



# LA INFOGRAFÍA, UNA NUEVA NARRATIVA EN EL ESCENARIO DIGITAL

INFOGRAPHIC, A NEW NARRATIVE ON THE DIGITAL SCENARIO

**Ana Herrera; Alejandra Campi; Ingrid Alarcón.**

*Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo - Ecuador.*

Email [anherrera@utb.edu.ec](mailto:anherrera@utb.edu.ec)

<https://doi.org/10.33789/enlace.21.2.121>

---

**Resumen:** *La infografía es un elemento clave a la hora de sistematizar datos sobre temas de interés social que son representados visualmente, cuyas estructuras narrativas sufren cambios profundos para adaptarse al nuevo escenario digital. La investigación determinó los factores claves de las narrativas, donde se aplicó la técnica de la observación y se analizaron las infografías usadas y los elementos constitutivos. Se evidencia como resultado la presencia de la interactividad, la multimedialidad y la hipertextualidad entre los elementos básicos para la composición armónica de la información. Se concluye que existe una necesidad de un dominio de las herramientas tecnológicas y la utilización de múltiples aplicaciones digitales para mejorar la narrativa de los diseños y cumplir con el objetivo comunicacional de las infografías.*

**Palabras Clave:** *Infografías digitales, narrativas infográficas, narrativas digitales.*

**Abstract:** *Infographics are a key element when it comes to systematizing data on topics of social interest that are represented visually, whose narrative structures undergo profound changes to adapt to the new digital scenario. The investigation determined the key factors of the narratives, where the observation technique was applied and the infographics used and the constituent elements were analyzed. As a result, the presence of interactivity, multimedia and hypertextuality is evident among the basic elements for the harmonious composition of information. It is concluded that there is a need for a mastery of technological tools and the use of multiple digital*

---

Recibido: 17 de julio de 2022

Online: 30 de noviembre de 2022

Publicado como artículo científico en la Revista de Investigación Enlace Universitario 21 (2), 120-134

Acceptado: 24 de noviembre de 2022

Publicación Vol 21 (2): 01 de Julio de 2022

*applications to improve the narrative of the designs and meet the communication objective of infographics.*

**Keywords:** *Digital infographics, infographic narratives, digital narratives.*

## I. INTRODUCCIÓN

Las narrativas infografías son una tendencia que se han venido manejando a partir del año 1900 en donde se empiezan a utilizar las infografías tanto para la medicina, educación, mapas de transporte público y para narrar historias. Con la aparición de las tecnologías informativas se abordan temas de carácter social, los datos y la información.

Es importante que desde los enfoques de la comunicación se conozcan las características principales para el diseño de la propuesta infográfica porque es la mejor forma de poder explicar algo de una manera más clara, concisa y visual. Expresando de una forma sencilla, los conceptos y datos complejos. Además de poder servir para ayudar a contar sobre algún tema novedoso y por consiguiente visualizarlo en imágenes o también para hacer llegar información al público de manera más rápida.

El método que se utilizará para la investigación es el inductivo-deductivo que permite desarrollar el razonamiento lógico, el inductivo a través de premisas particulares para llegar a una conclusión en general y los deductivos principios generales para llegar a una específica. Con esto se pretende usar el razonamiento para abordar conclusiones a

partir de lo general a lo específico, según el caso lo requiera. Se analizan casos de temas que son frecuentemente presentados con infografía a fin de entender las lógicas de las narrativas bajo las cuales se desarrollan.

El objetivo general del proyecto es analizar la narrativa de las infografías en el escenario digital por tal razón parte del análisis y revisiones de artículos científicos, documentales bibliográficas y programas de diseño que permitirán recopilar información relevante acerca del objeto de estudio. Como objetivos específicos se plantean reconocer la importancia de las infografías para presentar información en los escenarios digitales. Determinar las características de las infografías como una posibilidad narrativa para sistematizar información de carácter social. Y analizar las propuestas infográficas sobre la lactancia materna en el Ecuador. El presente estudio se efectúa con la intención de analizar las narrativas infográficas sobre la lactancia materna en el Ecuador, Campaña Corazones azules, sobre trata de personas, Plan de Vacunación de Ecuador 2021 y como él mismo puede influir desde la perspectiva de crear un diseño de acorde al tema a realizar, además de indagar los temas de cuando surgieron infografías y lo útil que es saber manejarlas adecuadamente en nuestra carrera de comunicación social.

