



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

INFORME DE INVESTIGACIÓN

**Infografía como herramienta de difusión de contenido preventivo del
Femicidio**

AUTOR

Flores Quinde Josue Jonathan

**TRABAJO DE TITULACIÓN
Previo a la obtención del grado académico en
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN**

TUTOR

Lic. Ortega Arcos Wagner Enrique Mgtr.

Santa Elena, Ecuador

Año 2023



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Lic. César Arízaga Sellán, Mgtr
COORDINADOR DEL PROGRAMA**

**Lic. Wagner Ortega Arcos Mgtr.
TUTOR**

**Lic. Matamoros Dávalos Ángel, PhD.
ESPECIALISTA**

**Lic. González Santos Milton, Mgtr.
ESPECIALISTA**

**Ab. Victor Coronel Ortiz, Mgtr
SECRETARIO GENERAL
UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN:

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por **Flores Quinde Josué Jonathan**, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Wagner Ortega Arcos", is written over a horizontal line.

Lic. Ortega Arcos Wagner, Mgtr.
C.I. 1802648327

TUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Flores Quinde Josue Jonathan

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, **Infografía como herramienta de difusión de contenido preventivo del femicidio**, previo a la obtención del título en Magíster en Comunicación, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Santa Elena, a los 6 días del mes de junio del año 2023

A handwritten signature in blue ink, reading "Jonathan Flores Quinde".

Flores Quinde Josue Jonathan
C.I. 0950183319
AUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, FLORES QUINDE JOSUE JONATHAN

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de Infografía como herramienta de difusión de contenido preventivo del femicidio con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este informe de investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Santa Elena, a los XX días del mes de XXXX de año 2023

A handwritten signature in blue ink, reading "Jonathan Flores Quinde".

Ing. Flores Quinde Josue Jonathan
C.I. 0950183319
AUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

En mi calidad de Tutor de Informe de Investigación, “INFOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN DE CONTENIDO PREVENTIVO DEL FEMICIDIO”, elaborado por el maestrando FLORES QUINDE JOSUE JONATHAN, egresado de la maestría en Comunicación, cohorte II, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Magíster en Comunicación, me permito declarar que una vez analizado anti-plagio COMPILATIO, luego de haber cumplido los requerimientos exigidos de valoración, el presente proyecto ejecutado, se encuentra con el **4%** de la estimación permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente informe. Adjunto reporte de similitud.

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister


Flores Quinde Antiplagio

4% Similitudes
10% Texto entre comillas
1% similitudes entre comillas
< 1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Flores Quinde Antiplagio.docx ID del documento: 64cc6e14c68fb274b1bb51ba414130946063ebca Tamaño del documento original: 1,21 MB	Depositante: PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO Fecha de depósito: 5/6/2023 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 5/6/2023	Número de palabras: 9474 Número de caracteres: 61.263
---	--	--

Ubicación de las similitudes en el documento:




Lic: Ortega Arcos Wagner Mgtr.
C.I. 1802648327
TUTOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los que en algún momento de su vida soportaron mi carácter, mejoré, no a tiempo, pero algo es algo.

A mi madre Mercedes, gracias por tu amor y paciencia.

A mi amigo Carlos y mis nuevos amigos de la maestría.

A mi amiga Tanya.

A mi padre, por tu consejo gracias.

Jonathan

DEDICATORIA

Todo se lo dedico a mi abuela Gloria, gracias por amarme y darme tu bendición para siempre, te amo.

Jonathan

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
TRIBUNAL DE GRADO.....	II
CERTIFICACIÓN.....	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	IV
AUTORIZACIÓN.....	V
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVO GENERAL.....	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO.....	6
REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	6
DESARROLLO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	9
CAPÍTULO 2. METODOLOGÍA.....	18
Contexto de la investigación.....	18
Diseño y alcance de la investigación	18
Tipo y métodos de investigación	19
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	24

Análisis de los resultados de las encuestas.....	24
Análisis de las entrevistas a expertos.....	32
PROPUESTA	42
DISCUSIÓN.....	45
CONCLUSIONES	46
REFERENCIAS	48
APÉNDICES	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cálculo de la muestra.....	20
Tabla 2 Conocen sobre la herramienta infografía.....	24
Tabla 3 Frecuencia con que ven una infografía.....	25
Tabla 4 Preferencia para informarse mediante una infografía.....	26
Tabla 5 Medio preferido para informarse.....	27
Tabla 6 Infografía sobre femicidio en redes.....	28
Tabla 7 Medidas para contrarrestar casos de femicidio.....	29
Tabla 8 La infografía como herramienta preventiva del femicidio.....	30
Tabla 9 La infografía como medio para comprender sobre el femicidio.	31
Tabla 10 Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 1.....	32
Tabla 11 Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 2.....	33
Tabla 12 Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 3.....	34
Tabla 13 Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 4.....	35
Tabla 14 Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 5.....	36
Tabla 15 Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 1.....	37
Tabla 16 Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 2	38
Tabla 17 Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 3.....	39
Tabla 18 Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 4	40
Tabla 19 Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 5.....	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Conocen sobre la herramienta infografía.....	24
Gráfico 2 Frecuencia con que ven una infografía.....	25
Gráfico 3 Preferencia para informarse mediante una infografía.....	26
Gráfico 4 Verificación de noticias difundidas en Facebook.....	27
Gráfico 5 Infografía sobre femicidio en redes.....	28
Gráfico 6 Medidas para contrarrestar casos de femicidio.....	29
Gráfico 7 La infografía como herramienta preventiva del femicidio.....	30
Gráfico 8 La infografía como medio para comprender sobre el femicidio.....	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación del sector Cristo del Consuelo en Google Maps.....	18
Figura 2. Infografía 1 – propuesta prevención del femicidio.....	42
Figura 3. Infografía 2 – propuesta prevención del femicidio.....	43
Figura 4. Infografía 3 – propuesta prevención del femicidio.....	44

ÍNDICE DE APENDICES

Apéndice A. Guía de preguntas efectuadas en la encuesta.....	52
Apéndice B. Evidencia fotográfica de las encuestas efectuadas.....	54
Apéndice C. Transcripción de las entrevistas a expertos.....	56

Infografía como herramienta de difusión de contenido preventivo del Femicidio

Autor: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan

Tutor: Lic. Wagner Ortega Arcos Mgtr.

RESUMEN

La infografía como recurso comunicativo ha evolucionado a través de los años, con la incorporación de los medios digitales esta se ha afianzado hasta convertirse en una de las herramientas más utilizadas para la difusión de contenido sobre problemáticas sociales, precisamente uno de los males que según las estadísticas oficiales ha aumentado exponencialmente es el femicidio, el cual es la finalización de patrones de violencia que viven las mujeres por parte de su pareja. En tal sentido se planteó como objetivo analizar la infografía como herramienta de difusión de contenido preventivo referente a este problema en el sector del Cristo del Consuelo, del cantón Guayaquil, mediante un enfoque mixto se recopiló datos por medio de una encuesta, asimismo se recurrió a la opinión de expertos en la variable del estudio, en conclusión se determinó que el 61% de los consultados aseguraron que esta herramienta visual le ayudaría a comprender en gran medida sobre el femicidio y como prevenirlo, asimismo se confirma que debido a sus propiedades la infografía resulta efectiva para transmitir información de forma clara y visual, sumado a su capacidad de adaptación en diferentes formatos digitales y la utilización de redes sociales.

Palabras claves: *Infografía, femicidio, prevención*

Infographics as a tool for disseminating preventive content on Femicide

Autor: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan

Tutor: Lic. Wagner Ortega Arcos Mgtr.

ABSTRACT

Infographics as a communicative resource has evolved over the years, with the incorporation of digital media it has become one of the most used tools for the dissemination of content on social problems, precisely one of the evils that according to official statistics has increased exponentially is femicide, which is the completion of patterns of violence experienced by women by their partners. In this sense, the objective was to analyze infographics as a tool to disseminate preventive content regarding this problem in the sector of Cristo del Consuelo, Guayaquil canton, using a mixed approach, data was collected through a survey and the opinion of experts in the variable of the study was also used, In conclusion, it was determined that 61% of those consulted assured that this visual tool would help them to understand to a great extent about femicide and how to prevent it. It was also confirmed that due to its properties, infographics are effective in transmitting information in a clear and visual way, in addition to its ability to adapt to different digital formats and the use of social networks.

Keywords: *Infographics, femicide, prevention*

INTRODUCCIÓN

En los últimos años en el Ecuador, se evidencia un avance progresivo de los casos de violencia extrema contra la mujer, los cuales en ocasiones tienen como resultado culmen; el femicidio o tentativa, a pesar de que en la actualidad existen programas o proyectos preventivos, no parece tener los efectos deseados, ya que el número de estos eventos trágicos no ha disminuido, e incluso según estadísticas oficiales, incrementan año a año. Por lo que es necesario la implementación de nuevas estrategias que ayuden a mermar este tipo de asesinatos en contra de la mujer.

Uno de los principales medios utilizados para contrarrestar este mal, es la educación preventiva a través de campañas visuales o medios gráficos, las cuales utilizan las redes sociales o plataformas digitales como medio de difusión, debido a la cantidad de usuarios que utilizan estos nuevos medios. Una de estas técnicas visuales más usadas es la infografía, diagramas que buscan simplificar contenido a una expresión figurativa, para que la información sea receptada en menos tiempo y de mejor manera por las personas.

En función de esto, se propone la producción de una serie de infografías como medio visual, para difundir contenido que ayude a las víctimas que atraviesan procesos de maltrato físico, psicológico, emocional, sexual o cualquier otro tipo de violencia. Se llevará a cabo un análisis para determinar la importancia de esta técnica, como herramienta de difusión de contenido relacionado con estos casos, las plataformas que se ha usar para este fin están ubicadas en los medios digitales y redes sociales.

En concordancia a esto, según la Alianza para el Mapeo y Monitoreo de los Femicidios en el Ecuador en su página oficial de la (Fundación ALDEA, 2023), al finalizar el año 2022 se registraron 332 casos de muertes violentas de mujeres relacionadas a su género, resultando el año con el mayor número de femicidios registrados desde el 2014, un número importante en relación a la densidad poblacional del país y que registra un aumento exponencial. En el litoral se ubican el mayor porcentaje de femicidios, siendo Guayaquil la ciudad con un mayor índice de casos.

En el capítulo I se centra en el planteamiento del problema, se realiza la justificación del estudio, y se delimitan el objetivo general y los objetivos específicos. Asimismo, se estructura teóricamente el informe haciendo una revisión literaria de investigaciones previas. En el marco teórico se tiene como ejes centrales; la comunicación visual, la infografía como

medio histórico para la difusión de información y la utilización del contenido preventivo como medio para disminuir los casos de femicidio.

El capítulo II aborda la metodología empleada en el informe, el contexto de la investigación y su ubicación geográfica, el diseño y alcance del estudio, asimismo se define el enfoque mixto y el método deductivo. Se precisa la población seleccionada y la muestra extraída mediante un cálculo estadístico, se incluyen cuáles son las técnicas e instrumentos de recolección de información.

En el capítulo III se lleva a cabo el análisis y el procesamiento de los resultados recabados, se describen los datos obtenidos mediante las encuestas, su tabulación y representación gráfica, de igual forma se efectúa el análisis de las entrevistas a los expertos. Se finaliza con la discusión de los resultados, las conclusiones de la investigación y las recomendaciones con base al estudio.

Planteamiento de la investigación

La violencia contra la mujer se ha convertido en una problemática de índole social, cultural y de salud a nivel mundial, en las últimas décadas se pudo evidenciar un incremento exponencial de casos, siendo su manifestación más extrema; el homicidio, terminológicamente acuñado desde los años setenta como femicidio, el cual se define como el asesinato de una mujer por parte de un hombre, por la condición de su género, odio o como resultado de un espiral de violencia previa.

En la coyuntura actual, el femicidio es visto como resultado de la segregación de la que por siglos las mujeres son víctimas en la sociedad, con respecto a esto (García, 2021) manifiesta, “Es la máxima expresión de violencia contra la mujer, perder la vida de forma violenta por el solo hecho de ser mujer, a manos de un hombre que puede ser cónyuge, pareja, compañero, amigo o desconocido” (pág. 27).

Una de las principales medidas empleadas para frenar el avance desmesurado de los casos de femicidio, es la divulgación de contenido comunicacional informativo, mediante campañas visuales, publicitarias o preventivas. Asimismo, se han adoptado leyes con sanciones más severas para los que comentan este tipo de delito, sin embargo, a pesar de las acciones tomadas por los diferentes gobiernos de cada país, lamentablemente la cifra de víctimas sigue escalando, ya que, según información oficial recopilada por la Función Judicial del Consejo de la Judicatura del Ecuador, desde el año 2014 hasta el 2022, se han registrado 596 casos de femicidios en el país.

Las principales medidas tomadas para contrarrestar el avance de estos casos de violencia en el país son la creación de campañas de sensibilización, programas estatales o la creación de contenido audiovisual, los cuales tienen como fin; reivindicar el rol de la mujer en la sociedad, y erradicar cualquier tipo de violencia de género, disminuir la desigualdad o combatir el machismo.

En el medio local, Guayaquil no está exento de los casos de violencia de género, siendo incluso, la ciudad en donde más se han presentado este tipo de incidentes contra la vida, es necesario dimensionar el alcance que está teniendo esta problemática en la ciudad, y así poder establecer los sectores con más índices de homicidios, para una correcta intervención mediante un plan estratégico, que en este caso serían las infografías y la comunicación visual.

Las políticas públicas cumplen un papel fundamental para frenar los crecientes índices de violencia de género, y a pesar de que se implementan medidas y campañas de

concientización, se puede evidenciar aún la falta de compromiso de ciertos sectores. Con relación a esto (Mendieta, 2022) manifiesta.

Guayaquil presenta un gran potencial en fuerzas para organizar un sistema preventivo eficiente. Un alto porcentaje de la población femenina del país reside en esta localidad. Existe una alcaldía comprometida con el trabajo feminista y una Dirección Municipal de Mujeres, única en el país, que debe trabajar de conjunto con las otras Direcciones que también atienden el problema (pág. 238).

Se deben promover la implementación de programas, campañas y estrategias que proporcionen mecanismos de defensa a las niñas y mujeres afectadas o que son proclives a vivir bajo el miedo de llegar a ser una víctima y sumarse a los crecientes datos estadísticos. (Ponce y Villanueva, 2019) agregan “para realizar una comunicación efectiva en redes sociales no solo se debe contemplar ir más allá de dar información, sino que tiene que existir la interacción con los usuarios para que tenga una mejor acogida comunicativa” (pág. 5).

Justificación

Dada las circunstancias de la coyuntura actual, resulta conveniente la producción de material accesible sobre las circunstancias que rodean todo lo relacionado con el femicidio en el país, así como la necesidad de crear acciones que contrarresten el avance muertes por violencia de género, algo que afecta seriamente a nuestra sociedad, en tal sentido, es relevante la creación de medios de información visuales, que ayuden en la divulgación de contenido de apoyo a las víctimas y que a su vez, resulte una guía para los individuos que por sus acciones previas, son propensos a cometer este tipo de delito.

Los resultados brindarán a los beneficiarios, las cuales son las mujeres afectadas de violencia de género, las acciones a seguir; antes, durante y después de haber sido víctima de un episodio de agresión, y que, por encontrarse en un entorno social, que es proclive a situaciones que deriven en un femicidio, necesitan una intervención inmediata. Durante el desarrollo de la investigación se busca determinar la importancia de la infografía como un canal para compartir mecanismos de ayuda, mediante la elaboración de la propuesta.

El feminismo es el resultado final de situaciones previas de violencia, por lo que existen patrones que se pueden identificar para conocer el riesgo a la que está expuesta la víctima, por lo que la utilización de material visual que proporcione información para identificar este tipo de agresiones y la vía legal a seguir por parte de las mujeres resulta encomiable. De igual forma,

algunas piezas visuales irán dirigidas a las personas que son propensas a desarrollar este tipo de conducta violenta, mostrando referencia informativa de soporte.

Objetivo General:

Analizar la infografía como herramienta de difusión de contenido preventivo sobre el femicidio en el sector del Cristo del Consuelo, del cantón Guayaquil.

