

**El diseño de infografías como herramienta para mejorar la comprensión de
la información publicada en la *web* del periódico El Nuevo Siglo**

Robinson Steven Bonces Pardo
julio de 2021

Universidad Santo Tomás
Bogotá D.C.

Dedicatoria

A mi familia y a las personas cercanas a mí, quienes han demostrado que siempre están para apoyarme a pesar de las circunstancias.

Agradecimientos

Al periódico El Nuevo Siglo por abrirme sus puertas y permitir que me involucre con los procesos de creación, producción y edición de contenido. Agradezco a José Peñuela, editor de Contenido del periódico por brindarme información relevante para este proyecto. También agradezco a mi tutora Claudia Ximena Lagos Moreno y a Jeison Andrés Cardona Zuluaga por el aporte de su conocimiento, paciencia y acompañamiento, continuo durante el proceso.

Igualmente agradezco el apoyo en los momentos difíciles por parte de Sandra Ramírez, decana de la facultad de Diseño Gráfico y el acompañamiento por parte de la psicóloga Edna Mogollón.

Tabla de contenido

Dedicatoria	2
<i>Agradecimientos</i>	3
<i>Tabla de contenido</i>	4
<i>Lista de figuras</i>	5
1. <i>Introducción</i>	6
2. <i>Justificación</i>	7
3. <i>Planteamiento del problema</i>	10
4. <i>Objetivo general</i>	12
5. <i>Objetivos específicos</i>	13
6. <i>Estado de la cuestión</i>	13
7. <i>Discusión</i>	32
8. <i>Conclusiones</i>	35
9. <i>Referencias</i>	37
10. <i>Anexos</i>	41

Lista de figuras

Figura 1.	
Arquetipo de persona 1.....	17
Figura 2.	
Arquetipo de persona 2.....	18
Figura 3.	
Gráfico sobre producto interno bruto, Bogotá IV trimestre.....	20
Figura 4.	
Gráfico sobre fenómenos climáticos.....	21
Figura 5.	
Gráfico sobre el comportamiento del valor de la gasolina.....	22
Figura 6.	
Mapa infográfico sobre la primera línea de metro	23
Figura 7.	
Tabla sobre estadísticas empresariales	24
Figura 8.	
Infografía sobre cuidado de mascotas, en tiempos de pandemia.....	25
Figura 9.	
Infografía sobre los acontecimientos que han ocurrido durante el caso Uribe.....	26
Figura 10.	
Infografía híbrida entre gráfico de barras y línea de fiebre sobre covid – 19.....	27
Figura 11.	
Infografía sobre el análisis de las métricas del periódico.....	33

1. Introducción

El presente trabajo busca medir el impacto de la publicación de infografías en la página *web* del periódico El Nuevo Siglo, con el fin de evidenciar si la estrategia de comenzar a publicar contenido interactivo usando infografías como herramienta informativa, cuya implementación inicio desde el año 2020, representa un incremento significativo en las visitas al sitio *web* o por el contrario es necesario replantear la publicación de infografías interactivas por otros contenidos más llamativos para los lectores, con lo cual se espera incrementar el número de usuarios que consultan el periodico *on line*.

Este trabajo se desarrolló bajo la implementación de una metodología mixta, ya que se realizó, no solo con la revisión sistemática de autores requerida, sino que también fue necesario recopilar y analizar datos de carácter cuantitativo y cualitativo, con la finalidad de darle al periódico El Nuevo Siglo herramientas para fortalecer sus estrategias de alcance en plataformas *web*, que le permitan aumentar su número de visitantes frecuentes y conocer a profundidad las temáticas de interés y los gustos de sus lectores.

En el ámbito profesional se realizó este proyecto con la intención de conocer detalladamente el impacto que puede tener la publicación de infografías en un medio de comunicación como lo es el periódico El Nuevo Siglo, reconociendo el alcance de las mismas, resaltando la importancia que tiene para un periódico la publicación de un flujo constante de información diversa y orgánica que le permita a la plataforma *web* ser más atractiva para el lector, no solo por la calidad del contenido, también por la forma llamativa en la que el lector accede a la información.

2. Justificación

Según la ley 1712 de 2014 la información abierta es todo dato primario o sin procesar por algún medio. Estos datos están bajo la custodia de las entidades públicas o privadas, que facilitan su acceso y reutilización, además permiten que estén puestos a disposición de cualquier ciudadano, con el fin de que terceros puedan reusarlos y crear servicios de los mismos (nacional, 2014).

Dichas entidades públicas son los ministerios, las alcaldías e incluso los comunicados de prensa emitidos por la Presidencia de la República. Además, existen terceros que crean servicios de información de dichas fuentes; como los noticieros, los periódicos, las emisoras, entre otros medios que están sujetos a la mencionada ley.

El periódico El Nuevo Siglo, en el cual he venido desarrollando funciones de infógrafo, invoca dicha ley para crear contenido que informe al público sobre los sucesos y acontecimientos del día a día en el país con un énfasis económico y político.

Este medio informativo, en su edición de lunes a sábado, tiene, generalmente, 28 páginas de contenido, en las cuales incluye: Opinión, Editorial, Nacional, Economía, Bogotá, Internacional, Ambiente, Cultura, y cinco *tops* (o temas principales); en los cuales están resumidos los temas neurálgicos del país y en los que, la mayoría de las veces, se usan infografías.

La edición del domingo, en cambio, tiene 36 páginas, en las cuales se prioriza especialmente el análisis de datos y las entrevistas, en dicha edición no existen los *tops*, pero las infografías siguen siendo un insumo necesario para el periódico.

Hace dos años El Nuevo Siglo ha mejorado el proceso infográfico para crear contenido más fácil de asimilar para su público. Sin importar si es en formato impreso, redes sociales o en su página *web*, el periódico ha volcado la compilación de datos en la infografía, ya que su intención

principal es que cualquier persona pueda entender de forma breve la información que se le suministra y con esto cumplir una de las premisas del periodismo informativo.

El académico Gomis, (citado por Capilla, 2014) hace una aproximación a lo que puede ser el periodismo informativo:

Nos fijamos en ese aspecto de la realidad [el hecho] y le damos forma verbal [la noticia] gracias a que encontramos en él alguno de los aspectos que suscitan el interés de los lectores y de los mismos intérpretes periodísticos de la realidad; es decir, de los periodistas. En algún aspecto se ha descubierto algo que puede tener significación para la vida humana, para la vida social, en un lugar y en un momento, y para un número de gente que forma parte del público. (p. 257)

Sin embargo, en este caso la forma no sería verbal, como en la noticia, sino gráfica, a manera de infografía.

Este proyecto busca analizar, si la estrategia creada por parte del periódico para la publicación de infografías, cumple de manera efectiva con el objetivo de hacer que la información contenida en las bases de datos abiertos, pueda ser presentada al público de manera clara, atractiva, concisa y fácil de entender. Con ello se pueden superar las barreras que, eventualmente, pueden presentarse al transformar dicha información en un texto plano.

