



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN  
SOCIAL**

**TEMA**

**LA INFOGRAFÍA EN EL DIARIO LA HORA Y SU RELACION EN EL  
TRATAMIENTO DE LA NOTICIA EN EL CANTON BUENA FE**

**AUTORA:**

**POGO VALENCIA THALIA MISHHELL**

**TUTOR**

**LICDO. MARCOS RAFAEL PONCE ALVARADO MSC.**

**QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR**

**2019**

## Contenido

TEMA .....	i
RESUMEN.....	iv
SUMMARY .....	v
1.2.3 Contexto Local.....	54
1.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	56
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	58
1.4.1 Problema general.....	58
1.4.2 Sub problemas o derivados .....	58
1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	58
1.6 JUSTIFICACIÓN .....	59
1.7 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN .....	60
1.7.1 Objetivo general.....	60
1.7.2 Objetivo específico.....	60
CAPITULO II.-MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL .....	61
2.1 MARCO CONCEPTUAL.....	61
¿Qué es la infografía?.....	61
Importancia de la infografía .....	63
Objetivos de la infografía.....	64
La infografía en la comunicación.....	66
Pasos para hacer una infografía.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Características infográficas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Usos de la infografía .....	67
Comprensión de noticias .....	69
Enfoques de lectura .....	70
Medio impresos.....	70
Tipos de medios impresos .....	71
Diferencias entre medios de comunicación impresos y audiovisuales.....	72
Diferencia entre un boletín informativo y un comunicado de prensa .....	73
La noticia y sus características .....	75
El cuerpo de la noticia.....	76
Elementos básicos de una noticia.....	76
Etapas de la comprensión de noticias.....	77
Diseño de la información .....	78
2.2.2 Categoría de análisis.....	82

Categoría de análisis 1: La infografía.....	82
2.4 HIPÓTESIS.....	84
2.4.1 Hipótesis general básica.....	84
2.5.2 Variable dependiente.....	84
CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	85
3.1. Resultados obtenidos de la investigación.....	85
3.1.2 Análisis e interpretación de datos.....	85
3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	90
3.2.1. Específicas.....	90
3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	91
3.3.1 Especificas.....	91
3.3.2 General.....	91
CAPÍTULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN.....	92
4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.....	92
4.1.1 Alternativa obtenida.....	92
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa.....	93
4.1.3.1 Antecedentes.....	93
4.2. OBJETIVOS.....	95
4.2.1 Objetivos general.....	95
4.2.2. Objetivos específicos.....	96
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	96
4.3.1. Título.....	96
4.3.2. Componentes.....	96
Importancia de la guía infográfica.....	96
Impacto de la propuesta.....	97
Factibilidad de la propuesta.....	98
Partes la infografía.....	103
Infografía de característica de producto o servicio.....	109
Infografías estadísticas.....	110
Infografía Biográfica.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Infografía científica.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Infografía periodística.....	111
Bibliografía.....	113

## **RESUMEN**

La infografía es un aliado de la información un estilo periodístico tiene un gran uso en los medios de comunicación, la tecnología es uno de sus mejores aliados en la captura de imágenes dibujos o diagramas que captan la atención del lector la nueva era digital exige que los diarios escrito estén a la vanguardia obteniendo las ventajas que el estilo de la infografía ofrece el objetivo es brindar información confiable y acorde a lo que se presenta a través de las imágenes impresas. La infografía es un arte para comunicar los sucesos noticiosos del a contener periodístico por lo cual debe ser tratado con respeto apegándose a las normas de ley y la ética periodística no justifica alterar la información con el objetivo de vender más pues su responsabilidad como medio de comunicación es el de informar ante todo con la verdad. La infografía constituye un recurso al alcance del medio de comunicación, que puede ser utilizado para hacer más interesantes el artículo o sección dependiendo donde se publique y explicar de manera gráfica cualquier materia, sea cual sea el año de estudio. Se trata de documentos gráficos de gran tamaño, que sirven para presentar un tema a tratar, el mismo que estará acompañado de gráficos, imágenes y dibujos y en algunos formatos web, incluso audios y vídeos que hacen que la información sea atractiva y entendible. En efecto, la elaboración de este tipo de material también contribuye al proceso de construcción de los aprendizajes de forma colaborativa y en los niveles superiores constituye una forma de presentación eficaz de un tema de cualquier índole, las infografías permiten transmitir de modo rápido y claro las ideas centrales de un tema y la retención de la información por parte del estudiante.

### **Palabras claves**

Infografía

Medio impreso

Tratamiento de la noticia

## SUMMARY

The infographic is an ally of the information a journalistic style has a great use in the media, technology is one of its best allies in the capture of images drawings or diagrams that capture the reader's attention the new digital era demands that the Written journals are at the forefront obtaining the advantages that the style of the infographic offers the objective is to provide reliable information and according to what is presented through the printed images. The infographic is an art to communicate the news events of the journalist to be contained, so it must be treated with respect, adhering to the norms of law and journalistic ethics does not justify altering the information with the aim of selling more because its responsibility as a means of communication It is to inform first of all with the truth. The infographic is a resource within the reach of the media, which can be used to make the article or section more interesting depending on where any subject is published and graphically explain, whatever the year of study. These are large graphic documents, which serve to present a topic to be treated, which will be accompanied by graphics, images and drawings and in some web formats, including audios and videos that make the information attractive and understandable. In fact, the elaboration of this type of material also contributes to the process of constructing the learning in a collaborative way and at the higher levels it constitutes an effective way of presenting a subject of any kind, the infographics allow to transmit the information quickly and clearly. central ideas of a topic and the retention of information by the student.

### **Keywords**

Infographics

Half printed

Treatment of the news

## INTRODUCCIÓN

Sabemos que el periodismo, desde hace siglos, ha desarrollado una inquietud por explicar la información de forma visual, pero las limitaciones técnicas y tecnológicas impedían este tipo de prácticas, que únicamente recogían planos y mapas, pero el cambio de era que vivimos nos pone de frente a nuevos avances en lo que a comunicación respecta y los periódicos deben ser consecuentes con ello.

En la sociedad del conocimiento en que vivimos la revolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han transformado nuestra sociedad, su cultura, su modo de vivir, pensar y actuar. Cambios que han influido en las formas de presentar la información en los diferentes medios de comunicación. La cultura visual, donde la presencia de la imagen es inminente, hace que los medios gráficos generen nuevas herramientas periodísticas, que tienen la finalidad de atraer a un público lector - caracterizado por un estilo de lectura veloz y fragmentada- a través de la implementación de infografías

La infografía es un aliado de la información un estilo periodístico tiene un gran uso en los medios de comunicación, la tecnología es uno de sus mejores aliados en la captura de imágenes dibujos o diagramas que captan la atención del lector la nueva era digital exige que los diarios escrito estén a la vanguardia obteniendo las ventajas que el estilo de la infografía ofrece el objetivo es brindar información confiable y acorde a lo que se presenta a través de las imágenes impresas.

La captura de imágenes de un hecho noticiosos de último minuto se vuelve una herramienta estratégica en la competencia periodística, es a través de las imágenes que hoy en día cobran más importancia y se vende más un diario de comunicación. Los medios escritos tienen un gran reto enfrentándose al monstruo de los medios digitales que los minimizan ya que la noticia de un hecho se vuelve viral en cuestiones de minutos quedando en un segundo plano un medio escrito. Es por ello que el marketing a través de imágenes juega un papel importante si quiere sobrevivir en el mercado de la comunicación, (Cadena, 2019).

**Capítulo I:** Se encuentra complementado por el tema los diferentes contextos de la investigación nacional, internacional, local, e institucional seguido por la situación problemática, planteamiento, Sub problemas o derivados seguido por los objetivos y finalmente cierra con la justificación.

**Capítulo II:** En su estructura se presenta el marco teórico, referencial con los conceptos de autores y años, antecedentes investigativos, categoría de analiza e hipótesis junto con las variables.

**Capítulo III:** Ubica la metodología que se empelo para la selección de información técnica de entrevista, encuesta investigación de campo ubicando el problema para su posterior análisis.

# **CAPÍTULO I.-DEL PROBLEMA.**

## **1.1 IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

La infografía en el diario la hora y su relación en el tratamiento de la noticia en el cantón Buena Fe.

## **1.2 MARCO CONTEXTUAL**

### **1.2.1 Contexto Internacional**

El auge de las nuevas tecnologías y su masificación ha provocado un cambio en la manera de crear, presentar y publicar información. Desde hace varios años, se empezó a trabajar en la consecución de imágenes, gráficos, tablas, mapas y diferentes elementos visuales de calidad, a través de recursos digitales, inicialmente utilizando herramientas básicas como Paint o Corel Draw hasta utilizar herramientas de mayor complejidad como Illustrator, Photoshop, Studio 3D y Maya.

Al mismo tiempo que se produce un avance en el trabajo de la imagen, estas se van incorporando y difundiendo a través de los nuevos medios de comunicación. La red de internet empieza a jugar un papel fundamental, debido a que permite la posibilidad, no solo de ser un observador pasivo, sino de crear y editar todo tipo de contenidos, incluyendo los formatos gráficos.

La Red cobra mayor relevancia al proveer a los usuarios de distintas herramientas en línea, que le facilitan la manera de realizar tareas de creación y edición de cualquier tipo de contenido. Con esto se disminuye el tiempo de trabajo y sobre todo permite que con pocas habilidades tecnológicas cualquier persona pueda generar contenidos educativos, visualmente impactantes sin límites de tiempo, costo o capacidad de memoria.

Algunos de esos contenidos corresponden a infografías, pasando de ser un recurso visual exclusivo de la labor periodística. Es una expresión que surge en el periodismo con el objetivo de informar de una manera diferente mediante el empleo de dibujos, imágenes,



gráficos, esquemas, estadísticas, mapas, entre otras; pero que se ha extendido a través de todos los medios de comunicación y, en especial, en las redes sociales. Son utilizadas prácticamente en todas las profesiones, especialmente en aquellas en las que se usa un vocabulario técnico, (Roney, Menjívar, & Morales, 2016).

### **1.2.2 Contexto Nacional**

En nuestro país casi todos los días, los diarios de circulación nacional, noticieros radiales, televisivos, los programas online nos entregan noticias que guardan relación con el devenir social, económico, político, cultural de nuestro país, región, distritos. La información presentada en su mayor parte es fruto de lo realizado por otro “colega”, “medio”, un reducido número de comunicadores sociales realizan periodismo de investigación, en su mayor parte porque no tienen los medios económicos, técnicos necesarios para poder llevar a cabo sesudas indagaciones, cruces de información, comparaciones que permitan la objetividad de lo publicado. (Linares, 2015).

El tratamiento que se le da a la noticia en los medios de prensa escrita es de tendencia amarillistas con el objetivo de vender más, es así que medios de prensa escrita como Diario Extra, El Río, La Crónica incluso Diario la Hora sus primeras páginas tienen titulares alarmantes con imágenes gráficas de crónica roja que incentivan a su lectura para luego presentar la noticia en un pequeño párrafo provocando una desinformación y desconformidad por parte de los lectores.

La infografía es un arte para comunicar los sucesos noticiosos del a contener periodístico por lo cual debe ser tratado con respeto apegándose a las normas de ley y la ética periodística no justifica alterar la información con el objetivo de vender más pues su responsabilidad como medio de comunicación es el de informar ante todo con la verdad.

### **1.2.3 Contexto Local**

El proyecto a efectuarse será desarrollado en el cantón Buena Fe que tienen una población de 63.148 habitantes de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en el cantón los medios de mayor circulación son Diario Extra, Diario La Hora, Diario El Universo y Diario El Río contando con una mayor acogida por parte del público

lector Diario Extra y Diario La Hora esto se debe porque son medios de prensa escrita que no precisan el lugar para cubrir un hecho noticioso en especial los acontecimientos a nivel de la provincia de los Ríos.

La infografía les ha permitido a estos medios de comunicación de prensa escrita poder captar un mayor Público lector que habido de conocimientos por las portadas de sus páginas son adquiridos, es así que Diario la hora se destaca al mostrar un medio informativo más serio sin incluir demasiada crónica roja en sus páginas principales, pero si es clara su tendencia política al tergiversar la información como se ha sido calificados por su mismo público lector, lo que les molesta porque son conscientes que un medio de prensa debe ser consecuente con la verdad cualquiera que esta fuera.

Estas características de la infografía que utiliza el Diario La Hora es de combinar recursos iconográficos, imágenes, con fragmentos textuales se constituye en una herramienta que con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación, gestadas dentro de nuestra cultura eminentemente visual e impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet, hace que la prensa escrita se vea en la necesidad de utilizar herramientas que impulsen la lectura de la información, debido a la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público que va perdiendo el hábito de la lectura. La infografía, debido a su carácter informacional y didáctico, acerca al lector con mayor sencillez a la información, por medio de imágenes que se fusionan al texto.

Uno de los usos que le da Diario la Hora es que utiliza los recursos es la infografía, ya que combina gran cantidad de ilustraciones o imágenes con cortas explicaciones textuales que sintetizan los contenidos de una información y ayudan mejor a su comprensión.

La importancia que tiene la infografía es facilitar los procesos de construcción de conocimientos y reducción de tiempo empleado en dichos procesos, también motiva a recibir información de una manera activa y novedosa.

#### **1.2.4 Contexto Institucional**

Diario la hora es un medio de prensa escrita que se ha caracterizado por sus continuos enfrentamientos con los gobiernos de turnos especialmente con el gobierno del ex presidente Rafael Correa problemas que le costaron litigios judiciales con consecuencias económicas que le exigieron pedir disculpas por su falta de profesionalismo al tergiversado la información publicada.

Cuenta con una trayectoria de 37 años en circulación la primera edición impresa de Diario La Hora de Quito. Fue un 23 de agosto de 1982 cuando Galo Martínez Merchán (primer fundador) llegó con esta propuesta que se instaló en la capital con un personal calificado y de renombre, el cual dejaría registrado el sello de un periodismo alternativo y serio.

Actualmente es una empresa periodística con diarios regionales, de carácter local. Cuenta con 12 ediciones se enfocan en cubrir las necesidades de los lectores en cada comunidad, sin dejar de lado la información del país y del mundo. Cada día el lector encuentra información útil, práctica y estrechamente relacionada con su entorno. Su ventaja competitiva es la cercanía que tiene cada periódico con la comunidad y sus habitantes.