Objetivos Específicos:

1. Determinar el nivel de conocimiento general con respecto a la herramienta infografía en la población del barrio Cristo del Consuelo.
2. Definir la importancia de la infografía como medio de difusión preventivo en el cantón Guayaquil con el propósito de disminuir los índices de femicidios.
3. Proponer contenidos infográficos con mensajes de prevención sobre el femicidio.

CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Revisión de literatura

El uso de elementos visuales adaptados en un formato infográfico representa una herramienta importante para el desarrollo y éxito de una campaña preventiva, debido a su característica concisa, gráfica y simple para transmitir una información en diferentes formatos. Indagando sobre artículos y estudios previos que se enfoquen en esta línea; sobre el uso de esta técnica visual en campañas preventivas o la relevancia de la infografía para una efectiva difusión de contenido.

Centrándose en la aplicación y recepción de una serie infogramas, el estudio de, (Rivera y Navarro, 2021), analiza la producción de infografías y su difusión en plataformas de redes sociales, sobre el rol de la mujer en la sociedad actual, esta campaña visual fue realizada por la empresa mexicana Pictoline durante el año 2019. Todo esto a raíz de una sucesión de eventos relacionados con la vulneración de derechos de la mujer, que desencadenaron manifestaciones y movimientos sociales en ese país. En ese sentido, en dicho estudio señalan.

El infográfico requiere la construcción de mensajes creativos, que llegan a grupos de receptores muy bien delimitados. Asimismo, la infografía es consultada y redistribuida por distintos emisores para difundir de forma innovadora, una enorme gama de temáticas que van desde la nota del día, hasta especificaciones sobre el uso de tecnología en áreas de conocimiento muy especializadas (pág. 145).

Como conclusión, (Rivera y Navarro, 2021) afirman que en la mayoría de los casos se utilizó un tono suave y positivo en la línea narrativa, mientras que, en menor medida, se usó una narrativa de protesta, las temáticas abordadas fueron la disparidad social, política, la economía, sobre todo, la variable del rol de la mujer; haciendo usos de elementos referentes al feminismo, para determinar las aportaciones de las mujeres en la sociedad actual. Por ello, las autoras, debido al uso de datos numéricos, emplearon una metodología cuantitativa, esto para establecer la constancia de las variables y el interés.

Otro sector que se puede beneficiar del uso de material infográfico y las bondades de este, es la salud, sobre todo en los últimos años, a raíz de la pandemia, y con las limitaciones que una cuarentena trae a la población y el sector estudiantil, la difusión de material informativo por medio de esta técnica ha resultado una opción sólida según la investigación de (Pulido et al., 2021), en la cual mediante un concurso, realizaron un análisis de la utilización de este tipo

de material, concluyendo que es una estrategia didáctica, accesible y viable.

Mediante un estudio transversal, (Pulido et al., 2021) sobre la implementación de un concurso de infografías dirigidos a estudiantes de distintas facultades de medicina, impulsado por la Escuela de Medicina Luis Razetti de la Universidad Central de Venezuela, cuyo objetivo fue la promoción información vital referente a la COVID-19. Sobre el resultado de todo este proceso se afirma que; cualitativamente las infografías elaboradas reflejan el proceso de evaluación de la información científica disponible realizado por los estudiantes, la selección de datos e información de interés basados en la mejor evidencia, la reflexión sobre los contenidos abordados, su síntesis y comunicación de forma escrita y gráfica, la utilización de herramientas digitales y la ingeniosa creatividad de quienes participaron.

(Pulido et al., 2021) sobre el uso de esta herramienta afirman, “Las infografías utilizan datos basados en evidencia y práctica, estadísticas convincentes, fuentes fáciles de leer, esquemas de colores llamativos, gráficos simples y otros para difundir información en un formato fácil de digerir”. En este sentido, según este estudio se puede constatar la importancia que está técnica visual tiene en la divulgación de datos, pero existe un proceso riguroso a la hora de recopilar la información que será expuesta.

El proceso de creación de una infografía exige investigar y evaluar la información disponible, su validez y fiabilidad, identificar, leer y resumir artículos, y citar la bibliografía utilizada adecuadamente. La transformación de datos en gráficos de información requiere que el estudiante piense estratégicamente en cómo se visualizan los datos (pág. 8).

En la tesis doctoral de (Morera Vidal, 2017), titulada “Aproximación a la infografía como comunicación efectiva”, se enfoca en la comunicación visual y aborda su investigación específicamente en esta técnica visual desde diversas disciplinas, como la lingüística, la semiótica y la psicología. Bajo estos parámetros el autor indica que el objetivo de este estudio es demostrar la efectividad de la infografía como producto comunicativo sobre la información textual para el desarrollo de conocimientos en el ámbito digital.

De acuerdo con la metodología experimental empleada en la estructura de la investigación de (Morera Vidal), se concluye.

El recorrido epistemológico que hemos realizado sobre la infografía parte de la búsqueda de su origen terminológico, su aparición en la comunicación del ser humano, la posición como lenguaje visual, la sistematización funcional de la infografía, la clasificación por la relación de sus componentes, la estructura final

y el aspecto mostrado y, por fin, la efectividad de la comunicación por medio de la infografía en contraposición al mensaje textual (pág. 479).

El uso de elementos visuales facilita la comprensión del conocimiento, resultando beneficioso en el ámbito educativo la utilización de estas herramientas, ya que proporciona características que facilitan los procesos de aprendizajes en los estudiantes. La infografía ha sido una de las técnicas utilizadas para convertir información teórica en una pieza visual fácil de asimilar, desde esta perspectiva, en la búsqueda se hallaron dos investigaciones relacionadas con este enfoque.

En ese contexto se tomó como referente la investigación de (Bernal y Guzmán, 2021), cuya publicación se dio en la Revista Colombiana de Educación, con título de; “El impacto de las infografías en la retención de información por parte de estudiantes de psicología”, se busca evaluar la implementación de este formato visual en la retención informativa de los estudiantes universitarios, se buscó determinar esto mediante un experimento y una posterior evaluación, los resultados arrojados determinaron.

Con el uso de la infografía como recurso didáctico, se ha presumido el potencial de que su presentación facilita la comprensión del tema con igual o superior eficiencia que los libros u otros medios de divulgación informativa. Por ello, se debe profundizar el conocimiento sobre cómo las personas leen y entienden las infografías, es necesario explorar las conexiones entre la comunicación de información compleja y el diseño de representaciones altamente visuales de esa información (pág. 13).

En el artículo publicado por la Editorial Universitat Politècnica de València, de los autores (Carabal et al., 2021), que se titula “Infografías, comunicación visual y transferencia de contenidos en la universidad”, una metodología de aprendizaje – servicio, se analiza el uso de esta herramienta aplicada como material docente de apoyo para incentivar el aprendizaje en el estudiantado, en tal sentido añaden.

Se convierte en una herramienta docente en dos sentidos, ya que el emisor de la información visual puede ser el profesorado, para la síntesis de contenidos complejos y, al mismo tiempo, puede servir de lenguaje y metodología de aprendizaje del alumnado (pág. 547).

1.2 Desarrollo teórico y conceptual

1.2.1 Comunicación Visual

La forma en la que ser humano se comunica y aprende, ya no se limita al lenguaje o la escritura, la incorporación de nuevas herramientas ha permitido que la comunicación visual esté presente como un nuevo paradigma de la comunicación. Toda la información que se consume a diario tiene características visuales; ya que son imágenes, videos o representaciones gráficas, elementos que ayudan a reducir los procesos de comprensión en el receptor, debido a que son más claros y precisos.

Con la incorporación de la tecnología, el público ha desarrollado una dependencia a las herramientas virtuales, dando paso a una cultura visual en la comunicación por la exposición de estos medios, (Pérez Montoro, 2022) señala, “el desarrollo de las tecnologías ha consolidado el uso generalizado de las imágenes como estrategia comunicativa. La prensa, el cine o la televisión, y ahora también internet, utilizan las imágenes para respaldar sus mensajes y hacerlos más persuasivos” (pág. 13).

En este sentido, Las audiencias necesitan tener una adecuada alfabetización visual previa, para poder llegar a entender de manera efectiva el mensaje de un producto comunicacional, pero es fundamental tener una educación sobre esto, para que no se tergiverse el mensaje. (Pérez Montoro, 2022) manifiesta que “nuestro grado de alfabetización visual no se corresponde ni avanza con el mismo ritmo que nuestro uso de la visualización” (pág. 14).

Una de las funciones más interesantes que cubre la visualización es la de ofrecer un soporte al razonamiento. Cuando visualizamos información, activamos el proceso de materializar o cosificar (convertir en cosas materiales) entidades conceptuales (o proposicionales, si empleamos un lenguaje técnico) y abstractas que circulan por nuestras mentes (números, relaciones o conceptos, por ejemplo) y convertirlas en algo físico (manchas de colores y formas diferentes en un papel o en una pantalla) para facilitar de esta manera el análisis y la comprensión de esas entidades abstractas (pág. 18).

La imagen como elemento comunicativo, tiene un papel relevante en la difusión de información en estas nuevas generaciones, en este contexto, (Meza Castro, 2018) define los puntos principales de este proceso comunicativo:

La comunicación visual, se da en torno a los elementos significantes y expresivos de carácter visual, una manera en la que el proceso de comunicación es posible por representaciones y formas que significan y expresan experiencias,

mediante elementos asentados principalmente por la percepción visual, y que se diferencian de manera significativa de la codificación lingüística de experiencias y fenómenos (pág. 5).

La información visual es percibida de forma más efectiva, su naturaleza de simplificar el contenido y transmitir mediante gráficos el mensaje, es recibido por los receptores en un contexto simbólico y en muestras que irrigan un entendimiento semántico. Según (Meza Castro, 2018) estos procesos comunicativos visual actúan en la misma línea que la parte verbal, ya que ambos necesitan medios para codificar un mensaje, y es el interlocutor el responsable de esta descodificación de acuerdo con los sistemas que el conoce.

1.2.2 El pensamiento visual

La creación de procesos de aprendizaje mediante la comunicación visual, llevaron al hombre a desarrollar un pensamiento enfocado en lo visual, para percibir y entender la información gráfica de una manera más efectiva. El ser humano siempre ha estado asociado con la enseñanza mediante la observación, pero con la llegada nuevas herramientas tecnológicas, estos procesos se han acelerado significativamente.

(Bazán, 2022), señala que en la antigua Grecia, Platón y Aristóteles debatían continuamente acerca de la percepción y la razón, sin embargo, Platón pudo imponer su tesis de la razón por encima de la percepción de los sentidos. Esto sería el motivo del por qué en occidente se le daba más importancia a las ciencias numéricas y la literatura, por sobre las ciencias artísticas, restándole importancia a estas últimas, algo común en la actualidad.

En este sentido, (Bazán, 2022) manifiesta que “el Pensamiento Visual o *Visual Thinking*, su equivalente en inglés es una herramienta que nos permite sintetizar comunicar e interpretar ideas propias o de otros, a través de imágenes y símbolos muy simples” (pág. 8). Este pensamiento nos ayuda a visualizar pensamientos y conceptos abstractos, y actualmente se han creado varias técnicas para la enseñanza por medio de la comunicación visual, una de estas es la infografía.

Una de las características de este tipo de pensamiento, es la posibilidad de adaptación en cualquier ámbito del conocimiento, y en todos los niveles de educación, caracterizándolo atemporal. (Bazán, 2022) agrega que “la imagen funciona como un ancla visual que amplía la capacidad de retener información y aporta a la mejor comprensión” (pág. 10).

1.2.3 La infografía

Los procesos comunicativos siempre han estado expuestos a cambios y adaptaciones, pero es una constante en la historia de la humanidad, el uso de la imagen para expresarse, desde la prehistoria ya se observaba la necesidad de plasmar gráficamente situaciones cotidianas, necesidad que sigue vigente en la actualidad. La infografía es una herramienta histórica, y se adaptado al desarrollo de la tecnología, combinando imágenes, gráficos y texto, puede llegar a distintos públicos gracias a su simplicidad.

La infografía se ha establecido como una herramienta de amplio uso, sus características integradas junto con la tecnología han hecho que sea una de las técnicas visuales más usada a la hora de difundir un contenido. (Fraile y Pazos, 2022) señalan “en una infografía las imágenes y los textos son indivisibles, pues cada elemento se complementa explicando una parte del todo que no puede ser comprendida sin la otra” (pág. 7).

Una de las propiedades del internet es la inmediatez, sumado a que en las redes se desplazan cantidades grandes de datos a diario, es necesario para simplificar esta información para el público, por ello, la infografía representa una herramienta apropiada para esta función. Sobre esto (Fraile y Pazos, 2022), añaden “los recursos infográficos son útiles para presentar información complicada de entender a través del simple texto” (pág. 9).

La simplificación es la principal propiedad de los materiales infográficos, los usuarios se han adaptado a una manera rápida de consumir información, por ello, para que un mensaje pueda llegar al público, necesita ser conciso. Desde el punto de vista (Valero y Morera, 2019), manifiestan “hoy día se presentan contenidos con una complejidad multifactorial para explicar cuestiones de una cierta interdependencia, que no se podían presentar bien mediante los clásicos lenguajes puesto que tenían importantes limitaciones debido al medio” (pág. 1155).

Una limitante para la transmisión de un mensaje es el idioma, siempre es necesario que para correcto proceso comunicacional, tanto el emisor como el receptor, conozcan un lenguaje en común, La infografía brinda la posibilidad de compartir una información entendible de manera gráfica y que no esté limitada por un sistema de comunicación verbal, en concordancia a esto, (Valero y Morera, 2019) señalan.

Con la infografía, además de plantear signos e incluso sonidos más o menos conocidos, se presentan recursos y lenguajes diversos que proceden de remezclas, fusiones o collages, por lo que el resultado no se puede entender de manera general y uniforme por todos los intérpretes (pág. 1158).

1.2.4 Elementos de la infografía

1.2.4.1 Títulos, subtítulo y contenido textual

Es la representación textual del tema de una infografía, debido a la naturaleza estática visual, el título debe ser conciso y simplificado, tiene que resumir toda la información e impactar en el público. El espectador actual tiene una atención cada vez limitada y enfoca su interés en los elementos visuales. El texto debe ser explicativo y no contener datos innecesarios, a su vez debe ser coherente cronológicamente en concordancia con las imágenes, gráficos o estadísticas.

Tal como lo señala (Fraile y Pazos, 2022), los títulos deben ser consecuentes al argumento planteado.

Suelen presentar un tamaño y estilo que va acorde a la importancia de su contenido, estableciendo varios niveles que se repiten en toda la infografía. De esta manera, al guardar una apariencia similar, los espectadores son capaces de comprender la estructura de la información de manera sencilla (pág. 24).

1.2.4.2 Imágenes, ilustraciones y gráficos

Es la parte visual de la infografía, tienen que ser representaciones limpias y con elementos visuales esenciales, es el punto medular de todo el contenido, puesto que los infogramas son creados para conectar con el sistema visual del ser humano. Según (Sachs-Hombach, 2022) “las imágenes permiten así una primera visión espacial en la que se dispone de mayor cantidad de información posible para una posterior selección según los objetivos correspondientes” (págs. 14,15).

En ese contexto, otra propiedad de la infografía es que pueden ser completamente gráficas con la utilización de ilustraciones, que reemplazan la parte textual y conceptualizan todo el contenido para el sentido óptico, este método es más complejo y artístico y requiere de un conocimiento previo en diseño o ilustración. Como afirma (Valdovinos Rodríguez y Martínez Moctezuma, 2022)

Por otro lado, el estilo y técnica empleadas para representarlas depende de la cantidad de información que se quiere ofrecer. Por ejemplo, una fotografía, por ser icónica, proporciona más datos que una ilustración. Por lo tanto, una ilustración ofrece una visión más sintética para un tema que requiere menos información (pág. 64).

1.2.4.3 Narrativa visual

Los elementos deben estar situados de manera jerárquica y coherente con el fin de poder informar o contar una historia, el uso de medios visual facilita la composición de los elementos, pero se debe tener una idea estructurada para que el resultado sea comprensible para el usuario. Desde el punto de vista de (Fraile y Pazos, 2022), es necesario conocer el tema a profundidad y manifiesta.