El análisis se hará, a través de una sistemática revisión bibliográfica. Además, se hará un diálogo con distintos autores que definen la infografía, aclarar cómo funciona y cuáles son sus componentes.

El documento pretende medir el impacto que tienen las infografías en plataforma *web* del periódico El Nuevo Siglo. Es decir, si los artículos digitales, que contienen infografías llaman más la atención del público o si ellas contribuyen a despejar las dudas eventuales de los lectores frente a temas complicados.

Este impacto se medirá a través de encuestas. Según el académico Valle (2017) una encuesta y una entrevista pueden ser definidas como “una técnica cualitativa destinada a recoger información sobre elementos cognitivos, creencias, motivaciones y expectativas en torno a temas predefinidos por el investigador” (p. 3).

El mismo documento indica que hay tres tipos de entrevista: la estructurada, la semiestructurada y la no estructurada; en este caso utilizaremos la estructurada que se puede definir como: un ejercicio en el cual “el investigador conduce la conversación mediante preguntas concretas, formuladas en un orden determinado. Estas preguntas han sido previamente diseñadas para obtener la información que se necesita conocer”.

Así las cosas el trabajo se realizará con 10 encuestas, tipo entrevista estructurada. Este número de encuestas está justificado pues según Valle (2017) “no es frecuente aplicar con eficacia esta técnica sobre muestras de menos de diez personas”.

Con lo cual, 10 encuestas de tipo entrevista estructurada son pertinentes, porque desde el mismo autor (Valle, 2017) “en la aplicación de técnicas cualitativas, el tamaño no es un factor decisivo en la riqueza de la información”.

Otro propósito de esta investigación es contribuir de forma positiva, con información técnica y práctica que podrá ser utilizada por el periódico El Nuevo Siglo, para garantizar el correcto uso de la Ley 1712, y la adecuada interpretación de los datos publicados con el fin de informar cada vez mejor a sus lectores.

A lo largo de este proceso se abordarán conceptos como: infografías, tipos de infografías, diseño de información y usos correctos de las infografías; se analizarán las métricas de algunas

publicaciones de la página *web* del periódico y se realizarán encuestas a diez lectores de El Nuevo Siglo, con el objetivo de comparar los datos y concluir con información real y útil, con respecto al impacto de las infografías en su público, lo cual le permite al periódico implementar nuevas estrategias para mejorar.

3. Planteamiento del problema

Según el CNPV (Centro Nacional de Población y Vivienda), para 2018 en Bogotá solamente se registró un porcentaje de analfabetismo del 2% sobre el número total de ciudadanos encuestados, sin embargo para otras ciudades del país el panorama no es tan favorable, presentado cifras de analfabetismo cercanas al 10% (El Tiempo, 2018), dicha problemática se presenta en personas de todas las edades, sin embargo, los ciudadanos más afectados se encuentran en edades desde los 90 hasta los 99 años, seguidos por las personas de 80 a 89 años que también reconocen la poca capacidad de lectura con la que cuentan. Esto puede representar para Colombia “una caída promedio de lectura del 5% entre semana y del 4 % en domingos” según el documento investigativo publicado por EGM en el 2016 cuando a medios de comunicación impresos se refiere (Franco, 2016).

Una nueva propuesta comunicativa surge cuando los medios de comunicación movilizan su información a plataformas digitales puesto que aún con el auge de las redes informáticas digitales solo el 30% de las personas revisan los periódicos de manera digital (Cámara de Comercio de Bogotá, 2016), esta propuesta se compone de elementos interactivos, gráficos e informativos que además de ofrecer datos relevantes para el lector también le ofrece la posibilidad de completar la calidad de la información.

Para el año 2014 una encuesta del DANE reveló que la gente no lee no porque no tenga dinero para comprar libros, sino que realmente cerca del 55 % de la población no lo hace porque no le

interesa, además del bajo interés en la lectura, los colombianos que tienen como hábito leer tienen un interés particular en “Literatura, novelas y cuentos; y después, el consumo apunta a todo lo que tenga que ver con el espíritu: religión y esoterismo” (DANE, 2014, como se citó en El Tiempo, 2014). También influye, aunque en menor medida, las condiciones sociales, económicas y geográficas a las que se enfrentan los colombianos, por lo cual según un artículo digital de la Revista Semana “el país necesita crear una estrategia consciente de lectura, que genere una mayor y mejor comunicación sobre su bondades” (Semana, 2020) afrontando una serie de obstáculos para disminuir las barreras geográficas que limitan el derecho de las personas a recibir información adecuada y veraz; sin embargo, las cifras de lectura han contribuido a que los tradicionales periódicos impresos se reinventen, un claro ejemplo de cómo estos medios han sido forzados a su transformación digital para no perder lectores es la pandemia mundial del COVID-19, que presentó un alto contraste en el consumo de periódicos impresos frente a las plataformas virtuales, incrementando la demanda de información en canales digitales, que diferencia hay entre un lector de impreso y una virtual hablar sobre cómo se busca llamar la atención con imágenes e infografías para que las personas lean).

En el artículo “Lectura analógica vs. lectura digital” publicado en el 2019, se realiza un análisis sobre los lectores digitales y los análogos, según el cual se cita a Alberto Manguel en *Una historia de la lectura* (2005) donde “describe la lectura tradicional como “lenta, profunda, individual, exige reflexión”, a diferencia de la lectura digital, que es superficial, pero sin embargo muy eficaz para la búsqueda” (Cordón y Jarvio, 2019) ofreciendo múltiples canales informativos para complementar el conocimiento determinado sobre un tema específico, esto ocasiona que el “lector de la era tecnológica desarrolle de forma natural una participación con el texto más dinámica” (Cordón y Jarvio, 2019), aprovechando las conexiones entre publicaciones

y beneficiando al periodico que hace uso de las herramientas interactivas. Sin embargo es importante aclarar que la lectura digital “no motiva a una lectura meditada como sí lo hace la lectura tradicional” (Cordón y Jarvio, 2019), esto se debe a que el lector digital revisa rápidamente el contenido que se presenta en la interfaz web y únicamente se detiene a revisar y analizar el contenido si algún elemento dentro de la publicación le parece llamativo o interesante. Es por esto que los medios análogos y digitales han empezado a implementar en sus publicaciones elementos visuales como lo son: fotografías, infografías, animaciones, interacciones. etc.; porque este tipo de elementos visuales son más llamativos para el lector y mejoran la comprensión de la información.

Este proyecto se lleva a cabo en el periódico El Nuevo siglo, ya que se cuenta con el acceso y con los permisos para el uso de su información, para hacer un análisis del rendimiento de algunas de sus publicaciones *web* y encuestando a algunos de sus lectores, con el fin de conocer un poco más las preferencias del público que lee el periódico, con el fin de responder de forma clara:

¿Cómo impacta la publicación de infografías la página *web* del periódico El Nuevo Siglo?

