



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

TESIS DOCTORAL

***FUNDAMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL
EN LA PRENSA ONLINE EN EL ECUADOR:
CASOS CONCRETOS: El Comercio, El
Universo y El Telégrafo***

AUTOR:

Ana Lucía Rivera Abarca

DIRIGIDO POR:

Dra. Margarita Cabrera

Marzo 2026

DEDICATORIA

*Dedicado a mi familia que han
sido mi apoyo incondicional en
todo este proceso,
principalmente a mi esposo que
día a día ha estado presente
para mí.*

*A Dios quien en su infinita
bondad me ha dado la salud y la
vida para lograrlo.*

AGRADECIMIENTO

*Mi agradecimiento especial a
Marga mi tutora de tesis, que con
su gran paciencia, cariño y
profesionalismo supo guiarme y
darme ánimos para poder
completar este trabajo de
investigación.*

*A mi esposo Hectitor que
siempre creyó en mí y en mis
capacidades, que ha estado
junto a mí en los días buenos y
no tan buenos, te amo.*

*A toda mi familia que han sido mi
refugio, mi fuerza y mi inspiración
para poder alcanzar este peldaño
más en mi vida profesional y
personal.*

RESUMEN

La transformación digital ha redefinido sustancialmente los procesos de producción, organización y consumo de la información periodística, imponiendo nuevos desafíos para el diseño editorial en entornos digitales. En este marco, la presente tesis doctoral se propone analizar la aplicación de los principios fundamentales del diseño editorial en la prensa online ecuatoriana, tomando como casos de estudio los diarios El Comercio, El Universo y El Telégrafo. La investigación se fundamenta en la premisa de que la adaptación al entorno digital no se limita a la incorporación tecnológica, sino que implica una reconfiguración estructural orientada a la coherencia visual, la usabilidad y la narrativa digital.

El objetivo general de la investigación consistió en examinar la integración de elementos como retícula, tipografía, color, jerarquía informativa, imagen y sistemas de navegación en las versiones digitales de los medios seleccionados, evaluando su impacto en la coherencia visual, la experiencia de usuario y su aporte a la narrativa informativa digital. Metodológicamente, se adoptó un enfoque descriptivo y comparativo con diseño mixto, combinando análisis de contenido, evaluación heurística de usabilidad y triangulación de resultados. Se implementaron instrumentos estructurados que permitieron valorar dimensiones de coherencia visual, legibilidad, navegabilidad y narrativa digital, complementados con criterios específicos para prensa online.

Los hallazgos demuestran que los tres periódicos mantienen principios editoriales tradicionales provenientes del formato impreso, aunque con distintos niveles de adaptación a la plataforma digital. El Universo exhibe un mayor grado de coherencia visual y madurez editorial digital; El Comercio presenta una adaptación intermedia, sustentada en una identidad consolidada pero con limitada innovación estructural; y El Telégrafo evidencia inconsistencias en la integración sistémica de los componentes visuales y funcionales. La comparación con tendencias internacionales confirma que la prensa ecuatoriana se encuentra en una etapa de transición, con avances significativos pero con brechas en innovación visual y optimización narrativa.

Las conclusiones validan la hipótesis de que la adaptación del diseño editorial digital en Ecuador es parcial, lo que impacta la claridad comunicativa y la experiencia del usuario. La investigación proporciona un marco conceptual y metodológico replicable, así como lineamientos estratégicos orientados a fortalecer la calidad, competitividad y sostenibilidad de la prensa digital ecuatoriana.

Palabras clave

Diseño editorial digital; prensa online; coherencia visual; usabilidad; narrativa digital; experiencia de usuario.

RESUM

La transformació digital ha redefinit substancialment els processos de producció, organització i consum de la informació periodística, imposant nous reptes per al disseny editorial en entorns digitals. En aquest marc, la present tesi doctoral té com a objectiu analitzar l'aplicació dels principis fonamentals del disseny editorial en la premsa online equatoriana, prenent com a casos d'estudi els diaris El Comercio, El Universo i El Telégrafo. La investigació es fonamenta en la premissa que l'adaptació a l'entorn digital no es limita a la incorporació tecnològica, sinó que implica una reconfiguració estructural orientada a la coherència visual, la usabilitat i la narrativa digital.

L'objectiu general consistí a examinar la integració d'elements com la retícula, la tipografia, el color, la jerarquia informativa, la imatge i els sistemes de navegació en les versions digitals dels mitjans seleccionats, avaluant el seu impacte en la coherència visual, l'experiència d'usuari i la seua contribució a la narrativa informativa digital. Metodològicament, s'adoptà un enfocament descriptiu i comparatiu amb disseny mixt, combinant anàlisi de contingut, avaluació heurística de la usabilitat i triangulació de resultats. S'implementaren instruments estructurats que permeteren valorar dimensions de coherència visual, llegibilitat, navegabilitat i narrativa digital, complementats amb criteris específics per a la premsa online.

Els resultats demostren que els tres periòdics mantenen principis editorials tradicionals procedents del format imprés, encara que amb diferents nivells d'adaptació a la plataforma digital. El Universo presenta un major grau de coherència visual i maduresa editorial digital; El Comercio mostra una adaptació intermèdia, sustentada en una identitat consolidada però amb limitada innovació estructural; i El Telégrafo evidencia inconsistències en la integració sistèmica dels components visuals i funcionals. La comparació amb tendències internacionals confirma que la premsa equatoriana es troba en una etapa de transició, amb avanços significatius però amb bretxes en innovació visual i optimització narrativa. Les conclusions validen la hipòtesi que l'adaptació del disseny editorial digital a l'Equador és parcial, la qual cosa afecta la claredat comunicativa i l'experiència de l'usuari. La investigació aporta un marc conceptual i metodològic replicable, així com directrius estratègiques orientades a reforçar la qualitat, competitivitat i sostenibilitat de la premsa digital equatoriana.

Paraules clau

Disseny editorial digital; premsa online; coherència visual; usabilitat; narrativa digital; experiència d'usuari.

ABSTRACT

Digital transformation has substantially redefined the processes of production, organization, and consumption of journalistic information, imposing new challenges for editorial design in digital environments. Within this framework, this doctoral thesis aims to analyze the application of the fundamental principles of editorial design in Ecuadorian online press, focusing on the case studies of El Comercio, El Universo, and El Telégrafo. The research is grounded in the premise that digital adaptation is not limited to technological incorporation, but rather involves a structural reconfiguration oriented toward visual coherence, usability, and digital storytelling.

The general objective of the research was to examine the integration of elements such as grid systems, typography, color, information hierarchy, imagery, and navigation systems in the digital versions of the selected media outlets, assessing their impact on visual coherence, user experience, and their contribution to digital news narratives. Methodologically, a descriptive and comparative approach with a mixed design was adopted, combining content analysis, heuristic usability evaluation, and triangulation of results. Structured instruments were implemented to assess dimensions of visual coherence, legibility, navigability, and digital narrative, complemented by specific criteria for online journalism.

The findings demonstrate that the three newspapers maintain traditional editorial principles inherited from print formats, although with different levels of adaptation to digital platforms. El Universo exhibits a higher degree of visual coherence and digital editorial maturity; El Comercio presents an intermediate adaptation supported by a consolidated identity but limited structural innovation; and El Telégrafo shows inconsistencies in the systemic integration of visual and functional components. Comparison with international trends confirms that Ecuadorian press is in a transitional stage, with significant progress but still facing gaps in visual innovation and narrative optimization.

The conclusions validate the hypothesis that digital editorial design adaptation in Ecuador remains partial, impacting communicative clarity and user experience. The research provides a replicable conceptual and methodological framework, as well as strategic guidelines aimed at strengthening the quality, competitiveness, and sustainability of Ecuadorian digital press.

Keywords

Digital editorial design; online press; visual coherence; usability; digital narrative; user experience.

ÍNDICE

Índice de Gráficos	11
Índice de Tablas	13
Índice de Fichas	14
Capítulo I. Planteamiento del problema y justificación del estudio	15
1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1.1. La pertinencia del tema	15
1.1.2. Antecedentes internacionales	16
1.1.3. Antecedentes nacionales	16
1.1.4. Vacíos y relevancia de la investigación	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.2.1. Problema central de investigación	21
1.2.2. Consecuencias prácticas y académicas	21
1.2.3. Delimitación empírica	21
1.3. OBJETIVOS	22
1.3.1. Objetivo general	22
1.3.2. Objetivos específicos	22
1.4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	23
1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	23
1.6. ALCANCE Y LIMITACIONES	24
1.6.1. Alcance	24
1.6.2. Limitaciones	24
1.7. ESTRUCTURA DE LA TESIS	25
Capítulo II. Marco teórico y conceptual	28
2.1. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL: TIPOGRAFÍA, RETÍCULA, COLOR E IMAGEN.	28
2.1.1. Tipografía	29
2.1.2. Retícula o <i>grid</i>	30
2.1.3. Color	31
2.1.4. Jerarquía	33
2.1.5. Imagen	35
2.2. EVOLUCIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL: DE LO IMPRESO A LO DIGITAL	36
2.3. NARRATIVAS DIGITALES EN EL PERIODISMO <i>ONLINE</i>	39

2.4.	USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD EN PRENSA DIGITAL: ESTÁNDARES INTERNACIONALES (WCAG 2.2)	40
2.5.	COMUNICACIÓN VISUAL Y DISEÑO COMO LENGUAJE	43
2.6.	MODELOS TEÓRICOS APLICABLES AL DISEÑO EDITORIAL DIGITAL	45
Capítulo III. Estado del arte		50
3.1.	ANTECEDENTES INTERNACIONALES SOBRE PRENSA DIGITAL Y DISEÑO EDITORIAL	50
3.1.1.	Tendencias en interactividad y navegabilidad	53
3.1.2.	Coherencia gráfica y narrativa visual	54
3.2.	INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS SOBRE DISEÑO EDITORIAL DIGITAL	55
3.3.	ANTECEDENTES EN ECUADOR: ESTUDIOS PREVIOS Y TESIS RELEVANTES	58
3.4.	VACÍOS DE INVESTIGACIÓN IDENTIFICADOS	62
3.5.	APORTE ESPERADO DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN	64
Capítulo IV. Metodología de la investigación		66
4.1.	ENFOQUE METODOLÓGICO	66
4.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	68
4.3.	DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL	69
4.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA	70
4.4.1.	Población	70
4.4.2.	Propuesta de frecuencia de análisis de <i>homepages</i>	71
4.4.3.	Muestra	73
4.5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	76
4.5.1.	Código de valores y escalas:	78
4.6.	INSTRUMENTOS POR FASES:	79
4.6.1.	Fase 1: Coherencia visual	79
4.6.2.	Fase 2: Análisis de la usabilidad	81
4.6.3.	Fase 3: Análisis del aporte a la narrativa informativa digital	86
4.6.4.	Fase 4: Síntesis Comparativa de Medios	88
4.7.	PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS	90
4.8.	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	92
Capítulo V. Análisis y resultados		93
5.1.	RESULTADOS DE LA FASE 1: COHERENCIA VISUAL	93
5.1.1.	Análisis de la dimensión Apariencia	96
5.1.2.	Análisis de la dimensión Identidad	97

5.1.3.	Análisis de la dimensión Posicionamiento	98
5.1.4.	Análisis de la dimensión Comunicación	100
5.1.5.	Resultados comparativos de coherencia visual	105
5.2.	RESULTADOS DE LA FASE 2: USABILIDAD (HEURÍSTICA DE NIELSEN)	108
5.2.1.	Visibilidad del estado del sistema	109
5.2.2.	Correspondencia entre el sistema y el mundo real	109
5.2.3.	Control y libertad del usuario	110
5.2.4.	Consistencia y estándares	111
5.2.5.	Prevención de errores	112
5.2.6.	Reconocimiento antes que recuerde	112
5.2.7.	Flexibilidad y eficiencia del uso	113
5.2.8.	Diseño estético y minimalista	114
5.2.9.	Reconocimiento y recuperación de errores	114
5.2.10.	Ayuda y documentación	115
5.2.11.	Resumen de puntuaciones	116
5.2.12.	Resultados comparativos de usabilidad	117
5.3.	RESULTADOS DE LA FASE 3: NARRATIVA DIGITAL	120
5.3.1.	Resultados comparativos de narrativa digital	132
5.4.	RESULTADOS DE LA FASE 4: TRIANGULACIÓN DE RESULTADOS	133
5.4.1.	Integración de coherencia visual, usabilidad y narrativa	134
5.4.2.	Perfil comparativo global	139
5.4.3.	Perfil digital del periódico El Comercio	140
5.4.4.	Perfil digital del periódico El Universo	141
5.4.5.	Perfil digital del periódico El Telégrafo	141
5.4.6.	Comparación transversal entre medios	142
5.4.7.	Evaluación global del desempeño editorial digital	143
5.5.	COMPARACIÓN CON TENDENCIAS INTERNACIONALES	143
5.6.	APORTES PRÁCTICOS PARA LA PRENSA DIGITAL ECUATORIANA	148
5.6.1.	Justificación metodológica del Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital	153
Capítulo VI.	Conclusiones y recomendaciones	154
6.1.	CONCLUSIONES GENERALES	155
6.2.	CONFIRMACIÓN O RECHAZO DE HIPÓTESIS	157
6.3.	RESPUESTA A LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	158
6.4.	LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	161

6.5. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	162
<i>Bibliografía</i>	164
ANEXOS	177

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Ilustración esquemática de las catorce combinaciones de colores utilizadas en este estudio.....	33
Gráfico 2: Homepage del diario El Comercio del 10 de diciembre de 2025	95
Gráfico 3: Homepage del diario El Universo del 10 de diciembre de 2025	95
Gráfico 4: Homepage del diario El Telégrafo del 10 de diciembre de 2025	96
Gráfico 5: Comparativo de la dimensión Apariencia de El Comercio, El Universo y El Telégrafo.....	97
Gráfico 6: Comparativo de la dimensión Identidad de El Comercio, El Universo y El Telégrafo.....	98
Gráfico 7: Comparativo de la dimensión Posicionamiento de El Comercio, El Universo y El Telégrafo.....	99
Gráfico 8: Comparativo de la dimensión Comunicación de El Comercio, El Universo y El Telégrafo.....	101
Gráfico 9: Captura de la ficha de Google Forms – Evaluación Heurística de usabilidad	108
Gráfico 10: Visibilidad del estado del sistema	109
Gráfico 11: Correspondencia entre el sistema y el mundo real.....	110
Gráfico 12: Control y libertad del usuario	110
Gráfico 13: Consistencia y estándares	111
Gráfico 14: Prevención de errores.....	112
Gráfico 15: Reconocimiento antes que recuerde	113
Gráfico 16: Flexibilidad y eficiencia del uso.....	113
Gráfico 17: Diseño estético y minimalista.....	114
Gráfico 18: Reconocimiento y recuperación de errores	114
Gráfico 19: Ayuda y documentación.....	115
Gráfico 20: Narrativa digital	132
Gráfico 21: Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital (Pág. 1/3).....	150
Gráfico 22: Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital (Pág. 2/3).....	151

Gráfico 23: Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital (Pág. 3/3).....	152
---	-----

Índice de Tablas

Tabla 1_ Análisis de vacíos de investigación identificados en estudios desarrollados en Latinoamérica y Ecuador, desde el 2022 al 2025.	63
Tabla 2: Frecuencia de análisis de homepages de 6 meses	72
Tabla 3: Calendario de selección de FrontPage	72
Tabla 4: Ficha técnica de la muestra	74
Tabla 5: Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	77
Tabla 6: Escala ordinal 1–5	79
Tabla 7: Niveles de severidad	84
Tabla 8: Escala de interpretación	85
Tabla 9: Escala de valoración narrativa	88
Tabla 10: Enlaces de Web Archive por cada medio y mes analizado.	93
Tabla 11: Tabla de Análisis de resultados de la coherencia visual del diario El Comercio.....	101
Tabla 12: Tabla de Análisis de resultados de la coherencia visual del diario El Universo.....	102
Tabla 13: Tabla de Análisis de resultados de la coherencia visual del diario El Telégrafo.....	103
Tabla 14: Tabla de medias mensuales por parámetro (sobre 5)	106
Tabla 15: Resultados comparativos de coherencia visual	107
Tabla 16: Resumen de puntuación de El Comercio.....	116
Tabla 17: Resumen de puntuación de El Universo.....	116
Tabla 18: Resumen de puntuación de El Telégrafo.....	117
Tabla 19: Resultados comparativos de usabilidad promedio global de los tres diarios	119
Tabla 20: Promedio de los criterios complementarios	120
Tabla 21: Triangulación.....	138

Índice de Fichas

Ficha 1: Coherencia visual (Diseño Editorial y consistencia gráfica).....	79
Ficha 2: Análisis de la usabilidad (experiencia del usuario en prensa digital)	81
Ficha 3: Criterios complementarios.....	85
Ficha 4: Análisis del aporte a la narrativa informativa digital	86
Ficha 5: Síntesis Comparativa de Medios.....	88
Ficha 6: Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática – El Comercio....	121
Ficha 7: Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática – El Universo.....	124
Ficha 8: Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática – El Telégrafo....	128
Ficha 9: Síntesis Comparativa de Medios – El Comercio	134
Ficha 10: Síntesis Comparativa de Medios – El Universo	135
Ficha 11: Síntesis Comparativa de Medios – El Telégrafo	136

CAPÍTULO I

Planteamiento del problema y justificación del estudio

Capítulo I. Planteamiento del problema y justificación del estudio

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. La pertinencia del tema

El ecosistema mediático contemporáneo se encuentra en una transición acelerada hacia entornos digitales, donde la tecnología no solo transforma los soportes, sino que redefine los procesos editoriales y comunicativos. La prensa digital se ha consolidado como el principal espacio de difusión y consumo de noticias, generando nuevos desafíos vinculados a la presentación visual, la experiencia de usuario (UX) y la usabilidad. Como advierte Scolari (2022) la comunicación digital implica la reconfiguración de las narrativas, los lenguajes visuales y los modos de interacción con el público, más allá de una mera migración tecnológica.

En este contexto, resulta pertinente analizar cómo los tres periódicos de mayor tradición y alcance en Ecuador —*El Comercio*, *El Universo* y *El Telégrafo*— han gestionado la transición de sus estructuras de diseño editorial desde lo impreso hacia lo digital, incorporando (o no) principios de retícula, tipografía, color, jerarquía y navegación adaptados a los nuevos lenguajes visuales digitales.

La presente investigación se fundamenta en la imperiosa necesidad de abordar las lagunas existentes en el ámbito del diseño editorial digital, particularmente en su interrelación con la usabilidad, la coherencia visual y la narrativa informativa en contextos latinoamericanos. A pesar del significativo avance tecnológico y la consolidación de los medios digitales como plataformas de comunicación predominantes, persiste la notable ausencia de protocolos comparables y replicables que permitan una medición sistemática y rigurosa de la interactividad, la navegabilidad y la coherencia gráfica en el diseño editorial digital. Los estudios actuales, en su mayoría, se centran en descripciones generales o en auditorías parciales del diseño, sin integrar métricas de accesibilidad ni realizar un análisis

exhaustivo de la experiencia de usuario. Asimismo, se evidencia una considerable brecha entre las decisiones de diseño y las métricas de comportamiento digital, lo que limita significativamente la comprensión del impacto visual en la navegación y la retención del lector. Este trabajo de investigación busca contribuir al desarrollo de instrumentos metodológicos aplicables y contextualizados, que permitan fortalecer y optimizar la evaluación del diseño editorial digital en Ecuador, dicha información se detallará en el capítulo III en una tabla de análisis de vacíos de investigación identificados en estudios desarrollados en Latinoamérica y Ecuador.

1.1.2. Antecedentes internacionales

A nivel internacional, la literatura especializada en diseño editorial digital ha enfatizado la necesidad de comprender al diseño como un lenguaje visual autónomo que organiza jerarquías, ritmos y densidades informativas (Subiela Hernández, 2010). En esta misma línea, estudios recientes sobre narrativas transmedia y diseño digital destacan la importancia de incorporar categorías como hipertextualidad, interactividad y no-linealidad en los procesos de edición periodística (Henao Mesa, 2022). Asimismo, trabajos contemporáneos sobre periodismo visual y diseño de experiencia subrayan que la efectividad comunicativa de los medios digitales está determinada por la claridad jerárquica, la navegabilidad y la coherencia tipográfica (Aitamurto et al., 2023; Lupton, 2024).

Estos estudios conforman un marco teórico que reconoce al diseño editorial no como un mero recurso técnico, sino como un sistema estructural de mediación entre el contenido informativo y la experiencia del usuario digital.