Después de investigar los contenidos sobre el tema de nuestra infografía, se deben seleccionar aquellos elementos que nos permitan definir cuál es el mensaje que queremos transmitir y cómo vamos a hacerlo. Esta selección deberá estar fundamentada en la construcción de una mirada personal sobre ese tema en particular (pág. 23).

Es necesario realizar un esbozo de la infografía, ya que al realizar un borrador se puede tener una noción primaria de cómo se estructura el producto, la correcta disposición de todos los elementos será favorable para la comprensión del mensaje final. En este sentido, (Ramon, 2019) manifiesta “las narrativas visuales y audiovisuales, supone una toma de conciencia autoreflexiva sobre la propia identidad y establece un proceso de aprendizaje sobre uno mismo” (pág. 11).

1.2.4.4 La infografía digital

El desarrollo de herramientas tecnológicas visuales y programas de diseño, han facilitado la transición de la infografía a plataformas digitales, en contraste con la infografía tradicional, la digitalización de esta técnica incorpora elementos interactivos y personalizados. La versatilidad dota a esta herramienta virtual la capacidad de adaptarse a cualquier medio, y sectorizarlo para un público específico.

En este sentido, se puede establecer a la infografía digital como un nuevo género o un nuevo tipo de infografía, ya que es una evolución de ésta, (Morera Vidal, 2017), reafirman la idea de una nueva categorización como tal y manifiestan.

No podemos hablar de infografía digital como una categoría puesto que sería una categoría absoluta ya que en ella caben todas las infografías previamente digitalizadas. Debemos determinar las categorías del medio digital por su grado de interacción y sus capacidades de conectividad con los datos originales (pág. 249).

Se necesita tener un conocimiento de las herramientas de diseño para producir una infografía digital efectiva, es uno de los aspectos que la separan de la tradicional, sin embargo, en la actualidad se han creado programas intuitivos, así como webs orientadas a la creación de artes gráficas que permiten a usuarios sin conocimiento de diseño o composición, a realizar infogramas de forma simple.

Según (Valero y Morera, 2019) “la infografía es uno de los conjuntos plurimórficos que más se han desarrollado en los últimos tiempos como consecuencia del desarrollo tecnológico digital en relación con lo que se entiende como comunicación visual” (pág. 1154). La infografía supo adaptarse a las nuevas herramientas, su capacidad informativa la hicieron indispensable para el público actual, que se informa y lee de manera más rápida y visual.

1.2.3 La infografía como medio preventivo

La capacidad que tienen una infografía para transmitir información clara y precisa, adaptándose a cualquier forma y llegar a un público amplio y diverso, la ha establecido como una opción viable para la utilización de esta en campañas preventivas. Las campañas de prevención usan esta herramienta como un elemento gráfico activador, para llegar al espectador y brindarle información directa y oportuna. (Rivera Salas, 2019) agrega.

La infografía, como herramienta de difusión, tiene un sentido educativo y preventivo. Se ha demostrado que las infografías facilitan la recepción del mensaje, coadyuvan en la educación formal e informal; sobre todo, en un contexto donde prevalece lenguaje audiovisual e informático (pág. 94).

Por su característica accesible, se observa su uso en distintos ámbitos, desde campañas de salud, prevención de drogas o en una línea similar a esta investigación; prevención del femicidio. (Riobello y Bestratén, 2020) señalan, “las campañas de sensibilización con la transmisión de claros y precisos mensajes preventivos son necesarias para estimular el proceso de cambio perseguido, y más cuando la cultura preventiva en una organización sea limitada” (pág. 1).

En diversas áreas se ha usado la infografía como canal comunicativo, desde la salud hasta para evitar catástrofes o cómo afrontarlas, según (Rivera Salas, 2019) “distintas instituciones sanitarias utilizan las infografías para informar a la población en general, como la Organización Mundial de la Salud, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, o los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades” (pág. 94). Aunado a esto, (Rivera Salas, 2019) agrega “hay que subrayar que el infográfico también se considera un medio de

comunicación, dado que cumple con una función de transmisión de información clara, precisa y coherente, que hace más simple su asimilación” (pág. 93).

1.2.4 El femicidio en el Ecuador

En la última década, según estadísticas oficiales de la (Fundación ALDEA, 2023), el número de casos de femicidios han aumentado vertiginosamente, contabilizando según sus números desde el año 2014, un total de 1.378 muertes de mujeres por su género.

A nivel nacional, hubo una respuesta tardía por parte del legislativo para incluir el femicidio como delito, ya que posterior al año 2014, este aún no se encontraba tipificado en las leyes ecuatorianas, debido a la presión social, y hasta ese momento, ser el único país en América del Sur en no tomar en cuenta este tipo de delito en sus leyes, se procedió a incluirlo en el COIP. Código Orgánico Integral Penal, Sin embargo, en la Constitución de Montecristi, ya se evidencia un tenue avance relacionado a la defensa de los derechos de las mujeres, así como lo afirma (Zuleta Sánchez, 2019) en su investigación.

Uno de los avances más significativos de la constitución de Montecristi fue no solo la incorporación y desarrollo el acceso a la justicia para las mujeres, la imprescriptibilidad de delitos relacionados con violencia de género e intrafamiliar, un sistema de justicia eficiente, ágil, libre de corrupción y que termine con la impunidad (pág. 11).

Sobre esto, la Fiscalía General del Estado del Ecuador, en el Libro “Femicidio Análisis Penológico 2014 - 2015” manifiesta, “El movimiento de mujeres y varios sectores de la sociedad ecuatoriana exigieron al Estado tipificar la muerte violenta de mujeres en razón de su género, dentro del COIP que derogó la normativa penal que regía hasta agosto de 2014. Finalmente, la nueva norma penal incluyó el femicidio” (Arguello et al., 2016).

Según los índices por sectores, las áreas donde son más propenso a darse casos de violencia y por ende que culminen en un caso de femicidio, son los estratos pobres o donde hayan una mayor incidencia de personas vulnerable, pero también se evidencia que en todas las clases sociales existen casos que son proclives a terminar en un crimen, en este contexto (Zuleta Sánchez, 2019) manifiesta.

Si bien el Femicidio no es restrictivo a las clases más pobres de los países latinoamericanos, sí se constata que este fenómeno evidentemente tiene más incidencia en entornos socioculturales inferiores que se caracterizan por bajos niveles de educación, y en su mayoría entornos de desempleo o subempleo, no

es un incidente aislado de los grupos de la misma que se conseguirá a través de la revisión tanto de la normativa nacional como internacional (pág. 17).

En las principales vislumbra el mismo patrón de un alto índices de muertes por violencia de género, en el litoral ecuatoriano es Guayas la que más casos registra, como lo manifiesta (Monteiro y Hidalgo, 2022) en su investigación “la distribución geográfica de la muerte violenta de mujeres en Ecuador en el período estudiado tiene una fuerte concentración en las provincias de Guayas y Pichincha, las únicas que poseen más de cien muertes en el período cada una” (pág. 49).

Uno de los detonantes para que aumenten los casos de violencia de género y se incrementen casos de tentativas de femicidio o el crimen como tal, fue la cuarentena producto de la pandemia, se observó una manifestación de enfermedades psicológicas subyacentes, las cuales producto del encierro generado por el COVID-19 emergieron en gran parte de la población. (Herrera, 2020) afirma.

El contexto las obliga a permanecer más tiempo en sus casas y, paradójicamente, ese lugar se torna más inseguro. Por ello, están más expuestas a sufrir violencias de género, intrafamiliar, sexual, física, que es infligida por su pareja, cónyuge o familiares y que, en muchos casos, termina en femicidios (pág. 21).

1.2.5 La prevención como medio para evitar el femicidio

Uno de los aspectos más importante para evitar tragedias ya sea en salud, de seguridad o en catástrofes naturales es saber cómo actuar ante estas situaciones o como evadirlas, la relevancia de la prevención está en brindar a las personas mecanismos que le permitan conocer como ante un hecho que ponga en riesgo su salud e incluso su vida. Precisamente para afrontar el femicidio, se han diferentes medidas, desde la parte legal con el endurecimiento de penas, hasta campañas dirigidas a las víctimas que sufren este tipo de violencia, pese a esto (Castro y Pérez, 2022) afirman que “si bien existen protocolos, planes y facultades; como las leyes orgánicas universales para prevenir la violencia contra las mujeres, no se respetan” (pág. 298).

En tal sentido, (ONU MUJERES, 2023) en su página oficial señala la importancia de las medidas preventivas para erradicar la violencia contra las mujeres desde otra perspectiva y no basar los esfuerzos solamente en ayudar a las víctimas que han sufrido este tipo de maltratos y que son propensas a un desenlace mortal, sino brindar información preventiva sobre el tema orientadas a su raíz, sobre esto afirman.

La prevención es la única manera de detener la violencia antes incluso de que ocurra. Requiere un compromiso político, aplicar leyes que fomenten la igualdad de género, invertir en organizaciones de mujeres y abordar las múltiples formas de discriminación a las que se enfrentan las mujeres a diario (ONU MUJERES, 2023, pág. 1).

La prevención es un compuesto de medidas dirigidas a reducir el impacto de una problemática, encauzando los esfuerzos en anticipar las consecuencias de dicho mal. Una campaña de prevención orientada a la reducción de violencia o amainar los índices de femicidio puede enfocarse desde varias perspectivas. Según plantean (Ramírez et al., 2020) “la principal propuesta de solución para la prevención y erradicación de este problema es emplear estrategias en beneficio de las mujeres, que fomenten su acceso a la educación, trabajo y participación ciudadana” (pág. 266).

Se han llevado distintas campañas para erradicar la violencia o el femicidio, a pesar de esto se observa que el número de casos no ha disminuido en contraste a los años anteriores, pese a esto son necesarias las campañas de concientización o prevención, para crear autocritica sobre la gravedad del tema, y sostener una visibilidad de los signos de violencia. Con base en esto (Ramírez et al., 2020) concluyen.

Se requiere mayor profundidad de los estudios realizados por las autoridades competente a través de las encuestas de Estado, con la finalidad de determinar con precisión las estadísticas, sobre todo los elementos que involucran y dan origen a la violencia contra la mujer, a fin de establecer políticas públicas adecuadas y orientadas a la prevención y erradicación de este flagelo, las cuales deben ser supervisadas, difundidas y desarrolladas conjuntamente con la participación de la sociedad organizada (págs. 271,272).

En este sentido (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018) manifiestan, “la investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido” (pág. 175), y añaden.

Por decirlo de alguna manera, en un experimento se construye una realidad. En cambio, en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza (pág. 174).

El alcance se lo define descriptivo, ya que es necesario especificar las características de la comunidad seleccionada para establecer patrones y considerar sus respuestas para determinar los resultados. Sobre este tipo de alcance (Arias y Covinos, 2021) lo definen, “estos estudios tienen como principal función especificar las propiedades, características, perfiles, de grupos, comunidades, objeto o cualquier fenómeno” (pág. 70).

2.3 Tipo y métodos de investigación

Se empleó un enfoque cuantificable para la recopilación de datos numéricos y procesamiento, y así poder determinar mediante cifras la importancia de la infografía como medio de difusión. Concerniente a la comprensión del fenómeno desde la perspectiva de los especialistas se utiliza un método cualificable para comprender el contexto de las variables. Bajo estos parámetros se definió utilizar un enfoque mixto, el cuál según (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018) se conceptualiza de esta forma.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (pág. 612).

Partiendo desde premisas generales desde un punto de vista racional para situar el contexto en un plano más concreto y local se utilizó el método deductivo como procedimiento estructural para la investigación. (Baena Paz, 2017) afirma “la deducción empieza por las ideas generales y pasa a los casos particulares y, por tanto, no plantea un problema. Una vez aceptados los axiomas, los postulados y definiciones, los teoremas y demás casos particulares resultan claros y precisos” (pág. 34).

2.4 Población y muestra

2.4.1 Población

Según datos oficiales de la (Función Judicial del Ecuador, 2022), en Guayas se registró el mayor número de casos de femicidios, siendo una constante los ocurridos en los barrios populares de la ciudad, con base a esto, se determinó como población, el sector del barrio denominado Cristo del Consuelo, ubicado en la parroquia Letamendi, suroeste de Guayaquil.

Actualmente según números de la página web oficial del (Gobierno del Ecuador, 2017), este barrio cuenta con una población de 15.248 habitantes, la cual fue la seleccionada como universo poblacional para esta investigación. Según (Arias y Covinos, 2021) “la población es un conjunto infinito o finito de sujetos con características similares o comunes entre sí” (pág. 113).

2.4.2 Muestra

Según (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018), “una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población” (pág. 196). Con base en este concepto, se ha determinado mediante la aplicación de la fórmula estadística para el muestral, la cantidad de 375 individuos.

2.4.3 Tipo de muestreo

El tipo de muestreo empleado es el probabilístico, (Arias y Covinos, 2021) lo definen “involucra la selección de unidades de tal manera que dichas unidades tengan la misma probabilidad de ser seleccionadas, además estas deben ser estadísticamente representativas, para ello se aplica una fórmula estadística” (pág. 114).

2.4.4 Cálculo de la muestra

N: Habitantes del Cristo del Consuelo

Z: Nivel de confianza 95%

P: Probabilidad de éxito 50%

Q: Probabilidad de fracaso 50%

E: Máximo error permisible 5%

Tabla 1.*Cálculo de la muestra*

N	Z	P	Q	E
15.248	1.96	0.50	0.50	0.05

Fuente: Población del Cristo del Consuelo**Elaborado:** Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50) (15.248)}{(15.248) (0.05^2) + (1.96)^2 + (0.50) + (0.50)}$$

$$n = \frac{14,644.1792}{39.0804}$$

$$n = 375$$

La muestra usada desde el planteamiento cualitativo está definida por dos personas con experticia en el contexto de las dos variables, y comprende: un experto en el área de la comunicación visual e infografía y otro con experiencia en la variable relacionada a la prevención en el tema del femicidio. En tal sentido, (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018) definen este tipo de muestreo.

En los estudios cualitativos el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística, pues el interés del investigador no es extender los resultados de su estudio a un universo mayor. Lo que se busca en la indagación cualitativa es profundidad. Nos conciernen casos o unidades (participantes, organizaciones, manifestaciones humanas, eventos, animales, hechos, etc.) que nos ayuden a entender el fenómeno de estudio y a responder a las preguntas de investigación (pág. 427).

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.5.1 La encuesta

Según (Arias y Covinos, 2021) “La encuesta es una herramienta que se lleva a cabo mediante un instrumento llamado cuestionario, está direccionado solamente a personas y proporciona información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones” (pág. 81). Con base a esto, y por sus características se la emplea en la recolección de datos cuantitativos, para

conocer mediante datos numéricos la percepción que las personas tienen con respecto al uso de la infografía como herramienta para la prevención del femicidio y así poder obtener conclusiones precisas.

2.5.2 Cuestionario

Se realizó un cuestionario de ocho preguntas con una escala tricotómica, los primeros cuatro cuestionamientos están relacionados a la variable independiente que es la infografía y las siguientes preguntas a la variable dependiente direccionada a la prevención. (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018) señala “los cuestionarios se utilizan en encuestas de todo tipo (por ejemplo, para calificar el desempeño de un gobierno, conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores de viviendas y evaluar la percepción ciudadana sobre ciertos problemas como la inseguridad)” (pág. 250).

2.5.3 Entrevista

La técnica cualitativa para recolectar datos fue la entrevista estructurada. Se realizaron dos entrevistas dirigidas a expertos, la primera sobre el tema referente a la infografía y comunicación visual, y la segunda relacionada a la prevención del femicidio y la importancia de campañas visuales, para ellos se definieron diez preguntas estructuradas, cinco direccionadas a cada variable del estudio. En relación con esto (Arias y Covinos, 2021) manifiestan.

La entrevista estructurada se prepara con preguntas cerradas las cuales se centran en que el entrevistado conteste de forma precisa a la pregunta, sin divagar o ampliar sus respuestas. Es importante que se deban codificar las respuestas mediante valores numéricos para que el investigador pueda valorar los resultados de forma cuantitativa (pág. 95).