## **La Infografía Como Medio Informativo.**

Los infográficos son una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado. Pero muchas veces estos elementos que se muestran en el gráfico no son descritos con lujo de detalles en el artículo; por eso se necesita un gráfico para hacer más clara y atractiva la información. El gráfico puede ser al final de todo el último recurso para contar una historia. Sin el artículo ni la infografía pueden hacerlo totalmente, entonces se da paso a la infografía. En esta labor, todos los elementos deben compartir las mismas responsabilidades con el objetivo de ofrecer mejor la información. En todo caso, todos estos elementos son interdependientes.

De acuerdo con (Leturia, 2017) el infográfico, al igual que un artículo noticioso, debe responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por quién, pero, además, debe mostrar cosas visuales. Por ejemplo, para graficar el lugar y los efectos de un atentado terrorista es necesario que visite el lugar y muestre con objetividad lo que allí ha pasado. Los infográficos son muy útiles para presentar la información que es complicada de entender solo con textos. El lector común lee menos cada día y de acuerdo con Curtis, " los infográficos establecen la diferencia entre uno y otro diario" al convertir la publicación más visual, clara, directa y fácil de entender.

Cada vez más las infografías van tomando más protagonismo en Internet, a pesar de que éstas existen incluso desde antes, nacieron

hace años con los periódicos, pero cada día van tomando su hueco aún más grande en la Red. El gran "boom" de las infografías en Internet se vio aún más señalado con la aparición de Pinterest, en el año 2010. Hacer una infografía puede resultar tremendamente útil para pequeñas, medianas, grandes empresas, incluso para personas como tú, y como yo. Son ideales para presentar mucha información o explicar conceptos complejos de forma atractiva. (Espino, 2017)

Compartir información es de vital importancia. En muchos casos, se ha convertido en un bien sumamente valioso: o bien se necesita que clientes, proveedores o consumidores entiendan a profundidad nuestros conceptos; o necesita compartir datos que son cruciales para nuestra organización. (Vázquez, 2018) considera que llenarlos de gráficas y párrafos de texto no es la solución. Hacer y compartir infografías sí. Una infografía es la representación de un concepto o el resumen de un documento a través de una serie de gráficos figurativos que, mediante líneas, diagramas o imágenes ayuda a entender un proceso complejo. Generalmente se presentan con el formato de un póster que sintetiza o sustituye datos complicados, números o gráficas.

Es importante conocer que la imagen visual nació mucho antes que la textual, desde los hombres prehistóricos han visto como realizaban diversos dibujos explicativos para enseñar a sus hijos las técnicas de caza, cuando todavía no contaban con un alfabeto escrito. Esto reflejaba la ansiedad del ser humano por explicar la realidad a través de los dibujos mucho antes que su propia habla.

(García, 2018). En las cavernas, como se conoce a lo largo de la historia, se usaban mucho las imágenes para poder explicar cada una de sus actividades diarias, sentían la necesidad de comunicarse entre ellos, y a falta de una comunicación hablada se inventaron las imágenes que hasta hoy en día son tan importantes en la comunicación.

Según. (Delgado, 2015) “La base de la infografía es la geometría analítica, una rama de la geometría desarrollada y utilizada por primera vez en 1637 por el filósofo, matemático y científico francés René Descartes. Descartes utilizaba el álgebra para resolver problemas de geometría, formular ecuaciones para representar líneas y curvas y representar un punto en el espacio mediante un par de números”.

Se puede decir que en Egipto se inició la mezcla de texto con imagen, en muchos de los templos aparecen gráficas bastante explícitas sobre sus actividades pues al largo del tiempo ya se ha tenido conocimiento de las infografías y de su evolución. En la edad media van apareciendo diferentes bocetos con ilustraciones con fines explicativos, estos eran usados para que todos los analfabetos aprendieran cosas básicas tanto para la adoración de templos como para la agricultura.

Para García (2018) van surgiendo los mapas, aunque con muy poca información se va mostrando poco a poco el manejo de estos, con la aparición de Leonardo da Vinci en la época del Renacimiento este genio italiano introdujo dibujos e ilustraciones maravillosas

para que los lectores pudieran entender más allá del texto. Es de suma importancia seguir con el estudio de la infografía pues permite conocer un poco más de su evolución a lo largo de tiempo.