1.1.3. Antecedentes nacionales

En Ecuador, los estudios sobre prensa digital han abordado principalmente aspectos comunicacionales y periodísticos, dejando en segundo plano el análisis formal del diseño editorial. Entre las investigaciones más relevantes, se destacan los trabajos de Arroyo León (2022), Troya Velez (2022), Anilema Camacho (2022), Balcazar Choez (2022) que desde la docencia y la investigación formativa han explorado temas de diagramación, experiencia del lector y estructuración visual en medios

digitales. Aunque de carácter exploratorio, estos aportes constituyen antecedentes valiosos que evidencian tanto avances como vacíos metodológicos y conceptuales. De manera más específica, el estudio de Rivera Abarca et al. (2021) sobre la evolución gráfica de *El Comercio* en un periodo de 110 años demuestra la importancia de la retícula, la tipografía y la composición como ejes de continuidad y cambio en la prensa ecuatoriana. Asimismo, Vicente Vicente (2023) en su análisis sobre la transición digital de *El Comercio*, concluye que la digitalización ha priorizado la adopción tecnológica y la diversificación de plataformas, pero no ha supuesto una transformación profunda en los fundamentos visuales del diseño editorial.

Estos antecedentes confirman que la migración del papel al entorno digital en Ecuador no ha venido acompañada de una reflexión sistemática sobre diseño editorial digital, lo que justifica la necesidad de esta investigación doctoral.

1.1.4. Vacíos y relevancia de la investigación

Aunque se reconoce que los principales diarios ecuatorianos han avanzado en la digitalización de sus contenidos, persisten interrogantes en torno a:

- La consistencia tipográfica y jerárquica en los diferentes dispositivos.
- La adecuación de las retículas y sistemas visuales a las lógicas digitales.
- La incorporación de criterios de usabilidad y accesibilidad en el diseño editorial.
- El impacto de estas decisiones formales en la experiencia de usuario y en la eficacia comunicativa.

Por tanto, este estudio busca llenar un vacío en la investigación en comunicación visual en Latinoamérica, ofreciendo un análisis sistemático y comparativo sobre la aplicación de los fundamentos del diseño editorial en la prensa digital ecuatoriana. Sus resultados aspiran a:

1. Generar un marco metodológico aplicable para evaluar el diseño editorial digital en medios de comunicación.
2. Aportar directrices prácticas para mejorar la calidad visual y funcional de las plataformas informativas.
3. Contribuir al fortalecimiento académico del campo del diseño editorial digital como un eje estratégico de la comunicación contemporánea.

En un mundo donde la apariencia, la claridad y la facilidad de uso son clave para que un mensaje sea efectivo, es importante y necesario explorar los principios del diseño editorial en los principales medios digitales de Ecuador. Esta investigación doctoral aborda esa necesidad al combinar información local e internacional para ofrecer un análisis completo. Así, podemos entender cómo se presenta hoy la prensa digital en Ecuador y cuáles son los desafíos futuros para su lenguaje visual.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según Friedrichsen & Kamalipour (2017), la transformación digital de los periódicos se consolidó progresivamente desde principios del siglo XXI, marcando un punto de inflexión en la manera en que los medios de comunicación migraron de las ediciones impresas hacia plataformas digitales y aplicaciones móviles. Este proceso se caracterizó por la convergencia tecnológica y la reestructuración de los modelos de negocio periodístico.

La migración de la prensa hacia entornos digitales ha supuesto un giro estructural en el periodismo contemporáneo. Según Geng (2024), la transición de las páginas impresas a las pantallas y aplicaciones representa un proceso de reconversión impulsado por la inmediatez informativa y la necesidad de llegar al lector en tiempo real. Los periódicos tradicionales, anteriormente sujetos a los tiempos de impresión, han adoptado plataformas digitales donde el contenido se actualiza continuamente y se adapta a múltiples dispositivos. Esta transformación no solo incorpora nuevas tecnologías, sino también una redefinición de los modelos editoriales y de negocio, centrados en la interacción y la convergencia multimedia que caracterizan a la comunicación periodística actual.

Esto ha llevado a una reevaluación de los principios básicos del diseño editorial, como la estructura, la jerarquía, la tipografía, el color, las imágenes y el ritmo de lectura, todo esto en armonía con la experiencia del usuario, la adaptabilidad a diferentes dispositivos, las métricas de audiencia y la accesibilidad. Este cambio no

solo se trata de estética; también afecta cómo se crean y se consumen las noticias en un mundo lleno de información y con un creciente uso de dispositivos móviles. Estudios internacionales destacan que la experiencia del usuario y el diseño de las portadas juegan un papel importante en captar la atención, facilitar el aprendizaje y mejorar la navegación. Así, cambios en la organización de la información, la cantidad de elementos visuales y las señales de importancia pueden influir en cómo los lectores se involucran y entienden las noticias (Aitamurto et al., 2023).

A la vez, la transformación digital del consumo periodístico ha consolidado la dependencia de métricas (clics, tiempo de permanencia, *scroll depth*) para decidir jerarquías, formatos y disposición gráfica, con tensiones entre criterios editoriales clásicos y decisiones “*metric-driven*”. Estudios recientes muestran que estas métricas reconfiguran valores-noticia, prioridades de edición, e incluso la forma de titular y empaquetar visualmente la información (Zhang, 2024).

La accesibilidad se ha convertido en un estándar que muchos siguen, como las directrices WCAG 2.2 de 2024. La accesibilidad web busca eliminar las barreras digitales para que todas las personas puedan navegar, interactuar y comprender el contenido en línea en igualdad de condiciones, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales o cognitivas o las circunstancias del entorno, como la iluminación o la velocidad de conexión. Garantizar la accesibilidad no solo beneficia a las personas con discapacidad, sino que también mejora la experiencia de uso para toda la población y amplía el alcance y la eficacia de los contenidos digitales. Estas pautas nos ayudan a asegurarnos de que el texto sea fácil de leer, con un tamaño de letra adecuado, buen contraste, un enfoque claro y opciones para interactuar de manera táctil, además de facilitar la navegación. Cumplir con estas normas mejora la legibilidad, la organización de la información y el ritmo de lectura en dispositivos móviles. Aunque es importante, no todos los medios de noticias están adoptando estas prácticas de manera uniforme (W3C, 2024).

En Ecuador, la transición hacia lo digital ha avanzado rápidamente, aunque de manera desigual. Estudios locales recientes están explorando cambios en las historias y estrategias que se utilizan en diferentes plataformas, y ya se están viendo

análisis detallados sobre cómo se diseña y organiza la prensa, tanto impresa como en línea. Sin embargo, todavía necesitamos más investigaciones que comparen y analicen de manera sistemática: (1) cómo se aplican los principios de diseño editorial en el mundo digital; (2) cómo se mantiene la coherencia en el estilo y la jerarquía del texto en diferentes dispositivos; y (3) cómo estas decisiones de diseño afectan la usabilidad que perciben los usuarios y las métricas básicas de interacción.(Aguirre Mayorga, 2024)

Los tres diarios El Comercio, El Universo y El Telégrafo son verdaderos referentes en términos de alcance, historia e influencia en la sociedad. A pesar de ser tan importantes, hasta la fecha no hay un estudio que combine diferentes enfoques para analizar sus ediciones en línea de manera sistemática. Este estudio podría explorar aspectos como el diseño editorial, las retículas y módulos, los sistemas tipográficos (incluyendo familias, tamaños, escalas y consistencia), el uso del color, el tratamiento de imágenes y datos, la jerarquía de la portada, los patrones de navegación, la responsividad (para *desktop*, tablet y móvil) y la accesibilidad, tanto declarada como observable. Al mismo tiempo, las tendencias globales, como los rediseños *mobile-first* en periódicos internacionales y la reorganización de las *homepages* para reducir la sobrecarga, nos muestran que el diseño es una estrategia editorial clave, no solo un detalle decorativo (Guardian, 2025)

Este vacío es importante tanto para la comunicación, donde afecta la eficacia del mensaje y la credibilidad percibida, como para el diseño, que se enfrenta al desafío de adaptar principios clásicos a entornos responsivos y mediatizados por métricas. La formación y la práctica profesional necesitan marcos e indicadores claros que permitan evaluar la calidad editorial digital con criterios comparables y actuales. En nuestra región, los análisis de viabilidad y sostenibilidad de los medios nativos y tradicionales resaltan que la interfaz y la experiencia visual se cruzan con modelos de negocio como suscripciones, membresías y publicidad programática. Esto subraya la importancia de estudiar el diseño como un factor crítico (Monedero-Morales, 2025).

1.2.1. Problema central de investigación

Aunque el diseño es clave en cómo se presentan las noticias en línea, no se sabe exactamente cómo se aplican y adaptan los principios del diseño editorial en las versiones digitales de El Comercio, El Universo y El Telégrafo. ¿Cuáles son las diferencias en aspectos como tipografía, retícula, color, jerarquización, visualización y accesibilidad? Además, ¿cómo se relacionan estas decisiones de diseño con la experiencia del usuario y las señales básicas de interacción, como el tiempo estimado de lectura, la profundidad de *scroll* y la visibilidad de la jerarquía? La falta de un marco comparativo, actualizado y con métricas verificables limita tanto la evaluación académica como la mejora de los estándares profesionales en el país (Aitamurto et al., 2023).

1.2.2. Consecuencias prácticas y académicas

Sin una evaluación cuidadosa, los medios pueden enfrentar problemas como errores tipográficos, jerarquías confusas, baja accesibilidad y diseños que no se adaptan bien a diferentes dispositivos. Esto puede hacer que las audiencias tengan dificultades para entender y confiar en el contenido. En el ámbito académico, la falta de herramientas específicas para analizar la prensa *online* en Ecuador hace que sea complicado comparar los resultados a lo largo del tiempo y entre diferentes regiones. Además, los informes globales sobre el consumo digital muestran que las personas están prefiriendo experiencias simples, rápidas y personalizadas, ya sea en sus móviles, a través del audio o con un enfoque visual. Por eso, es importante que el diseño, la narrativa y el producto estén bien alineados para satisfacer estas expectativas (Reuters Institute, 2025).

1.2.3. Delimitación empírica

Este estudio va a usar un enfoque mixto para evaluar el diseño y la experiencia de usuario. Primero, vamos a analizar visualmente el contenido y la interfaz. Esto incluye hacer una auditoría heurística de diseño y accesibilidad siguiendo las pautas WCAG 2.2, y revisar aspectos como la retícula, jerarquía, tipografía, imágenes, navegación y responsividad. Luego, vamos a medir la experiencia de uso con

usuarios reales. Para esto, realizaremos pruebas moderadas de tareas, usaremos encuestas abreviadas como SUS/UEQ.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Examinar cómo se aplican los principios del diseño editorial en la prensa digital ecuatoriana mediante el análisis comparativo de los sitios web de los tres periódicos principales; El Comercio, El Universo y El Telégrafo para evaluar su coherencia visual, su usabilidad y su aporte a la narrativa informativa digital.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar la aplicación de los fundamentos del diseño editorial (retícula, tipografía, color, jerarquía informativa, imagen y navegación) en los periódicos digitales seleccionados, mediante indicadores de estructura visual, consistencia tipográfica, uso del color, organización de contenidos y claridad de navegación.
- Comparar las similitudes y diferencias en el diseño editorial digital de *El Comercio*, *El Universo* y *El Telégrafo*, a partir de indicadores de coherencia visual, consistencia estructural, integración de elementos gráficos, organización informativa y patrones de navegación.
- Evaluar la coherencia visual, la legibilidad y la usabilidad de los medios digitales analizados desde la perspectiva de la experiencia de usuario, utilizando indicadores como contraste tipográfico, escaneabilidad del contenido, jerarquía visual, facilidad de navegación, accesibilidad visual y tiempos de carga.

- Contrastar los hallazgos obtenidos en el contexto ecuatoriano con estudios y prácticas internacionales en diseño editorial digital, considerando indicadores como nivel de innovación visual, adaptabilidad a dispositivos, integración de narrativa multimedia y estándares de usabilidad reconocidos.
- Proponer lineamientos conceptuales y prácticos para fortalecer la calidad del diseño editorial en la prensa digital ecuatoriana, basados en los resultados obtenidos y orientados a la mejora de indicadores como coherencia visual, experiencia de usuario, eficiencia comunicativa y optimización de la narrativa digital.

1.4. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

Hipótesis general: La prensa *online* ecuatoriana presenta una adaptación parcial de los fundamentos del diseño editorial actual, conservando estructuras heredadas del formato impreso que limitan la eficacia comunicativa, la usabilidad y la innovación visual en entornos digitales.

1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cómo se aplican los fundamentos del diseño editorial (retícula, tipografía, color, jerarquía informativa, imagen y navegación) en las versiones digitales de *El Comercio*, *El Universo* y *El Telégrafo*?
- ¿Qué diferencias y similitudes se observan en el diseño editorial digital de estos tres periódicos ecuatorianos en cuanto a coherencia visual, usabilidad y experiencia de usuario?
- ¿En qué medida las decisiones de diseño editorial digital influyen en la percepción de calidad, legibilidad y funcionalidad de la prensa *online* en Ecuador?
- ¿Qué vacíos o limitaciones existen en la adaptación del diseño editorial de la prensa impresa al formato digital en el contexto ecuatoriano?

- ¿Cómo se comparan las prácticas de diseño editorial digital de la prensa ecuatoriana con referentes internacionales en términos de innovación, accesibilidad y eficacia comunicativa?

1.6. ALCANCE Y LIMITACIONES

El presente estudio se propone analizar los principios fundamentales del diseño editorial digital implementados en los tres principales periódicos ecuatorianos: El Comercio, El Universo y El Telégrafo, en la segunda mitad del año 2025. La investigación tiene como objetivo identificar patrones de coherencia gráfica, navegabilidad, interactividad y narrativa visual que definen sus versiones digitales, contribuyendo así con criterios teóricos y metodológicos al ámbito del diseño y la comunicación. Cabe destacar que la investigación enfrenta limitaciones inherentes al acceso restringido a ciertos datos internos de los medios y a la constante evolución de sus plataformas digitales. A pesar de estas limitaciones, los resultados obtenidos proporcionarán una aproximación representativa y actualizada del estado del diseño editorial en la prensa digital ecuatoriana.

1.6.1. Alcance

- El estudio abordará de manera sistemática los fundamentos del diseño editorial digital en la prensa ecuatoriana, considerando tanto el análisis estructural de las interfaces como la percepción del usuario.
- El enfoque será mixto (cualitativo y cuantitativo): análisis de contenido visual y heurístico de diseño (cualitativo) y aplicación de instrumentos de evaluación de experiencia de usuario (cuantitativo).
- Se espera generar un marco metodológico replicable para otros estudios de diseño editorial digital en Latinoamérica.

1.6.2. Limitaciones

- El análisis se restringirá a los tres periódicos seleccionados, lo que no permite generalizar los hallazgos a todo el ecosistema mediático ecuatoriano.

- La disponibilidad de archivos digitales y posibles rediseños de las plataformas durante el periodo de estudio pueden afectar la continuidad del análisis longitudinal.
- El estudio no aborda en profundidad las dimensiones económicas o de sostenibilidad de los medios digitales, sino que se focaliza en el diseño editorial como categoría central.

Este estudio explora la aplicación de los principios del diseño editorial en las versiones digitales de los periódicos El Comercio, El Universo y El Telégrafo. Primero, describe los elementos gráficos y editoriales que organizan la información en estos tres medios importantes de Ecuador. Luego, compara las similitudes y diferencias en cómo usan retículas, tipografías, jerarquías de información, paletas de colores, imágenes y sistemas de navegación. Finalmente, trata de entender cómo las decisiones de diseño editorial digital afectan la experiencia del usuario, considerando aspectos como la legibilidad, la coherencia visual, la accesibilidad y la satisfacción con la comunicación. En resumen, este estudio no solo busca documentar el estado actual del diseño editorial en la prensa digital ecuatoriana, sino también ofrecer un marco de referencia que pueda ayudar a mejorar la práctica profesional y académica en este campo.

1.7. ESTRUCTURA DE LA TESIS

Esta investigación se divide en tres partes: introducción, estado del arte, resultados y conclusiones. Cada uno de los capítulos tiene una finalidad que se detallan a continuación.

La primera parte de este trabajo es la introducción, y su objetivo es dar una idea clara del contexto en el que se desarrolla la investigación. Se quiere que se entienda el problema principal que impulsa a estudiar este tema y por qué es importante tanto académica como socialmente analizar los fundamentos del diseño editorial en la prensa digital de Ecuador. Se va a formular las preguntas de investigación de manera clara, definir los objetivos generales y específicos, establecer las hipótesis

de trabajo y detallar las delimitaciones, alcances y limitaciones del estudio. Con todo esto, se asientan las bases conceptuales y justifica por qué este tema es relevante, especialmente considerando las transformaciones que está viviendo el periodismo en el mundo digital.

La segunda parte se centra en el desarrollo del estado del arte, el marco teórico con el objetivo de planificar los conceptos, las teorías de investigación y la literatura existente sobre los ámbitos de la investigación. Esta parte comprende tres capítulos:

Capítulo 2: El propósito de este capítulo es desarrollar el sustento teórico de la investigación mediante la revisión y explicación de los conceptos fundamentales que guían el análisis. Se abordarán los principios clásicos del diseño editorial: retícula, tipografía, color, jerarquía visual, imagen y navegación, y su resignificación en el contexto digital, así como las teorías de comunicación visual, narrativa digital, usabilidad y accesibilidad. El objetivo es proporcionar un marco conceptual sólido que permita interpretar los hallazgos y articular el diseño editorial con la experiencia de usuario en los entornos digitales contemporáneos.

Capítulo 3: Este capítulo tiene como finalidad presentar los antecedentes de investigación más relevantes, tanto a nivel internacional como nacional, relacionados con el diseño editorial digital en la prensa. Se revisan estudios previos en países como España, Estados Unidos, Reino Unido, Brasil e India, que analizan aspectos como interactividad, navegabilidad y coherencia gráfica, así como investigaciones realizadas en Ecuador sobre la transición de la prensa impresa al entorno digital. El objetivo es identificar vacíos de conocimiento, contrastar tendencias y justificar el aporte de la presente tesis al campo del diseño editorial digital en América Latina y en concreto en Ecuador.

Capítulo 4: El objetivo de este capítulo es describir con precisión el enfoque metodológico adoptado y las estrategias implementadas para alcanzar los objetivos planteados. Se define el tipo y nivel de investigación, el diseño metodológico, la población y la muestra, y se presentan las técnicas e instrumentos de recolección de datos, entre los que se encuentran fichas de observación, listas de verificación

de accesibilidad, encuestas a usuarios y pruebas de usabilidad. Asimismo, se detallan los procedimientos de análisis cualitativo y cuantitativo, así como las medidas de validez y confiabilidad aplicadas. De esta manera, se garantiza la rigurosidad científica del estudio y se explica el proceso metodológico seguido.

La tercera parte presenta el análisis de resultados de la investigación y las conclusiones. Se presenta en el *capítulo 5* que tiene como objetivo presentar e interpretar los resultados de la investigación. Se exponen los hallazgos derivados del análisis comparativo de los tres periódicos estudiados en relación con la coherencia visual, usabilidad y aporte a la narrativa informativa digital. El propósito es identificar patrones comunes, divergencias y áreas de mejora, así como contrastar los hallazgos con las tendencias internacionales previamente revisadas en el estado del arte.

Por último, se presenta el *Capítulo 6*: El objetivo de este capítulo es sintetizar los principales resultados de la investigación y extraer conclusiones en función de las hipótesis planteadas. Se busca establecer las contribuciones teóricas de la tesis al campo del diseño editorial digital y sus aportaciones prácticas para el mejoramiento de la prensa en línea en Ecuador. Asimismo, se señalan las limitaciones del estudio y se proponen recomendaciones para futuras investigaciones, así como lineamientos que puedan ser aplicados por los medios de comunicación en sus procesos de diseño editorial digital.