4. Objetivo general

Identificar cómo impacta la publicación de infografías la página *web* del periódico El Nuevo Siglo por medio del análisis detallado de las métricas de la página *web* y la recopilación de encuestas realizadas a algunos usuarios de la página.

5. Objetivos específicos

- Realizar una revisión sistemática de literatura con el fin de profundizar sobre el concepto de ‘infografía’.
- Analizar las métricas de la página *web* del periódico El Nuevo Siglo, comparando una publicación convencional con una publicación infográfica en un periodo de tiempo determinado.
- Realizar una encuesta a diez de los usuarios de la página *web* del periódico El Nuevo Siglo, con el fin de recopilar información sobre sus preferencias en cuanto al contenido de la página
- Analizar los resultados de las encuestas con el fin de identificar las preferencias de los usuarios.

6. Estado de la cuestión

Para poder abordar el tema de este proyecto es necesario definir algunos términos, a saber:

1.Periódicos

Un periódico es un medio de comunicación impreso y digital que, sin importar el tipo o sus inclinaciones políticas, su finalidad es informar al público lector sobre diversos temas.

Según Javier Darío Restrepo “las características que hacen bueno a un periódico, más allá de las técnicas o la tecnología implementada para la creación del mismo, son buenos seres humanos” (2006, p. 86). personas con el interés y la vocación de informar sobre diversos hechos, de forma verídica y clara.

De los 18 diarios impresos afiliados a la Asociación Colombiana de Medios de Información (AMI) El Nuevo Siglo compite por una franja muy específica de público interesada en información política y económica, principalmente.

El diario se creó el 1 de febrero de 1936 por el expresidente Laureano Gómez y el periodista José de la Vega, en principio fue fundado como contraparte del diario República Liberal. En 1944 Laureano Gómez dejó la codirección en manos de su hijo Álvaro Gómez Hurtado.

En 1947 pasó a ser dirigido por el periodista, poeta y expresidente de Colombia, Belisario Betancur, las rotativas de El Siglo fueron incendiadas un año después el 9 de abril de 1948,

Se encargaban de llevar a hurtadillas las artes a una imprenta clandestina el gerente Luis Enrique Uribe Cualla y el subdirector Belisario Betancur. El primero debió salir del país porque lo iban a matar. Al frente de la dirección estaba Hernando Uribe. Al final llegó Gabriel Carreño a asumir la dirección de El Siglo. (El Siglo, 2012).

“Betancur en junio de 1953, a raíz del derrocamiento del presidente Laureano Gómez, por parte del general Gustavo Rojas Pinilla” (El Siglo, 2012). Hizo parte del batallón suicida “constituido para luchar contra el Usurpador”. Este batallón le costó a Betancur más de 10 visitas a la cárcel por oponerse a la dictadura.

El periódico dejó de circular en 1953 desde el 4 de agosto de ese año, hasta la caída de la dictadura el 10 de mayo de 1957. El diario El Siglo cambió de nombre y pasó a ser El Nuevo Siglo en 1990, bajo la dirección de Rodrigo Marín Bernal. Álvaro Gómez reemplazó a Marín Bernal hasta su asesinato en 1995 cuando Juan Pablo Uribe asumió la dirección, que compartiría con su hijo Juan Gabriel hasta el fallecimiento del primero en 2004.

Tras múltiples crisis y con la entrada de los medios digitales El diario ha perdido visibilidad en los lectores.

Existen diferentes tipos de periódicos, se clasifican según su tipo de formato, posición política, contenido, periodicidad (cada cuando es publicado), alcance y costo.

Para este caso en particular de esta investigación se hablará específicamente del tipo de periódico que es El Nuevo Siglo. Con lo cual queda que se produce en formato impreso y digital; ya que, se puede tener acceso a su contenido tanto de forma física, como por medio de su página web (<https://www.elnuevosiglo.com.co/>). En cuanto a su postura ideológica es un periódico con una posición política conservadora. Respecto a su contenido, se centra en temas políticos y económicos, esto sin dejar a un lado los de interés, cultura, deportes, etc.; se produce con frecuencia diaria y su horario de distribución es matutina.

El diario tiene un alcance nacional, es decir que incluye temáticas de interés para sus consumidores de todas las regiones del país y, a pesar de incluir secciones con temas latentes a nivel internacional, su distribución se hace a nivel Colombia.

Por último, pero no menos importante el periódico es un medio de difusión de pago y suscripción, ya que las personas pueden comprarlo en cualquier punto autorizado para su distribución o adquirir un plan de suscripción de pago mensual que permite tener acceso al contenido y que este llegue a su casa.

En cuanto al contenido digital, es gratuito, cualquiera tiene acceso a toda la información, artículos, vídeos y elementos interactivos creados por el periódico y puestos a disposición del público en su página web.

2.Usuarios

Es posible describir a un usuario como aquella persona que hace uso habitual de un servicio, para el periódico El Nuevo Siglo, sus usuarios y por ende los lectores de su contenido son lo más importante, ya que el periódico busca satisfacer las necesidades de un grupo objetivo específico.

Para la académica Ada Medina Ortiz (2017, p.27) un grupo objetivo es considerado como el segmento del mercado al que se encuentra dirigido un bien sean estos considerados productos o servicios.” Estos grupos objetivos se pueden categorizar por factores como: edad, género, estrato, gustos, necesidades, entre otros.

En el caso particular del periódico El Nuevo Siglo su grupo objetivo está compuesto por: hombres y mujeres entre los 30 y 50 años, que vivan en Colombia, con una formación educativa media o superior, que pertenezcan a los estratos tres o cuatro y que tengan un interés particular por la política y la economía del país.

Es necesario aclarar que, si bien la intención del periódico es impactar principalmente su grupo objetivo, también busca influir en colectivos que no son sus usuarios, con el fin de alcanzar nuevos lectores y despertar el interés de los mismos, para poco a poco aumentar su número de usuarios.

Arquetipo de usuario

Para los académicos Yusef Hassan, Francisco Martín Fernández y Ghzala Iazza (2004, p. 5) un arquetipo de usuario “representa patrones de conducta, objetivos y necesidades. Estos arquetipos, llamados «personas», son descripciones en forma narrativa de usuarios”. A estos arquetipos se

les otorga una identidad inventada, pero sus características y necesidades deben estar basadas en información real del grupo objetivo al cual está destinado el producto o servicio, en este caso el periódico.

A El Nuevo Siglo, estos arquetipos le permiten desarrollar contenido pensado en las necesidades del usuario real, evitando así que la persona encargada de crear las temáticas lo haga para sí mismo, es decir, que toda la información pueda ser entendida claramente por un usuario que sepa previamente del tema en cuestión y por un usuario que no.

Figura 1.
Arquetipo de persona 1



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2.
Arquetipo de persona 2



Fuente: Elaboración propia.

