>						
			<p>Selección Perceptual</p> <p>Percepción de estímulos, en la que intervienen los intereses, motivaciones de los individuos para ser seleccionados.</p> <p>(Schiffman y Lazar, 2010, p.161).</p>	<p>Expectativas</p> <p>Son aquellas que permiten que se perciba el mundo tal como es. Las personas ven lo que es de su interés y le parece familiar (Schiffman y Lazar, 2010, p.162-163).</p>	<p>La infografía muestra una etapa significativa en la vida del ser humano</p>					
			<p>Motivaciones</p> <p>Los procesos motivacionales originan en la población un comportamiento que está regido por satisfacer sus necesidades y genera tensión cuando no logran disminuir o eliminar esa necesidad (Schiffman y Lazar, 2010, p.164).</p> <p>(Solomon, 2008, p.118)</p>	<p>La infografía te motiva a informarte más acerca del tema.</p>						

ANEXO 4: SPSS VISTA DE VARIABLES

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Sexo	Nominal	8	0	sexo del encue...	{1, masculino...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	Edad	Numérico	8	0	edad del encue...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	Preg_1	Numérico	8	0	Preg-1	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	Preg_2	Numérico	8	0	Preg-2	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	Preg_3	Numérico	8	0	Preg-3	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	Preg_4	Numérico	8	0	Preg-4	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	Preg_5	Numérico	8	0	Preg-5	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	Preg_6	Numérico	8	0	Preg-6	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	Preg_7	Numérico	8	0	Preg-7	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	Preg_8	Numérico	8	0	Preg-8	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	Preg_9	Numérico	8	0	Preg-9	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	Preg_10	Numérico	8	0	Preg-10	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	Preg_11	Numérico	8	0	Preg-11	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	Preg_12	Numérico	8	0	Preg-12	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	Preg_13	Numérico	8	0	Preg-13	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	Preg_14	Numérico	8	0	Preg-14	{1, En total ...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	V1_INFOG...	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
18	V2_PERCE...	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
19	D1_VISUA	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
20	D2_PRINC	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
21	D3_ILUSTR	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	11	Derecha	Nominal	Entrada
22	D4_EST_OPT	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
23	D5_EST_N...	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	13	Derecha	Nominal	Entrada
24	D6_SENSA	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada
25	D7_SELEC	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos **Vista de variables**