CAPÍTULO II

Marco teórico y conceptual

Capítulo II. Marco teórico y conceptual

2.1. FUNDAMENTOS DEL DISEÑO EDITORIAL: TIPOGRAFÍA, RETÍCULA, COLOR E IMAGEN.

El diseño editorial es una disciplina fundamental en el ámbito de la comunicación visual y el diseño gráfico. Su objetivo es organizar, jerarquizar y presentar contenidos de manera clara, funcional y estéticamente coherente. Tradicionalmente aplicado a soportes impresos como libros, periódicos y revistas, actualmente se encuentra en un proceso de profunda transformación debido a la migración de los contenidos hacia entornos digitales. Como señalan Caldwell (2024) los fundamentos del diseño editorial, como la tipografía, la retícula, el color, la jerarquía informativa, el uso de la imagen y del espacio en blanco, no pierden vigencia en el ecosistema digital. Al contrario, los fundamentos del diseño editorial tradicional no desaparecen, sino que se transforman. La transición de lo impreso a lo digital exige que dichos fundamentos dialoguen con nuevas variables: responsividad, escalabilidad, interactividad, navegación y experiencia de usuario (UX). Estudios recientes en diseño visual han señalado la necesidad de reconfigurar la retícula para soportes fluidos, de establecer jerarquías tipográficas adaptativas y de gestionar el color no solo con fines estéticos, sino como herramienta de usabilidad y accesibilidad (por ejemplo, contraste adecuado) (Caldwell, 2024; Dick & Woloszyn, 2023; Peña-Fernández, 2021b). En este sentido, la coherencia gráfica: la aplicación consistente de estilos tipográficos, proporciones visuales y patrones de navegación se convierte en un elemento esencial para que el lector identifique, dentro de una plataforma digital, los elementos que pertenecen a la identidad institucional del medio y que le ofrecen una experiencia navegable y reconocible (Acar Büyükpehlivan, 2024).

Asimismo, algunos autores han analizado cómo los principios del diseño editorial pueden interpretarse desde las teorías de la comunicación visual y la semiótica, considerando no solo la apariencia visual, sino también el mensaje que se comunica visualmente, el énfasis que se le da y la manera en que se presenta. En el ámbito

de la prensa digital, cada decisión gráfica, por ejemplo, la selección de la tipografía de un titular, el tamaño relativo de una imagen o el espaciado entre bloques de contenido funciona como un signo visual que puede priorizar la información, dirigir la atención del lector o modular el ritmo de lectura (Lelis et al., 2022; Subiela Hernández, 2010). En investigaciones sobre diseño de interfaces, se ha demostrado que la economía visual (minimizar el ruido gráfico) y la claridad jerárquica mejoran el tiempo de comprensión y la retención del mensaje (Dick, 2023; Stroud & al., 2021).

2.1.1. Tipografía

Constituye uno de los ejes fundamentales del diseño editorial, al ser la herramienta visual que articula la legibilidad y la identidad de un medio. Investigaciones recientes en interfaces digitales demuestran que las propiedades tipográficas, como la familia, el tamaño, el interletrado y el peso, tienen un impacto directo en la percepción de calidad y en la satisfacción del usuario. Dick & Woloszyn (2023) confirma que la consistencia tipográfica en entornos digitales mejora la experiencia de lectura, mientras que Acar Büyükpehlivan (2024) señala que, aunque en el ámbito impreso las tipografías con serif mantienen su predominio, en el digital los usuarios tienden a preferir las tipografías sans serif por su mayor legibilidad en pantallas. Estos hallazgos coinciden con las propuestas de Günay (2024), quien advierte que la tipografía debe concebirse como un elemento comunicativo que jerarquiza la información y establece un ritmo visual.

En el ámbito del diseño editorial digital, la tipografía se consolida como un componente estructural fundamental que incide de manera directa en la legibilidad, la comprensión del contenido y la experiencia cognitiva del lector. En este sentido, investigaciones recientes basadas en modelos predictivos aplicados a la tipografía digital sugieren la posibilidad de anticipar el comportamiento lector a partir de variables tipográficas tales como el tipo de fuente, el tamaño, el interlineado y el contraste. Estos enfoques refuerzan la concepción de la tipografía no únicamente como un elemento estético, sino como un sistema funcional susceptible de análisis

y optimización. En el contexto de la prensa digital, la integración de criterios predictivos en la gestión tipográfica permite optimizar la jerarquización informativa, minimizar la carga cognitiva y propiciar una lectura continua y accesible, contribuyendo de manera directa a la eficacia comunicativa del diseño editorial digital Rivera-Abarca et al. (2025).

2.1.2. Retícula o *grid*

Junto con la tipografía, la retícula o *grid* constituye el esqueleto invisible del diseño editorial. Su función es organizar de manera armónica los distintos elementos en la página, otorgando coherencia gráfica y facilitando la navegación visual del lector (Caldwell, 2024; Samara, 2017). En entornos digitales, la retícula debe adaptarse a diseños fluidos y responsivos, capaces de reestructurarse en función de diferentes dispositivos y resoluciones. Estudios aplicados a periódicos digitales han demostrado que la adopción de retículas flexibles y diseños visuales reduce la sobrecarga informativa y favorece la comprensión de las noticias (Peña-Fernández, 2021b; Stroud et al., 2022a). En este sentido, la retícula digital no es solo un soporte estructural, sino un elemento que determina la eficiencia comunicativa del medio.

La aplicación de espaciados verticales regulares en un diseño digital es un componente esencial de la coherencia gráfica, ya que permite mantener la uniformidad, el equilibrio y el ritmo visual entre los elementos de la interfaz. De acuerdo con W. Li et al. (2022), la organización coherente del diseño y la aplicación de distancias regulares entre bloques de contenido son factores determinantes para garantizar una experiencia de usuario sostenible, pues fortalecen la consistencia visual y reducen la carga cognitiva. Este principio, aplicado en la estructura editorial digital, asegura una lectura fluida y predecible, lo que refuerza la percepción de orden y profesionalismo del medio. Por lo tanto, evaluar los espaciados verticales regulares permite determinar el grado de disciplina visual y la correspondencia del diseño con los estándares internacionales de coherencia y armonía estética.

La aplicación uniforme de los elementos modulares que estructuran la interfaz garantiza una identidad visual cohesionada y una interacción predecible. De acuerdo con W. Li et al. (2022), la consistencia en el diseño de componentes responsivos, como tarjetas informativas, etiquetas o módulos de navegación, influye directamente en la percepción de estabilidad y continuidad visual del usuario, reduciendo la carga cognitiva y mejorando la usabilidad. Mantener una misma familia de componentes, con proporciones, sombras y tipografía coherentes, permite que el usuario anticipe la función de cada elemento sin necesidad de reaprendizaje. En este sentido, evaluar la consistencia de componentes dentro de la dimensión de coherencia gráfica posibilita determinar el grado en que un medio digital mantiene la unidad estética y funcional en su estructura editorial interactiva.

2.1.3. Color

El color en diseño editorial cumple funciones de identidad, diferenciación y énfasis informativo. En el ámbito digital, su importancia se amplía debido a que el color incide directamente en la accesibilidad: niveles inadecuados de contraste pueden afectar la legibilidad y excluir a usuarios con limitaciones visuales. Directrices internacionales como las WCAG 2.2 (W3C, 2024) ofrecen parámetros técnicos para garantizar un uso inclusivo del color y otros elementos gráficos. De esta manera, el color trasciende su función estética y se convierte en un criterio de calidad y responsabilidad comunicativa.

La aplicación coherente del color en una interfaz digital es un factor crucial en la construcción del significado visual y la percepción de calidad del diseño. Fialkowski & Schofield (2024) indican que los colores, además de cumplir una función estética, poseen un valor psicológico que puede modular la atención, la legibilidad y las emociones del usuario. En este sentido, el uso de una paleta cromática alineada con la identidad institucional refuerza la coherencia comunicativa del medio y genera sensaciones de estabilidad y confianza. De manera complementaria, Gupta & Dingliwal (2023) argumentan que la consistencia cromática en la identidad corporativa potencia el reconocimiento de marca, influye en la decisión del

consumidor y consolida asociaciones simbólicas duraderas. Cuando un sitio web mantiene correspondencia entre su diseño digital y la paleta corporativa definida, se fortalece la memoria visual y la credibilidad institucional. Por lo tanto, el criterio “Paleta aplicada conforme a guía” permite evaluar no solo la estética, sino también la efectividad comunicativa del diseño editorial digital.

En el diseño editorial para pantallas, el contraste de color se configura como un pilar esencial de la legibilidad: cuando el texto no mantiene una diferencia suficiente de luminancia o cromaticidad respecto a su fondo, la fatiga visual aumenta y la velocidad de lectura disminuye Chen & Muhamad (2022) La investigación demuestra que combinaciones de alto contraste permiten reconocimiento más rápido y menos fijaciones oculares, especialmente bajo condiciones de brillo variable o en dispositivos móviles Možina & Brozović (2025). Según los estudios de (Z. Li et al., 2025) El estudio proporciona evidencia empírica reciente y cuantitativa que subraya la importancia del contraste de color en el diseño editorial digital y en la optimización de la experiencia de lectura en pantallas. A mayores diferencias de color y contraste, se mejora la legibilidad y se reduce la tensión visual, particularmente en fondos neutros como el blanco o el gris claro.

Según el estudio de Jiménez et al. (2020), este estudio examina la influencia de las combinaciones cromáticas en la comodidad visual y el rendimiento perceptivo en pantallas digitales, proporcionando evidencia empírica relevante para el diseño editorial web. Los resultados indican que ciertos contrastes, particularmente entre tonos claros y oscuros, modifican la respuesta ocular y afectan la legibilidad y la fatiga visual durante exposiciones prolongadas. La importancia de una selección cromática funcional, más allá de la mera estética, en el diseño editorial digital y el uso equilibrado del color contribuye a la mejora de la usabilidad, accesibilidad y coherencia visual de los contenidos informativos en línea.

Gráfico 1: Ilustración esquemática de las catorce combinaciones de colores utilizadas en este estudio.

Positive polarity	Negative polarity
Black	White
Black	Yellow
Blue	White
Blue	Green
Red	Green
Blue	Red
Yellow	White

Fuente: Tomada de Jiménez et al. (2020)

2.1.4. Jerarquía

La jerarquía representa un principio fundamental del diseño editorial, al organizar la información de manera que el lector pueda procesarla de acuerdo con niveles de relevancia, orden y ritmo visual. En el ámbito clásico del diseño gráfico, la jerarquía permite establecer la secuencia visual de la información, determinando qué elementos captan la atención del lector en primer lugar, cuáles se perciben posteriormente y cómo se configura el flujo informativo de manera estructurada Lupton (2024). Mediante la jerarquía, el diseño editorial define puntos de entrada estratégicos, establece relaciones coherentes entre titulares, subtítulos, imágenes y cuerpos de texto, y orienta la lectura hacia un recorrido eficiente y comprensible, optimizando la experiencia del usuario.

Samara (2017) argumenta que la jerarquía opera como un sistema de ordenamiento visual que articula elementos como el tamaño, el peso tipográfico, la posición en la página y el contraste para guiar la mirada del lector de manera intuitiva. En su análisis de la retícula editorial, la autora explica que la jerarquía no constituye un elemento aislado, sino que es una consecuencia directa del uso coherente de la estructura subyacente (grid), la cual condiciona la organización de las unidades informativas. Esta relación intrínseca entre retícula y jerarquía adquiere especial relevancia en el ámbito de la prensa, donde el lector requiere identificar rápidamente información relevante en entornos caracterizados por una alta densidad visual.

Desde una perspectiva discursiva, Kress & van Leeuwen (2020) conceptualizan la jerarquía como un fenómeno semiótico, en el cual los elementos visuales adquieren distintos “pesos” comunicativos en función de su escala, ubicación o color. Estos autores sostienen que el diseño editorial construye significado al priorizar ciertos signos visuales sobre otros, de modo que la jerarquía opera como un mecanismo generador de sentido dentro del discurso multimodal de los medios digitales.

En el ámbito del periodismo digital, la jerarquía asume funciones específicas vinculadas al consumo acelerado de información. Scolari (2022) argumenta que la narrativa digital demanda un diseño capaz de jerarquizar elementos según su función informativa y su atractivo visual, dado que los usuarios procesan contenidos en flujos no secuenciales y multisensoriales. Esta dinámica impone a los medios la necesidad de establecer jerarquías claras tanto en la estructura visual del contenido como en la organización hipertextual que sustenta la lectura digital.

En consecuencia, la jerarquía se consolida como un fundamento transversal del diseño editorial, indispensable para garantizar claridad, legibilidad y coherencia narrativa. Su función trasciende el simple ordenamiento, contribuyendo a la construcción de significado, al posicionamiento del medio y a la experiencia del usuario, integrándose, así como un pilar teórico fundamental para la comprensión de la estructura visual y comunicativa de la prensa digital.

2.1.5. Imagen

Simultáneamente, el uso de imágenes, infografías y elementos multimedia se ha intensificado en la prensa digital, convirtiéndose en un pilar narrativo y no en un elemento meramente decorativo. Investigaciones en periodismo visual han destacado que las imágenes y recursos gráficos no solo acompañan al texto, sino que configuran verdaderos relatos visuales que amplían la comprensión y el compromiso del lector (Carranza Miranda, 2015; Lelis et al., 2022). En este sentido, la función editorial de la imagen se potencia en el entorno digital mediante la interactividad, la posibilidad de escalar contenidos visuales y su integración con narrativas transmedia.

Finalmente, en los entornos digitales, el diseño editorial se vincula directamente con la navegación y la usabilidad. Mientras que en los medios impresos la linealidad condicionaba la lectura, en los digitales el usuario construye su propio recorrido mediante menús, hipervínculos y módulos interactivos. Estudios recientes realizados en Estados Unidos y Reino Unido han demostrado que las interfaces de noticias más visuales, limpias y con menor densidad gráfica generan mayor tiempo de permanencia y comprensión del contenido (Guardian, 2025; Stroud et al., 2022a). De igual manera, Mowar et al. (2024) destacan que la coherencia gráfica y la aplicación de criterios de accesibilidad mejoran la experiencia de navegación, especialmente en usuarios con discapacidad visual.

Al hablar de imágenes dentro de los medios digital hace referencia a el uso de la iconografía, el uso de iconos con estilos divergentes rompe la armonía visual y puede confundir al usuario sobre su función o nivel de importancia. Collaud et al. (2022) plantean que el establecimiento de principios de diseño para iconos incluyendo estética, complejidad y uniformidad permite crear sistemas de iconografía coherentes y reconocibles, que refuerzan la consistencia en interfaces. Asimismo, Chen et al. (2024) evaluaron la consistencia visual del uso de iconos entre dispositivos, hallando que variaciones en tamaño, espaciado o grosor provocan sesgos perceptivos y deterioran la experiencia de usuario. Medir “iconografía consistente (familia / peso)” permite valorar si los diarios digitales

emplean un sistema de iconos unificado, lo cual contribuye a la percepción de diseño profesional y coherente en sus portadas y módulos internos.

2.2. EVOLUCIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL: DE LO IMPRESO A LO DIGITAL

La evolución del diseño editorial no puede comprenderse como una simple traslación de “páginas” a “pantallas”, sino como una reconfiguración profunda de sus fundamentos en diálogo con las tecnologías, los hábitos de consumo y los estándares de calidad propios de los entornos interactivos. En el plano teórico, los pilares clásicos: tipografía, retícula, color, jerarquía e imagen se mantienen, pero su sentido operativo cambia cuando la lectura ocurre en superficies múltiples, responsivas y mediadas por navegación, personalización y métricas de uso (Caldwell, 2024). En el ecosistema digital contemporáneo, la coherencia gráfica y la claridad estructural se entrelazan con la usabilidad, la accesibilidad y la experiencia de usuario, lo que impone nuevas exigencias al oficio editorial que trascienden la estética para impactar directamente en la comprensión y el aprendizaje informativo (Stroud et al., 2022; W3C, 2024).

Desde una perspectiva histórica, la prensa digital evolucionó desde una primera etapa a principios de la década de 1990, periodo en el cual los periódicos impresos comenzaron a migrar sus contenidos a la web de manera literal, replicando el formato impreso sin aprovechar aún las potencialidades hipertextuales e interactivas del entorno digital Salaverría (2022). Esta fase inicial, conocida como la “fase de transposición”, se caracterizó por una lógica de migración tecnológica predominante sobre un rediseño editorial integral Pavlik (2021). El posterior desarrollo de la Web 2.0 y la proliferación de dispositivos móviles impulsaron una segunda etapa de adaptación visual y funcional, en la cual el diseño editorial se reconfiguró para satisfacer criterios de usabilidad, narrativa digital e interactividad Scolari (2022).

En términos de formato, esta transición implicó el paso de portadas jerárquicas, textuales y de alta carga cognitiva, a páginas de inicio con retículas flexibles, señalización visual reducida y mayor énfasis en la legibilidad y el ritmo de lectura, especialmente en tamaños de pantalla pequeños (Caldwell, 2024; Stroud et al., 2022). La consolidación del consumo móvil, documentada por informes recientes del Reuters Institute, ha reforzado la *lógica-first* y la economía visual como condiciones de diseño para captar y retener la atención del usuario (Newman, 2024).

En el ámbito tipográfico, la evolución ha implicado una combinación de continuidad y cambio. Si bien continúa siendo el sistema central de articulación del texto y de la identidad del medio, su función operativa ahora incorpora variables de legibilidad en pantallas de alta densidad, escalabilidad responsiva, rendimiento y accesibilidad (Caldwell, 2024; Lupton, 2024). La evidencia empírica indica que ajustes en la familia, tamaño, peso e interletrado de la tipografía inciden en la satisfacción y el desempeño de lectura de los usuarios en interfaces digitales, lo que refuerza la necesidad de tipografías y jerarquías adaptativas (Dick & Woloszyn, 2023). Estos hallazgos se relacionan con patrones de consumo noticioso fragmentado y en movilidad, lo que exige tipografías que mantengan contraste, consistencia y reconocimiento de estilos en una amplia gama de dispositivos (Lupton, 2024).

El rediseño de la retícula (*grid*) representa un cambio crucial en la evolución del diseño editorial hacia el ámbito digital. Mientras que en el formato impreso la retícula organiza el flujo de lectura en unidades espaciales fijas, en el digital actúa como un sistema dinámico que permite la reconfiguración del contenido según el tamaño de pantalla, la densidad de columnas y las prioridades editoriales variables (Caldwell, 2024). La investigación comparativa sobre portadas revela que las retículas visuales con menor “ruido” y una economía de señales de prominencia favorecen el aprendizaje y aumentan las páginas vistas, en comparación con las maquetas textuales y jerárquicas tradicionales (Stroud et al., 2022). En términos prácticos, esto implica diseñar retículas que permitan escalas, reflujo tipográfico y relaciones proporcionales sólidas, sin comprometer la continuidad visual ni el reconocimiento de secciones (Caldwell, 2024; Peña-Fernández, 2021).

El color ha evolucionado de ser una herramienta principalmente identitaria y de énfasis a convertirse en un vector de accesibilidad y usabilidad. En entornos digitales, el contraste, la señalización funcional (estados de interacción, enlaces, avisos) y la consistencia cromática son cruciales para que más personas, incluidas aquellas con baja visión, puedan percibir, operar y comprender la información (W3C, 2024). La evolución normativa hacia WCAG 2.2 ha establecido umbrales de contraste, recomendaciones para estados de foco y criterios de robustez que transforman las decisiones cromáticas en criterios de calidad editorial y responsabilidad social, estableciendo vínculos directos entre diseño y derecho a la información (Lupton, 2024b; W3C, 2024).

El diseño editorial digital se ajusta a la usabilidad mediante decisiones de interfaz que facilitan tareas específicas: localizar la noticia principal, reconocer jerarquías, identificar rutas de navegación y percibir estados. La evidencia experimental demuestra que páginas más visuales y menos saturadas, con diseños tipo *grid* y economía de señales, mejoran métricas de permanencia y aprendizaje (Stroud et al., 2022). Este conocimiento, transferido a rediseños recientes en medios de referencia, se traduce en portadas con mayor síntesis visual, bloques curados y un enfoque *mobile-first* para reducir la fricción cognitiva y optimizar la lectura en desplazamiento (Caldwell, 2024; Newman, 2024).

En el contexto del diseño editorial digital, el diseño gráfico desempeña un rol fundamental como intermediario entre el contenido informativo y la percepción del usuario. Investigaciones recientes sobre la influencia del diseño gráfico en entornos digitales indican que las decisiones visuales impactan directamente en la comprensión, la atención y la valoración de los mensajes comunicativos Aguilar-Cajas et al. (2025). Desde este punto de vista, el diseño editorial digital no debe considerarse meramente como una adaptación formal del soporte impreso, sino como un sistema visual estratégico que integra composición, tipografía, color y jerarquía informativa. En el ámbito de la prensa digital, este enfoque enfatiza la relevancia de concebir el diseño como un componente estructural de la eficacia comunicativa, la credibilidad informativa y la experiencia del usuario.

