



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE**  
**GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**INFOGRAFÍA EN EL PERIODISMO DIGITAL Y SU APORTE A LA**  
**DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN LAS REDES SOCIALES, AÑO 2021**

**AUTOR:**

**ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO**

**TUTOR:**

**LIC. PATRICIA YAJAIRA JADÁN SOLIS, MSC.**

**QUEVEDO-LOS RÍOS-ECUADOR**

**2023**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**DEDICATORIA**

Esta investigación va dedicada a mi madre Mercy Cedeño, a mi hermano Víctor Cedeño, a mis padrinos Carlos Arellano y Guadalupe Arboleda, por el enorme apoyo que han brindado durante el tiempo de mi preparación en las aulas, a mis docentes y autoridades universitarias por el conocimiento compartido para mi crecimiento.

A Mercedes Badilla por el cariño, el amor y el apoyo moral y psicológico en los momentos difíciles, a mis amigos y demás personas que me han apoyado y me han motivado a no desmayar en el día a día.

***ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO***



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**AGRADECIMIENTO**

Expreso mi agradecimiento a mi madre, a mi hermano y su familia que con su gran esfuerzo han hecho posible que logre alcanzar este y muchos momentos importantes en mi vida.

A mis docentes y compañeros de aula por todo lo compartida durante todo este tiempo, han sido muy importantes en mi vida de formación profesional, gracias a las autoridades de la institución por todo el trabajo que realizan en el día a día por cada uno de nosotros.

***ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO***



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL**

Yo, **ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO**, portador(a) de la cédula de ciudadanía 120570981-7, en calidad de autor (a) de la Dimensión Práctica del Examen Complexivo De Grado, previo a la Obtención del Título de Licenciado (o) en **COMUNICACIÓN SOCIAL**, declaro que soy autor (a) del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el problema:

**INFOGRAFÍA EN EL PERIODISMO DIGITAL Y SU APOORTE A LA DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN LAS REDES SOCIALES, AÑO 2021**

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

**ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO**  
**CI. 120570981-7**





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



Quevedo, 21 de marzo de 2023

**CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO**  
**PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO**  
**PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

En mi calidad de Tutor del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo, designado mediante Oficio Cir. 005-UIC-FCJSE-2023, con fecha 2 de febrero del 2023, por RESOLUCIÓN ordinaria del Honorable Consejo Directivo de la facultad de ciencias jurídicas sociales y de la educación celebrada el 31 de enero del 2023.

Certifico que:

El/La egresado (a) **ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO**, ha desarrollado el documento probatorio dimensión práctica del examen complejo denominado:

**INFOGRAFÍA EN EL PERIODISMO DIGITAL Y SU APORTE A LA**  
**DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN LAS REDES SOCIALES, AÑO**  
**2021**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del documento probatorio dimensión práctica del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la Carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar la comisión de especialistas de sustentación designado para la defensa del mismo.

Msc. **PATRICIA YAJAIRA JADAN SOLÍS**  
DOCENTE DE LA FCJSE





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**RESUMEN**

El presente trabajo investigativo nace con la finalidad de determinar el aporte de la infografía en el periodismo digital en la divulgación de los contenidos en las redes sociales, en este tiempo nos hemos dejado influenciar por la inmediatez de la información divulgada en las redes sociales donde esta es de fácil acceso, actualmente cualquier persona puede crear un medio digital y compartir información de cualquier tipo, en la mayoría de los casos la información compartida a través de las redes sociales o medios digitales no tiene la veracidad necesaria o simplemente son consideradas fake news, la forma en que los medios de comunicación digitales llegan a las personas es a través del uso de la infografía con diseños atractivos a la percepción, donde se resume la noticia o la incidencia en palabras cortas pero precisas, con textos coloridos e imágenes impactantes.