Esta ventaja les permite ofrecer a sus anunciantes una gran cantidad de opciones para segmentar su publicidad, de acuerdo a los lectores y mercados a los que quieren llegar. La Hora tiene un nuevo rostro y un cuerpo mejorado, ha modernizado tanto el diseño como el contenido. Manteniendo los mismos valores que siempre los han caracterizado, pero acoplados a los cambios que el mercado requiere y exige.

Su eslogan “LO QUE NECESITAS SABER” es la guía que los compromete a mantener a sus lectores y anunciantes, al día con información útil, práctica y veraz, que aporta al desarrollo de nuestra sociedad, (La Hora, 2019).

### **1.3 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

La presente investigación se centra en la infografía del Diario La Hora y su relación en el tratamiento de la noticia. Hoy día la infografía se ha volcado no solo a los medios nacionales, también a los regionales, la tecnología hace que cada vez sea más sencillo el

reunir en un mismo dibujo o gráfico informaciones que están almacenadas en la base de datos para que el medio de prensa pueda hacer uso de ella.

Diario la hora es un medio de prensa impreso que goza de una excelente aceptación en el cantón Buena Fe, su matriz es en Quito con varias ediciones que cubren todas las provincias del Ecuador incluido los Ríos, donde desempeñan una importante labor periodística en todos sus cantones. Sin embargo, este medio de comunicación impreso en los últimos tiempos se ha visto inmiscuido en más de un escándalo acusándolo de tergiversar la información y alterar titulares con imágenes que no van de acuerdo al tratamiento que se le está dando a la noticia.

Estas polémicas se han visto en aumento por la clara tendencia política del cual es acusado Diario La Hora al favorecer a ciertos sectores económicos y de clase política con los que ha tenido relación directa, la infografía que es utilizada en sus páginas principales es utilizada para caracterizar a ciertos personales del medio político en tono de burla o poner como titular una afirmación que luego en un pequeño párrafo será tratada sin profundizar e investigar más el hecho noticioso lo que causa malestar en sus lectores quiénes son sus principales detractores y críticos a este método que está haciendo uso este medio de prensa.

El uso inadecuado que Diario La Hora hace de la infografía influye que no sea tomando en cuenta como un medio de prensa serio de carácter informativo, siendo calificado por muchos como uno más del montón con un género periodístico de crónica roja y entretenimiento para el populacho, esto se debe por los distintos colapsos y errores en la mala utilización de la infografía al momento de ser publicado que ha tenido Diario la Hora, su ediciones en los titulares se caracterizan por un título escandaloso acompañado por una imagen infográfica que no va de acuerdo al tratamiento que se le da a la noticia después, con el paso del tiempo este tipo inconveniente se han vuelto más frecuente sobre todo porque toca temas político donde claramente favorece a cierto sector poniendo en duda su ética periodística como medio de prensa.

## **1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.4.1 Problema general**

✓ ¿Cómo la infografía incide en el diario La Hora y su relación en el tratamiento de la noticia en El Cantón Buena Fe?

### **1.4.2 Sub problemas o derivados**

✓ ¿Cómo identificar el nivel de comprensión de noticias escritas en relación a noticias graficadas en la infografía utiliza el diario La Hora?

✓ ¿De qué manera determinar si el público lector, considera como herramienta indispensable, la utilización, de la infografía en la edición de el diario La Hora?

✓ ¿Cómo diseñar una plataforma infográfica como un recurso didáctico?

## **1.5 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

**Área:** Comunicación social

**Campo:** Periodístico

**Línea de investigación de la universidad:** Educación y desarrollo

**Línea de investigación de la Facultad:** Talento humano educación y docencia

**Línea de investigación de la carrera:** Lenguaje y comunicación y estilo periodístico. Periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías.

**Sub-Línea de investigación:** Impacto de la comunicación en masas. Comunicación digital.

**Delimitador temporal:** La realización del proyecto transcurre en el año 2019.

**Delimitador demográfico:** La investigación se enfoca en investigar la infografía que utiliza diario la hora y su relación en el tratamiento de la noticia.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo de investigación se justifica dada la importancia que tiene en el medio de comunicación diario La Hora es por ello que se vuelve una prioridad analizar la infografía de la que hace uso y como la relaciona en el tratamiento de los hechos noticiosos en el cantón Buena Fe.

La vanguardia de diario La Hora es de tipo social enfocándose en el plano político con un espacio muy reducido a la crónica rojas o algún evento informal, su temática de información son los sucesos del acontecer diario a nivel nacional y regional, la infografía a la que acude ha sido objeto de polémicas en el cantón Buena Fe debido que al ser un cantón grande es administrado por políticos de diferentes clases ideológicas son ellos quienes son los principales detractores de este medio en acusar de favorecer a cierto sector político, valiéndose de como medio de comunicación tergiversar la información que es presentada para que suela ser malinterpretada por los lectores que consumen lo que les dan.

Ante esta problemática que se presenta se pretende realizar una exhaustiva investigación aplicado las técnicas y métodos necesarios para sustraer información necesaria para ser seleccionada efectuado las conclusiones, y recomendaciones y presentar una propuesta viable que se ajuste a las necesidades donde sus principales beneficiados sea el público lector que es quien se merece el máximo respeto a la hora de ser informado.

## **1.7 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1 Objetivo general**

✓ Analizar el uso de la infografía de diario La Hora y su relación en el tratamiento de la noticia en El Cantón Buena Fe.

### **1.7.2 Objetivo específico**

✓ Identificar el nivel de comprensión de noticias escritas en relación a noticias graficadas en la infografía utiliza el diario La Hora

✓ Establecer si el público lector, considera como herramienta indispensable, la utilización, de la infografía en la edición de el diario La Hora

✓ Diseñar una plataforma infográfica como un recurso didáctico

## **CAPITULO II.-MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

### **2.1 MARCO CONCEPTUAL**

#### **¿Qué es la infografía?**

La infografía es una combinación de elementos visuales que aporta un despliegue gráfico de la información se recurre a la infografía principalmente para presentar información compleja, que se puede sintetizar, brindar detalles y hacer su lectura más llamativa. En este sentido, el término infografía es el resultado del acrónimo info y gráficas.

Es una expresión que surge en el periodismo con el objetivo de informar de una manera diferente mediante el empleo de dibujos, imágenes, gráficos, esquemas, estadísticas, mapas, entre otras; pero que se ha extendido a través de todos los medios de comunicación y, en especial, en las redes sociales. Son utilizadas prácticamente en todas las profesiones, especialmente en aquellas en las que se usa un vocabulario técnico. Como medio de comunicación, la infografía tiene por función principal transmitir información de manera clara, precisa y coherente, acompañando a la información textual escrita o hablada, para explicar o completar determinados aspectos. En este caso, no sustituye al texto informativo hablado o escrito, sino que es un recurso visual complementario.

Para llegar a una audiencia determinada, la infografía debe considerar una dimensión estética, la cual es exactamente igual a la de un texto periodístico que debe estar bien escrito y además ser atractivo, agradable de leerá infografía digital tiene un fuerte componente estético que permite captar la atención de los usuarios, sin importar que tengan deficiencias en la comunicación visual.

Aun cuando en la creación de una infografía se debe considerar el aspecto estético, este no ha de superponerse a la ética. Teniendo en cuenta que, el concepto de infografía involucra el uso de distintos datos, hechos históricos y científicos es importante que se verifiquen las fuentes de información consultadas, por su naturaleza periodística; ninguna infografía deberá contener información que no sea veraz y comprobable, (Roney, Menjívar, & Morales, 2016).



## **¿Qué es la fotografía?**

Se llama fotografía a una técnica y a una forma de arte que consisten en capturar imágenes empleando para ello la luz, proyectándola y fijándola en forma de imágenes sobre un medio sensible (físico o digital).

La fotografía toda se basa en el mismo principio de la “cámara oscura”, un instrumento óptico que consiste en un compartimiento totalmente oscuro dotado de un agujero pequeño en uno de sus extremos, por el cual ingresa la luz y proyecta sobre el fondo oscurecido las imágenes de lo que ocurra afuera del compartimiento, aunque invertidas.

En el caso de las cámaras fotográficas, el principio es exactamente el mismo, excepto que están dotadas de lentes para afinar el foco de lo proyectado, espejos para reinvertir la imagen proyectada y por último una cinta fotosensible (o un sensor digital semejante), que capta la imagen y la guarda, para poder luego revelarla o visualizarla digitalmente. (Tabuenca, 2018)

## **¿Qué es una imagen?**

Figura o representación de una cosa” y por extensión como “representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos”. Frente a la palabra y la razón que han sido consideradas históricamente la fuente del conocimiento del mundo, la imagen ha quedado relegada a un segundo plano y ha sido considerada como una forma de conocimiento menor puesto que sólo alcanzaba la apariencia exterior de las cosas mediante la mimesis (copia o imitación).

Tener una imagen de algo equivale pues a tener el conocimiento de algo. Las personas invidentes pueden construir imágenes mentales a través del tacto y la forma y textura de las cosas que tocan, imágenes que, al igual que las personas videntes le proporcionan un conocimiento, (Cortés, 2018).

## **Diferencia de infografía, fotografía e imagen**

La fotografía profesional para obtener las imágenes, favorecer el ambiente apropiado en el estudio o el entorno y fotografiar, haciendo uso posteriormente del retoque digital para perfeccionar el resultado final en los casos en los que sea necesario. La fotografía, la imagen obtenida por la cámara es un "output", es decir, un objeto completo en sí mismo que, a lo sumo, puede ser perfeccionado en el ordenador para ser (mejor) lo que ya era cuando fue tomada; para la infografía,

La imagen obtenida por la cámara es un "input", o sea, un dato más a partir del cual desarrollar un proyecto visual en el cual la foto no es más que un punto de partida. El fotógrafo nunca obtendrá ante el monitor un resultado distinto al que habría obtenido sobre el terreno, de haber contado con las condiciones necesarias; el infografía, sin el ordenador, jamás conseguirá materializar la imagen que tiene en la cabeza.

La infografía creada para mostrar visualmente el funcionamiento, mecanismo o montaje de determinados productos son muy valoradas por el usuario, ya que ponen en evidencia de un rápido vistazo los aspectos sobre su uso. La infografía permite además el control para realizar modelos complejos o mostrar el producto o proyecto de maneras que serían imposibles o muy caras de realizar con técnicas fotográficas, como en el caso de vistas de plantas de distribución, despieces, cortes o secciones, (Ferris, 2017).

## **Importancia de la infografía**

Las infografías son una mezcla de escritura, análisis y diseño que en la actualidad son idóneas para compartir datos acerca de una empresa. Se trata por tanto de una herramienta de marketing en la era de Internet. Una Infografía debe ser tanto visualmente atractiva como contener información valiosa, ya que permite que los datos complejos tengan fácil comprensión.

Cuando se realiza una infografía principalmente lo que se hace es combinar imágenes, texto y diseño para contar una historia, que puede ser acerca de la empresa como un todo, o puede ser acerca de un producto o servicio específico. Las infografías que están

diseñadas así, como una historia, son para ser compartidas una y otra vez, a través de la viralización.

El hecho de considerar que la infografía es una disciplina esencialmente “artística” impide que más gente se involucre en su elaboración, cuando esta es una herramienta al alcance de todos, a través de programas que con el uso de plantillas facilitan la creación de las mismas. Periodistas, economistas, arquitectos, diseñadores, las utilizan diariamente para transmitir a sus clientes los conceptos sobre los que gira el producto final.

En la actualidad los departamentos de marketing no son ajenos y cuentan con equipos multidisciplinarios en los que se apoyan para crear Infografías de cara a apoyar acciones de comunicación y ventas.

El uso de la infografía como herramienta de marketing está todavía en su infancia. La mayoría de las personas que usan esta herramienta comenzó a usarlo hace relativamente poco tiempo, y se han sorprendido por su poder. La llegada de sitios como Digg, Reddit y Pinterest, han convertido rápidamente a las Infografías en uno de los métodos más populares para mostrar los datos investigados, (Ceupe, 2019).

## **Objetivos de la infografía**

✓ **Tener un propósito:** Se recomienda no crear una infografía sólo porque es cool o porque está de moda entre las empresas, esta tiene que ser parte de un plan de comunicaciones o estar atada a algo que es importante para su marca. La Infografía, funciona especialmente bien cuando son parte de una campaña, el contenido es visualizado de manera diferente o da una nueva dimensión a cierta información.

✓ **Mensajes clave:** El mensaje a trasladar tiene que ser pertinente, simple y corto, es decir dejar que el arte, el concepto, la historia o los datos sean el camino del mensaje.

✓ **Mensajes clave:** El mensaje a trasladar tiene que ser pertinente, simple y corto, es decir dejar que el arte, el concepto, la historia o los datos sean el camino del mensaje.

✓ **Comunicación (regla AIDA):** Recuerda AIDA Atención, Interés, Deseo y Acción. Las infografías son piezas de marketing y comunicaciones para ayudar a las ventas más que otra cosa, por lo que tienen que tener un “argumento” o narrativa que enganche al usuario y que le guíe a través de la misma. Todas las buenas historias tienen un comienzo, medio y fin. Presente el problema al comienzo de la infografía. A partir de ahí, una idea fuerte o datos reales. Poner fin a la infografía con una conclusión, y la llamada de suma importancia a la acción, que es el compartir en las redes sociales, (Ceupe, 2019).

✓ **Diseño:** El diseño es en definitiva lo que despierta interés y atrae la atención. Una infografía, que rompa el texto al mismo tiempo que comunica contenido valioso, es un cambio positivo para la mayoría de los contenidos existentes a través de la red.

✓ Es importante seleccionar una paleta de colores que sea capaz de atar elementos juntos para crear un aspecto cohesivo, hacer un uso efectivo de las líneas y gráficos para tirar de la mirada del espectador por la página y motivarle a la siguiente pieza que es el solicitar información. Sea consciente de donde desea que los visitantes miren y mantenga el texto al mínimo.

✓ **Utilizar datos:** La infografía con información clave es mucho más útil, con esto en mente, el uso de citas y tener transparencia real en cuanto a de dónde vienen los datos es importante. Lo que realmente molesta a la audiencia de una infografía es que no podamos realizar seguimiento o corroborar los datos.