2.3. NARRATIVAS DIGITALES EN EL PERIODISMO *ONLINE*

Las narrativas digitales en el periodismo en línea se configuran como un ecosistema donde texto, imagen, audio, video, datos e interacción se integran en arquitecturas no lineales, adaptadas a dispositivos móviles y plataformas responsivas. La historia periodística se convierte así en una estructura modular y abierta, capaz de guiar distintos recorridos interpretativos en función de la atención y del dispositivo de consumo (Aitamurto et al., 2023; Lupton, 2024a). Este giro marca una ruptura con el relato impreso tradicional y refuerza la centralidad de la experiencia de usuario como criterio narrativo (Newman, 2024). Un rasgo central de estas narrativas es la interactividad, que otorga agencia al lector a través de recursos como mapas, filtros o gráficos comparativos. La investigación muestra que narrativas con interactividad clara, retículas limpias y economía visual favorecen la comprensión y el aprendizaje, mientras que diseños saturados generan fricción cognitiva (Aitamurto et al., 2023). En paralelo, el periodismo de datos ha sistematizado patrones narrativos que equilibran texto y visualización, facilitando el acceso a información compleja mediante estructuras progresivas y escalonadas (Hao et al., 2024).

La accesibilidad, antes considerada un aspecto secundario, se ha convertido en un eje estructural fundamental. Ajustes de contraste, escalabilidad tipográfica y navegación por teclado permiten ampliar la inclusión narrativa y asegurar el derecho de acceso a la información (Mowar et al., 2024; W3C, 2024). A esto se suma la narrativa *mobile-first*, que exige repensar la unidad mínima de relato en titulares concisos, párrafos breves y bloques escaneables, capaces de modular la complejidad en escenarios de atención fragmentada (Newman, 2024). De igual manera, la curaduría de portadas y secciones funciona como una guía de entrada, que orienta los recorridos informativos y organiza las prioridades temáticas. Los medios digitales tienden a portadas más visuales y sintéticas, mientras que los tradicionales conservan estructuras heredadas del formato impreso, aunque ambos dependen de la coherencia tipográfica y jerárquica para mantener la inteligibilidad (Caldwell, 2024; Peña-Fernández, 2021). En paralelo, la narrativa digital enfrenta desafíos éticos relacionados con el giro algorítmico y la circulación transplataforma,

lo que exige fortalecer la transparencia y las señales de confianza (van Drunen, 2023).

Finalmente, estas narrativas se conciben no solo como formatos, sino como pedagogías de la información: enseñan a leer, contrastar y verificar en tiempos de desinformación. Estudios recientes sostienen que su calidad depende de la claridad del recorrido, la coherencia gráfica y la capacidad de modular la complejidad sin sacrificar profundidad (Hao et al., 2024; Míguez González, 2023; Stroud et al., 2022). En síntesis, el periodismo en línea no se limita a la mera narración de historias, sino que diseña experiencias narrativas interactivas, accesibles y multimodales, que otorgan agencia al lector y fortalecen el valor público de la información.

2.4. USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD EN PRENSA DIGITAL: ESTÁNDARES INTERNACIONALES (WCAG 2.2)

La usabilidad y la accesibilidad son hoy dimensiones fundamentales en la prensa digital, ya que determinan la calidad de la interacción de los usuarios y la posibilidad de que públicos diversos accedan a la información en igualdad de condiciones. Mientras que la usabilidad se orienta a la eficiencia, eficacia y satisfacción del usuario, la accesibilidad garantiza que estas experiencias se mantengan para personas con discapacidad visual, motriz o cognitiva. En este sentido, las Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) en su versión más reciente, WCAG 2.2, consolidan un marco internacional de referencia que obliga a los medios digitales a revisar la tipografía, el color, la navegación y las estructuras semánticas para lograr experiencias inclusivas (Gartland et al., 2022; W3C, 2024).

La novedad de WCAG 2.2 en comparación con versiones anteriores radica en la incorporación de criterios específicos que atienden las necesidades de usuarios con limitaciones cognitivas y motrices. Entre estos criterios se encuentran la visibilidad del foco, el tamaño mínimo de los objetivos táctiles y la simplificación de procesos de autenticación. Estas pautas son especialmente relevantes en el ámbito de la

prensa digital, donde la velocidad y claridad de acceso determinan el valor informativo de las plataformas. Diversas investigaciones recientes han demostrado que muchos sitios noticiosos aún no cumplen con aspectos básicos de accesibilidad, como la navegabilidad por teclado o el contraste cromático, lo que afecta negativamente la comprensión del contenido (Alim & al., 2025; Ara, 2025).

El cumplimiento de estos estándares, sin embargo, no puede limitarse a validaciones técnicas automáticas. Si bien son útiles, las herramientas de verificación automatizada no logran identificar problemas narrativos e interactivos complejos. Por ello, diversos estudios recomiendan integrar marcos híbridos que combinen la evaluación automática con pruebas manuales y la participación de usuarios con discapacidad, garantizando así una validación más real y contextualizada (Ara & Sik-Lanyi, 2025; Chemnad & Othman, 2024). En el caso de los medios, este enfoque implica incluir pruebas de usabilidad en procesos de rediseño editorial, evaluando la experiencia de navegación tanto en computadoras como en dispositivos móviles.

Un desafío adicional para la prensa digital radica en la presencia de publicidad incrustada, la cual suele introducir violaciones a los estándares de accesibilidad. Se ha comprobado que hasta dos tercios de los sitios analizados presentan problemas de accesibilidad vinculados a anuncios externos, lo que obliga a las redacciones a ampliar su control más allá del contenido editorial hacia el ecosistema tecnológico completo que soporta el sitio (Amjad et al., 2024). Esto subraya que la accesibilidad no es un aspecto únicamente técnico, sino también de gobernanza y de política editorial, ya que en juego se encuentran la credibilidad y la inclusión social de la información periodística.

La usabilidad y la accesibilidad en prensa digital se han convertido en indicadores clave de calidad editorial y responsabilidad social. Adoptar WCAG 2.2 como estándar no solo responde a un requisito normativo, sino también a la necesidad de ofrecer experiencias inclusivas que fortalezcan la confianza en el periodismo digital. Para medios como El Comercio, El Universo y El Telégrafo, aplicar estos lineamientos constituye una oportunidad de posicionarse como referentes de

innovación responsable en la región, consolidando narrativas informativas que no excluyan a ningún sector de la sociedad (Scolari, 2022; Stroud et al., 2022).

Los **principios generales de Jakob Nielsen** (Nielsen, 2024; Nielsen & Molich, 1990) que sirven para evaluar la calidad de la experiencia de usuario (UX) en interfaces digitales. Entre las más relevantes están:

- 1 Visibilidad del estado del sistema
- 2 Correspondencia entre el sistema y el mundo real
- 3 Control y libertad del usuario
- 4 Consistencia y estándares
- 5 Prevención y recuperación de errores
- 6 Diseño estético y minimalista

Estas heurísticas permiten analizar si los sitios web ofrecen una navegación coherente, comprensible y eficiente para el usuario promedio.

Las Pautas de accesibilidad (W3C (2024), Nivel AA): son las normas internacionales del Consorcio Mundial de la Web (W3C, por sus siglas en inglés) que garantizan que el contenido digital sea perceptible, operable, comprensible y robusto para todos los usuarios, incluidos aquellos con discapacidades visuales, auditivas o cognitivas.

El Nivel AA es el estándar intermedio exigido a nivel global en instituciones públicas y medios de comunicación. Entre sus criterios se encuentran:

- Contraste suficiente entre texto y fondo.
- Navegación por teclado.
- Estados de interacción (*hover*, *focus*, *active*) visibles.
- Etiquetas alternativas (aria-label, alt-text).

Los estados *hover*, *focus* y *active* definidos hacen referencia a la claridad y coherencia con que una interfaz comunica visualmente los diferentes momentos de interacción del usuario: cuando el cursor pasa sobre un elemento (*hover*), cuando un elemento es seleccionado (*focus*) o cuando se realiza una acción (*active*). De acuerdo con las pautas de accesibilidad WCAG 2.2 W3C (2024), estos estados deben ofrecer retroalimentación visible, consistente y predecible, evitando que el

contenido adicional o el cambio visual interfiera con la comprensión o el control del usuario. Mantener una respuesta visual uniforme en botones, enlaces y tarjetas contribuye a la coherencia gráfica y a la accesibilidad universal, reforzando la percepción de calidad y profesionalismo del diseño. Además, la consistencia de estos estados mejora la confianza y la eficiencia en la navegación, permitiendo que los usuarios identifiquen fácilmente las acciones interactivas. Por lo tanto, analizar este criterio implica verificar la presencia, visibilidad y uniformidad de las respuestas visuales en los elementos interactivos del medio digital.

Kern et al. (2023) demuestran que las interfaces que incorporan elementos dinámicos, como filtros, paginación o resultados actualizados en tiempo real, mejoran la satisfacción y el rendimiento del usuario al permitirle personalizar y modular la información presentada según sus preferencias. De manera similar, Nielsen Norman Group. (2018) afirma que las estructuras interactivas claras y previsibles, como la navegación secuencial o contextual, favorecen la orientación y la accesibilidad, siempre que los elementos sean consistentes y respondan visualmente al foco o a los comandos del teclado.

2.5. COMUNICACIÓN VISUAL Y DISEÑO COMO LENGUAJE

La comunicación visual se concibe como un lenguaje autónomo, compuesto por signos, códigos y estructuras que traducen ideas, emociones e información en una sintaxis perceptible. En este enfoque, el diseño no es un elemento decorativo, sino el medio de articulación del mensaje visual: la tipografía, la proporción, el color y la composición funcionan como una “gramática visual”. En las sociedades contemporáneas, saturadas de estímulos, este lenguaje visual es crucial para que un mensaje se distinga, se comprenda y se recuerde (Günay, 2021). En efecto, lo que percibimos primero define el esquema interpretativo que activa la lectura posterior, de modo que el diseño se convierte en un mediador semiótico entre el contenido y el receptor.

El carácter lingüístico del diseño implica que cada elemento visual funciona como signo: las connotaciones culturales, las convenciones estilísticas y las expectativas cognitivas influyen en su interpretación. En el ámbito del periodismo digital, decisiones tan concretas como la elección tipográfica de un titular, el tamaño de las imágenes o el espaciado de los bloques responden a una sintaxis visual que prioriza o relega información. Desde la perspectiva semiótica, el diseño editorial opera en niveles denotativo y connotativo: organiza la narrativa visual básica y, al mismo tiempo, aporta significados secundarios (Kress & van Leeuwen, 2020; Vezzoli, 2022). Por lo tanto, la coherencia gráfica aplica un sistema visual unificado y es una condición para que ese lenguaje sea comprensible y reconocible para el lector habitual.

El diseño visual como lenguaje adquiere especial relevancia en entornos digitales multicanal. En este contexto, los sistemas de diseño (*design systems*) funcionan como gramáticas visuales extensibles a sitios web, aplicaciones, boletines informativos y redes sociales que comparten tipografía, paleta cromática, espaciado, iconografía y componentes interactivos. Esta coherencia “expandida” permite que el usuario reconozca contextos, rutas y afiliaciones visuales sin desorientarse. La investigación en identidades visuales digitales indica que la integración de inteligencia artificial y algoritmos para generar sistemas de marca visual requiere modelos de lenguaje visual que puedan adaptarse y escalar dinámicamente sin perder legibilidad ni identidad (Cai, 2025).

El estatus del diseño como lenguaje también exige un enfoque pedagógico: la audiencia no llega con una “lectura visual” pasiva, sino que aprende códigos gráficos implícitos mediante la exposición y la repetición. En el ámbito educativo, investigaciones recientes en comunicación visual han explorado cómo se enseña la legibilidad visual en medios digitales, destacando la importancia de la alfabetización visual y la semiótica del diseño para dotar al receptor de competencias de interpretación visual (Unknown, 2021) (Estudio sobre enseñanza de comunicación visual, 2021). En el interior de las redacciones, esta lógica implica que diseñadores y editores negocien gramáticas visuales conscientes que trasciendan lo informal para integrar principios estructurales, normas de estilo y convenciones transmedia.

Concebir el diseño como lenguaje reafirma su papel estratégico en el periodismo en línea: no se trata de un acompañamiento estético, sino de un sistema semiótico que estructura la comprensión, la retención y la fidelización del lector.

2.6. MODELOS TEÓRICOS APLICABLES AL DISEÑO EDITORIAL DIGITAL

El diseño editorial digital requiere la articulación de marcos teóricos que expliquen la construcción del sentido visual, la organización de la información en sistemas interactivos y la garantía de una experiencia de lectura accesible y eficiente en pantallas. En este sentido, convergen al menos cinco familias de modelos útiles y complementarios: (1) la semiótica y la multimodalidad para interpretar el “lenguaje visual” de las interfaces; (2) los modelos de complejidad visual, carga cognitiva y primeras impresiones aplicados a la web; (3) los marcos de usabilidad y accesibilidad (por ejemplo, WCAG 2.2) como estándar normativo-técnico; (4) los patrones y sistemas de diseño que estandarizan componentes, retículas y jerarquías; y (5) la investigación aplicada en periodismo de datos que formaliza patrones narrativos para piezas informativas complejas. Estas familias permiten evaluar y guiar decisiones sobre tipografía, retícula, color, densidad informativa, navegación, ritmo de lectura y coherencia gráfica en periódicos digitales. (Caldwell, 2024; Lupton, 2024a; W3C, 2024).

1) Semiótica social y multimodalidad para “leer” la página digital

La semiótica social y la gramática del diseño visual ofrecen un marco conceptual para interpretar titulares, módulos, fotografías, jerarquías tipográficas e infografías como signos en una composición multimodal. La tercera edición de *Reading Images* actualiza la noción de “gramática visual” al incorporar diagramas, visualización de datos y usos digitales (por ejemplo, sitios web, interfaces móviles), y ofrece categorías para analizar el valor informativo, la saliencia, el encuadre y las relaciones entre texto e imagen, elementos clave para evaluar portadas y notas en línea (Kress & van Leeuwen, 2021/2020). En el diseño editorial digital, adoptar esta

perspectiva permite justificar las decisiones de jerarquía y diseño no solo por “estilo”, sino por su capacidad de orientar la atención, modular el ritmo de lectura y sostener la identidad del medio en un ecosistema hipertextual y multimodal (Kress & van Leeuwen, 2021; Lupton, 2024).

2) Complejidad visual, carga cognitiva y primeras impresiones en interfaces

Una segunda familia de modelos se deriva de la intersección entre la interacción humano-computadora (IHC) y la psicología cognitiva. La evidencia reciente indica que la complejidad visual y el orden del diseño influyen en las primeras impresiones y, en consecuencia, en la intención de uso y la exploración de contenidos. Experimentos con páginas web reportan que estructuras más ordenadas y con menor ruido visual generan mejores juicios iniciales y facilitan el procesamiento (Liu et al., 2022). Investigaciones en información digital confirman, además, que la disposición y densidad de elementos afectan el comportamiento de lectura y la atención sostenida, por lo que la economía visual se convierte en una variable editorial, no solo estética (Qing et al., 2024). En el caso de las noticias, estudios experimentales que comparan páginas de inicio “textuales-jerárquicas” frente a versiones visuales en *grid* evidencian mejoras en las páginas vistas y el aprendizaje cuando se reduce la sobrecarga y se clarifican las jerarquías, lo que vincula directamente la complejidad, la carga cognitiva y los resultados editoriales (Liu et al., 2022; Qing et al., 2024; Stroud et al., 2022).

3) Usabilidad, accesibilidad y estándares (WCAG 2.2)

Como tercer eje, los marcos de accesibilidad proporcionan criterios verificables para evaluar aspectos como el color, los contrastes, las escalas tipográficas, los estados de enfoque, la navegación por teclado y las alternativas textuales. WCAG 2.2, publicada como recomendación del W3C y actualizada en 2024, establece umbrales y técnicas que trasladan la accesibilidad del ámbito de la “buena práctica” al de la calidad editorial: la capacidad del lector para percibir, operar y comprender la información depende de decisiones de diseño que deben cumplir requisitos mínimos (W3C, 2024). La investigación aplicada con personas ciegas o con baja visión en el

consumo de noticias identifica barreras frecuentes, como el contraste insuficiente, las etiquetas ausentes y las estructuras semánticas deficientes, y demuestra que integrarlas desde el inicio del proceso editorial mejora la experiencia sin sacrificar la coherencia gráfica (Mowar et al., 2024).

4) Patrones narrativos y diseño para periodismo de datos

El auge del periodismo de datos ha impulsado la formalización de patrones de diseño que equilibran la claridad narrativa y la complejidad informativa. Un mapeo reciente (Hao et al., 2024) clasifica cinco tipos de artículos según el grado de involucramiento de datos, identifican cinco tipos de artículos según el nivel de implicación con datos y la complejidad narrativa: Actualización rápida, Informe, Descripción gráfica, Investigación e Investigación en profundidad, e identifica 72 patrones que describen la relación entre texto, visualizaciones, anclajes y progresión, útiles para redactar guías editoriales y plantillas consistentes (Hao et al., 2024). Este repertorio permite trasladar las decisiones de diseño del terreno intuitivo al de la evidencia aplicada, reduciendo la carga cognitiva del lector sin simplificar en exceso los contenidos. En términos operativos, estos patrones funcionan como “micro-modelos” reutilizables que dialogan con retículas responsivas, sistemas tipográficos y jerarquías de portada (Hao et al., 2024).

5) Sistemas de diseño editorial y coherencia multiplataforma

Los sistemas de diseño trasladan los fundamentos editoriales al nivel de componentes, tokens (tipografía, color, espaciado), retículas y reglas de composición reutilizables entre web, aplicaciones y productos satélite (hace referencia a todas aquellas plataformas, formatos o extensiones digitales que orbitan alrededor del medio principal, generalmente la web del periódico o la aplicación móvil). La actualización de manuales editoriales recientes enfatiza la necesidad de coherencia interdispositivo, escalas tipográficas adaptativas, pautas para módulos (tarjetas) y control de densidad informativa, en particular en escenarios *mobile-first* (Caldwell, 2024; Lupton, 2024a). Como modelo, el sistema de diseño vincula identidad, jerarquía y accesibilidad: la consistencia reduce la

fricción cognitiva, mejora la previsibilidad de patrones de navegación y acelera la iteración basada en pruebas con usuarios, métricas y pruebas A/B (Caldwell, 2024; Lupton, 2024a).

6) Consumo móvil, métricas y cultura de producto

La transición a lo digital exige la integración de modelos orientados a datos que expliquen la transformación en el consumo de noticias, particularmente en dispositivos móviles, y cómo estas trayectorias condicionan el diseño. Los informes del Reuters Institute destacan la consolidación del enfoque “*mobile-first*”, la preferencia por formatos sintéticos y la creciente competencia de plataformas audiovisuales y sociales, lo que impulsa la creación de portadas más visuales y recorridos de descubrimiento claros (Newman, 2024). Este enfoque metodológico, basado en información de audiencia, pruebas de interfaz y análisis continuo, se alinea con la evidencia experimental que asocia diseños en rejilla y economía de señales con un mayor número de páginas vistas y aprendizaje (Stroud et al., 2022a). En términos de modelo operativo, se configura una cultura de producto que integra edición, diseño, desarrollo y análisis en ciclos de mejora continua.

7) Marcos jurídicos y éticos para la automatización editorial

El diseño editorial digital coexiste con procesos de personalización algorítmica y automatización que impactan la visibilidad, el orden y la prominencia de los contenidos. Desde la regulación europea, investigaciones recientes, como las tesis doctorales, analizan la responsabilidad editorial en sistemas automatizados y proponen criterios para asignar obligaciones cuando los sistemas de ordenamiento de contenidos, incluida su presentación visual, están mediados por algoritmos (van Drunen, 2023). Este marco jurídico-ético complementa la semiótica y la usabilidad: posiciona al diseño como interfaz de decisiones editoriales (humanas y automatizadas) con efectos sobre el pluralismo, la transparencia y la confianza (van Drunen, 2023).

8) Modelos de práctica: diseño como epistemología en data journalism

A partir de investigaciones doctorales recientes, se ha demostrado que el diseño no solo presenta información, sino que también contribuye a su construcción epistemológica. Un estudio realizado en 2024 ilustra cómo las prácticas de diseño y visualización configuran la evidencia y su narrativa en proyectos de periodismo de datos, estableciendo así métodos y criterios de calidad dentro de las redacciones (Morini, 2025). Este enfoque permite comprender por qué patrones, retículas y convenciones gráficas no son neutrales: forman parte de una epistemología visual que impacta la comprensión, la confianza y el valor público de la información (Morini, 2025).