**PALABRAS CLAVES:** Comunicación, diseño, infografía, digital, textos.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PRESENCIAL**



**ABSTRACT**

This investigative work was born with the purpose of determining the contribution of infographics in digital journalism in the dissemination of content on social networks, at this time we have been influenced by the immediacy of the information disclosed on social networks where it is easily accessible, currently anyone can create a digital medium and share information of any kind, in most cases, the information shared through social networks or digital media does not have the necessary veracity or is simply considered fake news, the way in which digital communication media reach people is through the use of infographics with attractive designs for perception, where the news or incident is summarized in short but precise words, with colorful texts and powerful images.

**KEY WORDS:** Communication, design, infographics, digital, texts.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN  
EXTENSION QUEVEDO  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL DOCUMENTO PROBATORIO  
EXAMEN COMPLEXIVO

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DEL DOCUMENTO PROBATORIO  
EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: INFOGRAFÍA EN EL PERIODISMO  
DIGITAL Y SU APORTE A LA DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN LAS  
REDES SOCIALES, AÑO 2021

PRESENTADO POR EL SEÑOR, ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

\_\_\_\_\_

EQUIVALENTE A:

\_\_\_\_\_

TRIBUNAL:

  
MsC. SANDRA KARINA DAZA SUÁREZ  
DELEGADO DE LA DECANA

  
MsC. MELBA LILIAN TRIANA  
PALMA  
PROFESOR ESPECIALISTA

  
MsC. CLEOPATRA JOHANNA MACKENCIE  
ALVAREZ  
DELEGADO DEL UIC

AB. SANDRA VITERI GARCÍA  
SECRETARIA (E) DE LA  
FACULTAD



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



Quevedo, 20 de marzo, 2023

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS**  
**FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

En mi calidad de tutor del estudiante, **ORELLANA CEDEÑO JOSÉ MARIO**, una vez revisado el documento probatorio dimensión práctica del examen complejo cuyo tema es: **INFOGRAFÍA EN EL PERIODISMO DIGITAL Y SU APORTE A LA DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN LAS REDES SOCIALES, AÑO 2021**, certifico que este trabajo investigativo fue analizado por el Sistema Antiplagio, obteniendo como porcentaje de similitud de [9%], resultados que evidenciaron las fuentes principales y secundarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acuerdo a las normas de redacción adoptadas por la institución.

Considerando que, en el trabajo final el porcentaje máximo permitido según el Artículo 61 de la Normativa de la Unidad de Integración Curricular de la Universidad Técnica de Babahoyo considera hasta el 20%, se **APRUEBA** el trabajo de titulación para que el estudiante continúe a la fase de defensa.

Se adjunta a este informe la certificación del sistema antiplagio como evidencia del porcentaje indicado.

**Msc. PATRICIA YAJAIRA JADAN SOLÍS**  
**DOCENTE DE LA FCJSE**





## INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT .....	VII
INDICE GENERAL.....	XI
1. INTRODUCCIÓN.....	XII
2. DESARROLLO.....	9
2.1. Justificación .....	9
2.2. Objetivos .....	10
2.2.1. Objetivo general. ....	10
2.3. Sustento teórico .....	10
2.3.1. Infografía.....	10
2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de información.....	18
2.4.1. Metodología.....	18
2.4.2. Técnicas e instrumentos.....	18
2.5. Resultados Obtenidos.....	19
2.6. Situaciones Detectadas.....	20
2.7. Soluciones planteadas .....	20
3. CONCLUSIONES.....	XXI
4. BIBLIOGRAFIA.....	XXII
ANEXOS .....	XXV

## 1. INTRODUCCIÓN

Es de conocimiento de la gran mayoría de personas que desde hace mucho tiempo los medios de comunicación en especial los medios escritos se han preocupado por crear y desarrollar nuevas y diferentes vías para entregar información de atractiva visualmente y aceptable.

Algunas fueron las limitaciones que se presentaron a estos medios entre ellas las limitaciones técnicas y las trabas por la sensibilidad social hicieron que la información presentada y emitida sea simples y básica.

El avance la tecnología y el nacimiento de las redes sociales fueron los némesis de los medios de comunicación tanto radiales, televisivos como escritos, porque con la aparición de las redes nacieron también los hoy conocidos como medios de comunicación digitales.