Las infografías son tal vez el formato de contenido más seguido en social media, y por lo tanto son casi que un formato obligado en cualquier táctica de marketing de espacios. La causa es sencilla. Es el formato más práctico para conocer novedad compleja y convertirla en comprensible de aprovechar. Según Romero (2021) esto no es nada nuevo el ser humano siempre ha sentido la necesidad de comunicarse de forma gráfica o visual para explicar cosas que les resulta complicado hacerlo solamente con palabras.

El video incluso puede salir a acatar esta actuación, sin embargo, la infografía lleva la supremacía en cuanto es menos pesada, manejable y se visualiza en cualquier dispositivo inteligente celular, Tablet o Pc. La gran apuesta es producir infografías realmente útiles para los usuarios, es decir, que a través de una infografía alguien pueda aprender algo nuevo en pocos minutos. Para Gamonal entender qué es una infografía en la actualidad, no es otra que la de organizar la “avalancha” de datos e información que llega por todos los medios modernos. Romero (2021) menciona que saber filtrarlos y darles una estructura lógica que ayuda a tomar decisiones de una manera óptima.

En los medios tecnológicos que sirven para la enseñanza, se encuentran las infografías animadas que están disponibles online, que se

destacan por mostrar y hacer más fácil poder entender una información a través de las imágenes con diferentes colores, personajes, las cuales se vuelven atractivo a la vista humana, así llamando la atención de quienes las observan. Este recurso es muy práctico, por el motivo que trasmite un dato que puede

ser explorado rápidamente, se está haciendo muy popular en las redes sociales y medios de comunicación como son los periódicos, revistas, Facebook, Twitter, YouTube e Instagram y también sobresaliendo como una manera de enseñanza y aprendizaje. (Ebaid, 2020).

**TABLA 1.**

*Tipos de infografías*

<b>La de procesos</b>	<b>La estadística</b>	<b>La biográfica</b>	<b>Características Infográficas</b>	<b>Infografía geográfica</b>
Estas infografías buscan sintetizar de una manera clara y llamativa que pretende buscar la atención de los usuarios, estos procesos que se pueden llevar a cabo en una empresa, <i>r e s t a u r a n t e</i> , o cualquier entidad que tenga <i>e s t a b l e c i d o s</i> procesos. Sirven para:  Proceso de creación de un producto (Por ejemplo: cómo se cultiva el café que tomas)  Proceso de elaboración de un plato (recetas paso a paso)	No se puede negar que las cifras le gustan a la gente. Te ayuda a encontrar el sector en el que te quieres mover y busca cifras precisas que le ayuden a tus clientes a comprender lo que quieres destacar. Deben ser fáciles de entender para que tus usuarios logren engancharse con ellas. Coloca siempre las fuentes para lograr que sean creíbles para tu mercado objetivo y subraya aquellas cifras destacables.  Mostrar datos relevantes de estudios de mercado, Resultados de encuesta.	Son miles los personajes que tiene el mundo, y miles las consultas que existen sobre ellos. Has una recapitulación biográfica de los personajes, y destaca aquellos <i>a s p e c t o s</i> clave que los llevaron a ser distinguidos por la humanidad.	Sirven para lograr una representación visual y mostrar las partes de un objeto como novedades de un celular o automóvil. Y en los tipos de objetos o productos se encuentran las variedades de cervezas y cortes de carnes y por último el hacer Versus o comparativos de objetos o perfiles	Estas son aprovechadas para resaltar aspectos de zonas <i>g e o g r á f i c a s</i> y destinos turísticos, entre otros. Destaca zona, coloca estadísticas, logra acentuar la atención de lugares turísticos, entre otro.  Mapas y rutas para llegar a algún lugar (por ejemplo: mapa del metro)  Mostrar el lugar de un accidente aéreo

*Nota.* Extraído de (Sumosa, 2021). Elaboración Propia.

Las palabras narrativas, narración y narrar tienen todas raíz latina, lo que indica una estrecha vinculación con el conocimiento y con la práctica profesional. Los actuales usos y definiciones de la palabra narrativa conservan vestigios de sus raíces latinas. Independientemente de la disciplina o de la tradición académica de que se trate, la narrativa se refiere a la estructura, el conocimiento y las habilidades necesarias para construir una historia.