La orientación editorial de un medio digital se refiere al conjunto de decisiones visibles en su estructura que comunican su enfoque noticioso, valores institucionales y prioridades temáticas. Estas decisiones se manifiestan en el orden y peso otorgado a las secciones, la prominencia de la opinión editorial, la presencia de enlaces institucionales y el uso de etiquetas de contexto. De acuerdo con estudios sobre confiabilidad y criterios de páginas de prensa, los enlaces institucionales proporcionan transparencia y legitimidad al sitio (Heuer & Glassman, 2024). Asimismo, la inclusión de etiquetas de enfoque o verificación contribuye a la diferenciación entre noticias informativas y contenidos interpretativos, lo cual impacta la confianza del lector “Las etiquetas de historias por sí solas no aumentan la confianza”, Center for Media Engagement (2019). En relación con el orden y peso de las secciones, la teoría de la *agenda-setting* sugiere que los medios estructuran la relevancia al presentar ciertas temáticas con mayor visibilidad (McCombs & Shaw, clásico, y revisado en literatura). Cuando la sección de “Opinión / Editorial” aparece de forma destacada tanto en el menú como en la portada, indica una postura editorial clara, alineada con la identidad institucional del medio. Por lo tanto, estos parámetros permiten medir cuán explícita y coherente es la orientación editorial del diario digital, y cómo esa orientación se comunica al usuario desde la arquitectura informativa misma.

CAPÍTULO III

Estado del arte



Capítulo III. Estado del arte

3.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES SOBRE PRENSA DIGITAL Y DISEÑO EDITORIAL

La literatura internacional reciente coincide en que la transición del diseño editorial del formato impreso a los entornos digitales no constituye una simple traslación técnica, sino un cambio de paradigma que reconfigura la tipografía, la retícula, el color, las jerarquías y el uso de la imagen en función de la experiencia del usuario, la accesibilidad y el consumo móvil. Los manuales y las actualizaciones profesionales de los últimos años enfatizan que los principios clásicos se mantienen, pero operan hoy bajo lógicas *responsive* y *mobile-first*, y se evalúan con métricas de atención, aprendizaje y retención en contextos de lectura fragmentada (Caldwell, 2024; Lupton, 2024a). En paralelo, los estándares internacionales de accesibilidad han dejado de ser recomendaciones “optativas” para convertirse en criterios de calidad editorial, lo que exige contrastes adecuados, jerarquías tipográficas robustas y una navegación previsible que garanticen el derecho de acceso a la información en plataformas de noticias (W3C, 2024).

España – 2021 – Peña-Fernández

En su estudio publicado en *Future Internet*, Peña-Fernández (2021) analiza la evolución de las portadas de periódicos digitales españoles entre 1996 y 2020. El autor documenta la transición de diseños rígidos y textuales a diseños más visuales, multimedia y modulares. El alcance de la investigación incluye cinco periódicos digitales españoles de referencia. La investigación concluye que las transformaciones gráficas estuvieron relacionadas tanto con cambios tecnológicos como con nuevas rutinas de producción en redacciones digitales. Este trabajo ofrece un marco longitudinal para comprender cómo la prensa europea adaptó sus fundamentos editoriales al entorno digital.

Estados Unidos – 2022 – Stroud, Curry y Peacock

En tres experimentos controlados publicados en *Journalism Practice*, Stroud, Curry y Peacock (2022) analizan el impacto de diferentes configuraciones de páginas de inicio en la exploración de contenido y la adquisición de información. Los autores compararon portales jerárquicos y textuales con diseños visuales en cuadrícula y simplificados, demostrando que estos últimos generan un mayor número de páginas vistas y una mejor retención de información. La investigación, de alcance experimental, busca establecer relaciones causales entre el diseño y los resultados cognitivos, convirtiéndose en un referente metodológico para la evaluación comparativa de rediseños en medios de comunicación.

Reino Unido – 2024 – Newman

El informe anual del *Reuters Institute for the Study of Journalism* dirigido por Nic Newman (2024) identifica tendencias globales en el consumo de noticias digitales. El estudio, basado en encuestas a nivel internacional, destaca la consolidación del móvil como principal dispositivo, la preferencia por formatos breves y visuales y la necesidad de diseños *mobile-first*. El alcance del estudio es amplio, cubriendo múltiples países y mercados, y ofrece datos empíricos que explican por qué los rediseños en la prensa internacional apuestan por claridad visual, síntesis narrativa y reducción de la sobrecarga cognitiva.

Países Bajos – 2023 – van Drunen

En su tesis doctoral de la Universidad de Ámsterdam, van Drunen (2023) analiza la responsabilidad editorial en sistemas de personalización automática de noticias, ubicando el diseño editorial digital en la intersección de lo jurídico, ético y comunicacional. Su objetivo es normativo, planteando cómo las interfaces visuales y los algoritmos que priorizan contenidos deben cumplir con principios de transparencia y pluralismo. Si bien el enfoque se centra en la regulación, el estudio aporta al diseño editorial al demostrar que las decisiones gráficas también son decisiones con impacto social y democrático.

China – 2022 – Liu et al.

En el *International Journal of Human–Computer Interaction*, (Liu et al., 2022) desarrollan un experimento sobre impresiones iniciales de páginas web y demuestran que la complejidad visual y el orden son determinantes en la percepción de calidad y en la disposición a explorar contenidos. El alcance de este estudio experimental abarca interfaces de noticias y páginas generales, pero sus conclusiones son extrapolables al diseño editorial digital, al evidenciar cómo la economía visual y la jerarquía influyen en la lectura.

Suecia – 2024 – Morini

En su tesis doctoral de Södertörn University, (Morini, 2025) analiza el rol del diseño y la visualización en el periodismo de datos, demostrando cómo las prácticas gráficas configuran la evidencia y la narrativa de los hechos en las redacciones. El alcance de esta investigación se centra en redacciones europeas de datos y su principal contribución reside en situar al diseño como epistemología visual, no como un mero recurso estético. Este marco permite comprender que la visualidad editorial no solo organiza información, sino que también condiciona la confianza y la legitimidad.

Internacional – 2024 – Hao, Wang, Bach y Pschetz

Presentado en la conferencia CHI 2024 (ACM), el trabajo de Hao et al. (2024) identifica 72 patrones de diseño para artículos de periodismo de datos, clasificando desde *Quick Updates* hasta *In-depth Investigations*. El alcance de esta investigación es metodológico: formaliza un repertorio de soluciones visuales y narrativas que permiten equilibrar profundidad informativa y claridad editorial. Su contribución consiste en transformar la práctica en evidencia sistematizada, útil como marco comparativo internacional.

3.1.1. Tendencias en interactividad y navegabilidad

La literatura evidencia una tendencia hacia diseños responsivos que incorporan menús predecibles, escalas tipográficas adaptativas y módulos reutilizables (tarjetas) para minimizar la carga cognitiva en pantallas pequeñas. Los informes globales del Reuters Institute corroboran la prevalencia del acceso móvil, la predilección por formatos visuales y concisos, y la necesidad de rutas de descubrimiento claras (centros de información, listas curadas, navegación persistente) para guiar al lector sin saturar la pantalla principal. Esta evolución en el diseño de productos impulsa portadas más “respiradas”, con menos elementos simultáneos de prominencia y mayor previsibilidad en la navegación entre la web, la aplicación y los espacios satélite (Caldwell, 2024; Newman, 2024). La evidencia experimental es consistente: en tres estudios controlados con usuarios, se ha demostrado que diseños de portada visuales-en-*grid* y de baja densidad de señales generan más páginas vistas y mejor aprendizaje que maquetas textuales y jerárquicas tradicionales. La explicación propuesta se basa en dos factores: (1) la reducción del “ruido” gráfico y (2) la clarificación explícita de jerarquías y rutas, lo que facilita las tareas de localización y lectura estratégica (Stroud et al., 2022a). Estos hallazgos trasladan la interactividad desde el plano ornamental al plano funcional-cognitivo, guiando los rediseños hacia estructuras de navegación más sobrias y previsibles.

Se observan resultados similares en el campo de la Interacción Humano-Computadora (HCI): las primeras impresiones sobre una página web dependen de la complejidad visual y el orden. Estudios que emplean paradigmas de evaluación rápida y medidas psicofisiológicas indican que las composiciones con mayor orden y menor complejidad son percibidas como más claras y fáciles de usar, lo que a su vez favorece la intención de exploración por parte del usuario (Liu et al., 2022). Estos hallazgos justifican la economía visual como estrategia editorial, particularmente en páginas de inicio y fichas de artículos, donde el tiempo de decisión es breve y el contexto, móvil. En el periodismo de datos, la interactividad suele estar orientada a tareas específicas (comprender, comparar, explorar) y se formaliza en patrones. Un mapeo reciente presentado en la conferencia CHI 2024

(ACM) identifica 72 patrones para artículos con datos, desde actualizaciones rápidas hasta investigaciones exhaustivas, que especifican cómo integrar visualizaciones, articular transiciones texto-gráfico y escalar la complejidad sin perder claridad narrativa. Este repositorio de soluciones, diseñado para la práctica en redacciones, convierte la interactividad en decisiones comprobables y transferibles entre medios (Hao et al., 2024).

La accesibilidad consolida estas tendencias desde una perspectiva normativa y operativa. Las WCAG 2.2 establecen criterios verificables para el foco visible, la navegabilidad por teclado, el contraste cromático y las escalas tipográficas, lo que traslada la accesibilidad del plano “deseable” al de estándar de calidad editorial. Para sitios de noticias, cumplir con las WCAG 2.2 implica diseñar menús, enlaces y estados interactivos que sean perceptibles y operables para usuarios diversos. Estudios con personas ciegas o con baja visión demuestran que resolver el foco, el contraste y el etiquetado reduce las barreras sin sacrificar la coherencia visual (W3C, 2024).

3.1.2. Coherencia gráfica y narrativa visual

Paralelamente a la navegabilidad, la coherencia gráfica, consistencia tipográfica, cromática, de retícula y de componentes se establece como condición para que el lector identifique el medio en cualquier dispositivo. Manuales recientes detallan cómo las escalas tipográficas, los sistemas de color y las retículas fluidas se integran en sistemas de diseño editoriales que garantizan previsibilidad y ritmo a lo largo de sitios web, aplicaciones y boletines informativos (Caldwell, 2024; Lupton, 2024a). La coherencia, en este sentido, reduce la carga cognitiva y mantiene la identidad sin impedir la adaptación responsiva. La gramática visual proporciona un marco analítico sólido para evaluar dicha coherencia. La tercera edición de *Reading Images* actualiza la semiótica social para contextos digitales (portadas, visualización de datos, interfaces móviles) y aporta categorías para analizar la importancia, el encuadre, el valor informativo y las relaciones texto-imagen, útiles para auditar la narrativa visual de páginas de inicio y artículos. Aplicar esta

perspectiva evita justificar decisiones por “estilo” y las reconecta con la distribución de la atención y la construcción de recorridos comprensibles en pantallas (Kress & van Leeuwen, 2020).

La navegación y la coherencia gráfica se inscriben en ecosistemas sociotécnicos donde la personalización y la automatización modifican el orden y la relevancia de la información presentada. La tesis doctoral de van Drunen (2023) aborda la responsabilidad editorial en sistemas automatizados y propone requisitos de transparencia en la interfaz (por ejemplo, distinguir las recomendaciones humanas de las algorítmicas), con implicaciones directas para la arquitectura de navegación y la señalización visual en portadas (van Drunen, 2023). Esta capa normativa complementa la gramática visual y los estándares de accesibilidad, aportando criterios de interactividad responsable.

3.2. INVESTIGACIONES LATINOAMERICANAS SOBRE DISEÑO EDITORIAL DIGITAL

En América Latina, el estudio del diseño editorial digital ha evolucionado desde descripciones tecnológicas hacia evaluaciones con criterios de interactividad, navegabilidad y coherencia gráfica, con énfasis en el enfoque *mobile-first*, la accesibilidad y la medición de la experiencia del usuario.

El artículo “Interactividad, buscabilidad y visibilidad web en periodismo digital galardonado” (Santos-Hermosa et al., 2023) presenta un análisis comparativo de trece sitios web de medios digitales que fueron reconocidos con los premios *Online Journalism Awards* (ONA) y los *World Digital Media Awards* (WDMA) en 2020. El estudio evalúa sus niveles de interactividad, buscabilidad y visibilidad web mediante un protocolo diseñado específicamente para este fin, denominado SAIPD. Desde la perspectiva del diseño editorial digital, la investigación adquiere relevancia al situar la experiencia del usuario como eje central de la evaluación. Se reconoce que los elementos visuales y estructurales de una página web, como menús, enlaces, arquitectura informativa, enlaces internos, personalización y posicionamiento SEO,

inciden directamente en la capacidad del medio para ser interactivo, encontrable y visible. Entre los hallazgos, se identifican niveles dispares en la consecución de estas dimensiones, lo que revela debilidades comunes en interactividad, como la limitada generación de contenidos por usuarios o la retroalimentación activa. Asimismo, se observan fortalezas relativas en buscabilidad (estructura de información, metadatos) y visibilidad (posicionamiento en buscadores). El protocolo SAIPD se presenta como una herramienta operativa que permite a diseñadores y editores diagnosticar y optimizar componentes clave del diseño digital, como el diseño de la página, la navegación y los elementos interactivos, con el objetivo de mejorar la experiencia del lector y la eficacia visual del medio. (Santos-Hermosa et al., 2023)

En Brasil, el estudio de Pinto & Barbosa (2024) examina la integración de herramientas de inteligencia artificial en el periodismo digital brasileño, analizando su evolución histórica y procesos innovadores. A partir del mapeo de 45 casos relevantes, se identifican usos de bots, generación automática de lenguaje (NLG), aprendizaje automático y visualización de datos en medios como G1, UOL y Folha de S. Paulo. Si bien el enfoque principal no es el diseño editorial, el artículo sugiere implicaciones directas para el campo visual: las herramientas automatizadas requieren interfaces y estructuras editoriales que soporten flujos de datos, actualizaciones dinámicas y módulos visuales coherentes con la identidad del medio. En este sentido, la incorporación de IA impone retos para mantener la coherencia gráfica, jerarquías visuales estables y escalabilidad tipográfica en ambientes donde el contenido surge y cambia con rapidez (Pinto & Barbosa, 2024)

En Brasil, se llevó a cabo un estudio en una revisión sistemática de 82 a 83 trabajos sobre calidad web en cibermedios, con el objetivo de analizar los métodos e indicadores utilizados para evaluar medios digitales y cómo consideran los atributos de confianza. Morales-Vargas et al. (2022) descubren que los instrumentos especializados para medir la calidad web en medios son escasos, y que predomina el análisis experto mediante inspección heurística frente a estudios de usuarios. Entre los indicadores más frecuentes destacan la interactividad, la usabilidad, la arquitectura de información y el contenido, que reflejan dimensiones centrales del

diseño editorial digital (interfaz, estructura informativa). El artículo señala que las propuestas de evaluación rara vez incorporan criterios visuales detallados ni componentes del discurso gráfico, como la jerarquía tipográfica, la consistencia de estilo o la retícula. Esta omisión sugiere un potencial para ampliar los modelos de calidad web incorporando elementos de diseño editorial digital como variables de evaluación fundamentales para la confianza y la experiencia del lector (Morales-Vargas et al., 2021).

En Colombia, se llevó a cabo un estudio en el que se realiza un análisis de contenido de los titulares en las portadas de los periódicos El Tiempo y El Espectador durante los primeros meses de la pandemia (marzo a julio de 2020) con el objetivo de identificar los marcos informativos predominantes. Los autores examinan tonos informativos, temas centrales, fuentes y estructura lingüística en los titulares, y presentan cuantitativamente los énfasis temáticos (salud, política, economía) en cada diario. (Ladino Marín & Prada Penagos, 2024). En relación con el diseño editorial digital, el estudio sugiere que dichos marcos condicionan la jerarquía visual y la visibilidad de los temas al estructurarse en las portadas: los titulares más destacados por su encuadre requieren mayor proyección gráfica, tamaño, prioridad tipográfica y posicionamiento en el diseño, lo cual subraya la interrelación entre discurso temático y estrategia visual en medios digitales.

En Chile, se realizó un estudio que explora cómo los medios y plataformas articulan narrativas transmedia simultáneamente con las aportaciones de los prosumidores informativos. A través de un enfoque mixto (estadística, etnografía virtual y revisión documental), los autores analizan un caso de reportaje que se expande día a día por distintos canales para reconstruir el sentido del acontecimiento. Se observa que la difusión transmedia no solo replica contenidos, sino que adopta una lógica ramificada: el medio controla la narrativa original mientras la audiencia puede reinterpretarla, añadir contenidos y resignificarla. El resultado es una experiencia narrativa compartida entre productores y usuarios, donde la co-creación y la expansión multiplataforma difuminan las fronteras entre autor y audiencia (Garcés & Mendieta-Briceño, 2024)

La tesis doctoral de Corzo-Archila (2022) analiza el rol de las analíticas web en los medios nativos digitales latinoamericanos y la influencia de las métricas en las etapas de producción periodística (selección, redacción, visión editorial). A través de entrevistas en profundidad con editores y periodistas de medios digitales de América Latina, el estudio revela que muchas redacciones emplean herramientas como Google Analytics o Chartbeat para perfilar audiencias, pero con limitaciones conceptuales: las métricas tienden a priorizar la visibilidad, los clics y el tiempo de lectura por encima de valores cualitativos. Esta orientación métrica condiciona las decisiones del diseño editorial digital, ya que la presentación de titulares, el posicionamiento de historias y el uso de imágenes y módulos visuales se adaptan para maximizar la atención y retención del usuario. En consecuencia, la coherencia gráfica, la jerarquía editorial, los espacios visuales y los sistemas de navegación terminan “optimizados para métricas”, en lugar de “optimizados para la lectura”. Corzo-Archila advierte que este sesgo cuantitativo puede debilitar el propósito editorial, al imponer una estética métrica por encima de los criterios de calidad, usabilidad o experiencia del lector.

3.3. ANTECEDENTES EN ECUADOR: ESTUDIOS PREVIOS Y TESIS RELEVANTES

El análisis del diseño editorial digital en la prensa ecuatoriana se inscribe en un contexto académico que, si bien aún es incipiente, ha generado aportes significativos en los últimos años a través de estudios y tesis de posgrado. En Ecuador, investigaciones recientes han abordado la transición de los diarios impresos hacia entornos digitales, la adopción de narrativas transmedia y el impacto de las métricas en la producción periodística, configurando un panorama que revela tanto avances como áreas de oportunidad en el campo. Trabajos como los de Rivera Abarca et al. (2025), Aguirre Mayorga (2024) y Vicente Vicente (2023) destacan la necesidad de repensar la coherencia gráfica, la usabilidad y la experiencia del usuario en medios digitales, mientras que tesis doctorales a nivel regional, como la de Corzo-Archila (2022), ofrecen marcos conceptuales aplicables al caso ecuatoriano. Estos antecedentes constituyen la base crítica para sustentar el presente estudio y proyectar nuevas líneas de investigación.

El monográfico de Chasqui (CIESPAL) sobre transformación digital postpandemia, en el contexto de Ecuador y la región, analiza cómo los medios de comunicación latinoamericanos han abordado la transformación digital a partir de la pandemia, utilizando datos recopilados hasta 2022. Se emplea un enfoque mixto que combina una encuesta de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) aplicada a medios de comunicación en diversos países de la región, con análisis cualitativos de las estrategias adoptadas (BERNAL SUÁREZ et al., 2024). La mayoría de los medios han integrado tecnologías digitales como plataformas web, aplicaciones móviles y redes sociales, pero de manera desigual, con más avances en países con mejor infraestructura digital. Las estrategias comunes incluyen diversificar formatos (videos, podcasts, infografías) y reorganizar redacciones para contenido multiplataforma. Este estudio analiza el diseño editorial digital y concluye que la transformación requiere rediseños estructurales de plataformas informativas, con retículas flexibles, jerarquías visuales claras y modularidad para soportar diversos formatos. Al incorporar video e infografía, los medios deben crear diseños escalables que mantengan coherencia de estilo y navegabilidad. El enfoque multiplataforma exige que el diseño conserve la identidad gráfica entre web, aplicación y redes sociales, asegurando consistencia tipográfica, paletas de color y sistemas de navegación para distintos dispositivos. Medios con equipos digitales avanzados enfatizan pruebas de experiencia de usuario (UX) y análisis de métricas visuales para ajustar interfaces, basando decisiones de diseño editorial en datos de uso. Sin embargo, muchos medios priorizan visibilidad y alcance sobre experiencia visual refinada, generando tensiones entre estética y funcionalidad. En resumen, la transformación digital del periodismo latinoamericano está ligada a la madurez del diseño editorial digital, no solo como presentación gráfica, sino como interfaz estratégica que media entre contenido e interacción en múltiples plataformas. (BERNAL SUÁREZ et al., 2024).