Estos medios aprovecharon la tecnología para hacer de la infografía su mejor herramienta de distribución de la información, en este arte se puede comprimir una noticia de media pagina en tan solo unas cuantas palabras claves y una imagen impactante acompañadas de un encabezado llamativo también conocido en el mundo digital como clic bait.

Tanto fue el impacto de la aparición de estos famosos medios digitales que los medios de comunicación tradicionales debieron adaptarse a esta nueva forma de informar, poco a poco vimos la migración de grandes medios a las plataformas digitales.

Cabe destacar que una gran mayoría de la información compartida en los medios digitales suele no tener veracidad o carece de fundamento, pero gracias al uso de la infografía se vuelven completamente creíbles.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1. Justificación**

Hasta ahora, el contenido infográfico distribuido a través de las redes sociales se ha convertido en una de las formas más importantes de distribuir y masajear la información; porque estos últimos producen mejores experiencias para el consumidor en interacciones en diferentes plataformas.

Los conocidos medios digitales usan esta herramienta como la principal forma de emitir la información e invadir al lector por medio de la creación de artes graficas llamativas, porque dicho arte es una forma fácil de interpretar lo que se quiere informar.

Los medios de comunicación tradicionales tienen una enorme responsabilidad sobre el comportamiento humano y las redes sociales han invadido la información real transformando está en una información falsa, así consciente o inconscientemente crean incertidumbre y desesperación.

Esto fue comprobado en el ultimo año 2020 donde se difundía información acerca de los fallecimientos a causa del virus del COVID-19, se emitía información que la mayoría de las ocasiones era falsa o no tenía una fuente confiable.

Con esta información se lograba alarmar a la ciudadanía y crear sensaciones de miedo y angustia en los lectores.

Algunas infografías están diseñadas para transmitir información de forma clara y visual, mientras que otras presentan y facilitan la investigación al permitir que el lector cree su propia secuencia de lecturas dentro de la infografía.

Una infografía o infografía es una representación visual de información, conocimiento o información. En una infografía, una marca, símbolo o elemento visual suele ser sinónimo de información cuantitativa, mientras que el color, el tamaño y la forma suelen proporcionar una perspectiva cualitativa. (Rodriguez, 2019)

## **2.2. Objetivos**

### **2.2.1. Objetivo general.**

Analizar el aporte de la infografía en la divulgación de los contenidos del periodismo digital en las redes sociales.

## **2.3.Sustento teórico**

### **2.3.1. Infografía**

#### **Conceptualización**

La infografía es una herramienta valiosa en el periodismo digital ya que permite presentar información de manera atractiva, clara y concisa, lo que puede aumentar el interés y el impacto de la información. La infografía en el periodismo digital puede ser utilizada en una variedad de formatos y temas, adaptándose a las necesidades de los periodistas y lectores para presentar información de manera efectiva y atractiva.

Las infografías han cumplido roles visuales que nadie podía imaginar desde que ingresaron a los medios impresos, pero recientemente, gracias al auge del ciberperiodismo y las herramientas tecnológicas que facilitan su desarrollo, incluso ha encontrado un lugar en los manuales editoriales.

El Manual de estilo de Clarín (1997, 125) lo define así: "una combinación de elementos visuales que brindan una visualización gráfica de información y explica que se utiliza principalmente para representar información compleja que, a través de su representación gráfica, se puede sintetizar, especificado o hecho más legible." Y finalmente, añade, combina diseño, ilustración y periodismo.

Estas formas de representación facilitan a los intérpretes la comprensión de eventos, actividades o temas contemporáneos, de modo que las historias se relacionan con otros componentes dispuestos en una presentación

estética agradable que generalmente amplía y facilita la comprensión. sobre la información de la revista.

El nombre de digitalidad aporta a la infografía características especiales que surgen de este nuevo entorno de desarrollo y gracias a las cuales adquiere características que le otorgan prioridad entre los intérpretes.