✓ **Gana el siguiente clic:** Las Infografías son rápidamente interpretadas porque explican y abordan valiosas ideas, hechos y estadísticas que el público realmente quiere saber de una forma visual. Por la propia naturaleza, es cierto que usted no puede transmitir mayor cantidad de información en una infografía como lo que puedes en otros materiales de marketing. Así que considera la infografía como un reclamo para solicitar más detalle para los que lo quieren, lo que es, por definición, una llamada a la acción, inducir a los usuarios a dar el siguiente paso y leer o descargar la guía, entrada de blog, el libro, vídeo o documento técnico.

✓ **Construir el compartir:** El paso básico es asegurar que se está compartiendo la infografía en los canales adecuados al target de la empresa a través de plataformas de medios sociales. Una llamada clara a la acción al final del post, “si te gustó, por favor considere compartir”, es fácil y muchas veces no se hace.

✓ Del mismo modo, colocar la infografía y la vinculación a su sitio lo más fácil posible, y la mejor manera de hacer esto es proporcionar un código HTML para incrustar. Con un código de inserción se asegurará de una manera fácil de volver a publicar la infografía, que hay un enlace de vuelta a la empresa, así como permite controlar el texto, (Ceupe, 2019).

## **La infografía en la comunicación**

La Infografía es una combinación de imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para facilitar su transmisión. Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse instantáneamente. Aunque los cuadros gráficos tienen una existencia que data de muchísimos años atrás, revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial. De acuerdo con Richard Curtis, director de fotografía y diseño de dicho diario, "la gente lee los gráficos primeros; algunas veces es la única cosa que leen".

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

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

completo, ético, bien diseñado y adecuado con la información que presenta. Para ello, hay que realizar previos bocetos que presenten diferentes posibilidades. Posteriormente, hay "que escoger la más apropiada de las ideas, aquella que más ayude al lector y que combine mejor con la información, (Cadena, 2019).

### **Ventajas de la infografía**

En la revista digital que encontramos en la infografía se hace un breve resumen de las principales ventajas que conlleva la utilización de las infografías para transmitir ya sea conocimientos o información.

Son más llamativas que la lectura de textos extensos, ya que combinan gran cantidad de imágenes, colores, e incluso movimiento.

Hace que los temas complicados se vuelvan más sencillos y fáciles de tratar.

Es atractiva visualmente, por ende, se logra captar la atención con mayor facilidad, ya que la mayoría de personas tienen lapsos de atención cortos, es decir recibir información directa en lugar de leer el texto real, y también se tiende a recordar más y mejor lo que ve que lo que lee.

Como su comprensión es más fácil, contribuye al ahorro de tiempo.

Puede ser reutilizado según las necesidades de su autor, es decir que puede ser usada para explicar cualquier tema o contenido, y convertirlo en algo sencillo de entender y explicar.

Su diseño permite que la información sea precisa y ordenada, y una infografía bien hecha atrae la atención y motiva su entendimiento hacia los receptores, (Rivadeneira, 2015).

### **Usos de la infografía**

La infografía puede ser utilizada para transmitir textos sobre temas complicados, la sucesión de acontecimientos, indagaciones, temas históricos, periodismo, etc., sin embargo,

también se la puede aplicar en otros tipos de textos más simples, puesto que el objetivo principal de su utilización es que el tema o la información a transmitir se vuelva más sencillo.

El periodismo, es el área que más utiliza la infografía como recurso de transmisión de información, a partir de esta área se ha venido modificando los contenidos y temáticas para adaptarlas a áreas como la educación, que se ha servido de las infografías para su renovación y actualización. (Rivadeneira, 2015).

## **Comprensión lectora**

La competencia lectora en general y la comprensión de cualquier material escrito se entienden hoy como un prerrequisito para el aprendizaje y el desenvolvimiento de cualquier tarea cotidiana. De hecho, los procesos de comprensión dentro del enfoque de lo que tantas veces se ha denominado aprendizaje significativo, o lo que es lo mismo, un aprendizaje cargado de significado para el que aprende, lejos está de ese otro aprendizaje desarrollado desde y para su reproducción. Esta estrecha relación entre comprensión y aprendizaje nos plantea cuestiones acerca de cómo abordar un viejo problema aún no resuelto y que atañe no solamente al ámbito laboral y a la propia competencia cultural, sino en particular al ámbito educativo, siendo especialmente vulnerables aquellos niños en edades muy tempranas en los que el proceso de aprendizaje y desarrollo lector no están bien consolidados.

Este antiguo problema se podría resumir en cómo muchas personas, a pesar de que saben leer, no comprenden lo que leen o cómo, a pesar de que dedican tiempo y esfuerzo a desarrollar tareas o actividades, no consiguen adquirir nuevos conocimientos de manera eficiente ni saben actuar o tomar decisiones correctas en situaciones muy cotidianas.

La base de esta cuestión, aunque enormemente compleja, pasa por transferir nuestros recursos al aprendizaje de la lectura y escritura en esas situaciones cotidianas, a producir materiales diseñados para un fácil manejo que utilizados de forma correcta permitan acceder, comprender y aprender nuevos conocimientos, a ser más eficientes y resolutivos y a desarrollar programas de intervención educativa eficientes y motivantes en comprensión lectora, (Fonseca, Migliardo, Simian, Olmos, & León, 2018).

## Comprensión de noticias

Para entender por qué la gente consume noticias y como las consume, debes entender el contexto social en el que el individuo a evaluar se desenvuelve, La interacción social nace, principalmente, de los acontecimientos que suceden a tu alrededor. Desde aquí podemos entender cuáles son las preferencias de los usuarios. la comprensión de la noticia también presenta etapas.

**Percepción y atención:** La atención está condicionada por un deseo de información de cierto medio de comunicación o de cierto tema en concreto. Para que se desarrolle de la manera correcta la comprensión de la noticia, la atención debe ser exclusiva. El proceso de percepción de la noticia, está relacionado con el formato de la misma, la distribución en el medio escrito y nuestro conocimiento general previo. El titular también definirá cuanta atención el lector vaya a depositar en la lectura, puesto que, es lo que llama la atención para iniciar el proceso de comprensión.

**Lectura:** La lectura necesita de los procesos previos, de la percepción y el nivel atencional. Es un acto voluntario, pues durante la lectura vamos a decodificar mediante nuestro conocimiento previo, el texto periodístico. La parte más importante, en vista que es un acto voluntario, es que vamos a poder terminar de leer cuando queramos.

**Comprensión:** La comprensión de la noticia inicia desde la lectura del titular, que, de acuerdo a las normas periodísticas, deben contener lo más importante del texto. La decodificación del titular presupone que se comience a pensar en argumentos previos y de contexto que se tenga acerca de la noticia que en la cual nos interesamos. En ese momento de decodificación, nuestro sistema cognitivo elige si continuar o no con la lectura y la interpretación del resto del texto. La activación del modelo de lectura dependerá del grado de interés que tengamos acerca del tema, he aquí cuando interviene y se juntan los 3 procesos previos, como lo son la percepción, atención y lectura.

**Representación:** A pesar de haber destinado una atención exclusiva al texto y haber decodificado el titular para posteriormente decodificar la noticia escrita, la representación en nuestro sistema cognitivo es superficial. Podremos recordar el estilo empleado, el diario



donde lo leímos y demás detalles, pero no la totalidad de detalles expuestos en la nota periodística, (Moreno, 2019).

### **Enfoques de lectura**

**Enfoque lingüístico:** La comprensión del texto es de tipo superficial. En este enfoque se deduce que el significado verdadero del texto es la relación de todas las palabras y oraciones. El lector podrá recordar datos clave de la lectura con facilidad.

**Enfoque psicolingüístico:** La comprensión del texto no nace solo de la suma de las palabras y oraciones, el contexto es clave para este enfoque. El significado del texto puede ser plural y el lector puede sacar diferentes conclusiones, haciendo referencia al conocimiento previo o formular hipótesis acerca de la lectura.

**Enfoque sociocultural:** En este enfoque la empatía es determinante. Se busca leer tras las líneas, es decir, entender al escritor y las razones por las que escribió el texto. En este enfoque la duda es fundamental y siempre se trata de cuestionar al escritor, (Moreno, 2019).

### **Medio impresos**

Los medios impresos es un término bastante utilizado que se refiere al medio que difunde material impreso. En la vida diaria nos referimos a los medios impresos como la industria asociada con la impresión y sobre todo con la distribución de noticias a través de una red de medios de comunicación, como periódicos y revistas. Las personas también se refieren a los medios impresos con el término "prensa", el cual es un canal de comunicación que tiene el objetivo de llegar a un gran número de personas.

Los medios impresos incluyen todas las formas impresas: periódicos, boletines, folletos, revistas y panfletos, así como libros y otros materiales de lectura. La gran mayoría de los medios impresos son publicaciones que venden espacios publicitarios para obtener ingresos. Los medios impresos como revistas y diarios son locales o nacionales, aunque

muchas revistas son internacionales. Dentro de estos medios también se incluyen anuarios, presentaciones para eventos y programas, (Kidwai, 2019).

### **Tipos de medios impresos**

Los medios impresos incluyen todas las formas impresas: periódicos, boletines, folletos, revistas y panfletos, así como libros y otros materiales de lectura. La gran mayoría de los medios impresos son publicaciones que venden espacios publicitarios para obtener ingresos. Los medios impresos como revistas y diarios son locales o nacionales, aunque muchas revistas son internacionales. Dentro de estos medios también se incluyen anuarios, presentaciones para eventos y programas.

Hacia el final del siglo XX, la frase "la prensa ha muerto" fue dicha entre muchos paneles de discusión de medios de todo el mundo. En el siglo XXI, el desarrollo de Internet, periodismo electrónico y publicaciones en línea, han demostrado que las personas recurren a los medios electrónicos para recabar información. Sin embargo, la realidad indica que, aunque la gente lee las noticias diarias en línea y revisa blogs y sitios web de información, acuden a la prensa impresa cuando quieren tener las noticias en sus manos y leer algo en lo que confían, (Kidwai, 2019).

### **¿Qué es una nota de prensa?**

Un comunicado o nota de prensa, es un texto escrito mediante el cual se hace llegar un mensaje de interés periodístico a los trabajadores de diferentes medios de comunicación, con el objetivo de que ellos lo divulguen esa noticia en sus periódicos, revistas, blogs, radios, programas de TV, etc. Aunque en la actualidad, con la llegada principalmente de Internet, podríamos decir que el uso e importancia de estos comunicados o notas de prensa ha evolucionado muchísimo y ha adoptado un carácter mucho más estratégico que el que poseía antes.

Elas hoy no solo se centran en ser un mero comunicado de prensa enfocado a aumentar el alcance de una noticia en concreto, sino que pueden llegar a ser utilizadas como una parte activa en las técnicas y estrategias de cualquier plan de Marketing Digital. En la actualidad, las notas de prensa digitales pueden ser una técnica que potencie tanto nuestras

estrategias de Comunicación y Branding (por medio de su alcance masivo) como las de posicionamiento SEO y de tráfico Web (gracias a los enlaces que se suelen incluir en estos comunicados).

Para responderte más profundamente a esta pregunta, no hay nada mejor que recurrir a un ejemplo muy práctico y concreto. Y es que, hace muy poco tiempo, diseñe una estrategia de este tipo con el fin de promocionar, (Facchin, 2019).

### **Diferencias entre medios de comunicación impresos y audiovisuales**

Los medios de comunicación impresos y audiovisuales nos proporcionan la misma clase de información. Nos ofrecen las actualizaciones periodísticas más recientes, los productos más novedosos del mercado, y nos brindan la oportunidad de disfrutar historias interesantes. Si bien la prensa gráfica es un medio más antiguo, tanto los medios audiovisuales como los gráficos poseen un lugar establecido en la sociedad. De todos modos, existen claras diferencias entre ambos que los anunciantes y los aspirantes a periodistas deberían tener en cuenta.

**Experiencia sensorial:** La diferencia principal entre los medios de comunicación gráficos y los audiovisuales radica en que ambos apelan a sentidos distintos. Los medios gráficos constituyen un medio únicamente visual, mientras que la radio y la televisión ejercen un impacto audiovisual.

Los publicistas utilizan esta información con el fin de concentrarse en la cualidad sensorial específica de su producto y su adaptación al medio. En la publicidad gráfica, una imagen vale más que mil palabras. Por ejemplo, en un anuncio gráfico para un automóvil, el foco deberá colocarse sobre las cualidades exteriores de su diseño, con términos tales como "resplandeciente" y "elegante".

En el caso de una publicidad radiofónica, el foco se desplazará hacia los sonidos producidos por el auto, mientras que en una televisiva existirán más oportunidades para contar una historia más completa acerca del auto en cuestión, utilizando tanto imágenes visuales como sonoras con el objeto de influenciar a la audiencia, (Bolton, 2018).

**Tiempo de exposición:** En el artículo de un periódico, los periodistas con frecuencia cuentan con la oportunidad de proporcionar información más detallada acerca de un evento determinado, mientras que los noticieros radiofónicos y televisivos poseen un marco de tiempo limitado en el cual deben brindar la información. Este hecho influye de manera sustancial la estructura del artículo, ya que los medios gráficos poseen más oportunidades de incluir detalles y describir la situación, mientras que, de forma típica, un noticiero audiovisual consiste en un resumen breve de los acontecimientos.

**Audiencia:** Si bien tanto los medios gráficos como los audiovisuales pueden dirigirse al mismo segmento de público, existe una diferencia significativa en cuanto a la manera en que la audiencia se acerca a los diversos medios. En el caso de los medios gráficos, los lectores eligen la información que desean leer. Con respecto a los medios audiovisuales, la audiencia se encuentra expuesta a los anuncios y a los artículos informativos que elige el emisor. Esto influye el impacto de los medios, ya que la información que una persona lee motivada por su interés particular, con frecuencia es más fácil de recordar que la recibida de manera involuntaria.

**Aspecto de los periodistas:** En el caso de los medios audiovisuales, con frecuencia la audiencia juzga la credibilidad de una historia basándose en el aspecto del periodista; su tono de voz, su indumentaria y sus características físicas. En los medios gráficos, el lector no puede ver al periodista, de manera que la impresión que deja el artículo dependerá únicamente del estilo de escritura del autor.