2.5.4 Ficha de entrevista

Para el registro de los datos obtenidos mediante la entrevista, se emplea el instrumento de la ficha de entrevista, así mismo se transcribirá de forma natural la información vertida por los expertos. De acuerdo con (Arias y Covinos, 2021) “la ficha de entrevista es un instrumento presentado en un documento cuyo fin principal es recolectar información de la persona entrevistada para el estudio, puede realizarse tanto de forma manual como computarizada y solo puede ser editada por el investigador” (pág. 95).

2.6 Procesamiento de la evaluación:

Validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados para el levantamiento de información

En mi calidad de docente investigador Universitario, dejo constancia de haber examinado y corregido los ítems de los instrumentos de investigación: la encuesta con su respectivo cuestionario y la entrevista con la guía de preguntas empleadas en el informe de investigación titulado “Infografía como herramienta de difusión de contenido preventivo del Femicidio” efectuada por el investigador Flores Quinde Josue Jonathan en el sector Cristo del Consuelo de la ciudad de Guayaquil.

Los instrumentos son los mecanismos necesarios para recabar datos numéricos y cualitativos, en tal virtud, como tutor encargado avalo la eficacia de los instrumentos utilizados en el presente informe por el Maestrando antes mencionado.



Lic. Ortega Arcos Wagner Mgtr.
C.I. 1802648327

TUTOR

CAPÍTULO 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis de los resultados de la encuesta

Pregunta 1

(Previo a esta pregunta, se muestran dos ejemplos de infografía) ¿Conocía usted que este tipo de herramienta visual se llama infografía?

Tabla 2.

Conocen sobre la herramienta infografía

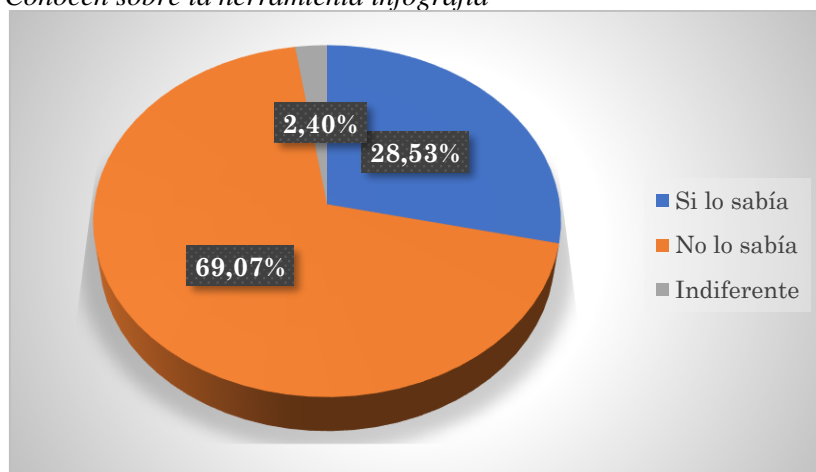
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si lo sabía	107	28.53%
No lo sabía	259	69.07%
Indiferente	9	2.40%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 1.

Conocen sobre la herramienta infografía



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

La infografía se ha popularizado desde la llegada de las redes sociales, sin embargo, su uso se remonta desde años atrás en formatos impresos, para realizar la consulta se le mostró previamente dos ejemplos infográficos. En este contexto, una importante cifra del 69% manifestó desconocer el término, en contraste a esto, un significativo 29% de los consultados afirmó si conocer que los modelos mostrados anteriormente se llaman infografías, mientras que un reducido 2% se mostró indiferente ante este cuestionamiento.

Pregunta 2

Después de observar el ejemplo y conocer su definición ¿Con qué frecuencia ha visto una infografía, ya sea en redes sociales o de forma impresa?

Tabla 3.

Frecuencia con que ven una infografía

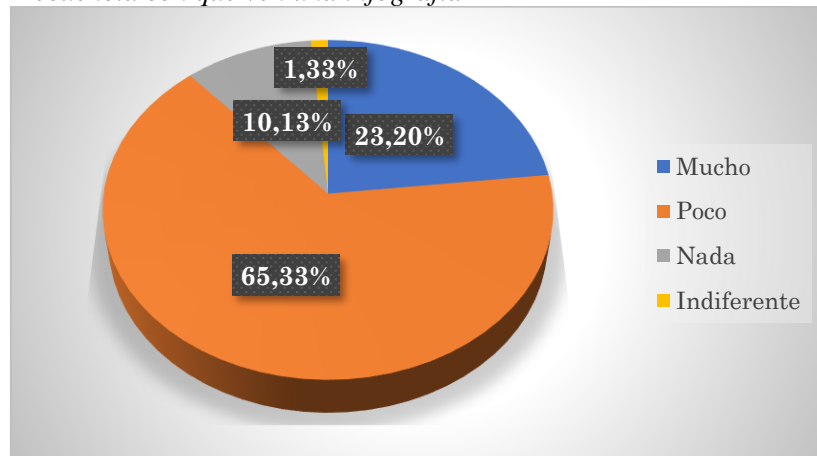
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	87	23.20%
Poco	245	65.33%
Nada	38	10.13%
Indiferente	5	1.33%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 2.

Frecuencia con que ven una infografía



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

Sobre la frecuencia con que los consultados han visto una infografía ya sea en redes sociales o en formatos impresos, el 65% afirma ver poco este tipo de material, mientras que un 23% indicó ver con mucha frecuencia infografías de forma digital o material. Por el contrario, un índice del 10% confirma nunca haber visto este tipo de representaciones gráficas, en tanto que un 1.33% se manifestó indiferente ante esta consulta. Una mayor parte de los encuestados que se inclinó por la opción poco o mucho, señaló que son las redes sociales el medio en donde más ha visto la difusión de este material visual.

Pregunta 3

¿Cuándo ha visto una infografía, que tanto considera que le ayudo a usted para informarse de un tema en general?

Tabla 4.

Preferencia para informarse mediante una infografía

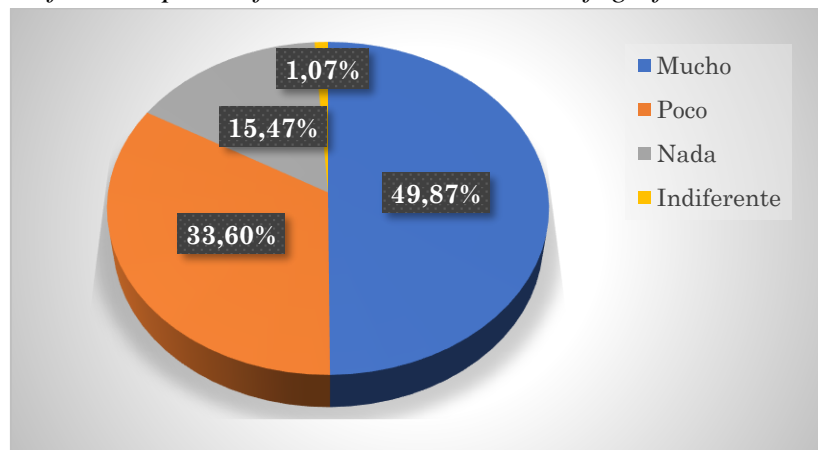
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	187	49.87%
Poco	126	33.60%
Nada	58	15.47%
Indiferente	4	1.07%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 3.

Preferencia para informarse mediante una infografía



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

Según los resultados, prácticamente la mitad de los encuestados representados por el 49,87% manifestaron que les ayudó en gran medida informarse mediante una infografía, mientras que un 33,60% indicó que solo les brindó pocos datos, asimismo un índice menor del 15,47% aseguró que no les benefició en nada una infografía como medio informativo, un porcentaje minúsculo del 1% se mostró indiferente. Por ello se deduce que a pesar de que un porcentaje del público dijo desconocer la definición correcta y la frecuencia, se evidencia que la información gráfica les fue de ayuda a un parte importante de los encuestados.

Pregunta 4

4. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted para informarse?

Tabla 5.

Medio preferido para informarse

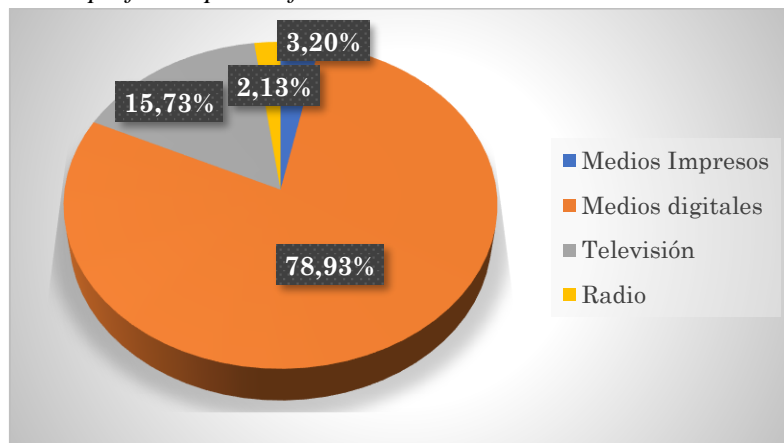
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Medios impresos (periódicos, revistas)	12	3%
Medios digitales (redes sociales, página web)	296	79%
Televisión	59	16%
Radio	8	2%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 4.

Medio preferido para informarse



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

En relación a la pregunta anterior, en este cuestionamiento se consulta sobre cuál es el medio que prefieren los encuestados a la hora de informarse, verificando que un 78% se inclina por los medios digitales, es decir las redes sociales o páginas web. Respecto a los medios tradicionales, la televisión se sitúa como uno de los sistemas escogidos por el 15%, mientras que una minoría del 3% mencionó los medios impresos, siendo seguidos por un 2% que indicó escuchar la radio para conocer de la actualidad. El índice mayor es congruente con las cifras que recabadas en el cuestionamiento previo.

Pregunta 5

¿Ha encontrado alguna vez información visual o infográfica, ya sea en redes sociales o en otros medios acerca del femicidio o violencia de género?

Tabla 6.

Infografía sobre femicidio en redes

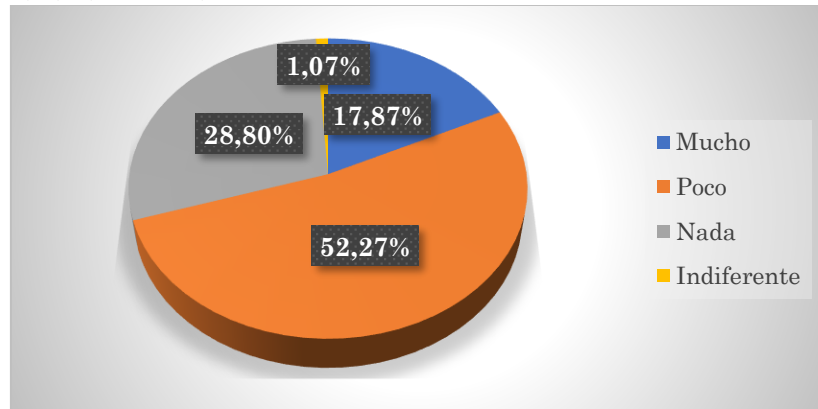
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	67	17.87%
Poco	196	52.27%
Nada	108	28.80%
Indiferente	4	1.07%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 5.

Infografía sobre femicidio en redes



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

La infografía ofrece la posibilidad de transmitir datos complejos o extensos, en un formato visual, sencillo y practica para el usuario, debido a ello es una herramienta utilizada en distintas áreas para facilitar el acceso de información relevante al público. En este contexto se consultó si los usuarios han encontrado alguna información referente a la violencia de género o relacionado al femicidio difundidos en formatos infográficos, el 52% representando un poco más de la mitad manifestó haber visto poco sobre este tema, mientras que un 28% afirmó que nada, por el contrario, un 17% indicó que ha observado muchas infografías diseñadas con esta temática, y solo el 1% se mostró indiferente.

Pregunta 6

¿Qué medida cree usted que se debería implementar para contrarrestar los índices de femicidios en el país?

Tabla 7.

Medidas para contrarrestar casos de femicidio

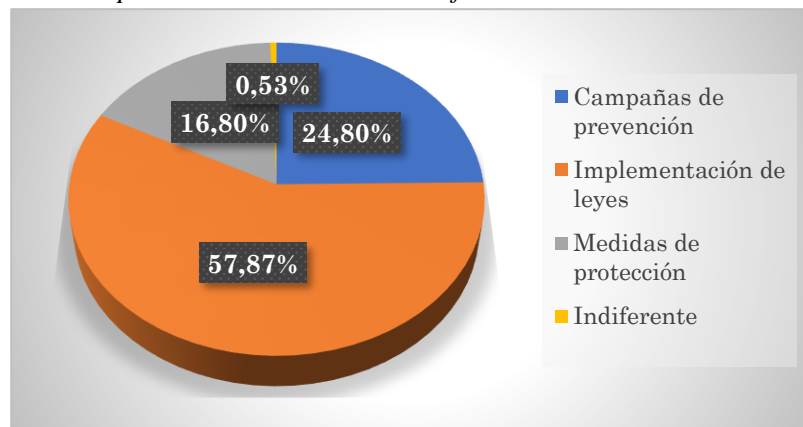
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Campañas de prevención y concientización	93	24.80%
Implementación de leyes más severas	217	57.87%
Medidas de protección a posibles víctimas	63	16.80%
Indiferente	2	0.53%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 6.

Medidas para contrarrestar casos de femicidio



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

Con base a la pregunta sobre cual medida se debería implementar para contrarrestar el aumento de las cifras de femicidios en el país, el 57% concluyó que se deberían crear y ejecutar leyes más severas, en tanto que un 24% piensa que se necesitarían desarrollar compañías de prevención o concientización, en tanto que un 16% opina que son necesarias las medidas de protección a posibles víctimas, una cantidad menor al 1% dijo estar indiferente o desconocer sobre el tema. Se denota que un relevante porcentaje de los consultados ve en la prevención una opción viable para ayudar a reducir este mal que afecta a las mujeres.

Pregunta 7

¿En qué medida considera usted que el uso de la infografía contribuya en la prevención del femicidio?

Tabla 8.

La infografía como herramienta preventiva del femicidio

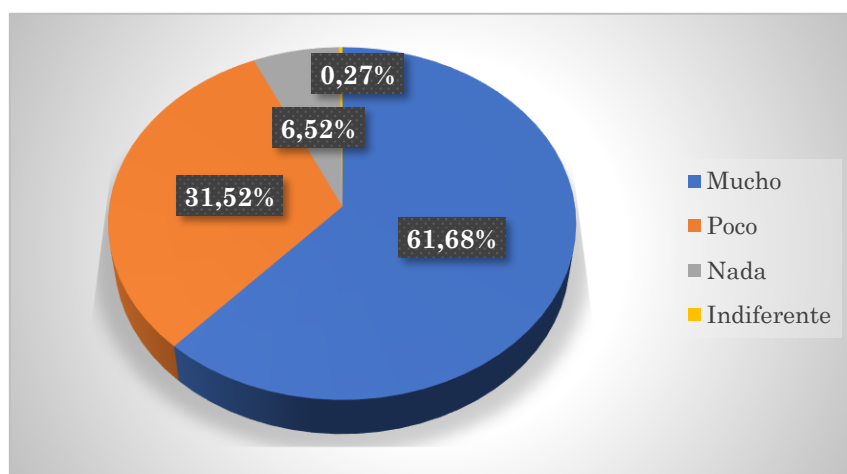
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	227	61.68%
Poco	116	31.52%
Nada	31	6.52%
Indiferente	1	0.27%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 7.

La infografía como herramienta preventiva del femicidio



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

Referente a la percepción que tiene el público sobre cuánto podría contribuir la infografía como herramienta para la difusión de contenido preventivo sobre el femicidio, el 61% considera que es un aporte valioso y asevera que la utilización de este material ayudaría mucho en la prevención del femicidio. Asimismo, un 31% cree que la infografía solo ayudaría poco. En tanto que el 6% estima que no aportara nada, y menos del 1% no respondió y se mostró indiferente ante la interrogante.

Pregunta 8

¿Cuánto cree que la infografía podría ayudarle a comprender a usted sobre la prevención del femicidio?

Tabla 9.