ANEXO 5: SPSS VISTA DATOS

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pr
1	1	32	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	5	
2	2	22	5	4	4	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	
3	1	43	4	4	5	4	4	5	4	4	1	1	4	4	4	
4	2	28	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	
5	2	20	2	3	2	3	4	3	1	3	3	3	2	1	2	
6	1	20	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	
7	1	23	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	
8	1	27	5	4	3	3	4	3	4	5	3	4	3	5	4	
9	1	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
10	2	27	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	
11	1	24	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
12	2	26	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	5	
13	2	20	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	
14	2	22	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	
15	2	23	4	5	4	4	5	4	4	4	2	1	5	5	5	
16	2	28	4	5	4	4	5	5	4	5	1	1	4	4	4	
17	1	22	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	
18	2	29	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	
19	1	30	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
20	1	28	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	
21	1	21	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	
22	1	22	4	5	3	4	5	4	5	3	4	3	5	4	3	
23	1	35	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pr
23	1	36	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	
24	1	20	4	4	3	3	4	3	2	4	4	2	3	4	2	
25	1	31	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	3	4	
25	1	34	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	
27	2	28	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	
28	1	23	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	
29	1	21	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	
30	1	21	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	
31	1	26	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
32	1	22	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	
33	1	34	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
34	1	22	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	
35	1	23	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	
36	1	21	4	5	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	4	
37	2	25	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	4	
38	2	29	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	
39	2	34	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	
40	1	23	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	
41	1	27	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	
42	1	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
43	1	21	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	
44	1	25	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
45	1	26	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pr
46	2	30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	
47	2	27	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	
48	1	27	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	
49	2	24	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	
50	1	29	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	
51	1	28	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	
52	1	27	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	
53	2	27	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
54	1	30	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	
55	1	21	3	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	
56	1	21	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
57	1	33	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
58	1	24	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	5	
59	1	30	4	4	4	3	4	3	5	4	3	5	4	4	4	
60	2	30	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	
61	2	22	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	
62	1	27	4	4	5	3	4	2	4	4	4	5	3	4	5	
63	2	22	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	4	3	4	
64	1	25	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	3	4	
65	1	32	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	
66	1	20	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	
67	1	28	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	
68	1	21	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	3	5	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pri
68	1	21	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	3	5	
69	1	32	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	
70	1	20	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	
71	1	30	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	
72	1	29	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	
73	1	20	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	
74	1	30	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	
75	2	30	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	3	
76	1	21	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	
77	1	27	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	
78	2	29	3	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	3	4	
79	2	30	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	
80	1	21	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	3	
81	2	22	5	5	5	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	
82	1	23	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	
83	1	21	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	
84	2	31	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	
85	2	22	4	3	4	5	4	4	3	5	3	4	4	3	3	
86	1	26	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	
87	1	25	3	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	3	
88	1	21	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	
89	1	25	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	5	3	
90	2	29	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pri
90	2	29	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	
91	2	31	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	
92	2	20	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	4	
93	1	26	5	4	4	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	
94	2	21	5	4	4	4	5	4	4	3	3	2	4	4	5	
95	2	31	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	
96	1	26	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	
97	2	24	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	
98	2	21	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	
99	2	32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
100	2	34	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	
101	2	21	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	
102	1	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
103	2	33	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
104	2	25	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	
105	2	29	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
106	2	21	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	
107	1	35	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
108	1	24	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	
109	2	32	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
110	1	23	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	
111	2	31	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
112	1	23	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pri
112	1	23	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	
113	1	33	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	
114	2	23	5	4	5	3	4	5	3	5	5	5	5	4	5	
115	2	26	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	
116	2	23	3	3	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	3	
117	1	26	4	3	4	4	5	3	5	4	4	3	3	5	4	
118	1	31	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	4	4	
119	2	30	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	3	4	5	
120	1	27	5	5	3	5	5	4	3	4	2	3	4	5	5	
121	1	33	4	5	5	4	4	5	3	3	2	4	4	4	4	
122	2	24	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	
123	2	35	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	
124	1	26	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	
125	2	29	4	4	3	5	4	4	5	4	2	4	4	5	4	
126	1	28	4	5	5	4	4	5	5	5	1	2	4	5	4	
127	2	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	
128	1	23	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	
129	2	27	5	4	5	5	5	4	5	4	2	4	3	3	4	
130	2	25	4	5	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	
131	1	23	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	
132	1	35	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	5	
133	1	28	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	
134	2	27	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	3	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pri
135	1	20	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	
136	1	30	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	
137	2	27	4	5	4	3	5	4	4	4	3	5	4	3	3	
138	2	34	4	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	5	
139	2	27	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	5	4	
140	2	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	
141	2	35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	4	
142	1	24	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	
143	1	25	3	4	3	3	3	4	3	5	4	3	4	3	5	
144	2	22	4	4	3	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	
145	1	26	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	2	
146	2	26	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	
147	1	28	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	
148	1	25	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	
149	2	29	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	
150	1	30	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	5	4	4	
151	2	21	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	
152	1	27	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	
153	2	29	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4	4	4	4	
154	1	35	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	5	
155	2	24	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	
156	1	25	4	3	2	3	5	3	4	4	5	4	5	4	4	
157	2	21	4	5	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	3	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pri
156	1	25	4	3	2	3	5	3	7	4	5	4	5	4	4	
157	2	21	4	5	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	3	
158	1	25	5	4	5	5	3	1	3	4	1	2	1	4	3	
159	2	27	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
160	2	28	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	
161	1	20	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	
162	2	25	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	3	
163	1	31	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	
164	2	30	5	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	
165	2	20	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	
166	1	22	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	
167	2	34	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
168	1	20	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	
169	2	28	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	
170	2	23	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	
171	1	27	5	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	
172	2	24	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	
173	1	22	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	
174	2	23	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	
175	2	27	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	
176	2	23	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
177	2	21	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	
178	1	29	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pri
178	1	29	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
179	1	29	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	
180	1	26	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
181	2	22	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	
182	1	31	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
183	2	30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
184	2	27	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
185	2	21	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	
186	2	32	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	
187	1	26	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	
188	2	28	5	5	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	4	
189	1	35	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	
190	1	24	3	3	4	4	5	4	5	4	2	3	5	4	5	
191	1	21	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	
192	1	27	5	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	
193	1	35	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	
194	1	29	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
195	2	32	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	
196	1	25	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	
197	2	29	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	
198	1	21	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	
199	1	26	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	
200	2	30	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pr
200	2	30	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
201	1	22	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	
202	2	21	3	4	3	4	5	4	5	5	2	3	4	4	4	
203	1	35	4	4	3	3	4	4	5	5	4	2	4	4	4	
204	2	23	5	4	3	4	5	5	5	4	1	3	4	5	4	
205	2	25	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	
206	2	26	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	
207	2	28	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	4	
208	1	25	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	
209	2	29	2	3	4	4	3	4	5	3	3	4	3	5	5	
210	1	24	4	4	4	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	
211	2	31	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	
212	1	23	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
213	2	28	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	
214	1	33	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	
215	2	22	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	
216	1	27	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	4	5	3	
217	1	35	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	
218	1	25	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	
219	1	21	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	
220	2	25	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	
221	2	27	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	
222	1	28	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pr
223	2	28	4	3	4	1	5	3	4	5	3	4	3	4	5	
224	2	30	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	
225	2	22	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	
226	2	28	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	3	4	4	
227	1	22	3	4	4	3	5	4	4	4	2	4	5	5	4	
228	2	24	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	
229	1	25	5	5	5	4	2	4	4	4	5	1	3	3	4	
230	2	20	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
231	2	25	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	
232	2	21	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	
233	1	28	4	5	3	3	5	4	4	4	5	3	5	4	5	
234	1	27	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	
235	1	33	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	
236	2	34	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	
237	2	30	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	
238	1	27	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	
239	2	25	5	3	4	5	5	5	4	3	3	4	5	5	4	
240	1	28	5	4	4	5	5	5	5	4	1	2	4	5	4	
241	2	35	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	
242	1	21	3	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	
243	1	32	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	
244	2	32	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	
245	1	25	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	