El estudio *“Patrones de diseño y diagramación: la prensa ecuatoriana edición impresa y online”* analiza la evolución visual y estructural de dos diarios ecuatorianos, El Comercio y El Universo, desde 2015 hasta 2024, en sus versiones impresas y digitales (Rivera Abarca et al., 2025). Con un enfoque cualitativo y

métodos inductivos e históricos, los autores examinan la aplicación de los fundamentos de la diagramación tipográfica, como la retícula, la composición y el uso de imagen, en ambos soportes, y cómo estos han evolucionado con la aparición de las plataformas digitales (Rivera Abarca et al., 2025). El estudio concluye que, si bien las versiones impresas de ambos diarios mantienen composiciones equilibradas y estructuras visuales consolidadas, sus versiones digitales presentan áreas de oportunidad, como desajustes en retículas adaptativas, jerarquías inconsistentes y dificultades en la integración de módulos visuales con texto. Este artículo es relevante porque evidencia la brecha entre la praxis editorial tradicional y los desafíos del entorno digital: los diarios aún están en proceso de adaptar sus estructuras gráficas del formato impreso al web, sin perder coherencia visual ni funcionalidad. El trabajo demuestra que elementos como la modularidad, la flexibilidad de la retícula, la consistencia tipográfica entre versiones y la proporción adecuada entre imagen y texto son fundamentales para garantizar la legibilidad y una experiencia de navegación lógica. Asimismo, destaca la necesidad de diagramaciones dinámicas que se adapten a distintos dispositivos sin perder la identidad editorial. Esta transición, de maquetas estáticas a configuraciones flexibles, requiere repensar el diseño no solo como estética, sino como una interfaz narrativa que medie entre el contenido y la interacción.

La tesis *“Transición de la prensa tradicional al ecosistema digital. Caso: El Comercio”* (Vicente Vicente, 2023) analiza el proceso de transformación del diario ecuatoriano El Comercio desde su modelo impreso hacia un entorno digital multiplataforma. El estudio se basa en la premisa de que la digitalización no se limita a un cambio tecnológico, sino que implica la reestructuración de rutinas productivas, formatos narrativos y recursos gráficos. A través de un análisis documental y entrevistas con editores y periodistas, se demuestra que el medio ha priorizado la adopción tecnológica presencia en web y redes sociales, diversificación de soportes audiovisuales y uso de métricas de audiencia, pero mantiene una continuidad formal con esquemas heredados del formato impreso. El hallazgo principal indica que persisten estructuras visuales tradicionales, como la disposición modular rígida, el uso jerárquico de titulares y la segmentación por secciones, lo cual limita la exploración plena de recursos interactivos, narrativas ramificadas y experiencias

inmersivas propias del ecosistema digital. La tesis concluye que, aunque El Comercio ha avanzado en su migración digital, aún enfrenta el desafío de repensar sus fundamentos editoriales visuales y narrativos, con el objetivo de diseñar interfaces más coherentes con las demandas de navegabilidad, interactividad y usabilidad de los lectores en entornos digitales contemporáneos.

El artículo de (Aguirre Mayorga, 2024) analiza la manera en que los principales medios digitales ecuatorianos: El Comercio, Expreso, El Universo, La Posta, GK y Primicias distribuyen sus contenidos periodísticos en redes sociales como Twitter e Instagram, desde una perspectiva transmedia. El estudio examina más de 3.600 publicaciones y concluye que la noticia ya no se difunde en un único soporte, sino que se fragmenta en múltiples piezas narrativas adaptadas a la lógica de cada plataforma. En relación con el diseño editorial digital, este hallazgo es significativo porque evidencia cómo la retícula, la tipografía y la jerarquía visual deben adaptarse a microformatos gráficos que dialogan con la estética de redes sociales, sin perder identidad institucional. Asimismo, el trabajo muestra que los recursos visuales (infografías, videos cortos, tipografías sobre imagen) funcionan como estrategias de navegación y fidelización, reforzando la coherencia gráfica de los medios en entornos dispersos. El artículo concluye que el periodismo transmedia en Ecuador requiere diseños modulares y escalables, capaces de sostener una experiencia de usuario consistente y reconocible en contextos multiplataforma.

El artículo “*Prensa digital ecuatoriana: Cambios en formatos y narrativas multimedia en medios nativos en 2021*” analiza la evolución de las presentaciones visuales y discursivas de los medios digitales ecuatorianos GK, Plan V y Wambra durante el período de diciembre de 2020 a diciembre de 2021, en relación con noticias sobre la COVID-19 (Tobar Medina, 2022). A través de un análisis de contenido de 84 publicaciones en Instagram, el estudio identifica una transformación hacia formatos más visuales, como videos, carruseles y gráficos, así como narrativas que incorporan elementos multimodales (texto, imagen, animación) para mejorar la articulación informativa y capturar la atención del público. Se enfatiza que este cambio no es solo estético, sino estructural: los medios nativos adoptan nuevas lógicas de composición, integración de recursos interactivos y modularidad en

bloques informativos. El alcance del estudio es nacional, con enfoque en las redes sociales

de medios nativos, y evidencia que estos medios han comenzado a adaptar su lenguaje visual y narrativo a las demandas de lectura digital, como la legibilidad, el dinamismo y la diversificación de formatos. Este caso es relevante ya que muestra cómo en Ecuador existen prácticas emergentes de interactividad, coherencia gráfica y narrativa visual que pueden compararse con los fundamentos teóricos del diseño editorial digital.

El artículo *“Periodismo digital en Ecuador: entre innovación y dependencia financiera. Un estudio comparativo Quito-Guayaquil”* (Monedero-Morales, 2025) analiza la sostenibilidad de los medios nativos digitales ecuatorianos, explorando cómo su modelo de negocio impacta en la innovación periodística y en la calidad de las narrativas digitales. A través de un estudio comparativo de medios radicados en Quito y Guayaquil, la autora identifica que la mayoría depende fuertemente de la cooperación internacional y de proyectos financiados externamente, lo que genera vulnerabilidad frente a cambios de agenda y recursos. No obstante, estos mismos apoyos han impulsado procesos de innovación en diseño editorial digital, con mayor apuesta por narrativas multimedia, coherencia gráfica en redes sociales y estrategias interactivas para captar audiencia. El alcance de la investigación revela que la sostenibilidad económica está directamente vinculada con la capacidad de los medios para experimentar en formatos, navegabilidad y estructuras visuales, elementos clave para comprender el desarrollo de la prensa digital ecuatoriana.

3.4. VACÍOS DE INVESTIGACIÓN IDENTIFICADOS

Esta investigación doctoral sobre diseño editorial en la prensa digital ecuatoriana identifica vacíos en la literatura académica latinoamericana y nacional de los últimos cinco años. Aunque hay avances en interactividad, navegabilidad y coherencia gráfica, áreas poco exploradas limitan la comprensión del impacto del diseño editorial digital en la comunicación periodística.

Tabla 1_ Análisis de vacíos de investigación identificados en estudios desarrollados en Latinoamérica y Ecuador, desde el 2022 al 2025.

Tema de investigación	Año	Datos relevantes	Enlace
Estado de la transformación digital del periodismo en América Latina pos-pandemia: Análisis con corte al año 2022 (BERNAL SUÁREZ et al., 2024)	2024	Ausencia de protocolos comparables para medir interactividad, navegabilidad y coherencia gráfica en medios de distintos países; predominan diagnósticos generales.	https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9684341.pdf
Interactividad, buscabilidad y visibilidad web en periodismo digital galardonado (Santos-Hermosa et al., 2023)	2023	Falta de estudios experimentales y replicables que vinculen diseño de interfaz con aprendizaje y <i>engagement</i> en contextos latinoamericanos.	https://n9.cl/ol7pz
Medios nativos digitales de América Latina y analíticas web. Cómo inciden las métricas en la producción de las noticias (Corzo-Archila, 2022)	2022	Brecha entre analítica de audiencias y rediseños editoriales: se describen métricas, pero falta evidencia de cómo modifican menús, jerarquías y navegabilidad.	https://portalcientifico.unav.edu/documentos/652d7dcc7cecaf3177a506bd
Patrones de diseño y diagramación: la prensa ecuatoriana edición impresa y online (Rivera Abarca et al., 2021)	2025	Carencia de auditorías sistemáticas de accesibilidad (WCAG 2.2) y pruebas con usuarios en Ecuador; estudios centrados en comparativas print/web.	https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/download/4132/7733?inline=1
Periodismo digital en Ecuador: entre innovación y dependencia financiera. Un estudio comparativo Quito-Guayaquil (Monedero-Morales, 2025)	2025	Escasez de análisis sobre la relación entre financiamiento y continuidad en innovación de diseño editorial; dependencia externa condiciona usabilidad y coherencia gráfica.	https://n9.cl/qgyynncc
Análisis del encuadramiento periodístico en tiempos de pandemia de covid-19 en los principales diarios de Colombia: <i>El Tiempo</i> y <i>El Espectador</i> (Ladino Marín & Prada Penagos, 2024)	2024	Falta de estudios que vinculen decisiones de encuadre visual (tipografía, imágenes) con métricas de navegación (profundidad, abandono, retorno).	https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11822913/

Fuente: Elaboración propia

Estudios recientes revelan lagunas en la investigación sobre diseño editorial digital en Latinoamérica, especialmente en Ecuador. Falta de protocolos estandarizados para evaluar interactividad, navegabilidad y coherencia gráfica en medios de diferentes países dificulta diagnósticos comparativos y tendencias regionales. La escasa aplicación de metodologías experimentales o pruebas con usuarios limita la evidencia empírica para decisiones editoriales. Existe una brecha entre analítica de audiencias y rediseños editoriales, ya que los medios usan métricas sin relacionarlas con cambios efectivos en navegación. En Ecuador, hay deficiencias en auditorías de accesibilidad y adaptación a estándares internacionales como WCAG 2.2, limitando la inclusión de audiencias diversas. Se necesita estudiar la relación entre sostenibilidad financiera e innovación en diseño editorial, ya que el financiamiento externo afecta la continuidad de estrategias gráficas y de usabilidad. Investigaciones en Colombia y otros países muestran una falta de conexión entre decisiones visuales y métricas de navegación, destacando la urgencia de vincular la estética con interacción y *engagement*.

3.5. APOORTE ESPERADO DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN

El principal aporte esperado de esta investigación es ofrecer un **modelo analítico y aplicado para evaluar los fundamentos del diseño editorial digital**_ retícula, tipografía, jerarquía informativa, paleta cromática, coherencia gráfica, interactividad y navegabilidad en la prensa ecuatoriana. Este modelo busca subsanar los vacíos detectados en la literatura regional y global. A diferencia de estudios previos que se han limitado a descripciones generales o comparativas entre soportes, esta investigación busca construir un marco **metodológico replicable**, sustentado en indicadores verificables y en pruebas tanto cualitativas como cuantitativas. Este marco permitirá valorar la eficacia comunicativa y la experiencia de usuario en medios consolidados como El Comercio, El Universo y El Telégrafo. Con ello, se aspira a superar la falta de protocolos estandarizados en Latinoamérica, aportar evidencia empírica local sobre la relación entre diseño y *engagement*, y establecer auditorías de accesibilidad en línea con estándares internacionales (WCAG 2.2). Asimismo, la investigación pretende demostrar cómo la sostenibilidad editorial

depende de la capacidad de los medios para sostener una identidad visual coherente, inclusiva y multiplataforma. En consecuencia, los resultados podrán constituirse en referente académico y práctico para redacciones, investigadores y responsables de políticas comunicacionales, consolidando un campo de estudio que, en Ecuador y en la región, aún presenta una clara deuda en términos de rigor metodológico, comparabilidad y orientación hacia la innovación editorial.

CAPÍTULO IV

Metodología de la investigación

An abstract graphic design featuring a teal background. Overlaid on this background are white, thin-lined geometric shapes, including rectangles and lines that form a complex, interconnected pattern. Scattered throughout this pattern are numerous small white circles or dots, some appearing in clusters and others in isolation, creating a sense of depth and complexity.

Capítulo IV. Metodología de la investigación

4.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

El presente estudio se fundamenta en un enfoque metodológico mixto, que integra perspectivas cualitativas y cuantitativas para un análisis exhaustivo de los fundamentos del diseño editorial digital en los principales medios de comunicación ecuatorianos: El Comercio, El Universo y El Telégrafo. La complejidad del objeto de estudio, que abarca dimensiones formales, narrativas y de interacción con los usuarios, exige una aproximación plural y complementaria. Como lo postula Creswell (2021), los métodos mixtos permiten capturar la riqueza de los fenómenos simbólicos y, simultáneamente, obtener datos empíricos verificables que robustezcan la validez del análisis.

Desde la perspectiva cualitativa, se prioriza la interpretación de los fundamentos del diseño editorial retícula, tipografía, jerarquía visual, coherencia gráfica y narrativas multimedia presentes en las plataformas digitales de los tres diarios seleccionados. Este enfoque interpretativo busca identificar patrones, significados y decisiones editoriales que trascienden la cuantificación numérica. Conforme a Ruiz Olabuenaga (2013), la investigación cualitativa es esencial cuando se busca explorar sentidos, comprender lógicas culturales y explicar prácticas comunicativas en contextos específicos. Su contribución en esta tesis reside en la comprensión profunda de cómo los medios construyen su lenguaje visual y narrativo en el entorno digital.

La dimensión cuantitativa se centra en la medición de indicadores objetivos de navegabilidad, interactividad y coherencia gráfica, utilizando métricas de desempeño digital y escalas estandarizadas. Según Alise & Teddlie (2010), el valor del método mixto no se limita a la mera combinación de técnicas, sino a la integración genuina de ambos enfoques dentro de un único proceso investigativo. Esta articulación permite la interpretación de los resultados cuantitativos a la luz de

los hallazgos cualitativos, generando una comprensión más completa y explicativa del fenómeno.

En concordancia con esta perspectiva, Hernández Sampieri (2018) argumenta que la metodología mixta representa un tercer paradigma que trasciende las limitaciones inherentes a los enfoques exclusivamente cuantitativos o cualitativos. Su principal fortaleza reside en la triangulación de datos, teorías y métodos, lo que incrementa la validez de los resultados y proporciona una comprensión integral de los fenómenos sociales y comunicativos. En este estudio, dicha triangulación se aplica a los resultados del análisis visual, las métricas de interacción y la experiencia del usuario, asegurando una visión holística del diseño editorial digital ecuatoriano.

El enfoque adoptado en esta investigación es de carácter aplicado, con el objetivo primordial de generar conocimiento práctico que contribuya a la optimización del diseño editorial digital en el contexto de la prensa ecuatoriana. Como lo establece Hernández Sampieri (2018), la investigación aplicada se caracteriza por la transformación de hallazgos teóricos en propuestas concretas que ofrecen soluciones a contextos profesionales específicos, en este caso, el ámbito de la comunicación periodística digital. Adicionalmente, el estudio posee un alcance descriptivo, al registrar y caracterizar meticulosamente los elementos que configuran las interfaces digitales. Según lo plantean Aggarwal & Ranganathan (2019), los estudios descriptivos permiten una detallada descripción de “qué ocurre” y “cómo ocurre” en un fenómeno determinado, sin la manipulación de variables, lo que los hace idóneos para la observación y análisis de los componentes visuales, estructurales e interactivos de los medios analizados.

De igual manera, la investigación adquiere un carácter comparativo, al buscar identificar similitudes y diferencias en la aplicación de los fundamentos del diseño editorial entre los medios El Comercio, El Universo y El Telégrafo. Creswell (2021) destaca la importancia de los estudios comparativos, los cuales permiten el contraste de casos bajo parámetros comunes, favoreciendo así la detección de patrones y divergencias en fenómenos complejos. Este enfoque posibilita la relación de los resultados con factores históricos, tecnológicos y editoriales propios de cada

medio, aportando evidencia sustancial para el desarrollo de directrices aplicables al ecosistema digital nacional.

La investigación finalmente adopta un enfoque explicativo, con el objetivo de comprender las relaciones entre el diseño editorial y la experiencia del usuario. De acuerdo con Vogl et al. (2019), la triangulación metodológica permite contrastar diversas perspectivas para revelar conexiones y dinámicas que no serían evidentes mediante un único enfoque. En este contexto, el estudio busca no solo describir la organización del diseño editorial digital en la prensa ecuatoriana, sino también explicar las causas y efectos de sus transformaciones gráficas y comunicativas.

4.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio se desarrolla bajo un **diseño no experimental**, ya que no se manipulan las variables de manera deliberada, sino que se observan y analizan en su contexto natural. De acuerdo con Hernández Sampieri (2018) en este tipo de diseño el investigador registra los fenómenos tal como suceden, limitándose a describir y analizar las relaciones que emergen entre ellos. En este caso, se examinan los fundamentos del diseño editorial digital en los principales periódicos ecuatorianos a partir de su producción real en plataformas en línea, sin alterar los contenidos ni las dinámicas editoriales.

De igual manera, el **diseño es transversal**, puesto que la recolección de datos se realiza en un único momento temporal con el objetivo de describir y analizar las características de los objetos de estudio en un periodo específico. De acuerdo con Wang & Cheng (2020), los estudios transversales son adecuados cuando se busca identificar patrones o correlaciones en un lapso determinado, proporcionando una “fotografía analítica” del fenómeno investigado. En este caso, se analizarán las interfaces digitales de El Comercio, El Universo y El Telégrafo durante el periodo junio – noviembre 2025, con el fin de establecer un diagnóstico del estado actual del diseño editorial digital en el país.

Además, se incorpora un **enfoque comparativo**, dado que el interés principal reside en confrontar las similitudes y diferencias en la aplicación de los fundamentos del diseño editorial digital entre los tres periódicos seleccionados. De acuerdo con Creswell (2021), el diseño comparativo favorece la construcción de interpretaciones más sólidas, puesto que permite contrastar casos bajo criterios comunes, generando explicaciones sobre las regularidades y divergencias observadas. En este sentido, el análisis comparativo se justifica no solo para caracterizar el fenómeno, sino también para identificar cómo cada periódico gestiona la transición del soporte impreso a lo digital en términos de interactividad, navegabilidad y coherencia gráfica.

Este diseño metodológico, no experimental, transversal y comparativo, se ajusta plenamente a los objetivos planteados, puesto que permite caracterizar y explicar la manera en que la prensa ecuatoriana incorpora fundamentos de diseño editorial digital sin intervención externa, en un marco temporal delimitado y mediante la comparación entre medios representativos.

4.3. DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL

Espacial: El estudio se centrará en los tres principales periódicos digitales de Ecuador: *El Comercio* (Quito), *El Universo* (Guayaquil) y *El Telégrafo* (Guayaquil). La delimitación espacial y temporal de la presente tesis doctoral permite situar el estudio dentro de un contexto preciso y pertinente para el análisis del diseño editorial digital en Ecuador. La investigación se centrará en los tres principales periódicos digitales del país: El Comercio (Quito), El Universo (Guayaquil) y El Telégrafo (Guayaquil), reconocidos como referentes nacionales por su trayectoria y alcance informativo. El análisis comprenderá un periodo de seis meses, con una captura mensual de la página de inicio (*homepage*) de cada medio. Este intervalo posibilita examinar las prácticas actuales de diseño editorial durante una etapa de consolidación del periodismo digital ecuatoriano.

Temporal: El análisis se realizará sobre un periodo comprendido de 6 meses, considerando desde junio – noviembre 2025, una captura del *homepage* por mes, el

análisis se realizará en los ordenadores y su adaptación en los celular, ya que se consideran los dos medios más utilizados por los consumidores de noticias en el Ecuador según StatCounter Global Stats (2025) con énfasis en sus versiones digitales vigentes durante ese lapso, lo que permite evaluar prácticas actuales de diseño editorial en la era de consolidación del periodismo digital.

4.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

4.4.1. Población

La población objeto de este estudio se conforma, por un lado, por los medios de prensa digital en el Ecuador y, por otro, por los usuarios que consumen contenidos informativos en entornos digitales. La selección de los casos de estudio se fundamenta en un muestreo no probabilístico de tipo intencional, guiado por criterios de relevancia, alcance nacional, trayectoria mediática y presencia consolidada en el entorno digital ecuatoriano. En este contexto, los periódicos El Comercio, El Universo y El Telégrafo fueron seleccionados por su representatividad dentro del ecosistema informativo del país y por su capacidad de demostrar distintos niveles de adaptación al entorno digital.