Además, Egan (2018) considera que la forma de las historias representa un conjunto de modelos relacionales por medio de los cuales lo que de otra manera sería sólo una serie de acontecimientos vinculados mecánicamente entre sí, ahora presenta una conexión sustancial y moral. Una narrativa tiene dos partes: la historia y el discurso. La historia incluye los acontecimientos, los personajes y los escenarios que constituyen el contenido de una narrativa. El discurso es el relato, expresión, presentación o narración de la historia.

**TABLA. 2**

*Elementos básicos dentro de una infografía*

<b>Titular</b>	<b>Texto</b>	<b>Cuerpo</b>	<b>Fuente</b>	<b>Crédito</b>
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.	Proporciona al lector en forma breve toda la explicación necesaria para comprender lo que la imagen no puede expresar.	Contiene la información 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.	Indica de dónde se ha obtenido la información que se presenta en la infografía.	Señala el nombre del autor o autores de la infografía, tanto del diseño como de la investigación. Nota: Es recomendable indicar la fuente y crédito con una tipografía de menor tamaño y en una ubicación que no distraiga la atención del lector.

*Nota.* Extraído de: (Gastelo, 2017). Elaboración Propia.

De acuerdo con Oliveira (2018) las infografías brindan acceso a información compleja, en la que suelen aparecer datos numéricos, mediante el uso de cuadros y otras representaciones gráficas, y muchas veces van acompañadas de narrativas que ayudan a comprender mejor el contexto en el que se dan estos datos. Hay varias ventajas de compartir información mediante infografías: Una buena infografía permite a nuestros espectadores consumir información más compleja en un período de tiempo más corto. Pueden ser altamente “viralizados” a través de las redes sociales.

Por otro lado, como herramienta de aprendizaje, brinda a nuestros estudiantes oportunidades para desarrollar funciones cognitivas de orden superior, como evaluar, analizar y presentar información. Así mismo, para las empresas y organizaciones, esta es una forma de conseguir más tráfico y construir una marca en su ciberespacio, es decir, son una poderosa herramienta de marketing. En cualquier caso, son una forma más de compartir información y generar conocimiento en Internet. En las siguientes líneas, hice algunas sugerencias para hacer una buena infografía.

## II. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es de enfoque cualitativo puesto que se aplica la inferencia inductiva para la interpretación y contextualización del fenómeno de tipo hermenéutico. El objeto de estudio fueron tres campañas sociales

realizadas en Ecuador de temas relevantes como son la lactancia materna, la trata de personas, plan de vacunación frente al COVID-19 que hicieron uso de infografías digitales como su principal medio informativo atendiendo las necesidades de la nueva cultura visual. El proceso metodológico aplicado fue: Selección de la Campaña, selección de la infografía, identificación de las características de la lectura de imágenes (denotativo, connotativo) análisis semiológico de sus elementos, Criterios inferenciales, conclusiones.

La muestra se seleccionó de manera aleatoria. Se realizó un análisis semiológico inferencial de las infografías usadas como parte de las campañas: “Tu Leche es Amor” y “Corazones Azules”, “Plan de Vacunación del Ecuador”, el mismo que se centró en los elementos compositivos de las infografías: paleta de colores, texto, imágenes, gráficos, personaje, logo usado; el objetivo, analizar la narrativa de las infografías en el escenario digital.

## III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De Monserrat (2015) menciona que las infografías desde su utilización en la prensa han sido valoradas como un medio comunicativo visual para dar cuenta de información relevante. Los resultados de la investigación se presentan en orden: La Lactancia materna, la trata de persona y posterior la campaña de vacunación.

## Análisis de la Campaña Infográfica Sobre la Lactancia Materna Realizadas en el Ecuador

Semana mundial de la lactancia materna 2020 (Apoyar la lactancia materna para un planeta más saludable). De acuerdo con La Organización Panamericana de la Salud (OPS, 2020) el tema se centra en el impacto de la

alimentación infantil en el medio ambiente/ cambio climático y el imperativo de proteger, promover y apoyar la lactancia materna para salud del planeta y su gente. Invertir en la lactancia materna puede salvar vidas infantiles y mejorar la salud, el desarrollo social y económico de individuos y naciones. Tu leche es amor la lactancia materna, un acto de amor. Como se visualiza en la figura 1.

Fig. 1.

Campaña de Lactancia materna “Tu leche es amor la lactancia materna, un acto de amor”.