3. Infografía.

El académico Crucianelli, (2013) define la infografía como “complementos de los artículos basados en datos, pero pueden ser contenidos en sí mismos sin necesidad de que exista un artículo referencial: en algunos casos, es suficiente un título, un subtítulo y una explicación a la audiencia sobre cómo leer los datos desde la visualización” (p. 108).

Por su parte, Leturia (1998) afirma que las infografías, también llamadas infográficos “son tremendamente útiles para presentar la información que es complicada de entender, a través del puro texto” (p. 1). En otras palabras, el objetivo de una infografía, es facilitar la comprensión y retención de información para los lectores, haciendo uso del lenguaje visual y del lenguaje verbal.

Las infografías para prensa, deben cumplir con algunas características, según el académico Valero (2013) dichas características son:

- Que dé significado a una información plena e independiente.
- Que proporcione la información de actualidad suficiente.
- Que permita comprender el suceso acontecido.
- Que contenga la información escrita con formas tipográficas.
- Que contenga elementos icónicos precisos.
- Que pueda tener capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia o que realice funciones de síntesis o complemento de la información escrita.
- Que proporcione cierta sensación estética, no imprescindible.
- Que no contenga erratas o faltas de concordancia. (p. 40)

El diseño de la información y las infografías van de la mano, ya que ambas comparten los mismos propósitos mencionados, esto agregando que una infografía debe llamativa, debe invitar a las personas a leer su contenido.

El diseño de información tiene como objetivo asegurar la efectividad de las comunicaciones mediante la facilitación de los procesos de percepción, lectura, comprensión, memorización y uso de la información presentada. El diseño de información es necesariamente diseño centrado en el usuario. (Frascara, 2011, p. 10)

Existen varios tipos de infografías, según el académico Leturia (1998) “Las infografías pueden dividirse en las categorías de gráfico de barras, el gráfico de tortas, gráfico de fiebre, mapas, tablas y diagramas” (p. 2),

Los gráficos son más comúnmente usados para representar cifras numéricas o estadísticas, cada uno de estos sirve para representar información específica que podría ser difícil de comprender para el lector si se cruzan entre sí.

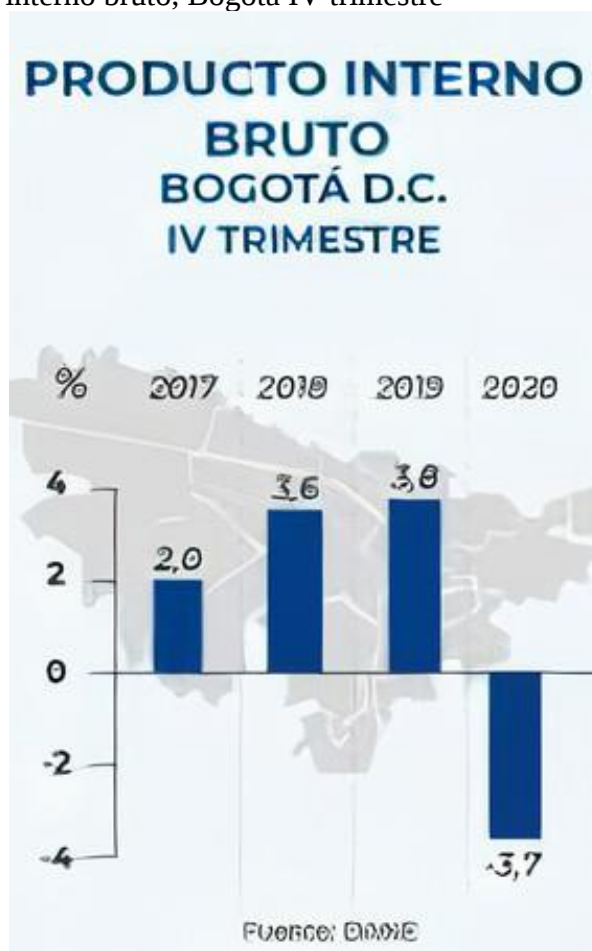
4. Tipos de Gráficos:

4.1. Gráfico de barras:

El gráfico de barras se usa para establecer comparaciones entre elementos de una misma temática, y cada barra presenta un ancho y un alto dependiendo la cantidad que represente.

Figura 3.

Gráfico sobre producto interno bruto, Bogotá IV trimestre



Fuente: El Nuevo Siglo (2021).

4.2. Gráfico de torta:

El gráfico de torta como su nombre lo sugiere es un gráfico circular que muestra un todo, sus partes y los tamaños de sus partes, este gráfico tiene una característica y es que funciona especialmente con porcentajes.

Figura 4.

Gráfico sobre fenómenos climáticos



Fuente: El Nuevo Siglo (2021).

4.3. Gráfico de fiebre o línea:

Y el gráfico de fiebre, también conocido como de línea, sirve para presentar los cambios o el comportamiento de un algo en específico, a través del tiempo, como por ejemplo el precio de la gasolina, el comportamiento del dólar o incluso el calentamiento global.

Figura 5.
Gráfico sobre el comportamiento del valor de la gasolina



Fuente: El Nuevo Siglo (2021).

4.4. Gráfico tipo mapa:

Otro tipo de infografía que encontramos son los mapas, se usan cuando es necesario mostrar al lector la ubicación o zona de un acontecimiento, puede usarse para mencionar algo que ya pasó o que va a pasar.

Figura 6.

Mapa infográfico sobre la primera línea de metro



Fuente: El Nuevo Siglo (2020).

4.5. Gráfico de tabla:

La infografía de tipo tabla es sencilla, usualmente usada de forma cuadrada o rectangular, se usa con frecuencia para presentar al lector datos específicos que, a veces, no son comparables fácilmente o que puedan llegar a cruzarse, generando problemas en la comprensión clara del mensaje.

Figura 7.

Tabla sobre estadísticas empresariales

GOBIERNO CORPORATIVO 2020				
EMPRESA	2019	2020	EVOLUCIÓN	PUNTUACIÓN
BANCOLOMBIA	1°	1°	=	10.000
GRUPO NUTRESA	2°	2°	=	9.891
SURA	4°	3°	↗	9.018
ALPINA	3°	4°	↘	8.888
BAVARIA	5°	5°	=	8.639
COMERCIALIZADORA ARTURO CALLE	15°	6°	↗	8.622
CREPES & WAFFLES	13°	7°	↗	8.560
GRUPO ÉXITO	10°	8°	↗	8.288
ECOPETROL	9°	9°	=	8.002
ORGANIZACIÓN CORONA	6°	10°	↘	7.991

Fuente: nuevo, responsabilidad y gobierno corporativo

Fuente: El Nuevo Siglo (2021).

4.7. Gráfico de diagrama:

Por último, pero no menos importante, encontramos la infografía de tipo diagrama, este es un tipo más visual, sirve para mostrar cómo funciona algo o de qué se compone, para dar información paso a paso o para seguir acontecimientos a lo largo del tiempo.