Vista de datos Vista de variables

tesis.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 25 de 25 variables

	Sexo	Edad	Preg_1	Preg_2	Preg_3	Preg_4	Preg_5	Preg_6	Preg_7	Preg_8	Preg_9	Preg_10	Preg_11	Preg_12	Preg_13	Pr
246	2	23	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	
247	2	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
248	2	30	5	4	3	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	
249	1	23	3	4	3	4	4	4	5	3	2	5	3	3	4	
250	1	21	3	5	4	4	3	5	4	3	5	4	3	4	5	
251	2	27	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
252	1	33	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	
253	1	23	3	3	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	
254	2	25	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	
255	2	28	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	
256	2	22	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	
257	1	26	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	
258	2	26	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	
259	1	22	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
260	1	31	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
261	1	28	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	
262	2	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
263	2	28	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	
264	2	26	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	
265	1	33	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
266	1	20	5	4	4	4	4	4	3	3	5	1	4	4	4	
267	2	28	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
268																

Vista de datos Vista de variables

ANEXO 6: TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTO 1



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Latañ Selguero, Masly Patricia

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 18 04 18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

.....

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

.....

Firma del experto:

ANEXO 7: TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTO 2



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Rodarta Santos Jessica Marisol

Título y/o Grado: Maestra en Estética y Arte

Ph. D... () Doctor... () Magister... (x) Licenciado... () Otros. Especifique _____

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 05 04 2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

ANEXO 8: TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTO 3



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Tanta Restrepo Juan J.

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (x)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 17.04.18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Tanta Restrepo

ANEXO 9: ENCUESTA

CUESTIONARIO DE APRECIACIÓN PERSONAL

RESPECTO A LA PERCEPCIÓN DE LA INFOGRAFÍA SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE LA VEJEZ

Edad:-----

Sexo: O M O F

El siguiente cuestionario busca saber cuál es su apreciación sobre los aspectos de la pieza gráfica mediante la aplicación de la percepción.

Por favor, coloque un aspa en el centro del cuadro correspondiente de acuerdo a la alternativa que elija; considerando los valores expuestos en la parte superior de cada escala.

	Totalmente en acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	En total desacuerdo
	5	4	3	2	1
1. El diseño de la infografía te anima a continuar leyendo					
2. La infografía te genera una fácil comprensión sobre los estereotipos de la vejez					
3. Las imágenes, formas y líneas aplicadas son fáciles de recordar					
4. La infografía te fue útil para ampliar tu información sobre el adulto mayor					
5. La imagen de la mujer te ayudó a conocer los cambios físicos que surgen en el proceso de envejecimiento					
6. Las imágenes de la infografía están relacionadas con la información mostrada					
7. La imagen de la mujer logra ser el centro de interés dentro de la infografía					
8. La información proporcionada en la infografía muestra que el adulto mayor puede tener una vejez activa y productiva					
9. La infografía te muestra el miedo a envejecer					
10. La vejez suele asociarse a incapacidad, soledad, alejamiento de la sociedad e improductividad.					
11. Los elementos de la infografía (imágenes, transparencias) te estimularon a interactuar con esta					
12. El diseño de la infografía es visualmente agradable					
13. La infografía muestra una etapa significativa en la vida del ser humano					
14. La infografía te motiva a informarte más acerca del tema					