La infografía como medio para comprender sobre el femicidio

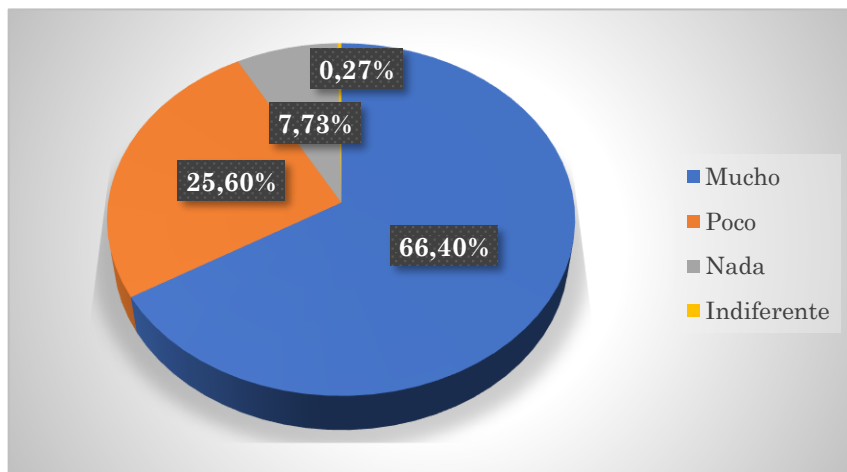
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	249	66.44%
Poco	96	25.60%
Nada	29	7.73%
Indiferente	1	0.27%
Totalidad	375	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Gráfico 8.

La infografía como medio para comprender sobre el femicidio



Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes del Cristo del Consuelo

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Interpretación y análisis de los resultados

El 66% del público cree que una infografía le ayudaría entender mucho sobre el contexto del femicidio y como prevenirlo, en tanto que el 25% aseguró que esta ayudaría poco a comprender sobre este tema. Un grupo tenue del 7% señaló que los materiales infográficos no aportarían nada sobre el femicidio o como prevenirlo, y menos del 1% respondió indiferente a este tema. Con base a esto, se puede evidenciar que el público se muestra receptivo al informarse sobre este medio y pequeño porcentaje se percibe renuente.

3.2 Análisis de las entrevistas a los expertos sobre la variable infografía

Entrevistado 1: Ing. Andrés Xavier Tumbaco Villao

Profesión: Ingeniero en diseño gráfico – Tecnólogo en infografía del IGAD

Cargo: Post productor en Barcelona Sporting Club – Área de comunicación

Entrevistado 2: Ing. Jimmy Alexi Floreano Mendez

Profesión: Ingeniero en diseño gráfico – Tecnólogo pedagógico en informática

Cargo: Asesor gráfico GRANASA – Profesor Instituto Tecnológico Guayaquil

Tabla 10.

Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 1

Pregunta 1	
La infografía ha sido una de las herramientas visuales que ha evolucionado a través de la historia de la comunicación, pasando de lo tradicional a lo digital, entonces ¿Qué se considera infografía hoy en día?	
Respuestas	
Análisis	
Entrevistado 1	Es un medio que en cuanto a lo impreso a la vista debe ser interactivo, amigable, y sea más digerible, por ejemplo, los textos bíblicos, en la iglesia protestante ponen panfletos que sean más bonitos para tener más adeptos. En la información, en el periodismo; El Universo, diario El Comercio o El Expreso, ellos han hecho siempre infografía super buena, son especialista en eso, y siempre han destacado en eso, infografías de naturaleza o histórica hacen que la editorial que es puro texto sea más comercial, esa información se riega más.
Entrevistado 2	Lo más importante para que una infografía funcione realmente es que tiene que explicarte el tema tal y como es, sin necesidad de tanto texto, la información se la puede acompañar e incluso puede omitirse si la infografía está bien elaborada, se debe condensar los hechos y saber específicamente cuales son los puntos más importantes para anotarlos y colocarlos mediante gráficos acompañados con una pequeña descripción en tu infografía.
Observación	
Bajo estos conceptos se puede observar cierta relación con lo que manifiesta, (Fraile y Pazos, 2022) “en una infografía las imágenes y los textos son indivisibles, pues cada elemento se complementa explicando una parte del todo que no puede ser comprendida sin la otra” (pág. 7).	

Fuente: Entrevista dirigida a expertos

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Tabla 11.*Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 2*

Pregunta 2		
¿Qué opina sobre la evolución de la infografía tradicional (soportes físicos) a la infografía digital (redes sociales)?		
Respuestas		
Análisis		
Entrevistado 1	<p>El medio impreso sigue latente pero no con la misma fuerza de antes, no digamos que ese medio se ha muerto, mucha gente dice que ese medio ya se murió, digamos que ese medio evolucionó y se transformó al medio digital, donde la mayoría de la gente consumo la información, tanto jóvenes como niños. El medio digital y el internet ha hecho que esto evolucione y tanto la gente como el medio se adapte a esta nueva evolución que ha tenido la evolución.</p>	<p>La tecnología posibilita que hoy en día la información se difunda de forma más rápida, es lo que indica el experto consultado, en tanto que el primer entrevistado habla de una evolución del medio escrito, aclarando que este medio textual no ha muerto, sino que ahora se fortalecido gracias a las nuevas herramientas comunicacionales.</p> <p>Sin embargo, estas mismas herramientas son las que ha motivado que las personas se adapten a nuevas formas de lectura, que se caracteriza por ser más rápida, simple y visual.</p>
Entrevistado 2	<p>De por si la infografía es una forma rápida de transmitir la información, ahora con los medios digitales, lo actual, que cargue rápido que se entienda de manera rápida. Tenemos una lectura diferente a como se da en físico, se debe de pensar también en esa parte, nosotros en la lectura en físico seguimos una forma, que por lo general se llama “la zeta” una lectura que se lee de izquierda a derecha y de arriba abajo, pero en digital la lectura es totalmente diferente, en digital la forma de como leen los usuarios por lo general es la forma de una E o una F, entonces tu sabiendo como los usuarios leen de esa manera, debes de colocar la información más importante en esos sitios para que el usuarios siga la lectura. Lo digital de por si amerita que sea algo rápido, la información debe de ser colocada de esa forma para que así mismo el lector la pueda entender de forma más rápida.</p>	
Observación		
<p>Según (Valero y Morera, 2019) “la infografía es uno de los conjuntos plurimórficos que más se han desarrollado en los últimos tiempos como consecuencia del desarrollo tecnológico digital en relación con lo que se entiende como comunicación visual” (pág. 1154). La capacidad adaptativa de la infografía provoca que sea una de las principales herramientas utilizadas hoy en día para informar.</p>		

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.**Elaborado:** Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Tabla 12.

Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 3

Pregunta 3		
Las personas dedican poco tiempo a informarse con contenido denso y textual, cada vez más con material visual y sintetizado ¿Cuál es la importancia de la infografía en la comunicación actual?		
Respuestas		Análisis
Entrevistado 1	La importancia es aportar ese granito, o muchos granitos de arena, como lo vine citando, pones una editorial la gente no lo lee, pero si eso lo pasas al medio digital mediante una infografía, en una historia o un post a la gente se le puede quedar en la mente, o hacer un video infográfico que son post para pasar animaciones, que son como una diapositiva, pero más profesional, pero con la información justo y necesaria.	Son dos los puntos de vista que ofrece cada entrevista, mientras uno indica que la importancia radica en la rapidez con que se comparte la información, y el análisis del diseñador para hacer una infografía eficaz, el otro menciona la adaptabilidad a las nuevas redes, y como está incluso puede hacer que los usuarios interactúen con la información.
Entrevistado 2	La rapidez más que todo, talvez tome al que elabora le tome un tiempo, en el análisis, en buscar la información, no solamente con la que te pasen, tienes que buscar más información sobre el tema, pero debe de quedar lo más sencillo posible para que la gente lo entienda, y que de manera rápida lo vea y entienda de que se trata el tema y la importancia este. El análisis y el tiempo que toma hacer la infografía debe reflejarse en que cualquier persona vea y entienda inmediatamente de que trata la infografía, sino no funciona, la gente no lo ve, no comunica y no cumple su función.	Gracias a estos nuevos procesos, se ha democratizado la información, compartiéndola sin importar las barreras del idioma o la distancia.
Observación		
(Pérez Montoro, 2022) señala, “el desarrollo de las tecnologías ha consolidado el uso generalizado de las imágenes como estrategia comunicativa. La prensa, el cine o la televisión, y ahora también internet, utilizan las imágenes para respaldar sus mensajes y hacerlos más persuasivos” (pág. 13). Producto de las nuevas herramientas comunicacionales como la infografía, la comunicación se ha visto fortalecida, favoreciendo no solo al periodismo, sino a otras áreas.		

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Tabla 13.

Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 4

Pregunta 4	
¿Cuán valioso considera que sería el aporte de la infografía en la prevención?	
Respuestas	Análisis
Entrevistado 1	<p>Para la prevención primero viene la concientización, la gente cuando es consciente de una mal, un daño o algo malo que está pasando en la sociedad, viene la prevención mediante gráficos e infografías que puedan llamar la atención de la gente, pueden ser como un pare, que nos diga que está pasando o esto no está bien; es una prevención.</p> <p>Si está bien construido desde la investigación y todo eso se uno desde un comienzo, claro que sí, es una herramienta super buena, que puede ayudar a concientizar a la gente y que esto se le quede en la memoria.</p>
Entrevistado 2	<p>Lo que es rapidez y de fácil entendimiento, en el COVID se hicieron muchos carteles, pero esos carteles en forma educativa, se valió de la forma de la infografía para poder comunicar, el proceso por ejemplo: el lavado de manos, ósea se da el proceso de cuatro o cinco pasos en un cartel pero trabajados de forma infográfica, con un pequeño gráfico de la mano para que la gente sepa cómo hacer esa cuestión, el cuidado que debería tener no solo con el lavado de manos, sino también cubrirse el rostro con un mascarilla, es mucho más fácil que colocarle un listado de acciones que deben hacer sin ninguna imagen, como ya das la información mediante gráficos la gente lo entiende mucho más rápido y llega a una mayor población y se distribuye el mensaje de manera más rápida.</p>
Observación	
<p>Es concordancia con esto, (Riobello y Bestratén, 2020) señalan, “las campañas de sensibilización con la transmisión de claros y precisos mensajes preventivos son necesarias para estimular el proceso de cambio perseguido, y más cuando la cultura preventiva en una organización sea limitada” (pág. 1). Es evidente que las propiedades de la infografía la vuelven un eficiente canal comunicativo, incluso para transmitir mensajes extensos o serios.</p>	

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Tabla 14.

Matriz de análisis de la entrevista a experto sobre la infografía - pregunta 5

Pregunta 5		
Las características de esta herramienta la posicionan como una opción viable para transmitir mensajes concretos a muchos usuarios ¿Qué tan importante puede ser la infografía como herramienta para difundir contenido preventivo del femicidio?		
Respuestas	Análisis	
Entrevistado 1	<p>Recordarles a las personas que es un mal que está latente, que no está lejos, puede ser una vecina, una prima o una hermana la que este sufriendo esto, y que se le quede en la mente de las personas que no es algo lejano, lamentablemente es un mal que lo tenemos alrededor nuestro, ya sea en el vecindario o lamentablemente muchas personas en su familia.</p> <p>La infografía puede ser una de tantas herramientas, y no una más importante que la otra, una herramienta que se complementa con todas, ya que se está tratando de mitigar este mal que tenemos presente ahora, y que va a tomar muchos años bajar las incidencias que tenemos en el país lamentablemente, mediante prevenciones para las escuelas o colegios, mediante redes sociales o propagandas.</p>	<p>Según los expertos consultados los contenidos infográficos pueden ayudar a concientizar sobre el problema desde los primeros síntomas del maltrato, agregan que es preocupante este problema ya que puede llegar a ocurrirle a cualquier chica.</p> <p>La infografía puede complementarse con otras herramientas que ayuden a visibilizar aún más el problema, mostrando el paso a paso de lo que se debe de hacer sin alguien está enfrentando este tipo de violencia.</p>
Entrevistado 2	<p>Eso tiene que ver con la cultura también, Latinoamérica es un poco machista, somos un poco machista, ahora se está dando campañas de esta manera, la infografía es una muy buena herramienta, poder poner por ejemplo; hace una año hicimos una pequeña campaña dentro de la institución (donde trabaja), y la llevamos por el dado de que se informe, si veías alguien que sufriera maltratos, si te enterabas de algo que informes también, por ejemplo es un proceso lo del femicidio, no es que directamente se llega al hecho del femicidio, sino que va a aumentando, comienza como un grito y termina en algo trágico, tratar de frenar eso a tiempo. ¿Qué es lo que se hace? Se elabora una infografía con un proceso, y se les indica que no dejen que pasen todos esos pasos, sino que cuando vea que va en ese proceso, lo detenga y sea capaz de denunciar y pedir ayuda de alguna persona.</p>	
Observación		
<p>Uno de los conceptos de los autores (Riobello y Bestratén, 2020) citados anteriormente guardan relación con lo dicho por los entrevistados y señalan “las campañas de sensibilización con la transmisión de claros y precisos mensajes preventivos son necesarias para estimular el proceso de cambio perseguido, y más cuando la cultura preventiva en una organización sea limitada” (pág. 1).</p>		

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

3.3 Análisis de las entrevistas a los expertos sobre la variable prevención del femicidio

Entrevistada: Psi. Cl. Laura Alejandra Cruz Mera.

Profesión: Psicóloga clínica, especializada en violencia de género y femicidio.

Cargo: Psicóloga Clínica del Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos Zona 8.

Tabla 15.

Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 1

Pregunta 1	
Lamentablemente en los últimos años se ha observado un avance importante en las cifras de casos de femicidio, a pesar de que se han realizado campañas en contra de la violencia de género, entonces ¿Cuáles son los factores que contribuyen en el aumento de casos de femicidio en el Ecuador?	
Respuesta	Análisis
El fenómeno del femicidio en el Ecuador tiene su origen en todo lo que es la cultura machista y el patriarcado, que culturalmente se conoce que en mayor parte de Latinoamérica y en Ecuador se vive, de esta forma es donde se empiezan a originar estas relaciones de poder, donde una persona se considera por sobre la otra y puede infligir la violencia sobre la otra. Sabemos que la violencia va escalando y es lo que llega lastimosamente a lo que se conoce hoy en día como femicidio o el asesinato de la mujer por el hecho de ser mujer, es el contexto social en el que nos encontramos hoy en día en el Ecuador, que con este aumento de violencia tanto fuera de las calles como en los hogares se vuelve un justificativo para infligir la violencia. Entonces, falta de ingresos, el consumo de sustancias, todo esto que altera también el estado mental, es lo que culmina en que haya una violencia tan contundente que termina en femicidio.	Para la psicóloga, la raíz de todo el problema relacionado al femicidio es el machismo, apoyado desde el núcleo del hogar por el patriarcado, todo esto desencadena en violencia de género que escala hasta convertirse en un crimen. Sin embargo, recalca que existen otros detonantes como la pobreza, las drogas o problemas mentales en las personas.
Observación	
Sobre el último punto, guarda concordancia con lo que (Zuleta Sánchez, 2019) manifiesta, “si bien el Femicidio no es restrictivo a las clases más pobres de los países latinoamericanos, sí se constata que este fenómeno evidentemente tiene más incidencia en entornos socioculturales inferiores que se caracterizan por bajos niveles de educación, y en su mayoría entornos de desempleo o subempleo” (pág. 17).	