**Contenido:** El contenido de las historias periodísticas difiere entre los medios audiovisuales y los medios gráficos. Como solamente se emiten las noticias más recientes de manera diaria, las historias deben ser nuevas. Los periodistas de medios audiovisuales cuentan con muy poco tiempo para preparar sus historias y recabar información adicional acerca de ellas. Por otro lado, los periódicos con frecuencia ofrecen noticias de un día o incluso de una semana de antigüedad, y cuentan con más oportunidades para elaborar los eventos. En consecuencia, los artículos periodísticos son, en general, más detallados y brindan una información más completa que las historias audiovisuales, (Bolton, 2018).

**Diferencia entre un boletín informativo y un comunicado de prensa**

El mundo de hoy requiere la entrega precisa y eficiente de información. Hay medios y formatos innumerables con los cuales transmitir información, dos de los cuales incluyen el boletín informativo y el comunicado de prensa. Aunque cada formato cumple funciones similares, difieren en formas importantes.

**Público:** Una diferencia común es el público objetivo. Los comunicados de prensa, como lo indica su nombre, están diseñados para ser transmitidos a los medios externos. Son una forma de comunicaciones externa que funciona mejor cuando se disemina de manera amplia. Los boletines informativos, en contraste, tienden a ser comunicaciones internas que se circulan al interior de una empresa o agencia. Puede que no sean confidenciales, pero su público objetivo es el personal interno. Sin embargo, es importante notar que algunas empresas también pueden generar un boletín informativo externo como parte de una estrategia de mercadotecnia.

**Formato:** El formato del comunicado de prensa estándar comienza con un encabezado de la compañía u organización (que incluya información de contacto y, a menudo, la frase "para su transmisión inmediata"). Luego entra en asunto, usualmente con un par de párrafos y no más largo de una página. Un comunicado de prensa no suele contener gráficos o imágenes. Un boletín informativo, en contraste, tiene mayor libertad en el formato. A menudo tiene un patrón para representar la primera plana de un periódico, caracterizado por un arreglo estilístico de artículos, imágenes y diferentes tamaños y estilos de fuente. Puede incluir contenidos de múltiples autores.

**Contenido:** Un comunicado de prensa está diseñado para transmitir una sola pieza de información de manera clara y sucinta. Los comunicados de prensa generalmente se producen en conexión con un solo desarrollo, evento, cambio importante o cosas de esa naturaleza. Por otro lado, un boletín informativo puede ser más variado en su materia. Un boletín informativo puede discutir elementos de noticias singulares, pero también presentar columnas, laterales y otros temas, (Ferris, 2017)

**Función:** La función de un boletín informativo o un comunicado de prensa depende de la organización que lo esté publicando. Si un boletín informativo se diseña para comunicaciones internas, su propósito generalmente será para informar a los empleados acerca de cambios recientes, un estado actual o desarrollos próximos.

Sin embargo, un boletín informativo externo enviado a un público externo servirá como una herramienta de mercadotecnia para promover a la empresa u organización. Un comunicado de prensa también promueve a la empresa que lo publica, pero su función se relaciona más con el esparcimiento de noticias y menos con la mercadotecnia. Los comunicados de prensa están diseñados específicamente para generar cobertura de medios, (Ferris, 2017).

### **La noticia y sus características**

La misma palabra de "noticia" procede del latín "noticia", un término que hace referencia a la información que es enunciada por primera vez. Por tanto, nos encontramos ante un tipo de texto que nos ofrece un conocimiento nuevo.

En términos generales, una noticia debe responder a 7 preguntas esenciales, que son las siguientes:

La información que se redacta en una noticia periodística siempre tiene que cumplir con el principio de objetividad, claridad y veracidad. Se tiene que revelar una información que sea fácil de comprender y que, sobre todo, sea veraz. El objetivo que se persigue con una noticia es el de informar al lector sobre un acontecimiento que ha tenido lugar.

Pero, además de estos elementos de la noticia que son imprescindibles, también tienes que conocer cuáles son las partes de la noticia que hacen que un texto pueda ser considerado como tal. A continuación, te las desvelamos de forma individual, (Tabuena, 2018).

### **Los elementos de una noticia**

Dentro de la palabra escrita nos encontramos con diferentes tipos de texto como, por ejemplo, los textos narrativos, los argumentativos, los expositivos, etcétera. Cada uno de estos textos cuentan con una serie de elementos y particularidades que los hacen diferentes e inconfundibles. El texto periodístico se engloba dentro de los llamados "textos técnicos" porque incluyen un lenguaje y una forma determinada del sector.

dentro de los textos periodísticos nos encontramos con una gran multitud de subtextos que se pueden escribir: artículos de opinión, entrevistas, artículos informativos, noticias, etcétera. A continuación, vamos a hablar de forma detallada sobre las partes de una noticia para que puedas comprender cómo se tienen que estructurar estos textos propios del universo periodístico, (Tabuenca, 2018).

## **El cuerpo de la noticia**

El cuerpo de la noticia se inicia con una información que contextualice al lector, es decir, un párrafo que se encargue de situarnos y de relacionar lo ocurrido con otros hechos relevantes del pasado o de la actualidad. Después de esta breve contextualización es cuando comienza la noticia y se debe organizar teniendo en cuenta una serie de elementos básicos.

**Estructura decreciente:** como ya hemos comentado, para organizar bien la información se debe comenzar informando de lo más destacado y relevante para, poco a poco, ir ofreciendo datos de menor importancia. La información más importante tiene que estar, por tanto, en los primeros párrafos.

**Cronología:** también es importante que el periodista tenga en cuenta la narración cronológica de los hechos para que el lector comprenda bien lo que ha sucedido y la información se presente clara y detallada.

**Conclusiones/Resumen final:** al terminar la noticia, muchas veces se puede concluir con un párrafo final a modo de cierre o de resumen, pero siempre manteniendo el principio de objetividad propio del periodismo, (Tabuenca, 2018).

## **Elementos básicos de una noticia**

**Actualidad:** la información que se debe indicar en una noticia debe ser de actualidad. En el caso de que queramos hacer un artículo hablando de un tema pasado, no estamos ante una noticia sino ante un reportaje o artículo de otro tipo.

**Veracidad:** es importante que la información que se dé en una noticia sea veraz y esté contrastada. No se puede falsear ni tampoco manipular el contenido de la noticia. Se tiene que dar de forma objetiva y veraz. es otra de las máximas del periodismo y que se tiene que cumplir de forma escrupulosa. Las noticias se deben dar de manera objetiva, informando y describiendo lo ocurrido sin juicios ni opiniones propias.

**Novedad:** otro de los elementos clave de una noticia es que informe de algo nuevo para el conocimiento del lector. Tiene que informar y, por tanto, partimos de la base de que esa información es desconocida y que, gracias a la noticia, el lector conocerá algo nuevo.

**Responder las 7 preguntas básicas:** se tienen que responder 7 preguntas esenciales que ayudan a dar una información completa. El qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué es algo que se tiene que resolver a la hora de dar una noticia, (Tabuenca, 2018).

## **Etapas de la comprensión de noticias**

**1. Percepción y atención:** La atención está condicionada por un deseo de información de cierto medio de comunicación o de cierto tema en concreto. Para que se desarrolle de la manera correcta la comprensión de la noticia, la atención debe ser exclusiva. El proceso de percepción de la noticia, está relacionado con el formato de la misma, la distribución en el medio escrito y nuestro conocimiento general previo. El titular también definirá cuanta atención el lector vaya a depositar en la lectura, puesto que, es lo que llama la atención para iniciar el proceso de comprensión.

**2. Lectura:** La lectura necesita de los procesos previos, de la percepción y el nivel atencional. Es un acto voluntario, pues durante la lectura vamos a decodificar mediante nuestro conocimiento previo, el texto periodístico. La parte más importante, en vista que es un acto voluntario, es que vamos a poder terminar de leer cuando queramos.

**3. Comprensión:** La comprensión de la noticia inicia desde la lectura del titular, que, de acuerdo a las normas periodísticas, deben contener lo más importante del texto. La decodificación del titular presupone que se comience a pensar en argumentos previos y de contexto que se tenga acerca de la noticia que en la cual nos interesamos. En ese momento



de decodificación, nuestro sistema cognitivo elige si continuar o no con la lectura y la interpretación del resto del texto. La activación del modelo de lectura dependerá del grado de interés que tengamos acerca del tema, he aquí cuando interviene y se juntan los 3 procesos previos, como lo son la percepción, atención y lectura.

**4. Representación:** A pesar de haber destinado una atención exclusiva al texto y haber decodificado el titular para posteriormente decodificar la noticia escrita, la representación en nuestro sistema cognitivo es superficial. Podremos recordar el estilo empleado, el diario donde lo leímos y demás detalles, pero no la totalidad de detalles expuestos en la nota periodística, (Moreno, 2019).

### **Diseño de la información**

El Diseño Gráfico desde sus inicios ha sido catalogado más como una rama del marketing y no como una actividad individual. El Diseño Gráfico es mucho más que publicidad, es una actividad donde se comunica visualmente, donde lo invisible se transforma en visible y donde se resuelven problemas de nivel gráfico.

El diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el contenido. Un diseñador de textos no ordena tipografía, sino que ordena palabras, trabaja en la efectividad, la belleza y la economía de los mensajes. Este trabajo, más allá de la cosmética, tiene que ver con la planificación y estructuración de las comunicaciones, con su producción y con su evaluación

Es de vital importancia consultar con no solo diseñadores gráficos, sino diseñadores de la comunicación, que han evolucionado sus conceptos con las distintas etapas de la comunicación. Estos facilitadores de la información nos permiten receptar incuantificables postulados en la web ordenación, composición de formas y figuras, mediante los procesos técnicos. En el diseño hay un cuerpo dado de información que debe comunicarse para que el público experimente. Este es el objeto primario en la mayoría de las

El postulado principal del diseño es comunicar y para esto debemos segmentar correctamente la información con el fin de poder incidir en el pensamiento de la persona

que está consumiendo la comunicación visual. Aprovechar esta expresión de las infografías es esencial para poder captar la atención y poder expresar la idea atrás de aquella imagen.

El formato correcto para lograr que la decodificación de una idea, llámese esta noticia periodística, es la ilustración. Este formato nos permite tener una representación cognitiva en la persona que pose su atención en la noticia, (Moreno, 2019).

## **2.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.2.1. Antecedentes investigativos**

La infografía cumple un papel fundamental en los medios de comunicación su secuencia de imágenes permite tener una mayor visualización de lo que nos trata de decir la noticia a través de la imagen

Cadena José Luis en su tesis de grado sobre Uso de la infografía como herramienta Educomunicativa expresa que:

El modelo de comunicación de estos tiempos es el recurso de la tecnología, y que muchos factores como la modernización, han sido los que propician este cambio, y a su vez les dan prioridad a las imágenes, videos, colores, para que sean escogidos como recursos didácticos, y se vaya dejando a un lado las bibliografías que emplean un sin número de letras.

La infografía es una herramienta que actualmente está siendo muy utilizada por comunicadores y periodistas que necesitan nutrirse día a día de nueva información, permite hacer que lo que pasa, sea plasmado en imágenes, acortando la ficción de la realidad y volviendo todo más útil. No es un recurso considerado un lujo o de distracción, hoy por hoy, es necesario, utilizarlo ampliamente por profesionales de la comunicación como los diseñadores gráficos, que, a la larga, se vuelven un complemento, (Cadena, 2019).

Reinaldo Cortés, en su tesis doctoral sobre La importancia de la infografía y su influencia en la prevención y seguridad en el hogar manifiesta que

La infografía es un nuevo género periodístico, el último y más novedoso de los géneros de expresión informativa, que se puede asentar con firmeza en la tecnología informática, aunque no exclusivamente, porque también puede haber infografías artesanales. Cortes también señala hoy día con la nueva infografía tiene algunas similitudes con la impresa, pero es un producto claramente distinto. Sus diferencias principales son la versatilidad y sus posibilidades gracias al soporte digital ya la comunicación mediante Internet. Sus ilimitadas posibilidades de conexión biunívoca hipertextual, permiten el intercambio recíproco de contenidos. En todo lo relativo a su cinética diversa, es posible emular la figuración móvil de los fenómenos, tal como se presentan en la naturaleza, (Cortés, 2018).

Los dos autores coinciden que la utilización de la infografía es importante para los medios de comunicación la captura de imágenes titulares completa los medios de comunicación impresos por ello es fundamental su buen uso para informar y no para alterar la información

Eduardo Menjívar y Rony Morales en su tesis de grado sobre la “Elaboración de infografías hacia el desarrollo de competencias del siglo XXI” de la ciudad de Colombia año 2015 indica que

La infografía no surge en el contexto educativo, sino en el ámbito comunicativo y periodístico, teniendo mayor auge a “partir de la década de los 80 donde las tecnologías tuvieron un fuerte impacto en la prensa gráfica lo cual permitió la incorporación de la informatización y, por ende, el empleo de nuevos recursos visuales.

Las infografías al estar compuestas por distintos elementos (texto, imagen, gráficos, vídeos, entre otros) y ser el resultado de una búsqueda específica y válida de información permiten comunicar un mensaje de manera concreta y coherente. Son además una excelente ayuda visual para presentar el proceso de aprendizaje de un individuo. Entonces, por corresponder a un formato de modelo conceptual nos acercarían a la posibilidad de lograr

mejores resultados en la construcción del pensamiento y el aprendizaje así lo indica, (Roney, Menjívar, & Morales, 2016).

La infografía que se aplica en los medios de comunicación impresos es aplicada bajo los estándares y normas de no se puede alterar la información como es lo habitual en los medios impresos locales por solo el hecho de vender mas

Pontis Sheila en su tesis doctoral sobre La infografía y su diseño de información de la Universidad de Madrid España año 2018 argumenta que:

Las publicaciones periódicas Information Design Journal y Visible Language también ofrecen un amplio abanico de proyectos sobre esta disciplina y son una inagotable fuente de información desde un punto de vista más académico. Sin embargo, dentro y fuera del ámbito del diseño, muchos profesionales no pueden explicar con claridad cuál es el objetivo del diseño de información y desconocen todo su potencial y aplicaciones, más allá del desarrollo de infografías.