Aunque es muy posible que, como sucede en el periodismo, algún día empecemos a llamarlas ciberinfografías o infografías interactivas, en alusión a la acepción más correcta de periodismo digital.

El ciberperiodismo generalizado en el mundo latinoamericano, “porque es un tipo de presentación de la profesión periodística que utiliza el ciberespacio para investigar, analizar, producir y distribuir contenidos de ciberperiodismo”.

La divulgación de contenidos en las redes sociales es esencial para el periodismo digital, y la infografía puede ser una herramienta efectiva para lograr una mayor difusión y alcance en estas plataformas. La calidad del contenido y la interacción con la audiencia son elementos clave para el éxito en la divulgación de contenidos en las redes sociales.

En cuanto a la infografía, se puede afirmar, como dice este autor, que es un género periodístico que informa a través de la palabra y especialmente de la imagen, que entró en los cibermedios por dos vías: la más tradicional, el periodismo, y la más actual y dinámica televisión, también reconoce que la infografía digital es un género específico y unificado que ha explotado más rápidamente las posibilidades del ciberespacio. (Ochoa, 2010 )

### **Características**

Las infografías requieren principalmente de un trabajo de creación colectiva, lo cual es consecuencia de la alta calidad de su contenido y presentación.

Por ello, requiere la participación de diversos expertos en comunicación, periodismo, documentación, planificación y diseño; que ayudan a producir un producto atractivo y de alta calidad en el menor tiempo posible.

El cibermedio lo define por sus múltiples funciones y posibilidades, no sólo en la producción -porque incluye procesos de reportaje, redacción, planificación y edición- sino también por los lectores que miran la recepción.

Por otro lado, por la complejidad de este trabajo, exige un excelente aporte visual, que, en determinadas situaciones, cambia de espacio y tiempo y permite comentar, documentar, comparar, posicionar o escenificar, lo que explica con mayor claridad a los destinatarios el desarrollo de hechos, actividades o eventos.

Sus principales características provienen de lo que significa presentar en un entorno digital y de las posibilidades de comunicación que el medio le posibilita y le otorga, por lo que adquiere las propiedades: hipertextualidad, intercambio, interacción, multimedia, personalización. (Ochoa, 2010 )

Según (Pérez, 2014) En la cultura occidental, caracterizada primero por la escritura fonética y luego por la presencia de los medios electrónicos de comunicación desde finales del siglo XIX, se está produciendo otra revolución tecnológica: la informática a través del lenguaje binario, que permite el desarrollo de dispositivos y formas. comunicación que permite convertir la palabra hablada o escrita en señales digitales.

Para (Davison, 2014) citado por (Guzmán-Cedillo, 2021) las infografías son más que mostrar información de una manera creativa o agradable.

Se ha convertido en un método de aprendizaje y una herramienta didáctica para compartir información debido a su función de ayudar a comprender e interactuar con la información en el proceso de aprendizaje.

## **Uso de la infografía**

La infografía es una herramienta visual que permite presentar información de manera clara y concisa. Su uso se ha popularizado en los últimos años debido a su capacidad para simplificar datos complejos y hacer que la información sea más accesible y fácil de entender.

Algunos de los usos más comunes de la infografía son:

- **Presentar datos estadísticos:** Las infografías son especialmente útiles para representar datos numéricos de manera visual y fácilmente comprensible. Por ejemplo, se pueden utilizar gráficos de barras, gráficos de pastel, diagramas de flujo, entre otros.
- **Explicar procesos:** Las infografías pueden ser útiles para explicar procesos o procedimientos complejos de manera visual. Por ejemplo, se pueden crear infografías para explicar cómo funciona un motor de combustión interna, cómo se lleva a cabo un experimento científico, o cómo se fabrica un producto.
- **Resumir información:** Las infografías pueden ser utilizadas para resumir información extensa en una sola imagen. Esto es especialmente útil en casos donde se necesita presentar información a un público que no tiene mucho tiempo para revisar detalles, como en presentaciones empresariales o en redes sociales.
- **Comparar datos:** Las infografías también pueden utilizarse para comparar datos. Por ejemplo, se pueden crear infografías que comparen los niveles de contaminación en distintas ciudades, los ingresos promedio de distintas profesiones, o los precios de distintos productos en diferentes tiendas.