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Tabla 16.*Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 2*

Pregunta 2	
Según datos oficiales, en Guayas se sitúan la mayor cantidad de femicidio y casos de violencia hacia la mujer, ¿Qué hace falta para que las medidas y acciones implementadas desde los organismos competentes evidencien un cambio significativo?	
Respuesta	Análisis
<p>Desde que se creó la Ley Orgánica de Prevención y Erradicación de Violencia contra la Mujer en el 2017 si no me equivoco, se han llegado hacer ciertos avances, pero lastimosamente tuvimos la pandemia, se sabe que el aislamiento, el encierro genero muchos casos de violencias, porque muchas veces ya no había una escapatoria, ya que el núcleo familiar se encontraba dentro del hogar y se daban este tipo de violencia aumentando el tema de los femicidios. Necesitamos llegar a las comunidades, que esto llegue a los vecindarios, el tema de la erradicación o prevención de la violencia también se incluya en todos los pensum escolares, porque muchas veces es la falta de información al saber que estoy siendo violentada, lo cual no permite a las mujeres ponerse a salvo. Es necesario esta articulación, este apoyo interinstitucional, pero más que nada el compromiso de las instituciones y del ecuatoriano, para lograr una equidad de género, para que no haya este tipo de creencias y relaciones de poder que origina esta violencia.</p>	<p>Como lo explica la psicóloga, a raíz de la pandemia se han intensificado los casos de violencia de género y por ende de femicidio, asimismo manifiesta que es necesario llegar a las comunidades.</p> <p>Es imperativo que este tema sea incluido en la malla curricular de las escuelas, ya que mostrar cómo debemos actuar e inculcar valores en los niños, ayudará en un futuro a disminuir estos casos de violencia, pero también es importante que los organismos competentes e instituciones se comprometan a realizar acciones en pro del bienestar de la mujer, según indica.</p>
Observación	
<p>(Herrera, 2020) en consecuencia, con lo mencionado por la psicóloga, manifiesta “frente a la COVID-19 y la desinformación generada en esta cuarentena y el incremento de violencias de género, los medios deben impulsar una agenda mediática en Ecuador que visibilice los escenarios de desigualdad estructural previos y durante la pandemia” (pág. 41).</p>	

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.**Elaborado:** Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Tabla 17.*Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 3*

Pregunta 3	
Los agresores presentan un patrón de comportamiento previo, muchas veces las víctimas por temor o dependencia emocional o económica no realizan la denuncia respectiva ¿Cuáles deberían ser según su criterio los puntos centrales de una campaña visual preventiva, con el propósito de ayudar a las víctimas de estos abusos?	
Respuesta	Análisis
<p>Es muy importante que este tipo de campañas se enfoquen en dar a conocer las violencias normalizadas, muchas personas lo llaman micro violencias, pero no son violencias micro, ya que violencia es violencia, está normalizada porque la hemos considerado como normal, el hecho de que haya bromas hirientes, pellizcones, jalones de cabello con la excusa de que es de cariño o de broma, este tipo de acciones son violencia que están normalizadas. Entonces se deberían dar a conocer al público cuales son estas violencias normalizadas para que las mujeres, niños, niñas y adolescentes logren identificarlas y no las dejen pasar desapercibidas, si en algún momento reconocen que están siendo violentados que puedan sacarlo y comunicarlo y no vayan creyéndose como normales.</p> <p>Es un enfoque mediante la información digital, o información visual, sobre estas violencias normalizadas, y también que socialicen la ruta de atención frente a los casos de violencia, para que las personas que ya han sufrido violencia sepan a donde acudir, sepan con quien cuenta y cuáles son las instituciones que le puedan ofrecer los servicios y el apoyo, para poder salir de su ciclo de violencia.</p>	<p>Es necesario enfocar las campañas preventivas en visibilizar las violencias mínimas, el tipo de violencia que parecen inofensivas, pero muestran un patrón de comportamiento en el agresor, según indica la experta consultada. Esta información puede ser enfocada desde una perspectiva visual, puntualizando en las rutas de atención que a las mujeres que sufren violencia deben seguir.</p>
Observación	
<p>Para (Ramírez et al., 2020) “para alcanzar la prevención de los derechos constitucionales de protección a la mujer, se debe profundizar en los mecanismos implementados para la ejecución de las políticas públicas, programas y planes” (pág. 269). Así realizar un monitoreo constante para que se cumplan todos estos procedimientos.</p>	

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.**Elaborado:** Ing. Flores Quinde Josue Jonathan

Tabla 18.*Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 4*

Pregunta 4	
En la actualidad las redes sociales se han convertido en un medio referente de la comunicación ¿Qué opina del uso de las redes sociales o los medios visuales en campañas relacionadas a la prevención del femicidio?	
Respuesta	Análisis
<p>Por lo que he podido observar se busca crear un impacto fuerte, con gráficas violentas o encabezadas exorbitantes, quizás estén mal estructuradas, porque buscan el impacto violento y no buscan el cero impacto, se quedan en el consejo, en el “amiga no te dejes”, falta más de contenido como del que hacer o la ruta que tomar, más que nada del empoderamiento de la mujer, pero no desde un punto de vista de “sale de un femicidio y empodérate”, sino de que sea algo permanente, de crear está cultura de equidad del género, del empoderamiento de la mujer, de mostrarle las vías, las rutas y crear un apoyo social, no solamente mostrar una mujer asesinada o denunciar, son cosas que crean impacto pero al mismo tiempo solo se quedan en el impacto no van un poco más allá como: “esto puedes hacer” “si te reconoces como una víctima de violencia dirígete a este lugar”, “estos son los tipos de violencia, con cuales te identificas”, esto sería un poco más productivo y ayudaría mucho más a las campañas de prevención.</p>	<p>Manifiestan que las campañas preventivas que se han llevado a cabo o que se están ejecutando hoy en día están dirigidas a crear impacto, pero lo que ella recomienda es buscar el cero impacto, es decir una campaña orientada a la prevención.</p> <p>También recalca que las campañas se deben efectuar de forma continua con el objetivo de buscar la equidad de género.</p>
Observación	
<p>Las redes sociales permiten activar la comunicación visual, que según (Meza Castro, 2018) “se da en torno a los elementos significantes y expresivos de carácter visual, una manera en la que el proceso de comunicación es posible por representaciones y formas que significan y expresan experiencias, mediante elementos asentados principalmente por la percepción visual” (pág. 5).</p>	

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.**Elaborado:** Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Tabla 19.

Matriz de análisis de la entrevista a experta sobre la prevención del femicidio - pregunta 5

Pregunta 5	
Las campañas preventivas resultan eficaces en áreas como la salud o para evitar catástrofes, sin embargo ¿Es necesaria una campaña preventiva utilizando herramientas visuales como la infografía?	
Respuesta	Análisis
<p>No estaría de más mayor visualización con la prevención, es muy importante que se conozcan las rutas de actuación ante un acto de violencia, o que deberían hacer las mujeres en caso de que un hombre quiera ayudarla, a donde uno se podría dirigir. También si es un tema de visualización, se puede presentar cuales son los tipos de violencia, ya que las mujeres solo conocen tres, que son: psicológico, sexual y el físico porque son los más impactantes y frecuentes, pero en realidad son siete que están en la ley, y las mujeres no los conocen. Entonces los esfuerzos de una campaña preventiva con visualización serían excelentes enfocarla en la identificación de cuáles son los tipos de violencia, cuáles son las rutas que debo accionar y también en el trato digno a la persona, o en la no revictimización de una víctima de violencia y el trato sin prejuicios de las mismas, serían muy importante para continuar esta lucha de prevención de violencia.</p>	<p>Sobre la infografía como medio preventivo, manifiesta que debería de haber mayor visualización en ese aspecto, centrándose en todos los tipos de violencias, ya que a pesar de que comúnmente solo se mencionan o conocen tres tipos de violencia, existen siete los cuales están tipificados en el articulado.</p> <p>Con base en esto y en la identificación de los tipos de violencia, se puede establecer una campaña según la experta psicóloga, que pueda llegar al problema medular y no a la revictimización de las víctimas.</p>
Observación	
<p>Con base en lo manifestado por la experta, se deben implementar acciones direccionadas en mostrar los tipos de violencias, pese a esto (Castro y Pérez, 2022) afirman “si bien existen protocolos, planes y facultades; como las leyes orgánicas universales para prevenir la violencia contra las mujeres, no se respetan” (pág. 298).</p>	

Fuente: Entrevista dirigida a expertos.

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

3.4 PROPUESTA

Figura 2.

Infografía 1 – propuesta prevención del femicidio

Amiga identifica los primeros signos de violencia

PRIMERO SOMOS NOSOTRAS

¿Controla tu manera de vestir?

- ¡No quiero que te pongas eso!
- ¡Así no vas a salir!
- Estás vestida muy provocativa, ¡tápate más!

“Las mujeres deben gustarse primero a sí misma y luego a terceros”
Coco Chanel

¿Temes expresar tu opinión libremente?

- No toma en cuenta tu opinión o ideas
- Siempre se hace lo que él quiere
- Nunca das tu opinión sincera sobre algo

“Me tomó bastante tiempo desarrollar una voz, y ahora que la tengo no voy a quedarme en silencio”
Madeleine Albright

¿Revisa tu celular y controla tus redes sociales?

- Bloquea a tus amigos o te obliga a bloquearlos
- Si decide por ti, sobre lo que debes publicar o no
- Te pide las claves de tus redes sociales

“Soy feliz conmigo misma y mi libertad”
Louisa May Alcott

¿Te has alejado de tus amistades por él?

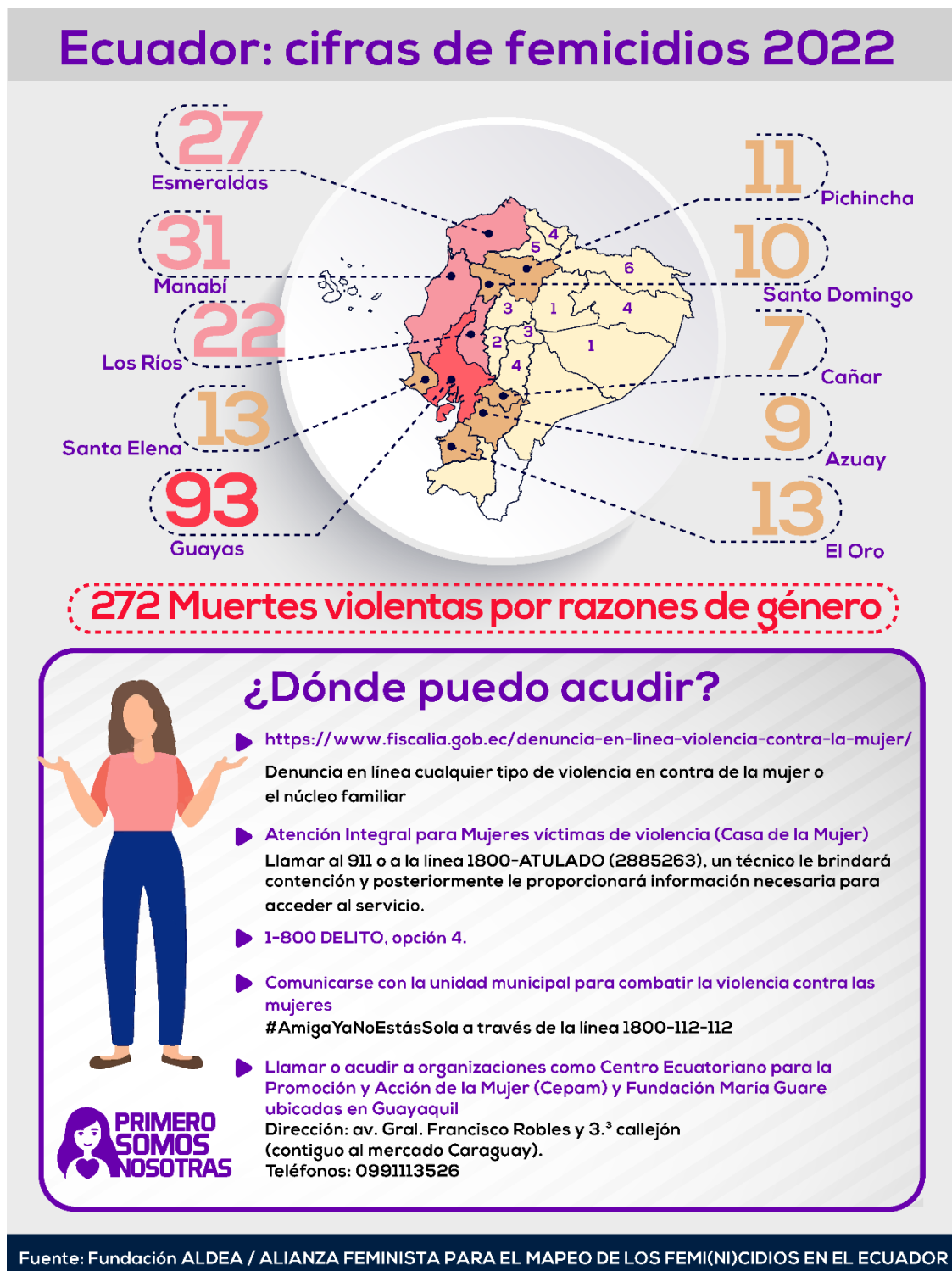
- Te obliga a cortar relaciones con amigos
- Le tienes que pedir permiso para salir con amigas
- Controla con quién hablas

“La pregunta no es quién me lo va a permitir, sino quién va a detenerme”
Ayn Rand

Fuente: Propuesta infográfica sobre prevención del femicidio

Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Figura 3.
 Infografía 2 – propuesta prevención del femicidio



Fuente: Propuesta infográfica sobre prevención del femicidio / Fundación ALDEA
Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

Figura 4.
 Infografía 3 – propuesta prevención del femicidio



Fuente: Propuesta infográfica sobre prevención del femicidio / Fundación ALDEA
Elaborado: Ing. Flores Quinde Josue Jonathan.

DISCUSIÓN

La infografía es una herramienta usada desde la creación de la escritura o formas tangibles de comunicar, y con la evolución de las herramientas tecnológicas se ha consolidado, la aparición de las redes sociales ha generalizado el uso de imágenes como elemento comunicativo, en tal sentido, esto es coherente con la inclinación actual de las audiencias por los medios virtuales, ya que según la población encuestada, el 79% manifestó elegir las plataformas digitales como las redes sociales para informarse.

Según el experto Tumbaco Villao, la infografía es una herramienta interactiva que busca que los datos sean más digeribles para los usuarios, sin embargo para el entrevistado Floreano Mendez el enfoque que una infografía debe estar direccionado más en la forma de lectura del usuario, ya que está es diferente de la lectura tradicional, generalmente sobre papel las personas tienden a leer en un sentido denominado “la zeta”, pero en las plataformas web las personas lo hacen en un sentido que forma una E o una F, esto es algo a tener en cuenta.

Otro ámbito en el que es utilizado esta herramienta visual es para prevenir y concientizar, las infografías son uno de los recursos más utilizados para transmitir mensajes, por sus propiedades pueden adaptarse a cualquier formato, para Floreano Mendez la efectividad depende del diseñador o infografo e indica “El análisis y el tiempo que toma hacer la infografía debe reflejarse en que cualquier persona vea y entienda inmediatamente de que trata la infografía, sino no funciona, la gente no lo ve, no comunica y no cumple su función”.

La experta Psicóloga consultada Cruz Mera afirma “los esfuerzos de una campaña preventiva con visualización serían excelentes enfocarla en la identificación de cuáles son los tipos de violencia, cuáles son las rutas que debo accionar y también en el trato digno a la persona, o en la no revictimización de una víctima de violencia y el trato sin prejuicios de las mismas”. Pese a esto, según los consultados en el sondeo a la población del Cristo del Consuelo, el 52% indico haber visto poco material infográfico relacionado al femicidio, por ello es necesario la implementación de campañas orientadas a educar sobre esto.

La infografía puede contribuir en la reducción de los tipos de violencia hacia la mujer los cuales podrían culminar en un caso de femicidio, con un enfoque preventivo se puede lograr esto con la concientización según los expertos entrevistados, de la misma forma piensa el 66% de la población del Cristo del Consuelo, la cual considera que este medio podría ayudarle a conocer más sobre la prevención, focalizando una campaña de infografías en el cero impacto antes que imágenes que generen impacto, esto según la psicóloga entrevistada.