El Comercio fue fundado en Quito el 1 de enero de 1906 por los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome. La sede se encuentra en la capital ecuatoriana. Tradicionalmente un diario impreso de circulación nacional ha experimentado una transformación hacia lo digital, consolidando su portal web en los últimos años, se reconoce que “el portal www.elcomercio.com se consolidó en 2018 como líder en las plataformas digitales de Ecuador” El Comercio (2018). En cuanto a audiencia, El Comercio se orienta a un público general nacional, con cobertura política, económica, cultural y de servicios, apuntando a lectores interesados en noticias de impacto nacional y regional, desde un posicionamiento de diario “generalista” de referencia.

El Diario El Universo fue fundado el 16 de septiembre de 1921 en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Su sede principal se encuentra en esta ciudad portuaria de Guayaquil. Históricamente, El Universo ha sido un diario impreso de amplia circulación en la región litoral del país. Desde la década de 1990, el periódico ha adaptado su formato a la era digital, incluyendo la presencia de su página web como parte de su evolución tecnológica. En la actualidad, El Universo cuenta con millones de usuarios únicos en su versión en línea. El Universo (2021). Su audiencia principal se compone de lectores de la zona costera del Ecuador, particularmente de Guayaquil y la provincia del Guayas. Sin embargo, el periódico también ofrece cobertura nacional, atrayendo a un público interesado en información general, deportes, entretenimiento, economía y opinión. Este público se caracteriza por su perfil urbano y su activa participación en los medios digitales.

El Telégrafo, fundado el 16 de febrero de 1884 en Guayaquil, se erige como uno de los medios de comunicación más antiguos del Ecuador. A lo largo de su historia, ha experimentado una evolución significativa, pasando de ser un medio impreso tradicional a un diario digital. En la actualidad, se presenta como un medio digital del Estado ecuatoriano con una presencia online predominante El Telegrafo (2025). Su audiencia se orienta a un público nacional, con un enfoque en noticias generales, económicas y de servicio público. El perfil del medio es más institucional, dirigido a lectores interesados en una cobertura regional y nacional, con una perspectiva desde la costa (Guayaquil) que alcanza a todo el país.

La selección responde a un criterio intencional y estratégico, pues estos tres medios constituyen referentes en la transición de la prensa impresa a la digital en el país, representando diferentes trayectorias editoriales y líneas de construcción informativa.

4.4.2. Propuesta de frecuencia de análisis de *homepages*

Para el desarrollo de la investigación doctoral sobre fundamentos del diseño editorial en la prensa online ecuatoriana, se propone un diseño metodológico que asegure la rigurosidad del análisis comparativo y la viabilidad en el tratamiento de los datos. El análisis de la página de inicio (*homepage*) de los tres periódicos

seleccionados (*El Comercio, El Universo y El Telégrafo*) se realizará bajo los siguientes criterios temporales y de frecuencia:

Tabla 2: Frecuencia de análisis de *homepages* de 6 meses

Periodo de análisis	Frecuencia por año	Número de periódicos	Total de unidades de análisis
julio a diciembre 2025 (6 meses – 1 por mes)	6 <i>homepages</i>	3 (El Comercio, El Universo, El Telégrafo)	18 unidades.

Fuente: Elaboración propia

La elección de un rango de 6 meses (julio – diciembre 2025) responde a la necesidad de observar la evolución del diseño editorial digital en un periodo donde el consumo digital se ha incrementado en todos los ámbitos, se ha considerado una captura por mes, que asegura detectar variaciones tanto coyunturales (eventos, elecciones, crisis) como estructurales (cambios de diseño, navegabilidad, interactividad). Este conjunto total de datos garantiza robustez para análisis descriptivos, comparativos y explicativos. Krippendorff (2019)

Para el análisis de las portadas digitales se seleccionó una FrontPage mensual correspondiente al segundo semestre de 2025, capturada el miércoles a las 09:00 (hora local), utilizando Web Archive. Esta estrategia garantiza estabilidad editorial, comparabilidad temporal y homogeneidad en la observación de los elementos de diseño editorial digital.

Calendario de selección de FrontPage (julio - diciembre 2025)

Franja horaria establecida: 09:00 (hora local de Ecuador)

Herramienta: <https://web.archive.org/>

Tabla 3: Calendario de selección de *FrontPage*

Mes (2025)	Día seleccionado	Día de la semana	Hora de captura	Justificación
Julio	9 de julio	Miércoles	9:00	Mantiene periodicidad y estabilidad editorial
Agosto	13 de agosto	Miércoles	9:00	Coincide con actualización matutina consolidada
Septiembre	10 de septiembre	Miércoles	9:00	Permite comparabilidad mensual sin eventos atípicos
Octubre	8 de octubre	Miércoles	9:00	Semana regular sin feriados nacionales
Noviembre	12 de noviembre	Miércoles	9:00	Evita distorsiones por fines de semana o cierres editoriales
Diciembre	10 de diciembre	Miércoles	9:00	Periodo regular previo a cierre anual informativo

Fuente: Elaboración propia

4.4.3. Muestra

La muestra seleccionada para esta investigación se caracteriza por ser no probabilística e intencional, lo cual la hace idónea para estudios que requieren la participación de sujetos con atributos específicos y un conocimiento previo del objeto de análisis. Conforme a lo establecido por Etikan (2017), el muestreo intencional otorga al investigador la facultad de seleccionar deliberadamente a los participantes que poseen la experiencia o competencias necesarias para contribuir con información relevante al fenómeno bajo estudio. En este contexto, los criterios de selección se enfocan en individuos familiarizados con la navegación digital y el consumo frecuente de medios informativos en línea, condiciones imprescindibles para una evaluación precisa de la usabilidad, la coherencia gráfica y la experiencia de lectura digital de los periódicos seleccionados, quienes poseen formación académica y experiencia profesional en el análisis de interfaces digitales. Este criterio asegura una evaluación informada y fundamentada en conocimientos disciplinares pertinentes.

La muestra estará compuesta por 30 participantes, definidos como lectores ecuatorianos que acceden a noticias digitales al menos tres veces por semana, cumpliendo con el perfil del lector de prensa digital en Ecuador, tal como se describe

en el Reuters Institute Digital News Report de la University of Oxford (2023). Este perfil corresponde principalmente a un público joven-adulto con formación universitaria, que accede predominantemente desde dispositivos móviles, busca información inmediata y confiable, y valora las narrativas concisas y visualmente atractivas. Este segmento de lectores constituye el público objetivo natural de los medios analizados y representa la audiencia más activa en la interacción con la prensa digital nacional.

En concordancia con estos criterios, los participantes serán seleccionados entre docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), específicamente de la Facultad de Informática y Electrónica, que incluye las carreras de Ingeniería en Software, Tecnologías de la Información y Telemática. La selección de este grupo se fundamenta en su alto nivel de alfabetización digital y dominio de herramientas informáticas, así como en su frecuente uso de medios electrónicos y redes sociales. Estas características aseguran una comprensión técnica adecuada de los entornos digitales y una percepción crítica de los aspectos relacionados con la navegabilidad, interactividad y diseño visual, variables fundamentales en esta investigación.

Este tipo de muestra resulta idóneo dentro de un enfoque metodológico mixto y un diseño no experimental, en el cual no se busca la generalización estadística, sino la obtención de datos representativos y significativos a partir de un grupo experto en el uso de entornos digitales. La selección intencional, al priorizar la pertinencia de los participantes sobre la cantidad, permite profundizar en el análisis de la experiencia del usuario y garantizar la validez contextual de los hallazgos, alineándose con la lógica exploratoria y aplicada que caracteriza esta investigación.

Tabla 4: Ficha técnica de la muestra

Elemento	Descripción
Tipo de muestreo	No probabilístico e intencional (de juicio).
Justificación del tipo de muestra	Se selecciona deliberadamente a individuos que cumplen con el perfil de lector digital ecuatoriano, con experiencia en navegación y consumo habitual de

	noticias en medios online, lo que garantiza la pertinencia de sus respuestas para el análisis de usabilidad y diseño editorial digital.
Tamaño de la muestra	30 participantes.
Unidad de análisis	Lectores ecuatorianos de prensa digital.
Universo o población objetivo	Usuarios ecuatorianos que consultan medios de comunicación digitales (<i>El Comercio</i> , <i>El Universo</i> y <i>El Telégrafo</i>) al menos tres veces por semana.
Criterios de inclusión	- Lectores frecuentes de prensa digital (mínimo 3 veces por semana). - Edad entre 25 y 55 años. - Nivel educativo universitario o superior. - Experiencia habitual en el uso de plataformas digitales y redes sociales. - Familiaridad con entornos de lectura online en medios ecuatorianos.
Criterios de exclusión	- Personas sin acceso regular a Internet. - Usuarios que no consulten medios digitales ecuatorianos. - Lectores ocasionales o con bajo nivel de alfabetización digital.
Perfil de los participantes	Docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH), Facultad de Informática y Electrónica, pertenecientes a las carreras de Software, Tecnologías de la Información y Telemática. Este grupo posee un alto nivel de alfabetización digital, conocimiento técnico y consumo habitual de medios digitales, alineándose con el perfil del lector ecuatoriano de prensa digital descrito por el <i>Reuters Institute University of Oxford</i> (2023).
Propósito de la muestra	Obtener información empírica sobre la experiencia de usuario y percepción del diseño editorial digital en los tres principales diarios ecuatorianos, permitiendo comparar la coherencia visual, navegabilidad e interactividad entre medios.
Referencias metodológicas	Creswell 2021; Etikan, 2017; Hernández Sampieri, 2018

Fuente: Elaboración propia

4.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para cumplir con los objetivos de la investigación. Se utiliza una variedad de técnicas e instrumentos que se alinean con el enfoque mixto de este trabajo de investigación.

FASE 1: se procede a realizar un análisis de la coherencia visual (Diseño Editorial y consistencia gráfica), usando una ficha observación (tipo *checklist*) creada especialmente para este fin. La ficha AIPoC, corresponde a los cinco componentes que permitirá analizar íntegramente el contenido visual, sus siglas significan: A_ actor, I_ imagen, Po_ Posicionamiento, C_ Comunicación basado en el modelo y método de Rodríguez Escanciano (2022). Esta ficha ayudará a registrar como se aplica la retícula, jerarquía tipográfica, color, uso del espacio, coherencia icónica, proporciones visuales, consistencia del *branding*.

FASE 2: se procede a realizar un análisis de la usabilidad (experiencia del usuario en prensa digital), usando el modelo Heurístico de usabilidad de Nielsen, aplicado como lista de cotejo con criterios de visibilidad, control, consistencia, prevención de errores, etc.

FASE 3: se procede a realizar un análisis del aporte a la narrativa informativa digital (estructura y lectura visual), usando una matriz que relacione elementos visuales (imágenes, titulares, jerarquías) con funciones narrativas (inicio, desarrollo, cierre, punto de anclaje informativo) y el análisis de la narrativa digital y evaluar el grado de interactividad, hipertextualidad, multimedia, *storytelling*, personalización y tono editorial.

FASE 4: se realiza el proceso de síntesis y triangulación de resultados implica la integración de los hallazgos obtenidos en relación con la coherencia visual, la usabilidad y la narrativa digital de los medios analizados. En esta fase, se confrontan los datos recopilados durante las etapas previas con el objetivo de elaborar un perfil comparativo de cada medio, identificando sus fortalezas, debilidades y estrategias distintivas de comunicación visual. La triangulación facilita el establecimiento de

relaciones entre los aspectos estéticos, funcionales y discursivos del diseño editorial digital, proporcionando una comprensión integral de la forma en que cada medio articula su identidad visual y su experiencia narrativa en el entorno digital. Esta estrategia permitirá identificar tanto patrones comunes como diferencias significativas en la aplicación de los fundamentos del diseño editorial digital en *El Comercio*, *El Universo* y *El Telégrafo*, así como su relación con la experiencia de usuario en el contexto ecuatoriano.

Tabla 5: Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Dimensión de análisis	Variable	Indicadores	Técnica	Instrumento	Tipo de escala / unidad de análisis	Autores de referencia
Diseño editorial digital	Coherencia visual	- Uso sistemático de retícula - Jerarquía tipográfica - Armonía cromática - Consistencia iconográfica - Equilibrio entre texto e imagen	Observación documental y visual	Ficha de análisis de diseño editorial (matriz AIPoC adaptada)	Escala ordinal 1–5 (Muy bajo a Muy alto)	Samara (2017) Lupton (2024) Caldwell (2024) Rodríguez Escanciano (2022)
Diseño editorial digital	Identidad visual	- Aplicación de la identidad gráfica institucional - Coherencia entre logo, color y tipografía - Adecuación de la marca visual en entorno digital	Análisis de contenido visual	Checklist de coherencia gráfica	Escala nominal (Sí/No) y escala Likert (1–5)	Forsberg (2023) Scolari (2022) Cai (2025)
Usabilidad digital	Experiencia de usuario (UX)	- Facilidad de navegación - Claridad del menú y enlaces - Tiempo de acceso a noticias - Eficiencia del recorrido de lectura	Prueba de usabilidad con usuarios	Escala SUS (System Usability Scale) y SEQ (Single Ease Question)	Escala Likert 1–7 y métrica de tiempo (segundos)	Brooke (1995) Nielsen (2024) Krug (2013)
Usabilidad digital	Accesibilidad	- Contraste de color - Navegación por teclado	Observación técnica y validación normativa	Lista de verificación WCAG 2.2 (W3C, 2024)	Escala dicotómica (Cumple / No cumple)	W3C (2024) Ara et al. (2025)

		- Tamaño táctil mínimo de elementos interactivos - Etiquetas descriptivas de imágenes				Chemnad & Othman (2024)
Narrativa informativa digital	Interactividad narrativa	- Presencia de elementos multimedia - Capas de navegación - Enlaces internos y externos - Recursos de <i>storytelling</i> visual	Análisis de contenido digital	Matriz de análisis narrativo-visual (según Scolari, 2022)	Escala Likert 1–5	Scolari (2022) Aitamurto et al. (2023) Míguez González (2023)
Narrativa informativa digital	Coherencia informativa	- Relación entre texto e imagen - Fluidez entre bloques de contenido - Claridad de los recorridos de lectura	Análisis semiótico de contenido	Ficha de análisis de coherencia informativa digital	Escala ordinal (1–5)	Kress & van Leeuwen (2020) Vezzoli (2022) Günay (2021)
Percepción del usuario	Satisfacción visual y funcional	- Grado de agrado estético - Facilidad percibida - Confianza y credibilidad del diseño	Encuesta en línea (30 docentes/usuarios)	Cuestionario digital estructurado	Escala Likert 1–5	Nielsen (2024) Stroud et al. (2022)

Fuente: Elaboración propia

4.5.1. Código de valores y escalas:

1. Escala ordinal:

La presente investigación adopta una escala ordinal de cinco niveles (1 = Deficiente, 5 = Excelente) inspirada en la estructura de evaluación empleada por Bubaš et al. (2023), quienes validaron una herramienta para medir la adaptación de características de usabilidad y experiencia del usuario mediante una gradación progresiva de desempeño.

Tabla 6: Escala ordinal 1–5

Valor	Descriptor verbal
1	Deficiente (No adaptado, No cumple)
2	Bajo (adaptación parcial, problemas relevantes, cumple parcialmente / deficiencias notorias)
3	Aceptable (adaptación funcional con mejoras pendientes, cumple aceptablemente / requiere mejoras)
4	Alto (buena adaptación con detalles menores cumple bien / desempeño correcto)
5	Excelente (adaptación ejemplar, estándares altos, consistencia plena, cumple de forma excelente / estándar óptimo).

Fuente: Adaptada de Bubaš et al. (2023)

4.6. INSTRUMENTOS POR FASES:

Se presentan los instrumentos aplicados en cada fase de la investigación, detallando su función analítica y su contribución al cumplimiento de los objetivos metodológicos planteados.

4.6.1.Fase 1: Coherencia visual

Ficha 1: Coherencia visual (Diseño Editorial y consistencia gráfica)

Ficha de Análisis AIPoC - Adaptación al Diseño Editorial Digital	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	
Fecha de análisis	
URL / Captura analizada	
Tipo de contenido	
Analista	<i>43 años, Ana L. Rivera A., mujer, estudios cuarto nivel</i>

2.A. Apariencia

Evalúa los aspectos formales y estéticos del diseño editorial digital.

Variable	Indicadores observables	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	Cuadrícula coherente, alineación de bloques, proporción entre columnas	
Tipografía	Jerarquía clara, consistencia entre titulares y cuerpos, legibilidad	
Cromática	Uso de paleta institucional, contraste adecuado, coherencia visual	
Iconografía e imágenes	Calidad, coherencia temática, relevancia visual	
Consistencia visual	Repetición de patrones, uso uniforme de estilos	

2.B. Identidad

Analiza la coherencia entre el diseño y la identidad de marca del medio periodístico.

Variable	Indicadores observables	Escala (1-5)
Logotipo y marca	Presencia visible, proporción y ubicación coherente	
Elementos distintivos	Colores y tipografía representativos de la marca	
Estilo editorial	Concordancia entre estilo visual y línea informativa	
Adaptación digital	Fidelidad del branding al entorno responsive o app	

2.C. Posicionamiento

Variable	Indicadores observables	Escala (1-5)
Diferenciación visual	Elementos que distinguen al medio frente a competidores	

Nivel de innovación	Recursos multimedia, <i>scroll</i> narrativo, infografías interactivas	
Credibilidad visual	Claridad, limpieza y profesionalismo percibido	
Accesibilidad visual	Cumplimiento de WCAG 2.2: contraste, etiquetas, tamaños táctiles	

2.D. Comunicación

Variable	Indicadores observables	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	Prioridad visual de noticias relevantes	
Narrativa multimedia	Integración de texto, imagen, video e hipervínculos	
Fluidez lectora	Ritmo visual, claridad de navegación, carga progresiva	
Coherencia discursiva	Relación entre imagen, título y contenido textual	

3. Resumen de resultados

Dimensión	Ponderación promedio (1–5)	Comentario
Apariencia		
Identidad		
Posicionamiento		
Comunicación		

Fuente: Elaboración propia

4.6.2.Fase 2: Análisis de la usabilidad

Ficha 2: Análisis de la usabilidad (experiencia del usuario en prensa digital)

Ficha de Evaluación Heurística de Usabilidad (Basada en Jakob Nielsen)

1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	
Fecha de análisis	
URL analizada	
Analista / Evaluador	43 años, Ana L. Rivera A., mujer, estudios cuarto nivel
Duración estimada (min)	

1. Dimensiones de evaluación (10 heurísticas adaptadas)

Nº	Heurística de Nielsen (adaptada)	Indicadores de observación	Escala (1–5)	Observaciones
1	Visibilidad del estado del sistema	Indica claramente dónde se encuentra el usuario (menú activo, <i>feedback</i> visual).		
2	Correspondencia entre el sistema y el mundo real	Lenguaje comprensible, íconos reconocibles, etiquetas periodísticas claras.		
3	Control y libertad del usuario	Posibilidad de retroceder, cancelar, navegar libremente.		
4	Consistencia y estándares	Uniformidad en tipografía, botones, menús y colores.		

5	Prevención de errores	Evita enlaces rotos, botones confusos o clics no intencionados.		
6	Reconocimiento antes que recuerdo	Opciones visibles, sin requerir memoria del usuario.		
7	Flexibilidad y eficiencia de uso	Acceso rápido a noticias, búsqueda eficiente, diseño adaptable.		
8	Estética y diseño minimalista	Diseño limpio, jerarquías claras, espacios equilibrados.		
9	Ayuda para reconocer, diagnosticar y recuperar errores	Mensajes de error comprensibles y soluciones visibles.		
10	Ayuda y documentación	Secciones de ayuda, contacto o políticas accesibles.		