En resumen, la infografía es una herramienta versátil que puede ser utilizada para presentar información de manera clara y concisa. Su uso es recomendable en cualquier situación en la que se necesite presentar información de manera efectiva y visualmente atractiva. (Sierra, 2020)

En su estudio sobre el uso educativo de la infografía Matrix y Hudson (2014) citados por (Guzmán-Cedillo, Lima-Villeda, & Ferreira-Rosa, 2015) informan sobre obras distribuidas.

También lo mencionan como un método para evaluar el trabajo de los estudiantes para mejorar actividades que restablecen diferentes estilos de aprendizaje, principalmente visual, gracias a transferencia de información, transferencia de información y recuerdo, porque la retención del material aumenta cuando hay imágenes, diagramas o diagramas porque son soportes para el procesamiento de materiales.

### **Partes de la infografía**

Este tipo de contenido se ha vuelto muy popular entre aquellos que quieren transmitir un mensaje complejo de una manera simple y efectiva a continuación mostraremos los componentes de una infografía efectiva y los pasos necesarios para diseñar su contenido.

- Título: un texto breve que describe el contenido principal de la infografía.
- Introducción: una sección que establece el contexto o la temática que se va a tratar.
- Gráficos: elementos visuales que se utilizan para representar datos, estadísticas, diagramas, mapas, entre otros.
- Texto: un texto complementario que explica o amplía la información que se presenta en los gráficos.
- Leyendas: una explicación breve debajo de cada gráfico que describe lo que se está presentando.
- Iconos: pequeñas ilustraciones que se utilizan para representar ideas o conceptos específicos.
- Fuentes: la información acerca de la fuente de los datos o información que se presenta en la infografía.

- **Conclusiones:** una sección que resume la información presentada en la infografía y presenta posibles conclusiones o implicaciones.

Es importante tener en cuenta que no todas las infografías contienen todos estos elementos y que se pueden adaptar según la temática o el propósito de la infografía. Además, algunas infografías pueden ser más visuales y centrarse en los gráficos y las ilustraciones, mientras que otras pueden incluir más texto y explicaciones detalladas.

### **Ventajas del uso de la infografía**

El uso de contenido infográfico presenta varias ventajas, entre las que se encuentran las siguientes:

- **Facilita la comprensión:** los seres humanos somos seres visuales por naturaleza, por lo que las infografías ayudan a presentar información de manera visual y fácil de entender. Los gráficos, imágenes y colores ayudan a resumir y simplificar información compleja y atractiva para los usuarios.
- **Aumenta la retención:** los estudios han demostrado que la presentación de información de manera visual puede aumentar significativamente la capacidad de las personas para retener y recordar información. Esto se debe a que las infografías utilizan imágenes, colores y otros elementos visuales que son más atractivos y memorables que el texto plano.
- **Mejora la comunicación:** las infografías son herramientas efectivas para comunicar ideas complejas de manera clara y concisa. Al presentar información de manera visual y fácil de entender, las infografías pueden ayudar a mejorar la comunicación entre los autores y los usuarios.
- **Genera engagement:** el contenido infográfico a menudo es más atractivo que el texto plano, por lo que es más probable que los usuarios se sientan atraídos por él y se

involucren con él. Esto puede ayudar a aumentar el tiempo que los usuarios pasan en una página y, por lo tanto, mejorar el compromiso y la interacción con el contenido.