CONCLUSIONES

- Las propiedades de la infografía facilitan la comprensión de contenido textual de forma sencilla e inmediata, explicando visualmente mediante gráficas o imágenes procesos complejos o temas relacionados a problemáticas sociales, culturales o de salud. Por ello resulta viable la utilización de esta técnica visual para la producción y difusión de contenido preventivo relacionado al femicidio, buscando concientizar y educar a las personas que habitan en el sector del Cristo del Consuelo del cantón Guayaquil.
- Existe un conocimiento moderado en lo que respecta a la infografía y se denominación en la población del sector Cristo del Consuelo de Guayaquil, esto según el 29% de los encuestados que aseguró desconocer el nombre con el cuál es llamada esta herramienta, sin embargo, un número mayor de prácticamente la mitad de los consultados indicó que las propiedades de la infografía le fueron de gran ayuda.
- La infografía tiene una importancia significativa en el propósito de reducir los índices de casos de femicidio, dada sus características como la posibilidad de simplificar información compleja o textual y la capacidad de representar ideas de forma gráfica. Según las personas consultadas, el 61% concuerda en que este tipo de herramienta ayudaría a concientizar, informar y prevenir los tipos de violencias de género que son proclives a concluir en femicidio.
- La infografía es una herramienta efectiva para transmitir mensajes claros y comprensibles sobre el femicidio y la forma de prevenirlo, el 66% de la población encuestada del sector Cristo del Consuelo asegura que esta herramienta le ayudaría en gran medida a comprender más sobre este tema.
- Uno de los hallazgos más relevante es que se determinó que el 52% de la población del sector Cristo del Consuelo manifestó que ha visto poco contenido visual relacionada al femicidio o la violencia de género, y cerca del 24% asegura que se deberían implementar medidas de prevención y concientización para aminorar los índices de femicidio.
- Se pudo evidenciar que las redes sociales son una plataforma ideal para la difusión de información visual preventiva relacionada al femicidio, debido a la cantidad de usuarios que las prefieren para mantenerse informado, esto con base al 79% de consultados que se inclinaron por los medios digitales para informarse.
- El contenido relacionado a la prevención del femicidio debe estar direccionado en buscar el cero impacto, y no el impacto en la audiencia, brindando datos visuales y

gráficos de las acciones a seguir por parte de las víctimas de violencia, así como los patrones que presentan los agresores.

RECOMENDACIONES

- Es necesario tener en cuenta a la comunicación visual como enfoque para contrarrestar el avance de las cifras de femicidio y violencia hacia la mujer en el país, direccionadas a través de herramientas como la infografía, la cual, gracias a sus cualidades como la simplificación, interactividad y capacidad de difusión, la posibilitan como un recurso efectivo para compartir información relacionada a esta problemática.
- Es importante sociabilizar información que resalte los beneficios que pueda brindar un poster infográfico, así como su correcta lectura, y así aumentar su capacidad informativa referente a un tema complejo y delicado como la prevención del femicidio. Esto permitirá un mayor rango de comprensión entre la audiencia a la cual estará dirigida la campaña.
- Es fundamental desarrollar campañas preventivas con base en la comunicación visual utilizando infografías referentes a la concientización, prevención y educación, las cuales usen las redes sociales como plataforma de divulgación. Según datos de la encuesta efectuada en el sector de Cristo del Consuelo, el 79% escogió los medios digitales y redes sociales como su principal medio para informarse.
- El tema central de las infografías debe estar enfocado en visualizar los mecanismos a seguir por las mujeres que se encuentran en estado de vulnerabilidad, asimismo deben centrarse en dar a conocer los tipos de indicios y patrones que los agresores para que las víctimas puedan evitar cualquier tipo de violencia.
- Se deben adaptar cada una de las infografías a distintos sectores y géneros, ya que cada uno de estos grupos tiene una necesidad en particular, es preciso establece el contenido direccionado a las mujeres proclives a este tipo de violencia, así como a las personas que son propensas a cometer este tipo de agresiones.

REFERENCIAS

- Arguello, S., Chiriboga, G., Peralta, A., Tupiza, A., Marcandalli, E., y Andrade, G. (2016). *Femicidio Análisis Penológico 2014 - 2015*. Fiscalía General del Estado. Quito: Dirección Nacional de Política Criminal.
<https://www.fiscalia.gob.ec/images/NuestrasPublicaciones/femicidiopc.pdf>
- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Enfoques Consulting Eirl.
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (Tercera Edición ed.). Ciudad de México, México: Grupo Editorial Patria.
- Bazán, M. (2022). *Aprender con pensamiento visual El uso de organizadores gráficos como estrategia para la enseñanza y el aprendizaje*. EDULP Editorial de la UNLP.
- Bernal, L., y Guzmán, Y. (2021). El impacto de las infografías en la retención de información por parte de estudiantes de psicología. *Revista Colombiana de Educación*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.17227/rce.num83-10700>
- Carabal, M., Esgueva, M., Moreno, E., y Santamarina, V. (2021). Infografías, comunicación visual y transferencia de contenidos en la universidad. *INNODOCT/21. International Conference on Innovation, Documentation and Education*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4995/INN2021.2021.13413>
- Castro, L., y Pérez, E. (2022). Análisis del femicidio en el Ecuador: Causas y efectos en la sociedad. *Revista CIENCIAMATRIA*, 289-300.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35381/cm.v8i2.710>
- Fraile, M., y Pazos, Á. (2022). *¿Cómo hacer una infografía científica?* Universidad Autónoma de Madrid.
https://www.uam.es/Derecho/documento/1446835442030/Co%CC%81mo%20hacer%20una%20Infografia_.pdf
- Función Judicial del Ecuador. (2022). *Infografía de Femicidios y Muertes Violentas de Mujeres*. Consejo de la Judicatura.
https://www.funcionjudicial.gob.ec/www/pdf/femicidios_infografia%2011-11-2022.pdf
- Fundación ALDEA. (2023). <http://www.fundacionaldea.org/>:
<http://www.fundacionaldea.org/noticias-aldea/mapa2022>

- García, A. (2021). Femicidio y sus causas. *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*.
http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_vem/article/view/21467
- Gobierno del Ecuador. (30 de noviembre de 2017). <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec>.
<https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/nuevas-upc-cristo-del-consuelo-1-y-trinitaria-1-beneficiaran-la-seguridad-de-mas-de-43-mil-guayaquilenos/#:~:text=La%20UPC%20Cristo%20del%20Consuelo,los%20%20millones%20de%20guayaquile%C3%B1os>.
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.
- Herrera, F. (2020). COVID y violencia de género en la cuarentena: Análisis de la prensa ecuatoriana. *#PerDebate*, 18-45.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/https://doi.org/10.18272/pd.v4i1.2016>
- Mendieta, L. (2022). Políticas públicas contra la violencia de género y los problemas para su implementación: Caso de análisis Guayaquil-Ecuador. *EHQUIDAD. Revista Internacional De Políticas De Bienestar Y Trabajo Social*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15257/ehquidad.2022.0008>
- Meza Castro, M. (2018). *El recurso de información y comunicación visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología*. (U. d. Rica, Ed.) e-Ciencias de la Información. <https://doi.org/https://doi.org/10.15517/eci.v8i2.29956>
- Monteiro, V., y Hidalgo, K. (2022). Epidemiología del femicidio y muertes violentas de mujeres en Ecuador: acercamiento al diagnóstico para una política criminal preventiva. En R. Arroyo, *El femicidio en Ecuador: un estudio interdisciplinario* (págs. 41-66). IAEN Universidad de Posgrado del Estado.
<https://editorial.iaen.edu.ec/wp-content/uploads/sites/12/2023/05/El-femicidio-en-Ecuador-un-estudio-interdisciplinario-.pdf>
- Morera Vidal, F. (2017). *Aproximación a la Infografía como Comunicación Efectiva*. Universitat Autònoma de Barcelona.
<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/457366/fjmv1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ONU MUJERES. (2023). *ONU MUJERES*. <https://www.unwomen.org/es>:
<https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/prevention#:~:text=La%20prevenci%C3%B3n%20es%20la%20%C3%BAnic>

a,enfrentan%20las%20mujeres%20a%20diario.

- Pérez Montoro, M. (2022). *Comunicación visual de la información: qué y cómo podemos narrar con datos*. Río de Janeiro, Brazil: Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT).
- Ponce, R., y Villanueva, J. (2019). Análisis de la Comunicación en la Campaña Informativa AYNES para Denunciar y Erradicar la Violencia de Género Contra la Mujer. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/10/aynes-violencia-mujer.html>
- Pulido, M., Salas, J., y Fernández, M. (2021). LA INFOGRAFÍA COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA. CONCURSO DE INFOGRAFÍAS: EL ESTUDIO Y LA PREVENCIÓN SOBRE COVID-19. *Revista de la Facultad de Medicina*. http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_fmmed/article/view/22775
- Ramírez, J., Alarcón, R., y Ortega, S. (2020). Violencia de género en Latinoamérica: Estrategias para su prevención y erradicación. *Revista de Ciencias Sociales*, 260-275. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/34662/36567>
- Ramon, R. (2019). Las narrativas visuales y audiovisuales de ficción y la educación artística identitaria. *European Journal of Child Development, Education and Psychopathology*, 5 - 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.30552/ejpad.v7i1.84>
- Riobello, M., y Bestratén, M. (2020). *Cómo generar mensajes preventivos eficaces*. Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo. Ministerio de Trabajo y Economía Social. <https://www.insst.es/documents/94886/566858/NTP+1141++C%C3%B3mo+generar+mensajes+preventivos+eficaces++A%C3%B1o+2020.pdf/b1a8b907-e2f0-4275-a8f2-d1322bd0df20?version=1.0&t=1614697912174>
- Rivera Salas, P. (2019). INFOGRAFÍAS DE SALUD PUBLICADAS POR ORGANIZACIONES Y AUTORIDADES SANITARIAS EN LA RED SOCIAL PINTEREST. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información RITI*, 92-100. <https://riti.es/index.php/riti/article/view/127>
- Rivera, P., y Navarro, M. (2021). Infografías para la difusión sobre el rol de la mujer: Pictoline, 2019. *PODIUM*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31095/podium.2021.40.9>
- Sachs-Hombach, K. (2022). EL PODER DE LA IMÁGENES. *Zeitschrift für Ästhetik und allgemeine Kunstwissenschaft*, 8 - 22. <https://doi.org/https://doi.org/10.46553/tab.19.2022.p8-22>

Valdovinos Rodríguez, S., y Martínez Moctezuma, A. (2022). Infografía y sus tres capas: una aproximación pedagógica para diseño gráfico. *UCEs.DG Enseñanza y Aprendizaje del diseño*, 54 - 69.

<https://publicacionescientificas.uces.edu.ar/index.php/disgraf/article/view/1310>

Valero, J., y Morera, F. (2019). La visualización infográfica: estudio de su efectividad en la interpretación de audiencias activas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1153-1170. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/esmp.64831>

Zuleta Sánchez, A. (2019). ANÁLISIS DEL FEMICIDIO: TIPIFICACIÓN Y REALIDADES EN EL ECUADOR. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 1-19.

<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/247/192>

APÉNDICES

Apéndice A. Guía de preguntas efectuadas en la encuesta



Universidad Estatal Península de Santa Elena
Instituto de Postgrado

Tema: Infografía Como Herramienta de Difusión de Contenido Preventivo del Femicidio

Objetivo: Recopilar datos sobre la infografía y uso en la difusión de contenido preventivo del femicidio

Maestrando: Flores Quinde Josue Jonathan

Tutor: Lic. Wagner Ortega Arcos Mgr.

Edad:

18-24 años	
25-34 años	
35-44 años	
45 años o más	

**Encuesta
Género:**

Masculino	
Femenino	

1. La infografía es una herramienta visual que utiliza imágenes, textos y gráficos de forma estructurada con el propósito de transmitir una idea resumida tal como se muestra en el ejemplo, con base a este concepto **¿Conocía usted que este tipo de herramienta visual se llama infografía?**

Si lo sabía	
No lo sabía	
Indiferente	

2. A diario se utiliza esta herramienta visual para informar ya sea en redes sociales o de forma física, entonces, conociendo o no que esta se denomina infografía (ejemplo mostrado) **¿Con que frecuencia ha visto una infografía, ya sea en redes sociales o de forma impresa?**

Mucho	
Poco	
Nada	
Indiferente	

3. Las infografías pueden ser difundidas por medios digitales (redes sociales, web) o mediante soportes impresos (prensa, carteles, afiches), por lo tanto **¿En cuál de estos dos medios preferiría usted informarse a través de una infografía?**

Medios impresos	
Medios digitales	
Indiferente	

4. ¿Qué medio de comunicación prefiere usted para informarse?

Medios impresos (periódicos, revistas)	
Medios digitales (redes sociales, página web)	
Televisión	
Radio	

5. ¿Ha encontrado alguna vez información visual o infográfica, ya sea en redes sociales o en otros medios acerca del femicidio o violencia de género?

Mucho	
Poco	
Nada	
Indiferente	

6. ¿Qué medida cree usted que se debería implementar para contrarrestar los índices de femicidios en el país?

Campañas de prevención y concientización	
Implementación de leyes más severas	
Medidas de protección a posibles víctimas	
Indiferente	

7. Se define al femicidio como el grado máximo de violencia hacia la mujer, entonces, en este sentido ¿en qué medida considera usted importante la utilización de la infografía para la prevención del femicidio?

Mucho	
Poco	
Nada	
Indiferente	

8. Los casos de femicidio en el Ecuador van en aumento en los últimos años, uno de los recursos utilizados para prevenir o informar acerca del femicidio es la infografía, las cuales se difunden a través de las redes sociales, por ello ¿Cuánto cree que la infografía podría ayudarle a comprender a usted sobre la prevención del femicidio?

Mucho	
Poco	
Nada	
Indiferente	

Apéndice B. Evidencia fotográfica de las encuestas efectuadas





Apéndice C. Transcripción de las entrevistas a expertos

Entrevista a la Psi. Cl. Laura Alejandra Cruz

Psicóloga Clínica del Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos Zona 8

Lamentablemente en los últimos años se ha observado un avance importante en las cifras de casos de femicidio, a pesar de que se han realizado campañas en contra de la violencia de género, entonces ¿Cuáles son los factores que contribuyen en el aumento de casos de femicidio en el Ecuador?

El fenómeno del femicidio en el Ecuador tiene su origen en todo lo que es la cultura machista y el patriarcado, que culturalmente se conoce que en mayor parte de Latinoamérica y en Ecuador se vive, de esta forma es donde se empiezan a originar estas relaciones de poder, donde una persona se considera por sobre la otra y puede infligir la violencia sobre la otra. Sabemos que la violencia va escalando y es lo que llega lastimosamente a lo que se conoce hoy en día como femicidio o el asesinato de la mujer por el hecho de ser mujer, es el contexto social en el que nos encontramos hoy en día en el Ecuador, que con este aumento de violencia tanto fuera de las calles como en los hogares se vuelve un justificativo para infligir la violencia. Entonces, falta de ingresos, el consumo de sustancias, todo esto que altera también el estado mental, es lo que culmina en que haya una violencia tan contundente que termina en femicidio.

El otro factor que podría indicar por qué estos casos siguen aumentando, es la falta de confianza en el sistema de justicia, y del personal policial, porque lastimosamente muchas mujeres que sufren de violencia y no denuncian porque no conocen o simplemente han tenido malas experiencias con el sistema judicial, entonces termina en esta cúspide de violencia.

Según datos oficiales, en Guayas se sitúan la mayor cantidad de femicidio y casos de violencia hacia la mujer, ¿Qué hace falta para que las medidas y acciones implementadas desde los organismos competentes evidencien un cambio significativo?

Desde que se creó la Ley Orgánica de Prevención y Erradicación de Violencia contra la Mujer en el 2017 si no me equivoco, se han llegado hacer ciertos avances, pero lastimosamente tuvimos la pandemia, se sabe que el aislamiento, el encierro genero muchos casos de violencias, porque muchas veces ya no había una escapatoria, ya que el núcleo familiar se encontraba dentro del hogar y se daban este tipo de violencia aumentando el tema de los femicidios.

Entonces desde la pandemia como que no hemos visto que está cambiando o que está reduciéndose, pero más que nada salen a la luz los casos en donde se consume un femicidio,

donde se llega a tener está noticia impactante de la muerte de una mujer, pero no se pone a la luz los casos de mujeres que han salido del círculo de la violencia, evitando su muerte, porque también es un tema de confidencialidad y de protección de estas mujeres sobrevivientes de violencia, porque no sabemos de lo que el agresor puede ser capaz. No buscamos revictimizarlas, si ha habido cambios, pero no se evidencia por el tema de la confidencialidad de la víctima, pero para que se vea un decrecimiento en los casos de femicidios es necesario el compromiso de los organismos y la articulación, para que el trabajo sea netamente integral, que en la atención de los casos de violencia de género se llegue a un real empoderamiento de la persona, de la víctima para que rompa ese ciclo de violencia, salga de ese círculo de violencia y no llegue a más, se necesita un trabajo de los agentes del orden, de la fiscalía, de la unidad judicial, de todas las instituciones que tienen como objetivo la erradicación y prevención de la violencia.