Figura 8.

Infografía sobre cuidado de mascotas, en tiempos de pandemia



Fuente: El Nuevo Siglo (2020).

Figura 9.

Infografía sobre los acontecimientos que han ocurrido durante el caso Uribe

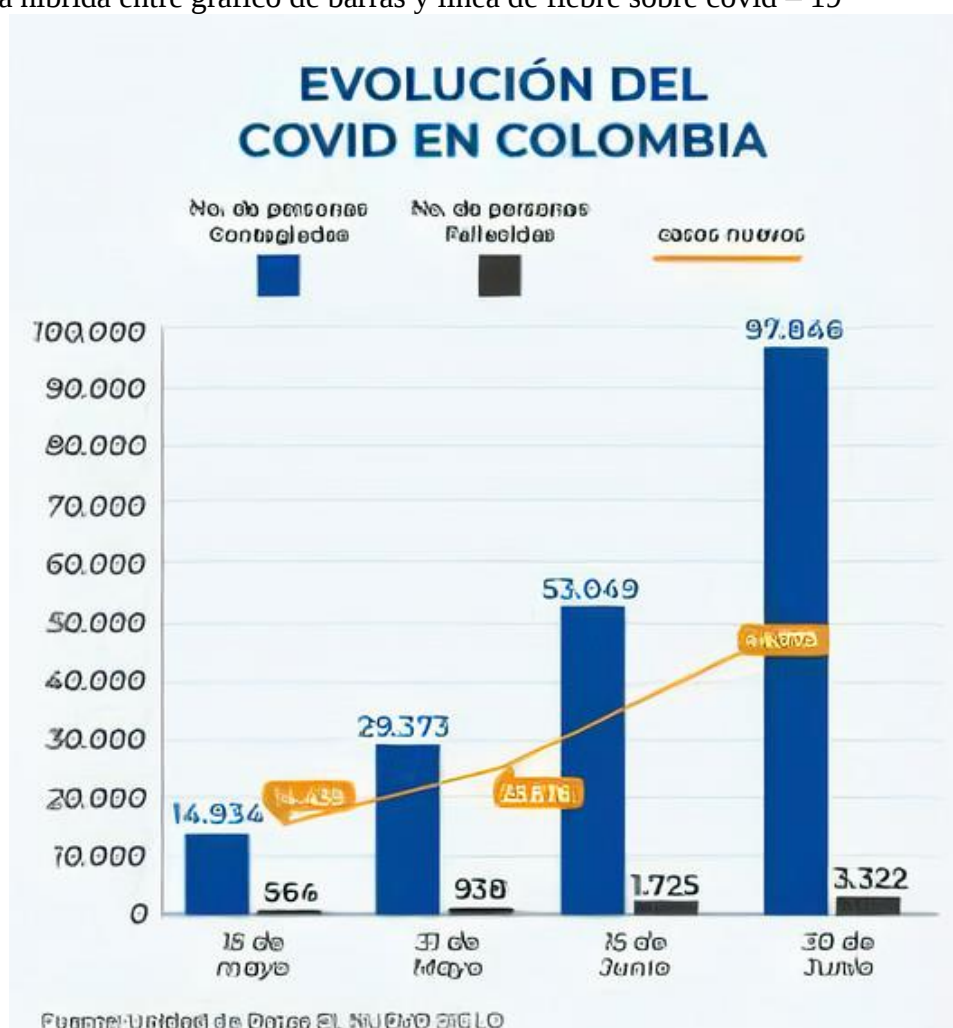


Fuente: El Nuevo Siglo (2021).

Es necesario aclarar que tanto gráficos como infografías se pueden mezclar entre sí, creando híbridos que permitan brindar al lector más información relevante y pertinente sobre el tema en cuestión, siempre y cuando se tengan en cuenta las características planteadas, las cuales con requisito de una infografía y que además no se vea afectada la claridad del tema.

Figura 10.

Infografía híbrida entre gráfico de barras y línea de fiebre sobre covid – 19



Fuente: El Nuevo Siglo (2020).

La anterior figura hace uso de dos tipos de gráficos, en este caso en específico, se comparan el número de personas contagiadas con el número de personas que han fallecido por causa del covid, a su vez compara estas cifras con el comportamiento de nuevos casos de contagio de covid, todo en un periodo de tiempo específico.

También es necesario resaltar que toda infografía necesita llevar la fuente, que indica de dónde fue sacada la información, ya que de esta forma se le puede dar confianza al lector de que los datos que está leyendo son reales y verídicos.

Lo mencionado abarca el espectro de infografías impresas, pero cuando se habla de infografía en el mundo digital existen algunos factores a tener en cuenta.

5.Conectividad

Según los consultores Benjamín Alva Fuentes y Adrián Moreno Mata (2013) “Con la revolución tecnológica, la gestión del conocimiento y el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), se ha modificado la dinámica social, la movilidad de las personas, su integración y la forma como ellas se conectan en la ciudad” (p. 1).

En la actualidad, el servicio de internet se ha convertido en una necesidad para las personas que habitan una ciudad, un pueblo o incluso una vereda, puesto que este servicio se a convertido en una herramienta indispensable, fácil y rápida para comunicarse con otras personas, moverse por las ciudades, obtener información sobre un tema en particular e incluso comprar alimentos para el sustento familiar.

Según MinTIC (2021) durante el año de la pandemia (2020) Colombia aumentó el acceso a internet, ya que para el tercer trimestre de este año alcanzó los 7,6 millones de puntos de acceso

fijo a internet en todo el país, es decir que por cada 100 habitantes hay 15 accesos fijos a este servicio.

En el país, para este mismo periodo de tiempo el servicio de internet móvil alcanzó los 30,4 millones de accesos, es decir, que por cada 100 habitantes hay 60 accesos al internet móvil, esto equivale a que el 68% de la población total del país ya cuenta con acceso a internet.

6. Infografías en web

Cuando se habla acerca de la diferencia entre una infografía análoga o impresa, y una infografía digital, es común pensar que estas son completamente diferentes, pero, en realidad comparten su definición, características, usos, y tipos. Sus diferencias radican principalmente en las limitaciones de su formato.

Según el académico Meritxell (2002) la interactividad es una “característica intrínseca de los materiales multimedia (accesibles, o no, a través de la red) que incrementase, cualitativa y cuantitativamente, la capacidad de los usuarios de intervenir” (p. 26). Esto quiere decir que cuando se refiere a infografías en un ambiente digital, esta se convierte en un elemento multimedia, lo que significa que dichas infografías comparten las características de dichos elementos como lo son: animación, movimiento y audio, permiten también que el usuario interactúe con la misma, haciendo uso de elementos tales como globos de texto, botones, elementos móviles a disposición del usuario etc.