- Es compartible: las infografías son fáciles de compartir en redes sociales y otras plataformas en línea, lo que las convierte en herramientas de marketing efectivas para llegar a nuevos usuarios y aumentar la exposición de una marca o empresa. (Anonimo, 2021)

### **Desventajas del uso de la infografía**

Aunque las infografías son una herramienta muy útil para comunicar información de manera visual y efectiva, también tienen algunas desventajas potenciales. Algunas de las desventajas del uso de contenido infográfico son:

- Simplificación excesiva: a veces, las infografías pueden simplificar demasiado la información y perder detalles importantes, lo que puede llevar a una comprensión incorrecta o incompleta de los datos presentados.
- Falta de contexto: en algunos casos, las infografías pueden presentar datos sin proporcionar suficiente contexto o explicación, lo que puede dificultar la comprensión de la información para los usuarios.
- Sobrecarga visual: si una infografía contiene demasiados elementos visuales o información, puede resultar abrumadora para el usuario y hacer que sea difícil de entender.
- Sesgos de diseño: la selección de ciertos elementos visuales, como la escala, el color o el tipo de gráfico, puede influir en la forma en que se interpreta la información, lo que puede dar lugar a sesgos involuntarios.
- No siempre son accesibles para todas las personas: algunas personas con discapacidades visuales o cognitivas pueden tener dificultades para comprender la información presentada en una infografía.

Es importante tener en cuenta estas desventajas y tomar medidas para asegurarse de que la infografía sea accesible y efectiva para el público objetivo. (Anónimo, 2021)

### **Tipos de Infografía.**

Existen varios tipos de infografías, cada uno con su propio propósito y estilo. Algunos de los tipos más comunes de infografías son:

- Infografías de datos: se utilizan para presentar datos de una manera visual y fácil de entender. Pueden incluir gráficos de barras, gráficos circulares, gráficos de línea, mapas, entre otros.
- Infografías de proceso: se utilizan para mostrar el flujo de un proceso, desde el inicio hasta el final. Por ejemplo, una infografía de proceso podría mostrar cómo se elabora un producto desde la materia prima hasta el producto terminado.
- Infografías de comparación: se utilizan para comparar datos o conceptos. Pueden incluir gráficos de barras, gráficos circulares, gráficos de línea, entre otros, para mostrar las diferencias o similitudes entre los datos.
- Infografías de cronología: se utilizan para mostrar una secuencia de eventos en el tiempo. Pueden incluir fechas, eventos importantes, imágenes y otros elementos visuales para ayudar a contar una historia.
- Infografías geográficas: se utilizan para mostrar datos y estadísticas en un mapa. Pueden incluir información como la población, la densidad de la población, el ingreso per cápita, entre otros.
- Infografías temáticas: se utilizan para presentar información sobre un tema específico. Pueden incluir datos, imágenes, gráficos y otros elementos visuales para explicar y explorar el tema.

Estos son solo algunos ejemplos de los tipos de infografías más comunes, pero hay muchos otros tipos que se pueden utilizar en función del propósito de la infografía. (Sumosa, 2020)

## **2.4. Técnicas aplicadas para la recolección de información.**

### **2.4.1. Metodología**

Se realizará un estudio de casos en medios de comunicación y periodistas que utilizan la infografía como herramienta de divulgación en las redes sociales.

Se evaluará el impacto de la infografía en el engagement, la difusión y la comprensión de la información por parte de la audiencia, a través de análisis cuantitativos de las métricas de las publicaciones y encuestas a los usuarios.

Además, se analizará la relación entre el diseño de la infografía y su efectividad en la comunicación de la información, a través de análisis cualitativos de las características de las infografías y su impacto en la audiencia.

Para la recolección de la información se analizará las publicaciones de la página de Facebook de Radio Soberana 98.7 FM, para analizar el impacto de las publicaciones realizadas donde se usa la infografía.

### **2.4.2. Técnicas e instrumentos**

#### **Investigación documental**

Para conocer los resultados de estudios como el tema propuesto y el aporte teórico de diversos factores a la variable propuesta, es necesario realizar una investigación documental; A través de archivos científicos, libros, artículos científicos y reseñas de periódicos, es posible obtener información que puede ser utilizada para apoyar el trabajo dado y contribuir a la comprensión de los resultados.