ANEXO 10: REGISTRO DE CAMPO

ENCUESTA REALIZADA EN LA PLAZA SAN MARTÍN DÍA MARTES 24 DE ABRIL DEL 2018



Pie de Imagen: Foto tomada por José Emanuel Mendoza a un grupo de venezolanos



Pie de Imagen: Foto tomada por José Emanuel Mendoza a un grupo de personas que transitaban por la Plaza San Martín

ENCUESTA REALIZADA EN LA PLAZA SAN MARTÍN DÍA MIÉRCOLES 25 DE ABRIL DEL 2018



Pie de Imagen: Foto tomada por Erick Barreto a un transeúnte.



Pie de Imagen Foto tomada por Erick Barreto a unos transeúntes varones.

ENCUESTA REALIZADA EN LA PLAZA SAN MARTÍN DÍA VIERNES 27 DE
ABRIL DEL 2018



Pie de Imagen: Foto tomada por José Emanuel Mendoza a una ambulante.



Pie de Imagen Foto tomada por José Emanuel Mendoza a dos jóvenes.

ENCUESTA REALIZADA EN LA PLAZA SAN MARTÍN DÍA SÁBADO 28 DE
ABRIL DEL 2018



Pie de Imagen: Foto tomada por Luis Napan a una joven venezolana.



Pie de Imagen: Foto tomada por Luis Napan a un grupo de venezolanos que trabajan para “Claro”.

ENCUESTA REALIZADA EN LA PLAZA SAN MARTÍN EL DOMINGO 29 DE
ABRIL DEL 2018



Pie de Imagen: Foto tomada por Luis Napan a los transeúntes de la plaza San Martín.



Pie de Imagen: Foto tomada por un Luis Napan a una joven venezolana ambulante.



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE
TESIS

Código : FO6-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo FLORES ROSALES JACKELINE KELLY Identificado con DNI N° 75331196 Egresado de la Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "INFOGRAFÍA SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE LA VEJEZ Y LA PERCEPCIÓN EN LOS TRANSEÚNTES DE 20 A 35 AÑOS DE LA PLAZA SAN MARTÍN, LIMA, 2018."; en el Repositorio institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

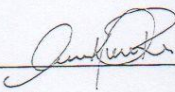
.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA

DNI: 75331196

FECHA: 16 DE JULIO DEL 2018.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
Escuela Académico Profesional de Arte y Diseño Gráfico Empresarial

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

JACKELINE KELLY FLORES ROSALES

INFORME TITULADO:

Infografía sobre los estereotipos de la Vejez y la Percepción
en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín,
Lima, 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

SUSTENTADO EN FECHA: 05/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 17



[Signature]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : FO6-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

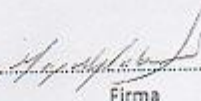
Yo, Laban Salguero, Magaly Patricia docente de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad César Vallejo sede Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada.

"INFOGRAFÍA SOBRE LOS ESTEREOTIPOS DE LA VEJEZ Y LA PERCEPCIÓN EN LOS TRANSEÚNTES DE 20 A 35 AÑOS DE LA PLAZA SAN MARTÍN, LIMA, 2018.", del (de la) estudiante FLORES ROSALES JACKELINE KELLY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.9% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/La suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de Julio de 2018.




Firma

Mg. Laban Salguero, Magaly Patricia

DNI: 41033868

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

19 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	
1	Entregado a Universidad... Trabajo en estudiant
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet
3	es.scribd.com Fuente de Internet
4	idus.us.es Fuente de Internet
5	repositorio.biblioteca... Fuente de Internet
6	repositorio.us.edu.pe

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

Infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE Licenciada en Arte Y Diseño Gráfico Empresarial





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Flores Rosales Jackeline Kelly
D.N.I. : 75331196
Domicilio : Jr. Ayacucho #3682
Teléfono : Fijo : 5684539 Móvil : 961429902
E-mail : jkfloresr96@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la Comunicación
Escuela : Arte Y Diseño Gráfico Empresarial
Carrera : Arte Y Diseño Gráfico Empresarial
Título : Diseñadora Gráfica

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Flores Rosales Jackeline Kelly

Título de la tesis:

Infografía sobre los estereotipos de la vejez y la percepción en los transeúntes de 20 a 35 años de la Plaza San Martín, Lima, 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha :

14/02/2019