La mayor ventaja que tienen las infografías digitales frente a las análogas son su falta de limitaciones, ya que el formato análogo tiene unas medidas específicas, este requiere hacer uso de una información puntual y precisa, cada milímetro cuenta y en ocasiones es necesario

sacrificar algo de la estética para que la información se presente de manera completa, este problema no lo tiene la infografía digital, ya que aunque cuenta con un tamaño limitado se pueden presentar grandes bases de datos de forma clara haciendo uso de elementos de tipo diapositivas, videos, *gif*, animaciones o cualquier tipo de enlace, globo de texto o ventana emergente que ayude a brindarle al lector toda la información correspondiente y necesaria.

Existe un enorme número de plataformas, programas y páginas web que dan la posibilidad de crear todo tipo de infografías interactivas para la publicación de contenido, en el caso particular del periódico El Nuevo Siglo, se hace uso de dos aplicaciones de uso gratuito, estas son Genial.ly, usada para la creación de infografías interactivas de tipo diagrama principalmente, es usada también para hacer gráficos interactivos de los otros tipos cuando el volumen de datos no es muy alto.

Flourish.studio es usada para la creación de gráficos de todo tipo a excepción de diagramas, esta web permite crear infografías interactivas con grandes volúmenes de datos, sus herramientas permiten la organización de extensas bases de datos que en otros programas no son posibles de usar.

Las infografías creadas por medio de estas dos herramientas son publicadas principalmente en la página web del periódico El Nuevo Siglo, este tipo de publicaciones se implementaron por primera vez en el año 2020, y desde la primera publicación de este tipo de contenido, se desarrolla una infografía diaria con algunas excepciones.

7.Métricas

Comprenden una parte fundamental para medir el impacto de las diferentes publicaciones que se realizan en una página web. Según el portal web de Ambit BTS las métricas son aquellos valores numéricos que permiten analizar el avance o rendimiento dentro de un proceso (Ambit BTS, 2020), lo cual se relaciona directamente con el rendimiento de las publicaciones según la calidad y forma en la que se suministra la información al lector.

Una de las mayores ventajas que ofrecen las métricas es la posibilidad de obtener datos en tiempo real, sin embargo, existen algunos datos métricos que son más relevantes para comprender el alcance e interactividad de los usuarios con las publicaciones, estos pueden ser:

- Usuarios
- Cookies
- Visitas
- Duración media de la visita
- Canales y fuentes de tráfico

Esta información de la página web Lead Motiv (2021) demuestra la relevancia de conocer y aplicar efectivamente los datos obtenidos a partir de las métricas. Lo más destacado de las funciones de las métricas es que ofrecen un amplio rango de confiabilidad en la información obtenida a partir de los usuarios, permite “comparar y ver la evolución de una estrategia” (Símbolo Agencia Digital, s.f.) con lo cual se resume que las métricas son “vitales para evaluar el comportamiento de los usuarios que acceden a tu web y encaminar tu estrategia” (Lead Motiv, 2021) de consumo, con el fin de aplicarla de manera más efectiva.

7. Discusión

Por requerimiento del periódico El Nuevo Siglo no es posible mostrar de forma explícita las métricas del periódico, ya que contienen información confidencial; del mismo modo, al hacer uso de la Base de Datos de los usuarios del periódico, no es posible mostrar de forma directa las encuestas realizadas, ya que contienen información de sus usuarios de pago, los cuales aceptaron responderla siempre y cuando no se divulgará su información personal; por lo cual, en cuanto a métricas solo se mencionan las cifras autorizadas y una será dada como porcentaje para protección de la misma, de igual forma, solo se presentarán los resultados de las encuestas.

Es necesario tener en cuenta que la página *web* del periódico sube contenido todo el día todos los días, por lo cual las publicaciones en su *home* principal varían muy frecuentemente.

Se realizó el análisis de las métricas de dos publicaciones de la página *web* del periódico El Nuevo Siglo, dichas publicaciones llevan los siguientes titulares:

Minga indígena se retira de Medellín, nota publicada el día 21 de mayo del 2021 a las 8:50 am hora colombiana, esta publicación contiene una fotografía de portada y su contenido es netamente texto.

El sueldo de un congresista en salarios mínimos, infografía interactiva publicada el día 21 de mayo del 2021 a las 7:29 pm hora colombiana, esta publicación cuenta una ilustración de portada y su contenido es un gráfico interactivo realizado desde la plataforma *genial.ly*.

Las métricas obtenidas están dada en un rango de 15 días correspondientes a la fecha de publicación, hasta el día 4 de junio del 2021, hora de corte 5:30 pm hora colombiana.

En este transcurso de tiempo la primera publicación tuvo un total de 247 visualizaciones y el tiempo promedio de sus visualizaciones fue de un minuto con cuarenta segundos.

Por otra parte, la publicación infográfica cuenta con un total de 586 visualizaciones y el tiempo promedio de visualización de esta fue de un minuto con cuatro segundos.

Comparando el reporte total de una semana con publicaciones infográficas se puede afirmar que la página obtiene un promedio de 120.3% de usuarios nuevos y un promedio de 28.1% de nuevas vistas que una semana en la cual no se hacen publicaciones infográficas.

Figura 11.

Infografía sobre el análisis de las métricas del periódico



Fuente: Elaboración propia.

Respuestas de la encuesta

(Formato de la encuesta en anexos)

1. 100% de los encuestados afirman recurrir a El Nuevo Siglo cuando buscan informarse y de estos el 60% afirma complementar su información con Semana y El Tiempo.
2. El 20% de los encuestados afirman estar interesados en leer sobre deportes, 40% afirma estar más interesado en política y el otro 40% afirma interesarse más por la actualidad nacional.
3. El 100% de los encuestados afirma que estas preferencias son de carácter personal.
4. El 100% de los encuestados afirmó conocer El Nuevo Siglo.
5. 10% redes sociales, 80% referencias de otros medios o portales y el otro 10% sugerencia de un amigo.
6. El 80% de los encuestados prefiere la infografía.
7. El 100% de los encuestados considera visualmente más atractiva la infografía.
8. El 80% de los encuestados afirmaron estar muy informados y el 20% afirmaron estar confusos.
9. El 100% afirmó estar muy informado.

En consecuencia, de los resultados anteriormente mencionados es posible afirmar que la estrategia del periódico el nuevo siglo de hacer publicaciones infográficas en su página *web* es acertada y funcional, ya que estas publicaciones afectan de forma positiva las métricas del periódico, y que, en comparación con publicaciones de texto plano, son mejor recibidas por los usuarios, como lo deja ver los resultados de las encuestas realizadas.

8. Conclusiones

En General, es posible afirmar que la publicación de infografías en la página *web* del periódico El Nuevo Siglo, impacta de forma positiva, generando un mayor flujo de vistas, y aumentando su número de usuarios, también es posible confirmar que a pesar de las razones por las cuales los usuarios buscan informarse varían mucho dependiendo de sus razones personales, estos prefieren encontrar la información de forma infográfica, ya que es más atractiva visualmente y para ellos es más fácil de comprender, por lo cual la estrategia iniciada por el periódico va por buen camino.