Hasta el presente no se ha podido establecer una definición universal del diseño de información y sus límites de acción. Algunos profesionales entienden el diseño de información como perteneciente a la disciplina del diseño gráfico, mientras que otros como Robert Waller, conciben el diseño de información como la disciplina madre desde la cual se desprende la del diseño gráfico. No hay dudas que el diseño gráfico y el diseño de información tienen puntos en común, pero lo que es importante explicar es que sus objetivos y aplicaciones son diferentes.

La infografía representa una herramienta adecuada para captar a un nuevo público lector facilita la información mediante la visualización de imágenes, diseños y colores su uso es frecuente en los medios de comunicación convirtiéndose en parte estratégica para captar la atención, es por ello que se concientiza en los medios de comunicación a hacer el buen uso de la infografía no se pueden alterar la información mediante una fotografía y dar otra noticia muy diferente este recurso es habitual en medios de comunicación de crónica roja que exponen un alarmante titular u fotografía y el extracto de la noticia es otro.

### 2.2.2 Categoría de análisis

#### **Categoría de análisis 1: La infografía**

**Definición.** – Conjunto de imágenes y textos combinados para explicar un tema que puede resultar difícil de entender. Debes saber que el diseño de una infografía tiene complejidades.

#### **Operacionalización de las subcategorías**

- ✓ Información graficada
- ✓ medio de comunicación
- ✓ información visual

#### **Categoría de análisis 2: Tratamiento de la noticia**

**Definición.** – Son reportes factuales de un evento tal como ocurrió. No es el evento examinado desde un punto de vista con prejuicios o como el reportero piensa, desea o piensa que se llevó a cabo.

#### **Operacionalización de las subcategorías**

- ✓ Veracidad en la información
- ✓ Objetividad en la información
- ✓ Informaciones sobre eventos actuales

### 2.3. Postura teórica

Según Rivadeneira Evelyn en su trabajo de titulación sobre “La infografía como recurso didáctico en el proceso de enseñanza aprendizaje” expresa que:

La infografía constituye un recurso al alcance del docente, que puede ser utilizado para hacer más interesantes las clases y explicar de manera gráfica cualquier materia, sea

cual sea el año de estudio. Se trata de documentos gráficos de gran tamaño, que sirven para presentar un tema a tratar, el mismo que estará acompañado de gráficos, imágenes y dibujos y en algunos formatos web, incluso audios y vídeos que hacen que la información sea atractiva y entendible.

En efecto, la elaboración de este tipo de material contribuye al proceso de construcción de los aprendizajes de forma colaborativa y en los niveles superiores constituye una forma de presentación eficaz de un tema de cualquier índole, las infografías permiten transmitir de modo rápido y claro las ideas centrales de un tema y la retención de la información por parte del estudiante, (Rivadeneira, 2015).

Para Graciela Paredes docente en la Universidad Autónoma de Barcelona expresa que:

Los medios de comunicación son los principales difusores de las acciones de los actores sociales, por lo cual resultan un espacio donde éstos son definidos de acuerdo con el tratamiento que reciben. A partir de esta premisa, la investigación se centra en el análisis de cómo los diarios se refieren a sí mismos o, más precisamente, de cómo abordan las cuestiones relacionadas con el propio ámbito periodístico.

Para comprender un posible efecto de las noticias que tratan sobre el periodismo se recurre a quien explica varias consecuencias de exponer públicamente lo que forma parte del trasfondo escénico. A su juicio, cuando las fronteras espaciales, sociales e informativas caen, las experiencias ya no se encuentran localizadas y los saberes no están segmentados, (Paredes, 2017).

De acuerdo a lo citado podemos indicar que nuestra postura teórica del tema en discusión es que la infografía es esencial en el periodismo de prensa escrita, digital o audiovisual permite una conexión de forma inmediata mediante la visualización que despierta el interés a conocer la información, lastimosamente los medios de comunicación han abusado de esta herramienta estratégica para favorecer sus intereses personales su objetivo primordial es vender mas no informar tergiversando la información de la noticia lo que infringe su ética profesional.

## **2.4 HIPÓTESIS**

### **2.4.1 Hipótesis general básica**

✓ La infografía que utiliza el diario La Hora determina la relación en el tratamiento de la noticia en el cantón Buena Fe.

### **2.4.2 Sub hipótesis o derivadas**

✓ Identificando el nivel de comprensión de noticias escritas determinará la relación en las noticias graficadas utiliza el diario La Hora

✓ Determinando si el público lector, considera como herramienta indispensable, la utilización, de la infografía contribuirá para su uso continuo en el diario La Hora

✓ Diseñando una guía de infográfica ayudará como un recurso didáctico

## **2.5 Variable**

### **2.5.1 Variable independiente**

La infografía

### **2.5.2 Variable dependiente**

Tratamiento de la noticia

## **CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Resultados obtenidos de la investigación.**

La población está constituida por los habitantes del cantón Buena fe quienes son los principales lectores de este medio de comunicación.

El tamaño de la muestra a investigar será determinado aplicando la fórmula establecida a continuación, para proceder a aplicar el cuestionario donde se determinará como influye la infografía que utiliza diario La Hora en el tratamiento de la noticia.

#### **3.1.2 Análisis e interpretación de datos**

Para el correspondiente análisis de resultados se procederá a realizar el levantamiento de información mediante un cuestionario de encuestas que será aplicado a los habitantes del cantón Buena Fe para analizar su punto de vista en la infografía que utiliza diario la hora y el tratamiento que le da a la noticia, evaluando sus parámetros y se cumple con las ordenanzas de la ley de comunicación.

EL cuestionario de preguntas será analizado, observado y medidas cada una de sus preguntas de manera que sean preguntas sencillas de fácil manejo para que ninguna de las personas a encuestar se sienta incomodo o no sepa que contestar, aplicado el cuestionario se procederá a tabular los datos y presentar porcentajes y realizar el respectivo análisis e interpretación de resultados de cada una de las presuntas, para luego proceder con una entrevista a un funcionario de diario La Hora con el objetivo de ampliar nuestra información y presentar resultado concretos oportunismo que nos permita realizar las conclusiones del tema y las debidas recomendaciones, junto con una propuesta que se ajuste a las necesidades presentadas

Valoración: Periodística informativa, comunicación, didáctica, estratégica, aplicativa y descriptiva indagando la utilización de la infografía como un recurso periodístico y su utilización que se le dan actualmente los medios de comunicación.



## Encuesta realizada a los habitantes del cantón Buena Fe

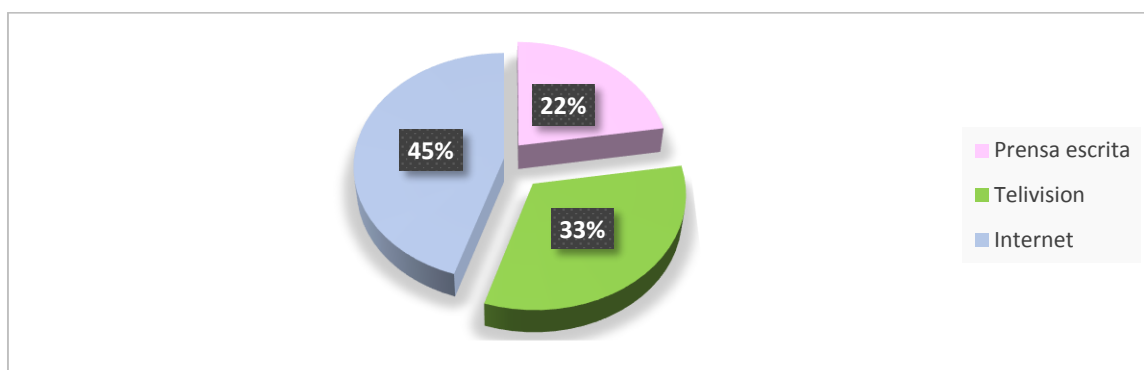
### ¿A través de qué medios de comunicación usted se informa de las noticias?

Tabla 1.-Medios de comunicación

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Prensa escrita	90	22%
Televisión	130	33%
Internet	180	45%
Total	400	100%

Fuente: Población del cantón Buena Fe  
Elaborado por: Thalía Pogo

Figura 1.- Medios de comunicación



Fuente: Población del cantón Buena Fe  
Elaborado por: Thalía Pogo

**Análisis.** - La encuesta realizada demuestra que 22% de las personas encuestadas prefieren los medios de prensa escrita, mientras que el 33% la televisión un 45% se informa mediante redes sociales de los hechos noticiosos

**Interpretación.** –La encuesta revela que la prensa escrita ocupa un lugar importante a la hora de ser elegido para estar informado a pesar de que existen más opciones y con mayores ventajas tecnológicas la prensa escrita permanece firme en el mercado de la comunicación.

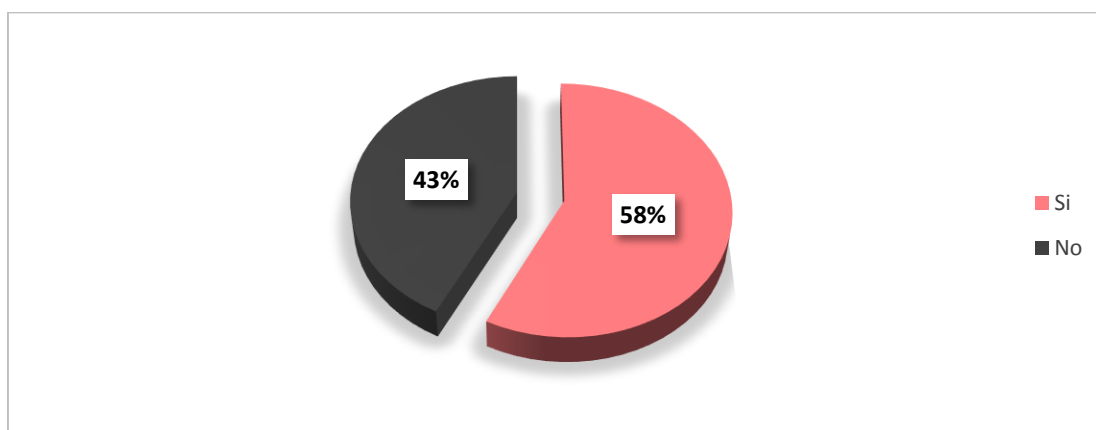
## ¿Adquiere usted diario la hora para estar informado?

Tabla 2.- Información

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Si	230	58%
No	170	43%
Total	400	100%

Fuente: Población del cantón Buena Fe  
Elaborado por: Thalía Pogo

Figura 2.- Información



Fuente: Población del cantón Buena Fe  
Elaborado por: Thalía Pogo

**Análisis.** - Un 58% de los encuestados señala que, si compran diario la hora para mantenerse informado de todo lo que sucede, mientras que el 43% indica que opta por otras opciones de medios impresos.

**Interpretación.** – Diario La Hora cuenta con un apoyo y aceptación en el cantón Buena Fe por parte de la población que la adquiere para mantenerse informado.

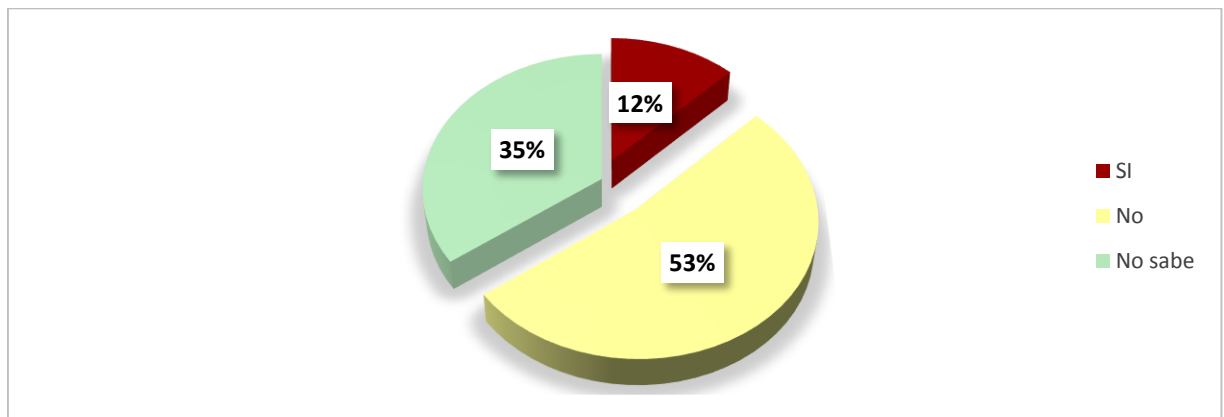
**¿Considera usted que Diario La Hora es un medio de comunicación neutral al momento de informar?**

Tabla 3.- Comunicación neutral

Rango	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	13%
No	210	53%
No sabe	140	35%
Total	400	100%

Fuente: Población del cantón Buena Fe  
Elaborado por: Thalía Pogo

Figura 3.- Comunicación neutral



Fuente: Población del cantón Buena Fe  
Elaborado por: Thalía Pogo

**Análisis.** - EL 13% de las personas encuestadas señala que Diario La Hora si es imparcial al momento de comunicar, mientras que el 53% indica que no es así y un 35% manifiestas que no sabe si es o no imparcial al momento de comunicar.

**Interpretación.** –La mayoría de las personas encuestadas consideran que Diario La Hora no es un medio de información neutral a la hora de informar y que existe cierto favoritismo para un sector político.

**Entrevista realizada Rey Guerrero editor de la sección País de Diario La Hora en la Provincia de Los Ríos**

**¿Qué tiempo usted tiene laborando en este medio de prensa?**

Tengo laborando aproximadamente 5 años en aquí en Diario La Hora

**¿En su sección informativa que tan habitual es el uso de la infografía?**

De hecho, la utilizamos para presentar casi toda la información mediante imágenes para dar más realce a la información y obtener una mayor comprensión lectora mediante la visualización de lo que está sucediendo.

**¿En la encuesta realizada a los habitantes del cantón Buena Fe se les pregunto si Diario La Hora tergiversa la información mediante el uso de la infografía y la respuesta fue un contundente sí que opina de ello?**

Bueno las personas suelen confundir el humor con una crítica y lo toman por el lado político cuando no es así Diario La Hora se ha caracterizado por muchos años en ser un diario imparcial y que no se venden a ningún partido político entonces considero que solo son malos entendidos humor negro que es calificado de otra manera.