A través de la campaña “Tu Leche es Amor”, El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia en el Ecuador (Unicef, Campañas, 2010) fomenta la práctica de la lactancia materna por ser el alimento más completo y sano para los bebés. Tiene la cantidad exacta de grasa, azúcares, agua y proteínas; y proporciona todos los nutrientes que necesitan los recién nacidos. Con la campaña, UNICEF invita a los sectores público, privado y sociedad civil a comprometerse y promover la lactancia exclusiva durante los primeros seis meses de vida.

La Semana Mundial de la Lactancia Materna, que se celebra todos los años del 1 al 7 de agosto para fomentar la lactancia materna y mejorar la salud de los lactantes en todo el mundo. Este año, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2019) está trabajando con la UNICEF y los asociados para promover las políticas favorables a la familia que permiten la lactancia materna y ayudan a los padres a criar a sus hijos y establecer vínculos con ellos en la fase más importante: la primera infancia. Ver figura 2.



Fig. 2.

*Promueven las políticas que ayudan a los padres a criar a sus hijos y establecer vínculos con ellos en la fase más importante: la primera infancia.*



Una infografía (o gráfico informativo) es “la representación visual de información y datos”. Sin embargo, una infografía es algo mucho más específico. Es una colección de imágenes, gráficos y texto simple (minimalista) que resume un tema para que se pueda entender fácilmente. A menudo las infografías más efectivas, son aquellas visualmente únicas y creativas, porque captan y retienen al máximo nuestra atención. Es importante que tengas en cuenta que las imágenes de una infografía no sólo consisten en emocionar y crear interés. Las infografías deben contribuir también a que se puedan entender y recordar su contenido. En este modelo visual de los propios textos intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos. (Nediguer, 2020)

### **Análisis de la Campaña Infográfica Corazones Azules (Trata De Personas)**

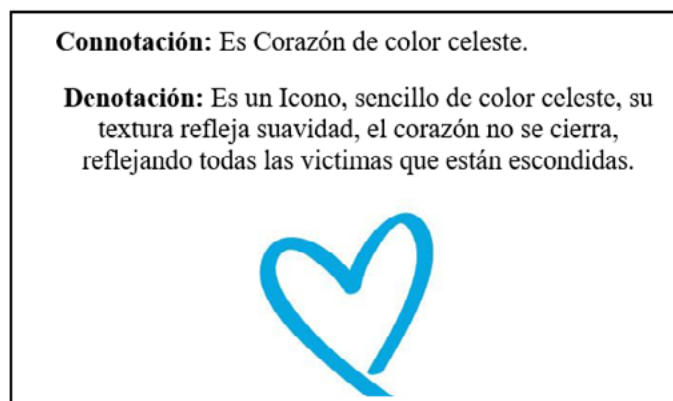
Los beneficios, incluyen la información actualizada sobre los involucrados y, las causas de la trata de persona. Representando las clasificaciones que presenta este problema, también analiza a la ciudadanía actual, sobre este tema. Las secuelas que viven los afectados, son muy cuestionadas por la población, por este motivo en el 2008 la ONU, ayudan a la concientización de la sociedad acerca del trauma que sufren las víctimas. Los corazones azules, son organizados por las ONG, representan a través de su color la tristeza de aquellas víctimas. El uso del tono azul, representa la lucha contra este delito que atenta contra los derechos de las personas. Al lucir el corazón, simboliza el apoyo que le ofrecen a los afectados, a través de las redes sociales se puede dar el seguimiento a las campañas, sobre el tráfico humano. El objetivo de la campaña, es dar a conocer al público los tipos de tratas de

personas y causa. Los motivos que se da el tráfico humano en el mundo y cuáles son los perfiles de los victimarios. Se convirtió en una nueva propuesta de información, a las audiencias. (UNODC, 2008). La campaña comunicacional incluye la difusión de información por medio de las redes sociales,

Facebook, YouTube, la creación de charlas sobre este tema en adolescentes y folletos distribuidos por los medios digitales. Hoy en día las infografías son un recurso periodístico para tratar temas de salud en la web. (Bravo, 2019).