Desde el diseño grafico es importante para mi reconocer el aporte de las diciplinas y los procesos que influyen en la creación y publicación de una infografía, cosas como el diseño, la comunicación visual, el periodismo, las tecnologías de la información y la comunicación que ayudan a transmitir de una forma más fácil y efectiva un mensaje o una noticia.

Dichas diciplinas aun que se usen por aparte forman parte de un todo, gracias a este proyecto comprobamos que las infografías son herramientas que sirven para mejorar la comprensión de la información publicada en la web del periódico El Nuevo Siglo y que el diseño funciona como un engrane importante en la construcción de dichas herramientas.

Con la información recopilada y brindada por este proyecto es posible para el periódico afianzar aún más su estrategia e incluso ampliarla para llegar a más público lector, incluso a público más joven implementando su estrategia por medio de redes sociales.

Existen vacíos en este proyecto, ya que para este no fue posible establecer datos como las franjas horarias más óptimas para publicar infografías, o en qué meses es posible sacar mayor ventaja a este tipo de publicaciones.

También es necesario manifestar, que si bien los esfuerzos del periódico por mejorar el contenido de su sitio *web* está dando resultados, es necesario plantear un rediseño y un reestructuramiento para la misma, ya que esta cuenta con varios problemas serios no solamente visuales sino de fondo, también es necesario plantear la idea de contenido más asequible para personas con algún tipo de discapacidad visual o auditiva.

9. Referencias

El Nuevo Siglo. (2020). *Figura 6. Mapa infográfico sobre la primera línea de metro*. Bogotá.

[Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2020). *Figura 8. infografía sobre cuidado de mascotas, en tiempos de pandemia*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2020). *Figura 10. Infografía híbrida entre gráfico de barras y línea de fiebre sobre covid - 19*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 3. Gráfico sobre producto interno bruto, Bogotá IV trimestre*. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 4. Gráfico sobre fenómenos climáticos*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 5. Gráfico sobre el comportamiento del valor de la gasolina*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 7. Tabla sobre estadísticas empresariales*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 9. Infografía sobre los acontecimientos que han ocurrido durante el caso Uribe*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 9. Infografía sobre los acontecimientos que han ocurrido durante el caso Uribe*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 9. Infografía sobre los acontecimientos que han ocurrido durante el caso Uribe*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

El Nuevo Siglo. (2021). *Figura 9. Infografía sobre los acontecimientos que han ocurrido durante el caso Uribe*. Bogotá. [Elaborado por Bonces, R.]. Bogotá.

Capilla, G. (2014). *El debate epistemológico en el periodismo informativo*. Universitat Ramon Ramon Llull. <https://core.ac.uk/download/pdf/33347787.pdf>

Crucianelli, S. (2013). ¿Qué es el periodismo de datos? *Cuadernos de Periodistas*, 26. APM. 106-124. <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2013/07/106-124%281%29.pdf>

Frascara, J. (2011). *¿Qué es el diseño de información?* Ediciones infinito. <https://elibro.net/es/ereader/usta/78880?page=51>

Leturia, E. (1998). ¿Qué es infografía? *Revista Latinoamericana de Comunicación Social*. http://www.revistalatinacs.org/z8/latina_art45.pdf

Nacional, G. (6 de marzo de 2014). *Ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional*. <https://gobiernodigital.mintic.gov.co/portal/Iniciativas/Datos-abiertos/#:~:text=En%20Colombia%2C%20la%20Ley%201712,los%20cuales%20est%C3%A1n%20bajo%20la>

Colle, R. (2004). Infografía: Tipologías. *Revista Latina de Comunicación Social*, 7(58), 1. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81975801>

Valero, J. L. (2013). La infografía de prensa. *Repositorio Institucional UFC*. http://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/46067/1/2013_art_jlvsancho.pdf

Restrepo, J. D. (2006). *Revista de comunicación*. Universidad de Piura.

- Medina Ortiz, A. (2017). Análisis de las estrategias comunicacionales de la empresa Omnilife para valorar la frecuencia de consumo en su grupo objetivo. Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24978/1/ADA%20MEDINA%20ORTIZ.pdf>
- Hassan, Y., Martín Fernández, F. J. & Iazza, G. (2004). Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información [en línea]. *Hipertext.net* (2).
http://eprints.rclis.org/8998/1/Dise%C3%B1o_Web_Centrado_en_el_Usuario_Usabilidad_y_Arquitectura_de_la_Informaci%C3%B3n.pdf
- Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales* (18).
<https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/res18.2004.08>
- El Tiempo, (2018). ¿Cuántos colombianos sabemos leer y escribir? *El Tiempo*.
www.eltiempo.com/datos/cifras-de-analfabetismo-en-colombia-564784#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20informaci%C3%B3n%20de%20las,hombres%20es%20el%2093.1%25
- Alva Fuentes, B. & Moreno Mata, A. (2013). Cálculo de la conectividad digital urbana y los indicadores de tercera generación file. X Seminario Investigación Urbana y Regional - Universidad Autónoma de San Luis Potosí -:///C:/Users/Boncos/Downloads/5756-Texto%20del%20art%C3%ADculo-22792-1-10-20130711.pdf
- MinTIC, (2021). Acceso a internet en Colombia se aceleró durante la pandemia
<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/161793:Acceso-a-internet-en-Colombia-se-acelero-durante-la-pandemia>

Franco, G. (2016). Periódicos experimentan una de las peores caídas en lectura de los últimos años. *Pulzo*. <https://www.pulzo.com/economia/periodicos-experimentan-una-de-las-peores-caidas-en-lectura-de-los-ultimos-anos-PP98667>

Cámara de Comercio de Bogotá, (2016). Siete de cada 10 colombianos aún prefiere leer los periódicos impresos. [Encuesta TGI Net]. <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Comunicacion-Grafica/Noticias/2016/Abril-2016/Siete-de-cada-10-colombianos-aun-prefiere-leer-los-periodicos-impresos>

El Siglo, 2012. La Historia De El Siglo. [on line]. *El Nuevo Siglo Bogotá*.
<<https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/6-2012-la-historiade-el-siglo>>.

Semana, 2020 - La pandemia mejoró los índices de lectura en los hogares colombianos. *Semana*.
<https://www.semana.com/pais/articulo/pandemia-mejora-indices-de-lectura-en-los-hogares-colombianos-buscalibre/307148/#:~:text=Veamos%20un%20poco%20c%C3%B3mo%20est%C3%A1,porcentaje%20apenas%20rozaba%20el%20d%C3%ADgito>.