**¿Otra de las preguntas que se realizó a la población buenafecina es que si Diario la Hora es imparcial en la información que presenta y la respuesta fue no indicando que favorece a un sector político?**

Vuelvo y le reitero que como medio de prensa escrita Diario La Hora se ha caracterizado por ser imparcial en cada una de la información que se brinda lo que sucede es que muchas personas se dejan llevar por medios de comunicación amarillistas que dañan la imagen de otros medios.

## **3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.2.1. Específicas.**

Se determina que muchas de las noticias publicadas por Diario La Hora no son entendibles la infografía que es utilizada por el medio de prensa escrito no tiene nada que ver con el tratamiento que luego se le da al informe de redacción lo que molesta a los usuarios que al obtener este periódico utilicen una publicidad engañosa con el propósito de lograr sus propios objetivos empresariales.

De acuerdo a la encuesta realizada se determinó que el público si considera que la infografía se es una herramienta necesaria y útil para un medio de prensa escrita les permite visualizar mejor la noticia desde otro aspecto siempre y cuando el medio de comunicación lo utilice con responsabilidad y no solo con el propósito de vender más.

Actualmente muchos estudiantes no conocen los que es la infografía su importancia y el rol que juega en los medios de comunicación, al presente no cuentan con una guía didáctica donde puedan visualizar la manera y como se es utilizada lo cual les ayudaría mucho con un recurso didáctico para sus estudios.

### **3.2.2 General**

Se concluye que el uso que le da Diario La Hora a la infografía no siempre va acompañado con buenas intenciones, muchas de las noticias que son presentadas por este medio incumple y violan el derecho de intimidad o recurren al humor negro para graficar una imagen que no tiene nada que ver con la noticia que en verdad se está presentando este tipo de técnicas son utilizadas con el fin de captar la atención del lector.

## **3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

### **3.3.1 Especificas**

Se recomienda que los medios de comunicación de prensa escrita cumplan con la responsabilidad de graficar o incluir imágenes de acuerdo al tema de la noticia, para que de esta manera se brinde una noticia acorde a la imagen sin la necesidad de confundir al lector y este a su vez las comprenda de forma inmediata.

Se sugiere que los medios de comunicación de prensa escrita y todos generales hagan buen uso de la infografía siendo consecuente de la importancia que esta tiene y que es parte del proceso del periodismo que puede ser utilizada de manera adecuada acompañado de una buena redacción se puede presentar un periodismo de calidad sin caer en el sensacionalismo un recurso habitual en los medios de comunicación.

Se propone diseñar una guía didáctica que contenga información local utilizando el recurso de la infografía como estrategia didáctica para que los alumnos que estén cursando sus estudios tengan un conocimiento adecuado y más formal a la realidad.

### **3.2.2 General**

Se sugieres que Diario La Hora utilice de forma adecuada la infografía en todo lo que tiene que ver en imágenes gráficos mapas, videos para que esta sea publicada en relación al tratamiento de la noticia y que el lector asimile de forma inmediata lo que la imagen infográfica le trata de decir.

## **CAPÍTULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN**

### **4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1.1 Alternativa obtenida**

La alternativa obtenida de la presente investigación aplicando la encuesta demuestra que Diario La Hora no le da un tratamiento adecuado a la noticia en relación a la infografía que utiliza, algunas de sus publicaciones utilizan gráficos e imágenes llamativas con titulares exagerados con el único objetivo de vender más y captar la atención de nuevos lectores.

La encuesta efectuada en la población del cantón Buena fe cuestiona la credibilidad de Diario La Hora acusándola de favorecer a ciertos círculos de políticos y publicar siempre a favor de ellos, también se cuestiona la información que es presentada al público calificándolo de ser imparciales a la hora de presentar ciertos sucesos que han generado noticia y que involucra al tema político a favor de este medio de prensa.

La nueva era tecnológica que ofrece todos los beneficios y alternativas de estar informados los medios de prensa escrita aún conservan un espacio y aceptación considerable en el mercado ubicándose en las tres alternativas preferidas a la hora de estar informados es por ello a que se insta en que cumpla con responsabilidad a la hora de publicar alguna noticia haciendo buen uso de las técnicas infográficas, su redacción periodística porque están bajo la crítica y presión de la sociedad en general que los visualiza como un medio de prensa independiente que aporta con información de calidad a los ciudadanos.

La infografía es uno de los recursos fundamentales en el periodismo permite la construcción del proceso informativo captando la atención del lector mediante la visualización de imágenes es menester de los medios de prensa utilizar con responsabilidad presentar información de imágenes que vaya en conjunto con el tratamiento de la noticia para su buen funcionamiento y que les distinga como un medio de información de ética y profesionalismo en lo que hacen.

#### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

Se espera alcanzar alternativas positivas con la propuesta que se plantea que los medios de prensa escrita en general escuchen la opinión de los ciudadanos para realizar un periodismo de calidad sin recurrir a ningún truco que juzgue su imagen y buen nombre, los tiempos han cambiado las personas cada día tiene más accesos a la tecnología que les provee de conocimiento y pueden determinar cuándo un medio de información no está cumpliendo con los parámetros de realizar periodismo profesional son estas mismas acciones que marcan a un medio de comunicación y no le permite posesionarse en el mercado y ser conocido como un medio de prensa serio libre e independiente.

La expectativa que se plantea mediante la propuesta es la buena utilización de la infografía como recurso periodístico, la elaboración y creación de ilustraciones gráficas informativas permitirá al lector tener un mejor y mayor conocimiento de lo que se trata la noticia mediante la visualización de estas imágenes, esta técnica es eficaz y necesaria ser bien desarrollada dándole al periodismo un realce en cuanto a la información que presenta confirmándolo como un medio de información independiente de libre expresión que es lo que caracteriza a todo medio de comunicación.

El objeto de la presente investigación es concretar cuáles han sido los factores fundamentales que han hecho que la infografía, como proceso comunicacional, se haya integrado formalmente en la prensa diaria; de tal modo que, en sus páginas, se ha asentado con firmeza un nuevo modo de presentar las noticias, en el que las representaciones gráficas son la base de sus mensajes. Se está consolidando el lenguaje del futuro, que no se corresponde con el generalizado en los periódicos de hace quince años. (Zamarra, 2015).

#### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

##### **4.1.3.1 Antecedentes**

El lenguaje de las imágenes, promocionado por los avances tecnológicos, hace que, al final del siglo XX, predomine una cultura visual en el conjunto social; lo que ha incidido profundamente en las formas tradicionales de comunicación, en particular en la elaboración de los mensajes. Determinadas aplicaciones de la informática han contribuido al desarrollo



de los cambios más importantes conocidos en el mundo de la información desde la invención de la imprenta.

La aplicación de la informática a la representación gráfica del tratamiento de la imagen ha abierto un cúmulo infinito de posibilidades a la creatividad de los medios de comunicación y ha acuñado un nuevo concepto, “infografía”, que rápidamente se ha independizado de sus raíces. La infografía ha alcanzado su mayoría de edad y, en la actualidad, conceptualmente engloba mucho más que lo que puede extraerse de la simple suma de los términos, que definen la herramienta -informática- y el producto — representación gráfica, que crearon el ‘neologismo infografía

Nueva forma que ha venido de la mano de la transformación que, en los últimos años, ha sufrido la prensa diaria. La base de este cambio ha estado influida por dos circunstancias: el avance tecnológico y la utilización de recursos visuales en los periódicos. Pero la gestión técnica sola no basta para producir imágenes eficaces, hay que integrar los equipos de la redacción para obtener resultados lógicos. La televisión presenta imágenes que suplantán a las palabras; la infografía debe utilizar las imágenes como si fueran palabras y estructurar mensajes que narren informaciones con la lógica del periodismo tradicional.

En este contexto la infografía la acapara lo imaginario, produce lo real y sus simulaciones engendran apoyos para informaciones textuales; así ha adquirido una capacidad inédita hasta ahora, en continuo crecimiento. El poderlo comunicacional y el técnico se alían, se imbrican y se refuerzan mutuamente; en la infografía la se concreta una nueva trinidad: información/comunicación/técnica. Actúa mediáticamente; es decir, lo hace mediante la palabra y la imagen y recurre a la teatralización y a una construcción de lo real basada en la puesta en escena. Se huye de la inflación de palabras y se busca el apoyo de la semiótica para obtener la máxima claridad con el lenguaje icónico.

La infografía la marcó un hito en el conflicto al demostrar que, en el mundo de la comunicación tecnificada y de los medios de masas, cualquier acontecimiento puede ser escenificado. A partir de ese momento, este nuevo proceso de producir noticias o apoyar gráficamente los contenidos de los medios impresos se ha consolidado. Establecer que la infografía, unida a nuevos diseños, ha sido una de las alternativas en la edición y

presentación de contenidos de los medios escritos para adaptarse a las nuevas demandas de los lectores, (Zamarra, 2015).

#### **4.1.3.2 Justificación**

Se justifica la presente propuesta por la importancia que tiene el periodismo de prensa escrita el buen uso de la infografía permitirá que otros medios de comunicación implemente técnicas adecuadas en la utilización de ilustraciones gráficas, imágenes que vayan de acuerdo y en relación con el tratamiento de la noticia.

La propuesta que se planteada consiste es en una guía estratégica de un buen uso de la infografía con noticias locales como un recurso didáctico para que los estudiantes que estén cursando algún nivel académico y traten el tema conozcan como un referente y un ejemplo a seguir de cómo utilizar las técnicas infográficas y su relación directa con la información.

La infografía se consolidado como un medio fundamental para el desarrollo de la construcción de la noticia periodística la cual debe ser muy bien tratado sin alteraciones y que vaya acorde con la redacción. Las nuevas tecnologías han renovado el mundo de la comunicación brindando facilidades de captura de imágenes, diseños gráficos que hace años no había, las herramientas están ahí son de fácil utilización, ahora solo depende de cómo vayan a ser empleadas por los periodistas que siempre buscan estar a la vanguardia y presentar primicias en la información con el único propósito vender más y captar nuevos clientes, hoy en día la infografía se ha se ha afianzado como un proceso decisivo en la estrategia editorial de las empresas de prensa siendo su uso fundamental e indispensable a la hora de publicar alguna información.

## **4.2. OBJETIVOS.**

### **4.2.1 Objetivos general**

- ✓ Diseñar una guía infográfica como un recurso didáctico

#### **4.2.2. Objetivos específicos**

- ✓ Determinar el contenido de la guía infográfica
- ✓ Identificar las técnicas a incluir en la guía infográfica
- ✓ Difundir información previamente verificada y apegada a las normas éticas de la comunicación para una fácil comprensión

### **4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA**

#### **4.3.1. Título**

- ✓ Diseño de una guía infográfica como un recurso didáctico para los habitantes del cantón Buena Fe

#### **4.3.2. Componentes**

- ✓ Establecer el contenido de imágenes, texto breve y desafío cuidado las tendencias actuales unida a nuevos diseños, ha sido una de las alternativas en la edición y presentación de contenidos de los medios escritos para adaptarse a las nuevas demandas de los lectores.
- ✓ Definir las características que deben tener sus productos para ser considerados como noticia independiente, expresada de forma predominantemente gráfica, o bien sólo como apéndices gráficos de una información.
- ✓ Determinar si la infografía cumple de forma equilibrada la función de materializar mensajes, en los que las imágenes estructuren un relato con la lógica del periodismo tradicional, (Zamarra, 2015).

#### **Importancia de la guía infográfica**

La motivación de realizar un guía infografía con un contenido de noticias locales del cantón Buena Fe es que sea utilizada como un manual educativo de análisis de cómo hacer

un buen uso de la infografía con temas locales con imágenes y gráficos que vayan acorde con la redacción y tratamiento que se le está dando la noticia.

El periodismo actual hace uso de toda la tecnología a su disposición permitiéndole crear secuencias de imágenes que años atrás eran imposible de lograr, dentro de esto están las técnicas infográficas a las que el periodismo recurre para presentar alguna nota periodística lo que es muy habitual fundamental y que llama la atención al lector por lo tanto es parte del procesos de construcción de la noticia dándole importancia más profesional a cada nota que es presentada y vaya con su respectiva imagen acorde al tema que se está tratando.

Al presente muchos medios de prensa han sido acusados de tergiversar la información mediante imágenes que no cuentan la verdad haciendo un mal uso de la infografía la misma que es utilizada para ridiculizar ciertos temas que deben de tener toda la delicadeza al ser tratados lo que genera desconfianza y ridiculiza al medio de presa que recurre a este tipo de tácticas que no tienen otro propósito que es llamar la atención frente a sus competidores.

### **Impacto de la propuesta**

El cantón Buena Fe es considerado uno de los cantones con un dinamismo comercial muy fuerte y en vías de desarrollo cuenta con instituciones educativas de prestigio y con cientos de jóvenes que siguen la carrera de comunicación en las universidades cerca al cantón Buena Fe, entre las actividades académicas está el conocer cómo funciona el uso de la infografía en las noticias analizando los medios de comunicación y las técnicas que usan para plasmarlas y presentarlas al público determinado si están cumpliendo con la ética del periodismo profesional o se dejan influenciar por el comercialismo de poner imágenes, gráficos titulares exagerando llamando la atención mas no dando una buena calidad de información.

La guía que se presente contribuye en el tema educativo se desarrollara como una muestra de cómo la infografía tienen que estar en relación al tratamiento de la noticia evitando la tergiversación de la información que tanto daño le hace al periodismo serio y

formal y que habitualmente es confundido como secciones de crónica roja y tildadas como prensa amarillista que busca vender más.

El surgimiento de nuevos medios de comunicación ha agudizado el problema debido a que este tipo de medio recurre a la exageración de imágenes violando las normas ley que ampara al ciudadano común y muestra imágenes que hieren la sensibilidad del espectador generando polemiza en sus primeras planas donde utiliza los recursos de la infografía como un medio para ganar más dinero.

### **Factibilidad de la propuesta**

La propuesta presentada es factible y se adapta a las necesidades que tienen los estudiantes y personas en general de poder conocer cómo se utiliza la infografía y su relación con la información. El periodismo profesional implica parámetro que debe cumplir apegado a las normas que amparan al lector una buena redacción la confiabilidad de la fuente de información es un proceso que dura mucho tiempo poder construir y mantener y que no se tiene los cuidados necesarios en cuanto a las técnicas que se aplica será cuestión de minutos para que la imagen de un medio de prensa entre en polémica y sea descalificado por sus detractores.