**Fig. 3.**

*Análisis Semiótico del icono de la campaña corazones azules. La ilustración muestra el análisis semiótico del icono de la campaña corazones azules. Fuente: Elaboración Propia (2021).*



**Fig. 4**

*El Detective T. El personaje de la infografía. Fuente: Elaboración Propia (2021).*



**TABLA 3.**

*Justificación del nombre y la frase del personaje presentado en la infografía.*

¿Quién es el Detective T?	¿Cuál es su frase del personaje?
El detective T, está encargado de investigar y denunciar los casos de la verdad y justicia. trata de personas.	Investigo en el nombre de la
Objetivo del personaje:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Animar a través de la comunicación visual el contenido infográfico.</li> </ul>	

*Nota.* Descripciones sobre el Detective T. Fuente: Elaboración Propia (2021).

Se encontró, que el análisis de la campaña comunicacional corazones azules de ONU. 2018, ayudó a la sociedad en la formación de conocimiento sobre el tema de las tratas de personas. También se realizó un estudio sobre el manejo de las redes sociales que utilizaron para difundir los mensajes, a una nueva audiencia, en la actualidad varios países tienen habilitadas estas páginas web.

El análisis de la problemática del tráfico humano encierra la esclavitud ilegal, causado por el desempleo, esto resalta la destrucción

**Fig. 5**

*Paleta de color y tipografía de la infografía.*



*Nota:* Paleta de color. Fuente: Elaboración Propia (2021).

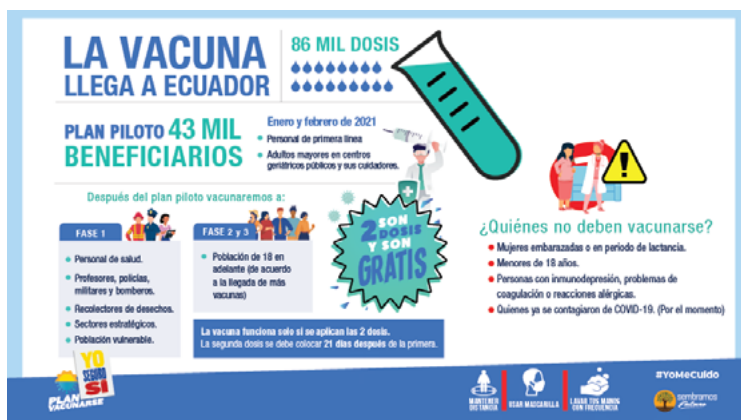
de los ingresos familiares y empeora la obtención de los recuso básico de las clases sociales, esto incluye la alimentación, etc. Una de las debilidades de las campañas fue, la dificultad que tuvieron en la difusión de datos sobre el tema, en varios países por motivos políticos. La fortaleza fue la utilización de los corazones azules, para identificar a las víctimas. Se revisó la propuesta gráfica, para poder investigar el manejo de la información comunicativa en la sociedad y recalcar los puntos positivos de la campaña de los corazones azules. Como mencionaba Bernal y Guzmán (2021) las infografías tienen un alto impacto en la retención de información frente a otros recursos de divulgación informativos.

### **Análisis de la Campana del “Plan de Vacunación del Ecuador”**

El texto que aparece en la imagen indica que el personal de salud, profesores, policías, bomberos, recolectores de desechos, sectores estratégicos y la población vulnerable se encuentran en la fase 1 mientras que la población de 18 años en adelante se encuentra en fase 2. También indican quienes no deben vacunarse. Por otro lado, hay el texto clave para promover la vacunación, que sería la frase “2 dosis y son gratis”

Fig. 6

La imagen forma parte de una campaña a favor de la vacunación en Ecuador publicada el 2 de enero del 2021 en la página web del Ministerio de Salud Pública.



En la imagen se aprecia un hombre con una bata y unas gafas de laboratorio que tiene en una mano una jeringa y en la otra un escudo. También se visualiza una mujer con bata de laboratorio guiando a una mujer embarazada con un buzo y falda de color rosa junto a un signo de alerta. Por otro lado, se observa un hombre vestido de policía al lado de un hombre vestido de bombero y una mujer de buzo rosa con una libreta en las manos. Se encuentra también un grupo de cinco personas juntas.

El hombre con bata y gafas representa un médico que tendría un escudo en una mano y en la otra una jeringa a manera de espada para combatir el virus. Las dos mujeres junto al signo de alerta representan a una doctora guiando a una mujer embarazada que ella entra en el sector de personas que no pueden vacunarse. El policía, bombero y la mujer con una libreta que representa a una profesora se encuentran en la fase 1 y el grupo de personas representan la población en general mayor de 18 años que entrarían en fase 2.