Necesitamos llegar a las comunidades, que esto llegue a los vecindarios, el tema de la erradicación o prevención de la violencia también se incluya en todos los pensum escolares, porque muchas veces es la falta de información al saber que estoy siendo violentada, lo cuál no permite a las mujeres ponerse a salvo. Es necesario es necesario esta articulación, este apoyo interinstitucional, pero más que nada el compromiso de las instituciones y del ecuatoriano, para lograr una equidad de género, para que no haya este tipo de creencias y relaciones de poder que origina esta violencia.

Los agresores presentan un patrón de comportamiento previo, muchas veces las víctimas por temor o dependencia emocional o económica no realizan la denuncia respectiva ¿Cuáles deberían ser según su criterio los puntos centrales de una campaña visual preventiva, con el propósito de ayudar a las víctimas de estos abusos?

Es muy importante que este tipo de campañas se enfoquen en dar a conocer las violencias normalizadas, muchas personas lo llaman micro violencias, pero no son violencias micro, ya que violencia es violencia, está normalizada porque la hemos considerado como normal, el hecho de que haya bromas hirientes, pellizcones, jalones de cabello con la excusa de que es de cariño o de broma, este tipo de acciones son violencia que están normalizadas. Entonces se deberían dar a conocer al público cuales son estas violencias normalizadas para que las mujeres, niños, niñas y adolescentes logren identificarlas y no las dejen pasar desapercibidas, si en algún momento reconocen que están siendo violentados que puedan sacarlo y comunicarlo y no vayan creyéndose como normales.

Es un enfoque mediante la información digital, o información visual, sobre estas violencias

normalizadas, y también que socialicen la ruta de atención frente a los casos de violencia, para que las personas que ya han sufrido violencia sepan a donde acudir, sepan con quien cuenta y cuáles son las instituciones que le puedan ofrecer los servicios y el apoyo, para poder salir de su ciclo de violencia.

Por último, sería ideal un tipo de socialización de testimonios anónimos de mujeres que han salido de la violencia y de esa forma incentivar a las mujeres que quizás aún siguen en estas relaciones tóxicas y violentas, para causar un reflexionar y saber que también pueden salir de ese círculo de violencia.

En la actualidad las redes sociales se han convertido en un medio referente de la comunicación ¿Qué opina del uso de las redes sociales o los medios visuales en campañas relacionadas a la prevención del femicidio?

Por lo que he podido observar se busca crear un impacto fuerte, con gráficas violentas o encabezadas exorbitantes, quizás estén mal estructuradas, porque buscan el impacto violento y no buscan el cero impacto, se quedan en el consejo, en el “amiga no te dejes”, falta más de contenido como del que hacer o la ruta que tomar, más que nada del empoderamiento de la mujer, pero no desde un punto de vista de “sale de un femicidio y empodérate”, sino de que sea algo permanente, de crear esta cultura de equidad del género, del empoderamiento de la mujer, de mostrarle las vías, las rutas y crear un apoyo social, no solamente mostrar una mujer asesinada o denunciar, son cosas que crean impacto pero al mismo tiempo solo se quedan en el impacto no van un poco más allá como: “esto puedes hacer” “si te reconoces como una víctima de violencia dirígete a este lugar”, “estos son los tipos de violencia, con cuales te identificas”, esto sería un poco más productivo y ayudaría mucho más a las campañas de prevención.

Las campañas preventivas resultan eficaces en áreas como la salud o para evitar catástrofes, sin embargo ¿Es necesaria una campaña preventiva utilizando herramientas visuales como la infografía, o se deberían enfocar esfuerzos en medidas direccionadas a leyes más severas?

No estaría de más mayor visualización con la prevención, es muy importante que se conozcan las rutas de actuación ante un acto de violencia, o que deberían hacer las mujeres en caso de que un hombre quiera ayudarla, a donde uno se podría dirigir. También si es un tema de visualización, se puede presentar cuales son los tipos de violencia, ya que las mujeres solo conocen tres, que son: psicológico, sexual y el físico porque son los más impactantes y frecuentes, pero en realidad son siete que están en la ley, y las mujeres no los conocen.

Yo he dado muchas capacitaciones y talleres desde distintas áreas sociales, espacios, mujeres

profesionales o mujeres de comunidades y no saben que hay 7 tipos de violencias.

Son la violencia económica, patrimonial, ginec obstetricia que involucra la parte médica, y la mala práctica médica de ciertos profesionales que vendrían a ser agresores, que se aprovechan de la necesidad de la mujer de recibir atención ginecológica durante el embarazo, se conocen casos, por ejemplo cuando hablo de esto con mujeres de comunidad, todas me comienzan a decir “es verdad” “a mí me paso” “a mi vecina le paso esto”, ahí recién empiezan a darse cuenta de que fueron violentadas, pero como no sabían, pensaba que era normal este trato del personal de salud.

Por ejemplo uno que es bastante fuerte y común, especialmente en las comunidades y cantones, que las mujeres al dar a luz, en lugar de solo estar el profesional y los asistentes que deben estar en un parto, ingresan los estudiantes de medicinas o los internos y eso se vuelve un show, más que nada no está consentido, no es que le preguntan si puede ingresar personal para fines académicos, lo cual si la mujer dice sí, no habría ningún problema, pero no se le hace está pregunta, esto sucede en espacio rurales del país y las mujeres no saben que pueden decir sí o no, o no sabe que se le está preguntando, porque en ese momento esa futura madre está pasando por estrés. No se sabe que estás faltas de profesionalismo es una violencia que se puede llegar a otras instancias y recurrir a la parte legal.

La socialización de todas estas violencias, como la violencia cibernética, que es la que se da por redes sociales y la violencia simbólica, que es más que nada el hecho de poner a la mujer como un objeto sexual en publicidades o periódicos lo cual se ha reducido bastante, pero seguimos encontrándolo. De estos siete tipos de violencias solo son tres los que están reconocidos por las mujeres, entonces es importante dar a conocer cuáles son los tipos de violencia, cuales son ejemplos de estos tipos de violencia, porque con los ejemplos es que las personas se empiezan a identificar y reconocer fácilmente.

Seguimos viendo necesario que haya un refuerzo en la calidad de atención que se brinda a las mujeres en todos los ámbitos, porque toda mujer necesita un trato digno como ser humano, que se evite la revictimización de esta persona, y que se la trate de la forma en que no caiga en prejuicios o juicios de valor.

Cuando una mujer decide salir de su ciclo de violencia, presentar una denuncia o pedir ayuda psicológica, nos han llegado caso de mujeres que nos dicen que las han tratado mal, le han emitido juicios de valor, por ejemplo un caso de una persona que le dijeron; “porque vienes con tu mamá a denunciar si tú ya eres adulta y puedes tomar las decisiones por ti misma” de una forma tan atacante que la chica en ese momento se sintió peor, después de haber sido víctima

de una violencia y que te traten así en una institución, las personas se desaniman de seguir poniendo las denuncias, o a veces se les ríen o las miran mal o si es una víctima de violación la juzgan, la mala costumbre de las personas de emitir comentarios que no son necesarios como: “porque te pusiste esa ropa” “pero porque saliste a esa hora”, lo que causa que la víctima empiece a sentir culpa, cuando sabemos que el único culpable en una violencia es el agresor mas no la víctima.

Entonces los esfuerzos de una campaña preventiva con visualización serían excelentes enfocarla en la identificación de cuáles son los tipos de violencia, cuáles son las rutas que debo accionar y también en el trato digno a la persona, o en la no revictimización de una víctima de violencia y el trato sin prejuicios de las mismas, serían muy importante para continuar esta lucha de prevención de violencia.

Entrevista al Ing. Andrés Tumbaco Villao

Post productor en Barcelona Sporting Club – Área de comunicación

La infografía ha sido una de las herramientas visuales que ha evolucionado a través de la historia de la comunicación, pasando de lo tradicional a lo digital, entonces ¿Qué se considera infografía hoy en día?

Es un medio que en cuanto a lo impreso a la vista debe ser interactivo, sea amigable, sea más digerible, por ejemplo, los textos bíblicos, en la iglesia protestante ponen panfletos que sean más bonitos para tener más adeptos, incluso para los niños, ahí se usa bastante infografía. En la información, en el periodismo; El Universo, diario El Comercio o El Expreso, ellos han hecho siempre infografía super buena, son especialista en eso, y siempre han destacado en eso, infografías de naturaleza o histórica, cuando vino el Papa Francisco hicieron infografías buenas. Hacen que la editorial que es puro texto sea más comercial, esa información se riega más.

¿Qué opina sobre la evolución de la infografía tradicional (soportes físicos) a la infografía digital (redes sociales)?

Justamente como lo mencione enante. El medio impreso sigue latente pero no con la misma fuerza de antes, no digamos que ese medio se ha muerto, mucha gente dice que ese medio ya se murió, digamos que ese medio evolucionó y se transformó al medio digital, donde la mayoría de la gente consumo la información, tanto jóvenes como niños. Por ejemplo, cuando fue la pandemia mucha gente consumía infografía en cuanto a prevención, ahora por la delincuencia

estoy seguro que debe haber infografías que debe estar rodando por Twitter, por Instagram, por Facebook, que unen la información junto con los gráficos y de esa manera sea más interactiva para la lectura. El medio digital y el internet ha hecho que esto evolucione y tanto la gente como el medio se adapte a esta nueva evolución que ha tenido la evolución.

Las personas dedican poco tiempo a informarse con contenido denso y textual, cada vez más con material visual y sintetizado ¿Cuál es la importancia de la infografía en la comunicación actual?

La importancia es aportar ese granito, o muchos granitos de arena, como lo vine citando, pones una editorial la gente no lo lee, pero si eso lo pasas al medio digital mediante una infografía, en una historia o un post a la gente se le puede quedar en la mente, o hacer un video infográfico que son post para pasar animaciones, que son como una diapositiva, pero más profesional, pero con la información justo y necesaria.

¿Cuán valioso considera que sería el aporte de la infografía en la prevención?

Para la prevención primero viene la concientización, la gente cuando es consciente de una mal, un daño o algo malo que está pasando en la sociedad, viene la prevención mediante gráficos e infografías que puedan llamar la atención de la gente, pueden ser como un pare, que nos diga que está pasando o esto no está bien; es una prevención.

Si está bien construido desde la investigación y todo eso se uno desde un comienzo, claro que sí, es una herramienta super buena, que puede ayudar a concientizar a la gente y que esto se le quede en la memoria.

Las características de esta herramienta la posicionan como una opción viable para transmitir mensajes concretos a muchos usuarios ¿Qué tan importante puede ser la infografía como herramienta para difundir contenido preventivo del femicidio?

Recordarles a las personas que es un mal que está latente, que no esta lejos, puede ser una vecina, una prima o una hermana la que este sufriendo esto, y que se le quede en la mente de las personas que no es algo lejano, lamentablemente es un mal que lo tenemos alrededor nuestro, ya sea en el vecindario o lamentablemente muchas personas en su familia.

La infografía puede ser una de tantas herramientas, y no una más importante que la otra, una herramienta que se complemente con todas, ya que se está tratando de mitigar este mal que tenemos presente ahora, y que va a tomar muchos años bajar las incidencias que tenemos en el país lamentablemente, mediante prevenciones para las escuelas o colegios, mediante redes sociales o propagandas.

Entrevista al Ing. Jimmy Alexi Floreano Méndez

Asesor gráfico GRANASA – Profesor Instituto Tecnológico Guayaquil

La infografía ha sido una de las herramientas visuales que ha evolucionado a través de la historia de la comunicación, pasando de lo tradicional a lo digital, entonces ¿Qué se considera infografía hoy en día?

Lo más importante para que una infografía funcione realmente es que tiene que explicarte el tema tal y como es, sin necesidad de tanto texto, la información se la puede acompañar e incluso puede omitirse si la infografía está bien elaborada, se debe condensar los hechos y saber específicamente cuales son los puntos más importantes para anotarlos y colocarlos mediante gráficos acompañados con una pequeña descripción en tu infografía.

Las personas son más visuales y por lo general cuando el texto es muy extenso, no lo lee, y si no se lee la información pues no está funcionando realmente, no está comunicando. Pero al acompañar esto con gráficos e iconografías es mucho más sencillo que entender, lo que nos toca a nosotros como diseñadores y como infografista es tratar de analizar y ver realmente el contenido, lo más importante para enseñárselo y que las personas desmenuzadas de esa manera, entiendan el tema que se está tratando.

¿Qué opina sobre la evolución de la infografía tradicional (soportes físicos) a la infografía digital (redes sociales)?

De por sí la infografía es una forma rápida de transmitir la información, ahora con los medios digitales, lo actual, que cargue rápido que se entienda de manera rápida. Tenemos una lectura diferente a como se da en físico, se debe de pensar también en esa parte, nosotros en la lectura en físico seguimos una forma, que por lo general se llama “la zeta” una lectura que se lee de izquierda a derecha y de arriba abajo, pero en digital la lectura es totalmente diferente, en digital la forma de como leen los usuarios por lo general es la forma de una E o una F, entonces tu sabiendo como los usuarios leen de esa manera, debes de colocar la información más importante en esos sitios para que el usuarios siga la lectura.

Lo digital de por sí amerita que sea algo rápido, la información debe de ser colocada de esa forma para que así mismo el lector la pueda entender de forma más rápida, en cuestiones de peso ya eso es adicional el formato en que se guarde el archivo para que cargue rápido en la página también, pareciera algo que no tiene importancia pero si no carga tu página, lo que va hacer el usuario es pasar a otra página, hay que tener cuidado en el formato en que uno guarda.

¿Cuál es la importancia de la infografía en la comunicación actual?

La rapidez más que todo, tal vez tome al que elabora le tome un tiempo, en el análisis, en buscar la información, no solamente con la que te pasen, tienes que buscar más información sobre el tema, pero debe de quedar lo más sencillo posible para que la gente lo entienda, y que de manera rápida lo vea y entienda de que se trata el tema y la importancia este.

El análisis y el tiempo que toma hacer la infografía debe reflejarse en que cualquier persona vea y entienda inmediatamente de que trata la infografía, sino no funciona, la gente no lo ve, no comunica y no cumple su función.

¿Cuán valioso considera que sería el aporte de la infografía en la prevención?

Lo que es rapidez y de fácil entendimiento, en el COVID se hicieron muchos carteles, pero esos carteles en forma educativa, se valió de la forma de la infografía para poder comunicar, el proceso por ejemplo: el lavado de manos, ósea se da el proceso de cuatro o cinco pasos en un cartel pero trabajados de forma infográfica, con un pequeño gráfico de la mano para que la gente sepa cómo hacer esa cuestión, el cuidado que debería tener no solo con el lavado de manos, sino también cubrirse el rostro con un mascarilla, es mucho más fácil que colocarle un listado de acciones que deben hacer sin ninguna imagen, como ya das la información mediante gráficos la gente lo entiende mucho más rápido y llega a una mayor población y se distribuye el mensaje de manera más rápida.

Las características de esta herramienta la posicionan como una opción viable para transmitir mensajes concretos a muchos usuarios ¿Qué tan importante puede ser la infografía como herramienta para difundir contenido preventivo del femicidio?

Eso tiene que ver con la cultura también, Latinoamérica es un poco machista, somos un poco machista, ahora se está dando campañas de esta manera, la infografía es una muy buena herramienta, poder poner por ejemplo; hace una año hicimos una pequeña campaña dentro de la institución (donde trabaja), y la llevamos por el dado de que se informe, si veías alguien que sufriera maltratos, si te enterabas de algo que informes también, por ejemplo es un proceso lo del femicidio, no es que directamente se llega al hecho del femicidio, sino que va a aumentando, comienza como un grito y termina en algo trágico, tratar de frenar eso a tiempo.

¿Qué es lo que se hace? Se elabora una infografía con un proceso, y se les indica que no dejen que pasen todos esos pasos, sino que cuando vea que va en ese proceso, lo detenga y sea capaz de denunciar y pedir ayuda de alguna persona.