Toda noticia que vaya a ser publicada debe pasar por un proceso de selección, edición análisis antes de ser expuesta al público conservando y resaltado su ética profesional que está por encima de cualquier interés político, personal o social los medios de prensa tienen el deber de presentar información veraz eficiente entendible que explique cada detalle sin exagerar y mantener su compostura como medio de información.

### **Ley de comunicación**

#### **Términos y condiciones que no deben ser publicado por los medios de prensa escrita**

**Art.- 28.- Copias de programas o impresos.** - Toda persona que se sienta afectada por informaciones de un medio de comunicación, podrá solicitar fundadamente copias de los programas o publicaciones. Los medios de comunicación tienen la obligación de atender favorablemente, en un término no mayor a 3 días, las solicitudes de entrega de copias de

programas o publicaciones que sean presentadas por escrito. La falta de cumplimiento de esta obligación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la información y Comunicación con una multa de 1 a 4 remuneraciones básicas mínimas unificadas de trabajador en general para el medio que no atienda oportunamente este pedido, sin perjuicio de que emita inmediatamente la copia solicitada.

**Art.- 29.-** Libertad de información. - Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, que producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo, (Ley Organica de Comunicacion, 2015).

### **Anuncios que no se pueden publicar**

- ✓ Avisos que contengan insultos u ofensas a las autoridades constitucionales, a las jerarquías religiosas, a las Fuerzas Armadas de la nación o a personas particulares.
  
- ✓ Avisos con malas palabras o lenguaje vulgar.
  
- ✓ Avisos con nudismo, contenido sexual u obscenidades, sean gráficas o escritas.
  
- ✓ Avisos que hagan alusión a compañías, productos o servicios de la competencia del anunciante de manera agresiva, grotesca o despectiva, que se considere ofensiva.
  
- ✓ Anuncios con malformaciones físicas.
  
- ✓ Avisos que atenten contra la integridad moral, psíquica o física de las niñas, niños y adolescentes, que hagan apología de hechos delictivos o contravencionales.
  
- ✓ Anuncios que atenten a la dignidad de adultos mayores.

## **Normas Técnicas para el ingreso de avisos**

### **Sobre las imágenes:**

1. Las imágenes utilizadas en el arte deberán estar en modo de color CMYK para avisos a color y en GRAYSCALE para avisos blanco y negro.
2. Utilice 200 DPI de resolución en imágenes a imprimirse en papel periódico y 300 DPI para papeles satinados (cuché, periódico supercalandrado, LWC).
3. Las imágenes deben tener buenas propiedades como resolución, enfoque, nitidez, color, etc., de lo contrario deberán ser reemplazadas.
4. Al trabajar con layers elimine aquellos que al final no utilice, no cree canales en Photoshop fuera de CMYK.
5. Las imágenes deben ser pegadas en el arte al 100% de su tamaño, no altere el tamaño fuera de Photoshop ya que esto afecta a la resolución final.
6. Si utiliza textos en Photoshop deberán ser rasterizados.

### **Derechos de los medios de prensa**

- ✓ Se reserva el derecho de publicar o no cualquier aviso sin previa notificación.
- ✓ Se reserva el derecho y no se responsabiliza por ubicar avisos de servicio o consumo de la misma categoría juntos o enfrentados en la misma página o sección.
- ✓ Se reserva el derecho de publicar o no el aviso si no cumple con las especificaciones técnicas
- ✓ No reconoce reservaciones de espacio, compromisos de pago, ni órdenes hechas en forma verbal o por teléfono, solo por escrito.

- ✓ No se responsabiliza por anuncios con faltas ortográficas o errores si el anunciante, representante o agencia así lo aprobó y proporcionó en el medio magnético al ingresar el anuncio.
- ✓ Se reserva el derecho de hacer válido el material digital. No son válidas las copias o impresiones láser.
- ✓ Se reserva el derecho de aceptar o no reclamos, si hasta el siguiente día hábil de la publicación no se lo ha presentado.

### **Tipos de Fuentes**

El uso de fuentes similares a las que utiliza no se permite.

El contenido publicitario de los anuncios debe estar sujeto a la normativa ecuatoriana vigente; y, especialmente con la Constitución Política del Ecuador; Ley de Propiedad Intelectual; Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento; Ley Orgánica de Defensa al Consumidor y su reglamento; y demás normativa que regula la actividad publicitaria. (EL Universo, 2017).



# DISEÑO DE UNA GUÍA INFOGRÁFICA COMO UN RECURSO DIDÁCTICO



**AUTORA:**

**POGO VALENCIA THALIA MISELL**

## **Partes la infografía.**

En educación, la infografía ha estado presente siempre de forma habitual en los libros de texto escolares para completar los contenidos curriculares y presentarlos de una manera más atractiva a los alumnos, o en forma de láminas ilustrativas que se colocan de manera estratégica en distintos espacios de las aulas. Su potencial es claro y es una herramienta didáctica muy apreciada entre los docentes, sobre todo, para quienes imparten áreas de conocimiento más complejas en las que la imagen adquiere un papel determinante para la comprensión de los contenidos.

El objetivo de todo esto es comprender en qué medidas las infografías son una herramienta eficaz que favorece y facilita la comprensión y retención de conocimientos complejos por parte de alumnado adolescentes y las ventajas que ofrecen las infografías frente a otros recursos didácticos a la hora de presentar ciertas temáticas de forma comprensible y amena

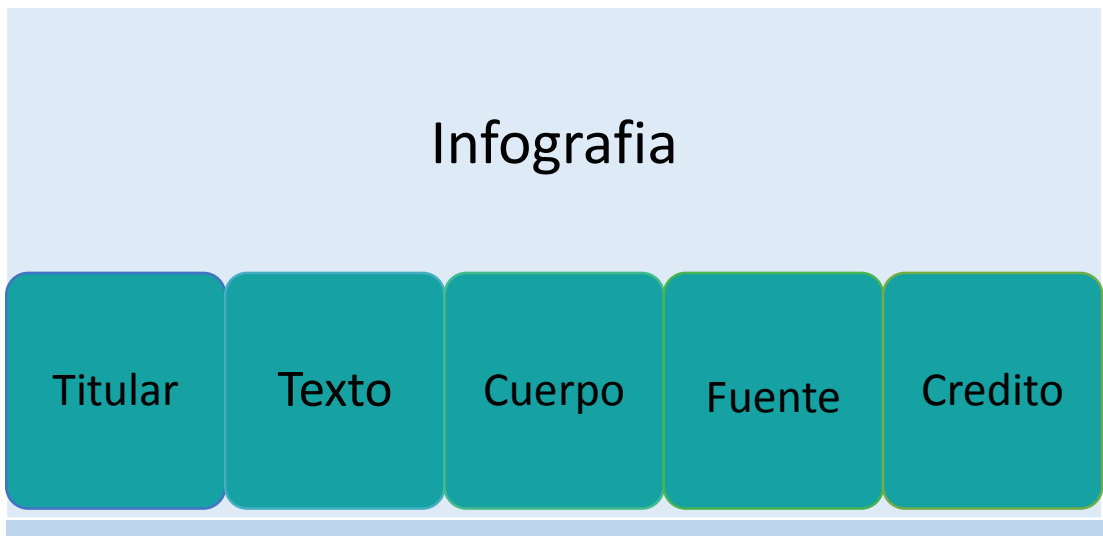
**El titular:** Resume la información visual y textual que se presenta en la infografía. Es directo, breve y expreso. Si se considera conveniente puede acompañarse de una bajada o subtítulo en el que se indique el tema a tratar, pero es opcional.

**El texto:** Proporciona al lector en forma breve toda la explicación necesaria para comprender lo que la imagen no puede expresar.

**El cuerpo:** Contiene la información visual que puede presentarse a través de gráficos, mapas, cuadros estadísticos, diagramas, imágenes, tablas, etc. También, se considera la información tipográfica explicativa que se coloca a manera de etiquetas y que pueden ser números, fechas o palabras descriptivas. Dentro de la información visual siempre hay una imagen central que prevalece por su ubicación o tamaño sobre las demás y de la cual se desprenden otros gráficos o textos.

**La fuente:** Indica de dónde se ha obtenido la información que se presenta en la infografía y es muy importante, pues señala el origen de la misma.

**El crédito:** Señala el nombre del autor o autores de la infografía, tanto del diseño como de la investigación, (Cadena, 2019).



Fuente: (Cadena, 2019).  
Elaborado por: Thalía Pogo



### 1. Elegir un tema:

Se debe escoger el tema a desarrollar en la infografía, en este caso escoger un tema específico de acuerdo al texto del estudiante.



## 2. Recopilar la información

Recopilar toda la información referente al tema escogido, esta información será obtenida del texto del estudiante, de la guía del docente y de otras fuentes que se crean convenientes y relacionadas con el tema escogido.



## 3. Escoger la información

Se debe realizar una clasificación de todos los datos e información recogida, organizar las ideas, jerarquizarlas, se debe suprimir la información poco relevante, para no saturarse de información inservible.



## 4. Diseñar la infografía manualmente o con aplicaciones

Cuando se considera tener la habilidad necesaria se inicia en la creación de un bosquejo para la infografía, o si se prefiere con la ayuda de aplicaciones se inicia escogiendo la plantilla, colores y tamaño a utilizar, sin olvidar que tanto el diseño como las plantillas deben estar ligadas al tema.



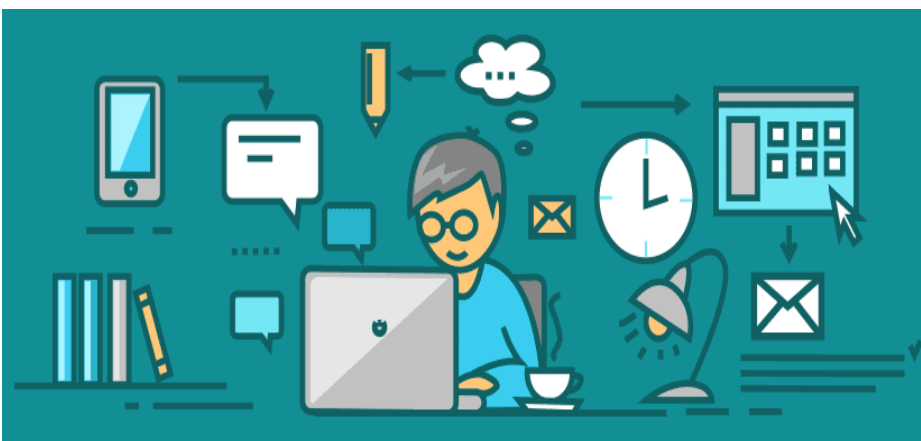
## 5. Revisar los elementos escogidos

La revisión de la infografía inicial es importante para evitar errores ortográficos, con el estudio de ella se buscará el perfeccionamiento y la seguridad de que la información va a ser transmitida, va a ser legible, y fácil de entender



## 6. Imprimir, guardar o subir a la red

Una vez realizadas las correcciones correspondientes la infografía está lista para ser utilizada, o publicada, (Rivadeneira, 2015).



## Infografía Secuencial

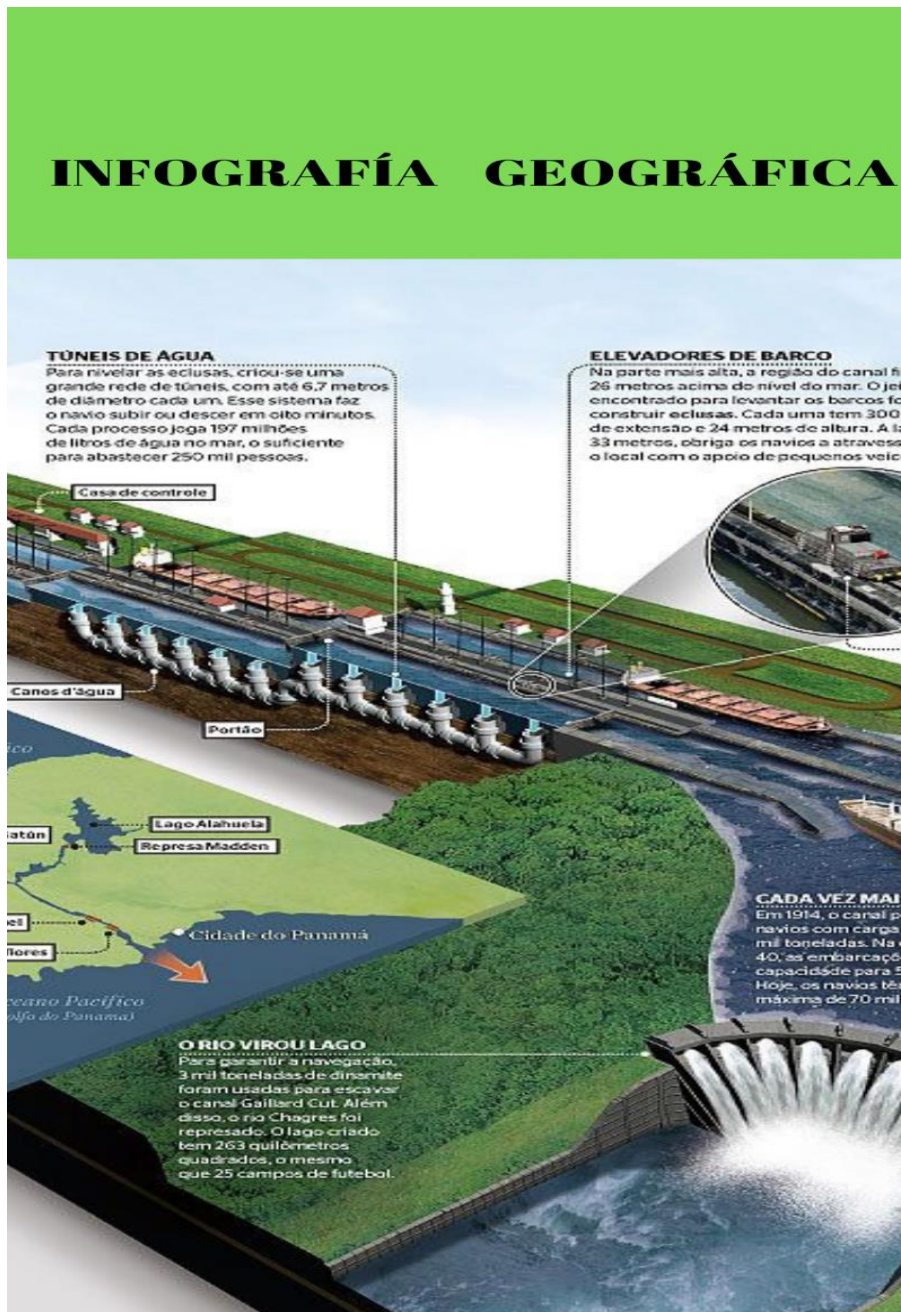
Explica paso a paso las consecuencias que puede tener un hecho debido a la toma de decisiones las imágenes se proyectan para que el espectador entienda lo que la noticia le trata de decir simplemente utilizando la visualización.