## **Análisis de contenidos**

El análisis de contenido es una técnica de recolección de datos, generalmente de estudios sociales, donde la información obtenida se interpreta para confirmar hipótesis.

La variable a analizar se coloca en una matriz, la cual se completa con un minucioso examen e interpretación de cada infografía.

El análisis de contenido se basa en la lectura de un texto o imagen como medio de recopilación de datos, lectura que, a diferencia de la lectura ordinaria, debe realizarse de acuerdo con métodos científicos, es decir, debe ser sistemático, objetivo, repetible.

Lo que caracteriza y distingue al análisis de contenido de otras técnicas de investigación sociológica es que es una técnica que combina internamente, y por tanto su complejidad, la observación y la producción.

### **2.5. Resultados Obtenidos**

Al utilizar herramientas de recolección de datos, como el análisis de contenido, se revela información, a continuación, se describen los aspectos más importantes en los que se muestran los resultados, y es esta información la que sirvió de base para realizar conclusiones válidas, tabla número. se refleja la distribución de los datos. reacciones a las publicaciones de Radio Soberana 98.7 FM.

El total de reacciones que tuvieron las 20 publicaciones realizadas por Radio Soberana 98.7FM entre enero y febrero de 2021 fue de 301.716 de las cuales la gran mayoría fue “me gusta” con un 45%, seguido de “me encanta” con un 39%, las reacciones “me importa y me divierte” con un 4%, mientras que las reacciones “me “me asombra y me entristece” con un 3% y finalmente la reacción “me enoja” con un 1%.

La reacción que menos apareció fue “me enoja” al contrario del “me gusta” por ser el botón más conocido y más fácil de encontrar, sin embargo, la cantidad de “me divierte” y

“me encanta” indica una gran aceptación por parte de los usuarios hacia los contenidos publicados.

## **2.6. Situaciones Detectadas**

Mediante el desarrollo de la investigación se lograron encontrar varias situaciones en cuanto a la difusión de contenidos en las redes sociales usando la infografía como herramienta de distribución de datos.

Según los resultados obtenidos, se puede apreciar que el 60% de las publicaciones con infografía que fueron compartidas cumplen el requisito de las 5 preguntas básicas del periodismo (¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?) fueron más populares y con una mayor cantidad de interacciones mientras que el 40% de las publicaciones realizadas que no cumplen con este requisito recibieron una menor acogida.

Así mismo las publicaciones que contenían una infografía en su contenido tuvieron una gran cantidad de interacciones a diferencia de las publicaciones que no contenían una infografía en su contenido

## **2.7. Soluciones planteadas**

Analizando los resultados obtenidos podemos plantear las siguientes soluciones a la poca interacción de las publicaciones en las redes sociales:

- Crear infografías donde se resuman las publicaciones en cortas palabras
- Usar imágenes referentes a la publicación para llamar la atención del consumidor
- Usar una paleta de colores frescas pero llamativas a la vista del consumidor
- Resumir el contenido de la publicación en la menor cantidad de texto posible.

### 3. CONCLUSIONES

La infografía se ha convertido en una herramienta indispensable en el periodismo digital debido a su capacidad para presentar información de manera visual y atractiva, al ofrecer información clara y accesible, las infografías ayudan a los medios de comunicación a llegar a un público más amplio y diverso.

Además, la capacidad de las infografías para transmitir información en tiempo real las hace ideales para cubrir eventos importantes y noticias de última hora, al presentar información de una manera visual y atractiva.

Las infografías permiten a los medios de comunicación llegar a una audiencia más amplia y atraer a nuevos lectores, la infografía es una valiosa herramienta para el periodismo digital y seguirá siendo una parte importante del paisaje mediático en el futuro.

Mantener el actual estilo infográfico y modelo de ranking basado en contenido variado, para que seguidores sigan compartiendo las publicaciones y reaccionando a las mismas.