Fig. 7.

Plan de vacunación 9/100 Protege a tu familia vacúnate



La publicación se tituló 'Protege a tu familia vacúnate' fue publicada el 8 de julio del 2021, obtuvo 217 like en Facebook, 31 comentarios y 133 veces compartidas. La imagen muestra que ponerse las vacunas ayudaría a proteger a la familia y es importante aplicarse las dos dosis para que no haya más contagios en nuestro país, recuerda que la vacunas brinda protección inmediata respecto a la salud y la de todos por ello se deben cumplir con las medidas de bioseguridad.

La imagen muestra que la vacuna contra el COVID-19 es un factor fundamental para reducir el impacto de esta enfermedad en los cuales su efectividad está comprobada. Desde el inicio de la pandemia, el MSP ha realizado varios esfuerzos para incrementar las camas y equipos para enfrentar la crisis sanitaria. En este sentido, para enfrentar la pandemia así que las vacunas son las mejores aliadas de la vida estar al día con ellas, protege a tu familia. La imagen tiene un contenido informativo que mantiene informados y da a conocer que siempre hay que pensar en la familia que es lo más importantes, una vacuna podría mejores nuestras condiciones de vida para un bien.

Marín (2009) comenta que en la actualidad se ha expandido la cultura visual entendida como la habilidad de comunicación mediante código visuales exige una alfabetización visual, así como aptitudes de interpretación. La imagen como un código universal. Siendo una mezcla porque sin lugar a duda el relato ha dominado el hipertexto permitió la adaptabilidad del texto en los medios electrónicos. La infografía no debe entenderse como texto acompañado de un esbozo explicativo; es un

dibujo complementado con texto donde cada elemento es una pieza importante para brindar una información clara siendo una forma técnica de presentar mensajes informativos. Guillermo Franco (2016) menciona que se debe estructurar los textos para el ambiente online teniendo en mente el comportamiento y las metas de los usuarios. Señala además que la información deberá tener usabilidad por cuanto el lenguaje debe ser objetivo, diseño escaneable, texto conciso. El diseño será además ajustado a las características de la web, que son la hipertextualidad, multimedialidad, interactividad.

#### IV. CONCLUSIONES

La comunicación visual puede presentarse de distintas maneras, por ejemplo: carteles, tipografías, colores, dibujos, algún tipo de diseño gráfico, ilustración, diseño industrial, publicidad, etc. En definitiva, se concluye que las ilustraciones e imágenes tienden a ser un medio muy poderoso en el que se puede transmitir un mensaje, aún más si se combina y utiliza con el texto adecuado, que sirve como una herramienta para el aprendizaje y una comunicación aún más comprensiva, es por ello las infografías se han vuelto tan populares y practicas al momento de transmitir información especialmente en el escenario digital.

Asimismo, se concluye que por medio de la infografía se resalta conocimientos relevantes sirviendo como una herramienta para lograr concientizar a muchas personas y llegar

de manera directa, rápida con información importante, en las que se aplica narraciones periodísticas de pirámide invertida por su forma de precisar los elementos claves. Ésta trasciende con la utilización de herramientas multimedios como la conectividad, el hipertexto, combinando, texto, imagen, video, audio todo interrelacionados dando origen a una nueva narrativa de las infografías digitales. Cada vez aparecen nuevas aplicaciones que permiten diseñar infografías en línea con interfaces sencillas.