Castro, A (2019). Lectura analógica vs. lectura digital, 137-145. *Aedo*.
<https://aedo.blogia.com/2019/050601-lectura-anal-gica-vs.-lectura-digital.php#:~:text=El%20texto%20tradicional%20no%20requiere,como%20la%20b%C3%BAsqueda%20de%20informaci%C3%B3n>

Ambit BTS, (2020). Definición y diferencias de KPI y métricas. *Ambit*. <https://www.ambitbst.com/blog/definici%C3%B3n-y-diferencias-de-kpi-y-m%C3%A9tricas>

Meritxell, E. (2002). Interactividad e interacción. Revista latinoamericana de tecnología educativa, 1(1). Universidad de Girona.

http://dehesa.unex.es/bitstream/10662/1887/1/1695-288X_1_1_23.pdf

Lead Motiv, 2021 - Analítica web: Las 7 herramientas y 9 métricas más importantes. *Lead Motiv*.

<https://leadmotiv.com/blog/analitica-web-y-sus-metricas/>

Símbolo Agencia Digital, (s.f.). La importancia de las métricas en una estrategia de *marketing* digital. *Símbolo Interactivo*. <https://www.simbolointeractivo.com/las-metricas-en-una-estrategia-de-marketing-digital/>

10. Anexos

Formato de encuesta de medición en materia preferencias en la presentación de la información

Nombre _____

Fecha _____

Edad _____

Ocupación _____

Nivel de escolaridad _____

1. ¿Cuándo usted desea informarse a qué medio recurre?

- a) Semana
- b) El Tiempo
- c) El Nuevo Siglo
- d) Caracol Radio
- e) Caracol TV

- f) RCN Radio
- g) RCN TV
- h) W Radio
- i) Otro: _____

2. ¿Qué tipo de información busca leer?

- a) Farándula
- b) Deportes
- c) Cultura
- d) Ocio
- e) Política
- f) Actualidad Nacional

3. A continuación indique brevemente por qué prefiere ese tipo de información:

4. ¿Conoce usted el periódico El Nuevo Siglo?

- a) Sí
- b) No

5. En caso de respuesta afirmativa cómo se enteró de la publicación

- a) redes sociales

- b) **Página de internet**
- c) **Referencia de otros medios o portales**
- d) **Recomendación de un amigo**
- e) **Otro:** _____

6) A continuación encontrará dos presentaciones de la misma información. Lea atentamente cada una de ellas

a)

El expresidente de Colombia Álvaro Uribe Vélez (2002-2010), bajo detención domiciliaria por un caso de presunta manipulación de testigos que avanza en la Corte Suprema, ha renunciado este martes a su escaño en el Senado, donde era el jefe indiscutible de la bancada del Centro Democrático, el partido de Gobierno. La dimisión desata un debate acerca de la competencia del alto tribunal, que es el encargado de juzgar a los congresistas.

Uribe ha dicho que la medida de aseguramiento con detención domiciliaria le anula sus “expectativas de regresar al Senado” y ha reiterado que, a su juicio, le han sido violadas ocho garantías procesales, que él y su abogado fueron interceptados y que se han dado filtraciones a la prensa, entre otras denuncias. Además, argumentó que está “detenido por inferencias, sin pruebas directas”, en clara respuesta a la investigación de la Corte Suprema de Justicia, que duró más de dos años. “Hago mis votos por una reforma a la justicia que la despolitice al cambiar el sistema de elección de magistrados”, escribió el expresidente en la carta que dirigió al presidente del Legislativo, Arturo Char. El Senado votó este mismo martes para aceptar su renuncia, con 82 congresistas a favor y 12 en contra.

El exmandatario, que es el mentor político del presidente Iván Duque, se convirtió también en los comicios legislativos de 2018 en el senador más votado en la historia del país, con 800.000 votos. Cuando la Corte lo llamó a indagatoria en julio de ese año, antes de la posesión de Duque, ya había renunciado a su escaño, pero se retractó pocos días después.

“Que Uribe renuncie al Senado no implica bajo ninguna circunstancia que la Corte Suprema de Justicia pierda su competencia para avanzar en la investigación y llamarlo a juicio”, reaccionó el senador Iván Cepeda, considerado víctima en el proceso por manipulación de testigos del que está acusado el expresidente. “Uribe, en su condición de senador, utilizó a miembros de su unidad de trabajo legislativo para contactar a distintos presos en las cárceles del país, paramilitares, para que declararan en mi contra. La competencia por estos hechos sigue estando en la Corte Suprema de Justicia”, dijo el congresista de oposición, anticipándose a las interpretaciones jurídicas sobre el alcance de la renuncia. En caso de que la Corte perdiera su competencia, el caso pasaría a manos de la Fiscalía.

El proceso contra Uribe se remonta a 2012, cuando el exmandatario presentó una denuncia contra Cepeda ante la Corte Suprema por un supuesto complot en su contra que, según su versión, involucraba falsos testigos en cárceles colombianas para vincularlo a las actividades de grupos paramilitares. Sin embargo, el caso dio un giro en 2018, cuando el alto tribunal se abstuvo de procesar a Cepeda y, por el contrario, pidió investigar al exmandatario bajo la sospecha de que fue él quien manipuló testigos para que se retractaran y acusaran a Cepeda. La denuncia original de un paramilitar señala que en una antigua propiedad de la familia Uribe se creó un grupo de autodefensas.

Tras dejar la Presidencia, Uribe se ha mantenido como el gran fenómeno electoral en lo que va de siglo en Colombia, y probablemente en el político que más divide a la sociedad colombiana. Durante los dos períodos de su sucesor, Juan Manuel Santos (2010-2018), se convirtió en el más férreo opositor a las negociaciones de paz con la extinta guerrilla de las FARC, y al acuerdo sellado a finales de 2016. En el camino congregó a los sectores más religiosos y conservadores en torno al Centro Democrático. A su alrededor se constituyó toda una corriente política, el uribismo, que en la práctica encarna posiciones de derecha radical. Aunque dejó el poder con altos niveles de popularidad, su aceptación en las encuestas ha mostrado un pronunciado declive, con un 59% de imagen desfavorable según la más reciente Gallup Poll. (Torrado, S. (18 de agosto de 2020). Álvaro Uribe renuncia al Senado ante la investigación que lo mantiene en arresto domiciliario. El País.

<https://elpais.com/internacional/2020-08-18/alvaro-uribe-renuncia-al-senado-ante-la-investigacion-que-lo-mantiene-en-arresto-domiciliario.html> [nota completa]

b)



7) ¿Cuál de las dos presentaciones prefiere?

a) Texto Plano

b) Infografía

c) 8) Visualmente cuál de las dos informaciones le parece más llamativa

a) Texto Plano

b) Infografía

9) ¿Qué tan informado se siente con la información brindada en el texto plano (a)?

a) Muy informado

b) confuso

c) No entendí

10) De 1 a 10, siendo 1 “no entendí nada”, y 10 lo comprendí todo. ¿Qué tan informado se siente con la información brindada en la infografía (b)?

d) Muy informado

e) confuso

f) No entendí