Fuente: Tipos de infografía  
Elaborado por: Thalía Pogo

## Infografia Geográfica

Permite conocer mediante imágenes y la ilustración de gráficos una explicación más detallada mediante la visualización de un hecho la noticia y donde fue realizado indicando el lugar exacto para ser comparado con otro.



Fuente: Tipos de infografía  
Elaborado por: Thalía Pogo



## Infografía de característica de producto o servicio

Permite explicar mediante la visualización de la imagen la función que cumple cada elemento de un producto o servicio este tipo de infografía es muy utilizado por las empresas que invierten millones en marketing para mejorar sus ventas.

# INFOGRAFÍA DE CARACTERÍSTICA DE PRODUCTO O SERVICIO,



Fuente: Tipos de infografía  
Elaborado por: Thalía Pogo

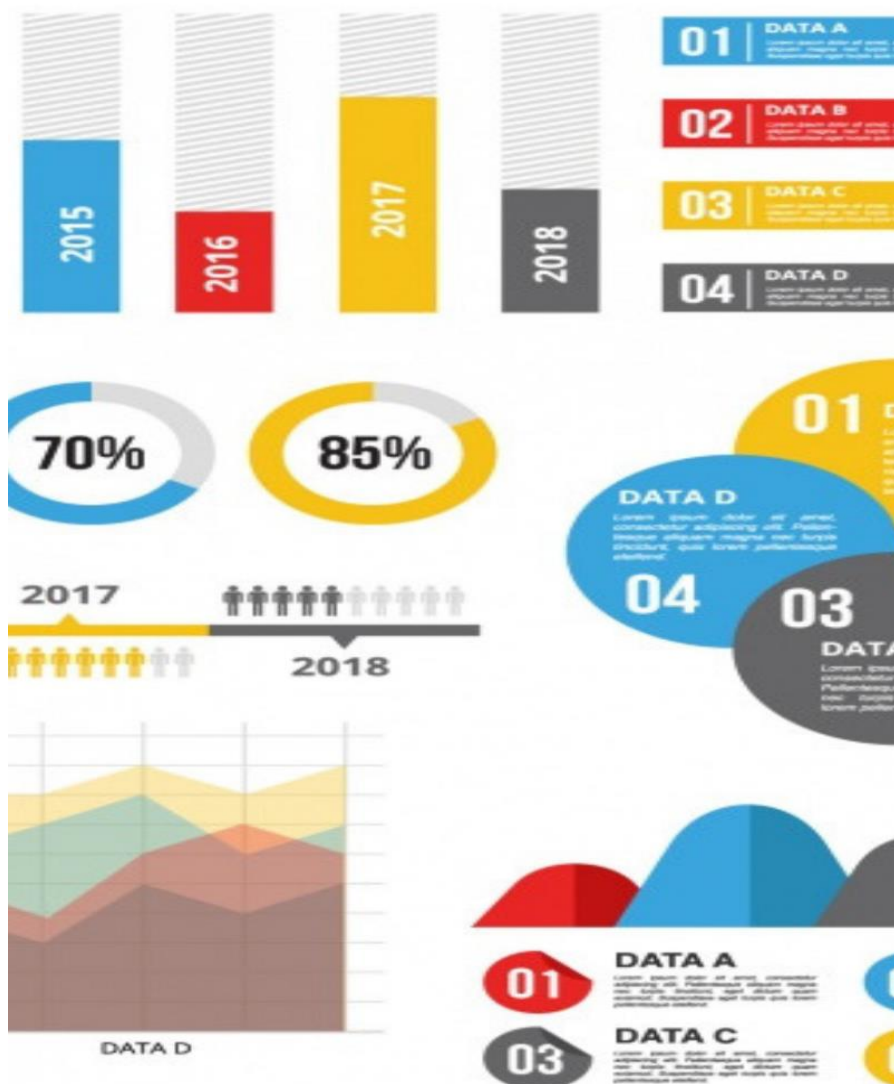


## Infografías estadísticas

La infografía estadística es una de las más usadas por todos en el ámbito académico, laboral periodístico la cual es utilizada para hacer comparaciones de datos de uno o varios temas específicos.

# INFOGRAFÍA ESTADÍSTICA

2



Fuente: Tipos de infografía  
Elaborado por: Thalía Pogo

# Infografía periodística

Informa los acontecimientos noticiosos de los hechos nacionales, locales e internacionales

# INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA

## Tendencias

Nuevos avances en el desarrollo de las energías renovables en España

# Enchufados al Sol

Las primas y las ayudas impulsan la energía solar termoeléctrica

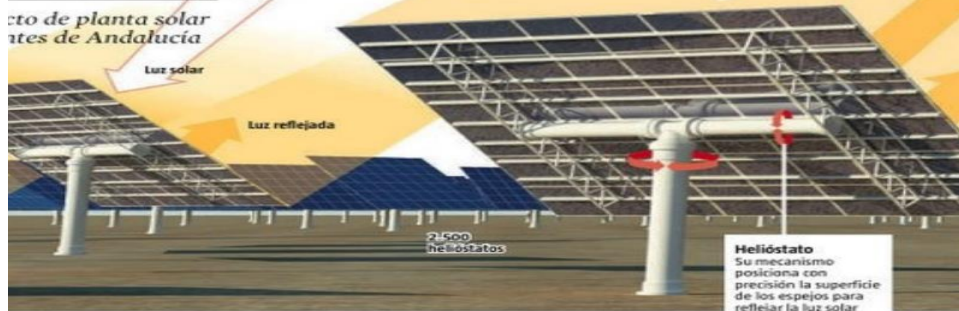
2.000 MW (potencia equivalente a la de dos nucleares). En España –que se ha convertido en una potencia mundial– los proyectos en marcha suponen 3.000 millones de euros de inversión. La energía solar termoeléctrica está dando sus pasos más firmes gracias al apoyo empresarial y la apuesta por la innovación. Hasta ahora, la energía solar había vivido recluida en su larga fase de investigación en la Plataforma Solar del desierto de Almería. Ahora ha alcanzado la madurez comercial. Abengoa está construyendo en Sanlúcar la Mayor (Cádiz) la plataforma solar más grande del mundo. Esta empresa levantó aquí hace dos años la planta PS10 (11 MW), la primera central comercial del mundo basada en energía termoeléctrica con torre central. La planta produce

Una instalación tan grande como 260 campos de fútbol



electricidad para el consumo de unos 7.000 hogares. Un total de 624 grandes espejos, o heliostatos, proyectan el reflejo del rayo solar sobre la parte alta de una torre de 115 metros, donde el intenso calor produce vapor de agua que, a su vez, alimenta la turbina que genera la electricidad. Abengoa planea crear aquí un complejo de instalaciones solares con una capacidad de 303 MW. También aquí, está a punto de funcionar la segunda central termoeléctrica con torre central, que duplicará la potencia de la primera (1.255 heliostatos y una torre de 165 metros). Y, además, están en obras tres de los cinco proyectos de plantas con colectores cilindro parabólicos. Esta tecnología permite concentrar la irradiación so-

lar dirigiendo el fluido (ciclónico) sobre la torre. De los cinco proyectos de plantas con colectores cilindro parabólicos. Esta tecnología permite concentrar la irradiación so-



Los mejores precios para LA SANTA Cruz de Tenerife del 12/13 de Abril en Viatges Marsans. 5 y 10 meses sin intereses.

**La Molina (Nieve)** Del 8 al 13 de Abril 5 días / 4 noches. Hotel HG La Molina. Alojamiento y Desayuno. **304**.  
**Costas** Precios por persona y noche:  
 Tossa de Mar Hotel Continental \*\*\* P.C. **47,00**  
 Lloret de Mar H. Gran Garbí/Garbí Park \*\*\* P.C. **35,90**  
 Blanes Hotel Blaumar \*\*\*\* M.P. **51,50**

**Cuba • Varadero** Hotel Palma Real. Hotel Meliá Varadero.  
**Cuba Combinado** Salidas 7, 9 y 11 de Abril. 3 noches en La Habana en / 4 noches en Varadero e H. Meliá Habana \*\*\*\*/ H. Sol

Fuente: Tipos de infografía  
 Elaborado por: Thalía Pogo

#### **4.4 Alternativa esperada**

Se espera que la propuesta presentada sea una guía de orientación para los estudiantes que están cursando sus estudios y conozcan las técnicas, etapas, elementos infográficos a utilizar, la propuesta tiene partes teóricas prácticas de cómo utilizar la infografía los parámetros correctos y aceptados, se ha tomado como ejemplo el Diario La Hora su infografía y el tratamiento que se le da a la noticia analizando sus pautas que emplea en la presentación de sus publicaciones.

Como bien se sabe el mundo globalizado y competitivo que tenemos actualmente nos exige retos y tener la capacitación de enfrentarnos mediante nuestros conocimientos, creatividad, innovación en trabajos de calidad aún más si es el mundo de la comunicación donde la noticia surge al instante. La información considera a la infografía como un recurso para el aprendizaje y el desarrollo cognitivo de las personas y sostiene la implementación de un trabajo interdisciplinario de la producción de infografías adaptadas al aprendizaje de las personas.

El proyecto a más de ser un aporte educativo busca generar en la sociedad una manera diferente de generar lectura en una sociedad invadida por la tecnológica los hábitos de la lectura se están perdiendo la visualización de datos o ideas que trasmite la infografía permite que el lector mediante una imagen comprenda de forma fácil y que despierte el interés de seguir con la lectura.

## **Bibliografía**

- Bolton, N. (2018). Diferencias entre medios de comunicación gráficos y audiovisuales. Mexico: [cuidatudinero.com/13105360/diferencias-entre-medios-de-comunicacion-graficos-y-audiovisuales](http://cuidatudinero.com/13105360/diferencias-entre-medios-de-comunicacion-graficos-y-audiovisuales).
- Cadena, D. (2019). La infografía y su incidencia en el aprendizaje de los estudiantes de la carrera de comunicación social :
- Ceupe. (2019). La infografía en la comunicación. Mexico: [ceupe.com/blog/la-infografia-en-la-comunicacion](http://ceupe.com/blog/la-infografia-en-la-comunicacion).
- Cortés, R. (2018). La infografía en los medios impresos estudio descriptivo de la infografía en el diario la nación. Colombia: [Jenifer/Downloads/Dialnet-LaInfografiaEnLosMediosImpresos](http://Jenifer/Downloads/Dialnet-LaInfografiaEnLosMediosImpresos).
- Facchin, J. (2019). ¿Qué son las Notas de Prensa y cómo diseñar estratégicamente estos comunicados? Colombia : [josefacchin.com/notas-de-prensa/](http://josefacchin.com/notas-de-prensa/).
- Ferris, D. (2017). La diferencia entre un boletín informativo y un comunicado de prensa. España: [cuidatudinero.com/13103923/la-diferencia-entre-un-boletin-informativo-y-un-comunicado-de-prensa](http://cuidatudinero.com/13103923/la-diferencia-entre-un-boletin-informativo-y-un-comunicado-de-prensa).
- Fonseca, L., Migliardo, G., Simian, M., Olmos, R., & León, J. (2018). comprensión lectora basado en evidencias. Lima: [clbe.wordpress.com](http://clbe.wordpress.com).
- Kidwai, M. (2019). ¿Qué son los medios impresos? uruguay: [cuidatudinero.com/que-son-los-medios-impresos](http://cuidatudinero.com/que-son-los-medios-impresos).
- Lahora. (2019). Información oportuna. Quito: [lahora.com.ec/seccion/50/sobre-nosotros](http://lahora.com.ec/seccion/50/sobre-nosotros).
- Maza, M. (2018). Estructura de un texto argumentativo. Madrid: [unprofesor.com/lengua-espanola/estructura-de-un-texto-argumentativo-](http://unprofesor.com/lengua-espanola/estructura-de-un-texto-argumentativo-).
- Moreno, J. (2019). Estudio comparativo de noticias escritas e infografías y su incidencia en el nivel de comprensión de los alumnos de comunicación social de la universidad de guayaquil. caso pictoline. . guayaquil : universidad de guayaquil .

Pontis, S. (2018). Qué es el diseño de información. Panama: [foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion](http://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-de-informacion).

Rivadeneira, E. (2015). Infografía como recurso didáctico en el proceso de enseñanza aprendizaje del bloque 2 de ciencias naturales del octavo año de educación general básica en la unidad educativa gran breña, año 2015-2016 . ecuador : universidad central del ecuador .

Robles, F. (2016). Las 10 Características de la Noticias Más Importantes. Mexico: [lifeder.com/caracteristicas-noticias/](http://lifeder.com/caracteristicas-noticias/).

Roney, C., Menjívar, E., & Morales, H. (2016). Elaboración de infografías:hacia el desarrollo de competencias del siglo XXI. Mexico: Editorial Universidad Don Bosco, año 9, No.15, enero-junio de 2015, pp. 23-37.

Sumosa, C. (2019). Sabes cuáles son los tipos de infografía? Chile: [wearecontent.com/blog/visual-marketing/tipos-de-infografia](http://wearecontent.com/blog/visual-marketing/tipos-de-infografia).

Tabuenca, E. (2018). Partes de una noticia. España: [unprofesor.com/lengua-espanola/partes-de-una-noticia](http://unprofesor.com/lengua-espanola/partes-de-una-noticia).