Mantener un efecto visual en cuanto a los elementos gráficos necesarios para la comprensión de la información presentada en el contenido publicado de manera los seguidores se queden en dicha publicación. que se mantiene y gestiona la calidad de las publicaciones que se realizan en la fan page. cada día para mantenerlos alerta con cada infografía publicada.

#### 4. BIBLIOGRAFIA

- De, B. (2019, noviembre 2). La infografía en la comunicación. Ceupe.  
<https://www.ceupe.com/blog/la-infografia-en-la-comunicacion.html>
- Sumosa, C. (2021, mayo 6). Tipos de infografía: 13 ejemplos y casos para ti. Empresa de Marketing de contenidos | WeAreContent.  
<https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/tipos-de-infografia>
- Bernal-Gamboa, L. R., & Guzmán-Cedillo, Y. I. (2021). Impacto de las infografías en la retención de información de estudiantes de Psicología. *Revista colombiana de educación*, 1(83), 1. <https://doi.org/10.17227/rce.num83-10700>
- Elio Leturia, L. (s/f). ¿Qué es infografía? Archive.org. Recuperado el 16 de marzo de 2023, de [https://web.archive.org/web/20180509063846id\\_/http://www.revistalatinacs.org/z8/latina\\_art45.pdf](https://web.archive.org/web/20180509063846id_/http://www.revistalatinacs.org/z8/latina_art45.pdf)
- González, M. (s/f). Qué es una Infografía, ventajas y herramientas para crearlas. Aulacm.com. Recuperado el 16 de marzo de 2023, de <https://aulacm.com/que-es/infografia/>
- Guzmán-Cedillo, Y. I., Instituto Politécnico Nacional, ENMyH-IPN, México, Lima-Villeda, N., & Ferreira-Rosa, S. (2015). An experience of elaborating didactic infographics on sexual diversity. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Las ventajas de las infografías. (2020, mayo 1). weeblebooks.com; WeebleBooks.  
[https://weeblebooks.com/es/recursos\\_educativos/las-ventajas-de-las-infografias/](https://weeblebooks.com/es/recursos_educativos/las-ventajas-de-las-infografias/)
- Lenis, A. (2021, noviembre 29). Las 5 partes de una infografía completa y efectiva (+ plantillas). Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/partes-infografia>.

## ANEXOS

**Tabla #1**

*Se realizaron 20 publicaciones con infografía en la Fan Page para conocer los siguientes datos:*

<b>REACCION</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Me gusta</i>	135.352	45%
<i>Me encanta</i>	118.623	39%
<i>Me importa</i>	13.403	4%
<i>Me divierte</i>	12.028	4%
<i>Me asombra</i>	10150	3%
<i>Me entristece</i>	10410	3%
<i>Me enoja</i>	1750	1%
<b>TOTAL</b>	301.716	100%

**Elaborado por:** *Orellana Cedeño José Mario*

**Fuente:** *Análisis de contenido publicado en redes sociales*

*Análisis*

**Tabla #2**

**Cumplimiento de las 5W**

<b>CRITERIO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Cumple	12	60%
No cumple	8	40%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** *Orellana Cedeño José Mario*

**Fuente:** *Análisis de contenido publicado en redes sociales*

**Análisis**

## MATRIZ PARA EL ANALISIS DEL CONTENIDO COMPARTIDO EN REDES SOCIALES

IMPACTO DE LA PUBLICACIÓN											
Fecha	Título	Link	Número de reacciones							Número de comentarios	Veces compartido
			Me gusta	Me encanta	Me importa	Me divierte	Me sorprende	Me entristece	Me enoja		
Comentarios destacados											
Descripción:								Funcionalidad del link			
ANALISIS DE LA INFOGRAFIA											
Colores			Fuente (Estilo de letra)			Elementos Visuales		Referencias Utilizadas		Disposición	
Elemento Noticioso			Responde a las 5W			Mensaje Comprensible		Individualidad (Se entiende por si sola)		Infografía	
			Si	No	Si	No	Si	No			