Las infografías digitales resultan oportunas en las nuevas sociedades por la expansión de la cultura visual y es clave para captar la atención de las audiencias a quienes se quiere llegar con mensaje preciso, siendo además un medio de condensación de múltiples datos, considerándose estrategias claves en las campañas de concientización social.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bernal-Gamboa, Luis Rodolfo, & Guzmán-Cedillo, Yunuen Ixchel. (2021). El impacto de las infografías en la retención de información por parte de estudiantes de psicología. *Revista Colombiana de Educación*, (83), e202. Epub August 06, 2022. <https://doi.org/10.17227/rce.num83-10700>
- Bravo, G. (2019) El uso de la infografía como recurso periodístico para el tratamiento de la información sobre salud en la web del diario La República. Tesis de Grado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo-Chiclayo [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2254/1/TL\\_BravoAguinagaMaria.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2254/1/TL_BravoAguinagaMaria.pdf)
- Egan, K. (2018). La Narrativa. Amorrortu editores. [https://www.dgeip.edu.uy/IFS/documentos/2014/actualizaciondocente/bibliografia/NARRATIVA\\_MC\\_EWAN\\_EGAN.pdf](https://www.dgeip.edu.uy/IFS/documentos/2014/actualizaciondocente/bibliografia/NARRATIVA_MC_EWAN_EGAN.pdf)
- Espino, B. (2017). ¿Qué es una infografía? ¿Por qué son importantes y cómo se hacen? GLOBOAMARTE. <https://globoamarte.com/redes-sociales/que-es-una-infografia-por-que-son-importantes-y-como-se-hacen/>
- De Montserrat Gil Cruz, Valeria. (2015). Gráficos animados en diarios digitales de México: Cápsulas informativas, participativas y de carácter lúdico. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (51), 137-231. Recuperado en 23 de enero de 2023, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232015000100013&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232015000100013&lng=es&tlng=es).
- Delgado, P. (2015). El origen de la infografía. ABC. <https://abcblogs.abc.es/fahrenheit-451/otros-temas/el-origen-de-la-infografia.html>
- Gastelo Torres, E. A. (11 de Junio de 2015). Recuperado el 21 de Junio de 2021, de productosdigitalesmultimedia: <https://sites.google.com/site/>

- [productosdigitalesmultimedia/elementos-de-la-infografia](https://www.who.int/es/news-room/events/detail/2019/08/01/default-calendar/world-breastfeeding-week-2019)
- Gastelo, E. (2017). Obtenido de <https://sites.google.com/site/productosdigitalesmultimedia/elementos-de-la-infografia>
- Franco, G. (2016) ¿Cómo escribir en la web? Knight Center for Journalism in the Americas. Bogotá – Colombia Pág.-. 221 ISBN: 070.57973 F825. <https://concienciaperiodistica.files.wordpress.com/2016/06/como-escribir-para-la-web-guillermo-franco.pdf>
- Leturia, L. E. (2008). ¿Qué es infografía? Revista Latina de Comunicación Social. [http://www.revistalatinacs.org/z8/latina\\_art45.pdf](http://www.revistalatinacs.org/z8/latina_art45.pdf)
- Lópes, L-et-al (2020). En que se destaca la infografía. Revista Latino-Am Enfermagem 28 <https://www.scielo.br/j/rlae/a/CXVXhMH7x4pxgqdcv5B3L-pr/?lang=es>
- Marín, B. (2009) Infografía Digital, una nueva forma de comunicación. *Universidad Autónoma de Barcelona*. Disponible: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/48653/bemo1de1.pdf>
- Nediguer, M. (2020). Obtenido de <https://es.venngage.com/blog/que-es-una-infografia/>
- Oliveira, B. (2018). Cómo hacer una infografía. e- aprendizaje. <https://e-aprendizaje.es/2013/02/21/como-hacer-una-infografia/>
- OMS. (2019). Semana Mundial de la Lactancia Materna. OMS. <https://www.who.int/es/news-room/events/detail/2019/08/01/default-calendar/world-breastfeeding-week-2019>
- OPS. (2020). Semana Mundial de la Lactancia Materna. OPS,1. <https://www.paho.org/es/campanas/semana-mundial-lactancia-materna-2020>
- Salazar, S. (2021). Lactancia materna. Scielo. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0004-06492009000400010](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-06492009000400010)
- Redondo, Myriam. (2019) Reportaje multimedia, narrativa multimedia. *Globograma, Periodismo Internacional*. <http://www.globograma.es/reportajes-multimedia-narrativa-transmedia/>
- Romero, D. (2021). ¿Qué es una infografía y para qué sirve? WeAreContent » Blog ». <https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/que-es-una-infografia-y-para-que-sirve>
- Sumosa, C. (2021). ¿Sabes cuáles son los tipos de infografía? WeAreContent - Blogs. <https://www.wearecontent.com/blog/visual-marketing/tipos-de-infografia>
- Unicef. (2010). Campañas. Unicef, 1. <https://www.unicef.org/ecuador/tu-leche-es-amor-0>
- Vázquez, R. (2018). la importancia de las infografías. Forbes, 1. <https://www.forbes.com.mx/sobre-la-importancia-de-las-infografias/>