3. Resumen de puntuaciones

Heurística	Valoración promedio	Nivel de severidad
Visibilidad del estado del sistema		
Correspondencia entre el sistema y el mundo real		
Control y libertad del usuario		
Consistencia y estándares		

Prevención de errores		
Reconocimiento antes que recuerdo		
Flexibilidad y eficiencia de uso		
Estética y diseño minimalista		
Ayuda para reconocer, diagnosticar y recuperar errores		
Ayuda y documentación		

Fuente: Elaboración propia

La asignación de niveles de severidad a partir de puntuaciones promedio de usabilidad se fundamenta en el principio de que los valores cuantitativos obtenidos en evaluaciones heurísticas pueden ser transformados en niveles de criticidad para priorizar intervenciones de diseño. De acuerdo con Nielsen y Molich, la severidad se determina mediante la combinación de la frecuencia, el impacto y la persistencia del problema, una lógica que en estudios contemporáneos se operacionaliza mediante promedios numéricos agregados por criterio Nielsen (2020)

Tabla 7: Niveles de severidad

Promedio de usabilidad	Interpretación	Nivel de severidad
4.50 – 5.00	Usabilidad excelente	0 – Sin problema
4.00 – 4.49	Usabilidad buena	1 – Problema cosmético
3.00 – 3.99	Usabilidad aceptable	2 – Problema menor
2.00 – 2.99	Usabilidad deficiente	3 – Problema mayor
1.00 – 1.99	Usabilidad crítica	4 – Problema crítico

Fuente: Nielsen (1995)

Nota. La clasificación de niveles de usabilidad y severidad se basa en el modelo de severidad de problemas de usabilidad propuesto por Nielsen (1995), adaptado a una escala cuantitativa de cinco niveles.

a. Criterios complementarios para prensa digital

Los criterios complementarios aquí presentados se utilizarán para la evaluación del desempeño editorial digital, con el objetivo de analizar

aspectos funcionales y experienciales que inciden directamente en la interacción del usuario con la prensa en línea. Los criterios considerados son: jerarquía informativa, legibilidad visual, navegación contextual y carga progresiva, estos criterios permiten valorar, mediante una escala de 1 a 5, la claridad en la priorización de contenidos, la comodidad de lectura en pantalla, la facilidad de orientación dentro del sitio web y la eficiencia en la carga de recursos multimedia. Su inclusión complementa las heurísticas de usabilidad tradicionales, aportando una perspectiva específica para entornos periodísticos digitales y reforzando el análisis de la experiencia de usuario desde una óptica editorial y comunicacional.

Ficha 3: Criterios complementarios

Criterio complementario	Indicadores	Escala (1–5)
Jerarquía informativa	Noticias principales identificables visualmente, prioridad clara.	
Legibilidad visual	Tipografía y contraste adecuados, espaciado correcto.	
Navegación contextual	Regreso fácil a secciones o notas relacionadas.	
Carga progresiva	Imágenes y videos no ralentizan la lectura.	

Fuente: Elaboración propia

b. Escala de interpretación

Tabla 8: Escala de interpretación

Valor promedio	Interpretación
1.0–1.9	Usabilidad deficiente
2.0–2.9	Usabilidad baja
3.0–3.9	Usabilidad media
4.0–4.4	Usabilidad buena
4.5–5.0	Usabilidad excelente

Fuente: Elaboración propia

- c. Conclusión cualitativa:** Espacio para interpretar los resultados globales de la evaluación: principales fortalezas, debilidades y propuestas de mejora desde el diseño editorial.

4.6.3.Fase 3: Análisis del aporte a la narrativa informativa digital

Ficha 4: Análisis del aporte a la narrativa informativa digital

Ficha de Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática			
1. Identificación del medio y unidad de análisis			
Nombre del medio			
Fecha de publicación / análisis			
URL o sección analizada			
Tipo de contenido			
Dispositivo visualizado			
Analista / Evaluador			
Tiempo estimado de lectura (min)			
1. Dimensiones narrativas de análisis			
Dimensión	Variable narrativa	Indicadores observables	Escala (1–5)
Estructura narrativa	Orden y ritmo informativo	Organización del contenido, claridad secuencial, uso de subtítulos.	

Estructura narrativa	Coherencia argumental	Concordancia entre texto, imágenes y videos; continuidad temática.	
Recursos multimedia	Integración multimedia	Uso coordinado de imágenes, videos, audios o infografías.	
Recursos multimedia	Funcionalidad del multimedia	Pertinencia informativa y valor explicativo de los recursos.	
Interactividad	Elementos interactivos	Presencia de botones, hipervínculos, sliders o secciones dinámicas.	
Interactividad	Participación del usuario	Capacidad de comentar, compartir, o personalizar contenidos.	
Hipertextualidad	Enlaces contextuales	Existencia de hipervínculos a notas relacionadas, fuentes o contextos.	
Hipertextualidad	Profundidad narrativa	Posibilidad de ampliar información o recorrer líneas paralelas de lectura.	
Multiplataforma y movilidad	Adaptabilidad	Continuidad visual y narrativa en distintos dispositivos.	
Multiplataforma y movilidad	Consistencia de la identidad	Mantenimiento de marca y tono en diferentes versiones.	
Lenguaje visual	Jerarquía visual y tipográfica	Organización del texto e imagen, priorización de información.	
Lenguaje visual	Iconografía y cromatismo narrativo	Uso simbólico del color, íconos o gráficos como parte del discurso.	
Enfoque discursivo	Tono narrativo	Predominio de discurso informativo, interpretativo o emocional.	

Enfoque discursivo	Estrategias de <i>engagement</i>	Recursos para mantener la atención (microhistorias, <i>scroll</i> narrativo).	
--------------------	----------------------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia

2. Escala de valoración narrativa

Tabla 9: Escala de valoración narrativa

Valor	Nivel de presencia narrativa
1	Muy bajo: apenas perceptible o ausente
2	Bajo: aparece de forma mínima o inconsistente
3	Medio: presente con moderada coherencia
4	Alto: bien desarrollado y coherente
5	Muy alto: narrativa digital completa, integrada y efectiva

Fuente: Elaboración propia, basada en autores de narrativa digital.

4.6.4. Fase 4: Síntesis Comparativa de Medios

Ficha 5: Síntesis Comparativa de Medios

1. Identificación del medio				
Nombre del medio				
Fecha de análisis				
Analista / investigador				
Fuentes de datos triangulados		Fichas AIPoC, Heurísticas de Nielsen, Narrativa digital		
2. Dimensiones de triangulación				
Dimensión	Fuente Instrumento /	Indicadores principales	Ponderación cuantitativa (1–5)	Observación cualitativa sintética
Coherencia visual	Ficha AIPoC	Retícula, tipografía, color, consistencia gráfica, identidad visual		

Usabilidad digital	Heurísticas de Nielsen	Navegabilidad, control, estética, accesibilidad		
Narrativa digital	Ficha narrativa y codificación temática	Interactividad, estructura informativa, hipertextualidad, ritmo de lectura		

3. Resultados integrados por medio (triangulación)

Medio	Coherencia visual (AIPoC)	Usabilidad (Nielsen)	Narrativa digital	Promedio global	Nivel de desempeño	Comentario integrador
El Comercio						
El Universo						
El Telégrafo						

4. Perfil comparativo global

Variable de análisis	El Comercio	El Universo	El Telégrafo	Análisis comparativo (síntesis)
Identidad visual y coherencia gráfica				
Usabilidad y experiencia del usuario (UX)				
Narrativa informativa digital				
<i>Engagement</i> y coherencia discursiva				

Fuente: Elaboración propia

4.7. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Los instrumentos de recolección de datos utilizados en la presente investigación fueron sometidos a un riguroso proceso de validación de contenido, con el fin de asegurar su pertinencia, claridad y coherencia con las variables analizadas. Este proceso se sustenta en los principios metodológicos del análisis de contenido y la evaluación de la experiencia de usuario en entornos digitales, garantizando la fiabilidad de los datos obtenidos.

La validación se llevó a cabo mediante juicio de expertos, considerando criterios de relevancia, consistencia interna y adecuación conceptual de los indicadores. Los instrumentos fueron diseñados a partir de marcos teóricos consolidados en diseño editorial digital, usabilidad y comunicación visual, integrando las contribuciones de autores reconocidos como Jakob Nielsen (usabilidad) y Klaus Krippendorff (análisis de contenido).

La estructuración de los indicadores permitió operacionalizar variables cualitativas, tales como coherencia visual, legibilidad y narrativa digital, en escalas cuantificables. Esta operacionalización facilita el análisis comparativo y la interpretación estadística de los datos, contribuyendo a fortalecer la validez interna del estudio y su replicabilidad en futuras investigaciones. De esta manera, se asegura la robustez y la generalización de los hallazgos obtenidos.

4.8. PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS

El procedimiento de análisis de datos en esta investigación se ha diseñado con una lógica secuencial y articulada que facilita la transformación de la información recopilada en resultados coherentes, comparables y alineados con los objetivos establecidos. En una fase inicial, se procederá a organizar y clasificar el conjunto de datos mediante la sistematización de las capturas del *homepage* de El Comercio, El Universo y El Telégrafo durante un período de seis meses consecutivos. Esta etapa comprenderá la preparación del material visual y narrativo, así como la generación de matrices de codificación para asegurar la consistencia y limpieza de

los datos. En consecuencia, se aplicarán los instrumentos metodológicos correspondientes: la ficha AIPoC para evaluar la coherencia visual; las heurísticas de Nielsen (2024) para determinar la experiencia de usabilidad; y la ficha de análisis narrativo para identificar patrones de interacción, hipertextualidad y construcción del relato digital. Cada una de estas técnicas generará datos cuantitativos mediante escalas de valoración y datos cualitativos mediante descripciones interpretativas.

En una segunda fase, los datos recopilados serán sometidos a un riguroso procesamiento mediante técnicas de análisis de contenido, tal como lo proponen Krippendorff (2019). Este enfoque metodológico permitirá la organización sistemática de los datos en categorías temáticas bien definidas, facilitando la identificación de regularidades, divergencias y patrones tanto visuales como discursivos. Para obtener una visión comparativa exhaustiva de los tres medios analizados, se emplearán estadísticas descriptivas, incluyendo promedios, frecuencias y niveles de desempeño. Este análisis estadístico permitirá la observación de tendencias significativas en diseño editorial, usabilidad y narrativa digital, proporcionando una base sólida para la interpretación de los resultados.

El procesamiento de datos también permitirá la integración y el cruce de información entre diferentes meses y periódicos, garantizando una interpretación temporal de los hallazgos y evitando una visión meramente puntual. Esta dimensión temporal es fundamental para comprender la evolución y las dinámicas de los medios digitales a lo largo del tiempo.

Finalmente, se llevará a cabo una fase de triangulación metodológica, en la cual se integrarán los resultados obtenidos en las áreas de coherencia visual, usabilidad y narrativa digital. Esta triangulación, apoyada en los principios del análisis multimodal de Kress & van Leeuwen (2020) y en la lógica sistémica del modelo AIPoC de Rodríguez Escanciano (2022), permitirá la construcción de perfiles editoriales comparativos. Estos perfiles ofrecerán una interpretación integral, crítica y fundamentada de la imagen digital de cada medio, permitiendo una evaluación profunda de sus fortalezas y áreas de oportunidad.

4.9. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

La validez de la investigación se asegurará mediante la implementación de instrumentos y modelos reconocidos en los ámbitos del diseño editorial, la comunicación digital y la experiencia de usuario. La validez de contenido se garantizará mediante la incorporación de metodologías internacionalmente consolidadas, incluyendo el modelo AIPoC para el análisis de coherencia visual (Rodríguez Escanciano, 2022), las 10 heurísticas de usabilidad desarrolladas por Nielsen (2024) y los principios de análisis de contenido de Krippendorff (2019). Estas herramientas permiten una evaluación precisa y sistemática de las variables centrales del estudio: diseño visual, arquitectura de interacción y narrativa digital. Asimismo, se considerará la validez constructiva al asegurar que cada instrumento medirá directamente aquello que se pretende evaluar, mediante la definición clara de indicadores, dimensiones y categorías que corresponden científica y teóricamente al diseño editorial digital y a las lógicas de comunicación en línea descritas por Scolari (2022).

La confiabilidad del estudio se consolidará mediante la estandarización de los procedimientos analíticos y la aplicación uniforme de los instrumentos a los tres periódicos seleccionados. Se desarrollarán fichas, escalas y protocolos de codificación replicables, lo que facilitará la replicación del procedimiento por parte de otros investigadores bajo las mismas condiciones metodológicas. La estabilidad temporal del conjunto de datos, obtenidos a través del análisis mensual durante un período de seis meses, contribuirá a incrementar la consistencia de los resultados, mitigando sesgos derivados de eventos noticiosos extraordinarios. Adicionalmente, la triangulación de datos, métodos y dimensiones representarán un mecanismo fundamental para elevar tanto la validez como la confiabilidad del estudio, conforme a las recomendaciones de modelos de investigación cualitativa contemporánea Flick (2007). La integración de coherencia visual, usabilidad y narrativa digital en la investigación reducirá la subjetividad interpretativa y potencia la solidez empírica de los hallazgos, garantizando una comprensión profunda y confiable del diseño editorial de la prensa digital ecuatoriana.

CAPÍTULO V

Análisis y resultados

The bottom half of the page features a teal background with a complex pattern of white geometric lines and small white circles. The lines form various rectangular and trapezoidal shapes, some of which are nested or overlapping. The circles are scattered throughout the design, often appearing in small groups or along the lines. The overall effect is a modern, technical, and abstract aesthetic.

Capítulo V. Análisis y resultados

5.1. RESULTADOS DE LA FASE 1: COHERENCIA VISUAL

En esta fase se examina la implementación de los principios fundamentales del diseño editorial digital en los tres periódicos analizados, evaluando su coherencia visual, identidad gráfica y consistencia estructural. El objetivo es determinar la influencia de estos elementos en la organización de la información y en la percepción editorial del usuario.

Las portadas digitales fueron obtenidas a través de enlaces directos de Web Archive, correspondientes a los miércoles a las 09:00 (hora local), en el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2025.

Tabla 10: Enlaces de Web Archive por cada medio y mes analizado.

Mes	Fecha	Medio	Enlace Wayback
Julio	9/7/25	El Universo	https://web.archive.org/web/20250709090000/https://www.eluniverso.com/
		El Comercio	https://web.archive.org/web/20250709090000/https://www.elcomercio.com/
		El Telégrafo	https://web.archive.org/web/20250709090000/https://www.eltelgrafo.com.ec/
Agosto	13/8/25	El Universo	https://web.archive.org/web/20250813090000/https://www.eluniverso.com/
		El Comercio	https://web.archive.org/web/20250813090000/https://www.elcomercio.com/
		El Telégrafo	https://web.archive.org/web/20250813090000/https://www.eltelgrafo.com.ec/
Septiembre	10/9/25	El Universo	https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.eluniverso.com/
		El Comercio	https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.elcomercio.com/

		El Telégrafo	https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.elttelegrafo.com.ec/
Octubre	8/10/25	El Universo	https://web.archive.org/web/20251008090000/https://www.eluniverso.com/
		El Comercio	https://web.archive.org/web/20251008090000/https://www.elcomercio.com/
		El Telégrafo	https://web.archive.org/web/20251008090000/https://www.elttelegrafo.com.ec/
Noviembre	12/11/25	El Universo	https://web.archive.org/web/20251112090000/https://www.eluniverso.com/
		El Comercio	https://web.archive.org/web/20251112090000/https://www.elcomercio.com/
		El Telégrafo	https://web.archive.org/web/20251112090000/https://www.elttelegrafo.com.ec/
Diciembre	10/12/25	El Universo	https://web.archive.org/web/20251210090000/https://www.eluniverso.com/
		El Comercio	https://web.archive.org/web/20251210090000/https://www.elcomercio.com/
		El Telégrafo	https://web.archive.org/web/20251210090000/https://www.elttelegrafo.com.ec/

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2: Homepage del diario El Comercio del 10 de diciembre de 2025



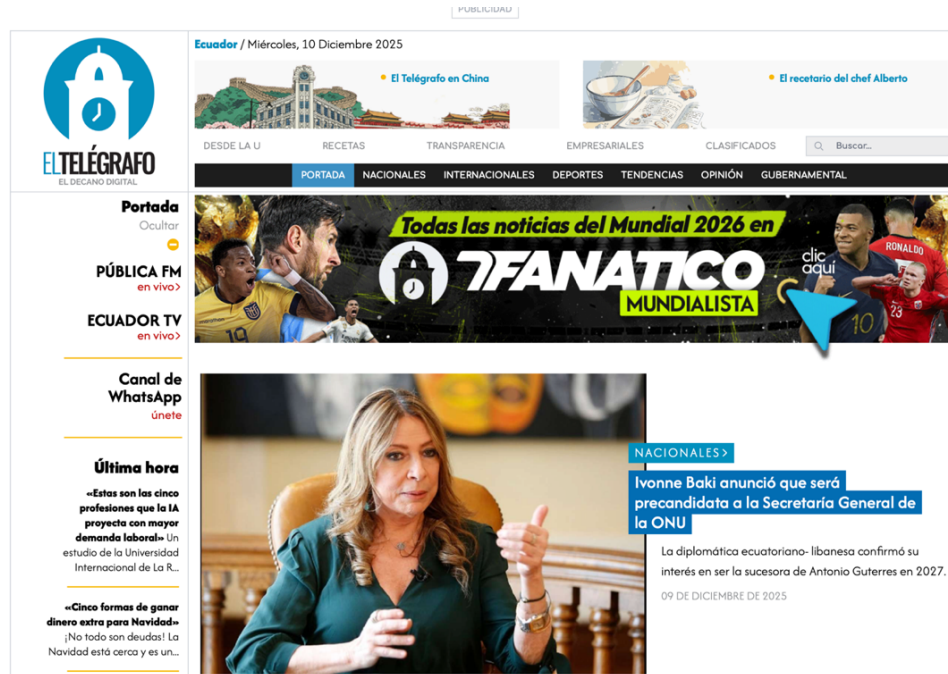
Fuente: Captura de pantalla de www.elcomercio.com

Gráfico 3: Homepage del diario El Universo del 10 de diciembre de 2025



Fuente: Captura de pantalla de www.eluniverso.com

Gráfico 4: Homepage del diario El Telégrafo del 10 de diciembre de 2025



Fuente: Captura de pantalla de www.eltelegrafo.com.ec

5.1.1. Análisis de la dimensión Apariencia

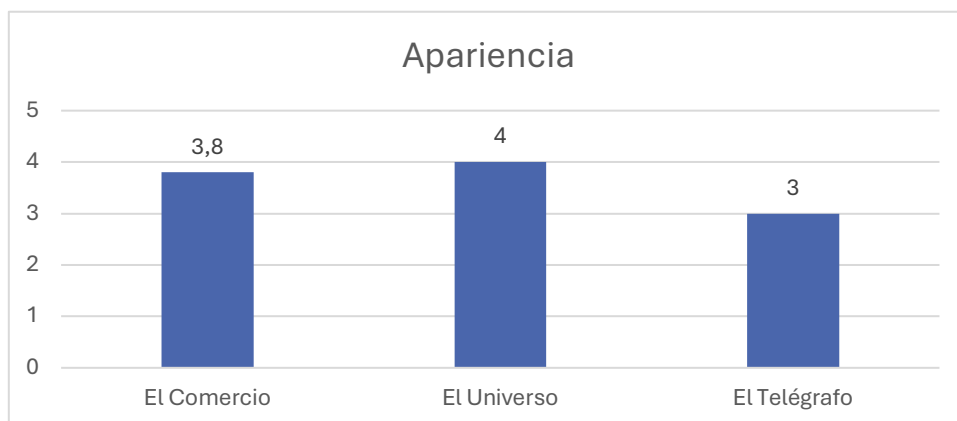
En relación con la dimensión de Apariencia, que abarca las variables retícula y estructura visual, tipografía, cromática, iconografía e imágenes, y consistencia visual, los resultados obtenidos revelan disparidades en el grado de integración y coherencia de los elementos gráficos entre los medios analizados. El diario El Universo exhibe la mayor ponderación (4,0), lo que denota un nivel óptimo de organización visual, caracterizado por una retícula estructurada, una jerarquización clara de los contenidos y una consistencia en el empleo de los recursos tipográficos y cromáticos. Este desempeño sugiere una mayor congruencia entre los principios del diseño editorial y su adaptación al entorno digital.

El Comercio alcanza una valoración de 3,8, lo que refleja un nivel aceptable de estructuración visual. Sin embargo, se identifican ciertas variaciones en la aplicación de la tipografía y en la distribución de los elementos gráficos, lo que incide en la claridad de la jerarquía informativa en determinados bloques de contenido. Estos

resultados evidencian una integración funcional de los elementos de apariencia, aunque con oportunidades de mejora en la consistencia visual.

El Telégrafo presenta una puntuación de 3,0, lo que indica un menor grado de coherencia en la articulación de sus componentes visuales. Se observan inconsistencias en la organización de la retícula, en el uso de la tipografía y en la integración de imágenes, lo que afecta la legibilidad y la interpretación del contenido. En conjunto, los resultados demuestran que el grado de coherencia visual en la dimensión de apariencia se correlaciona directamente con el nivel de adaptación del diseño editorial al entorno digital.

Gráfico 5: Comparativo de la dimensión Apariencia de El Comercio, El Universo y El Telégrafo



Fuente: Elaboración propia

5.1.2. Análisis de la dimensión Identidad

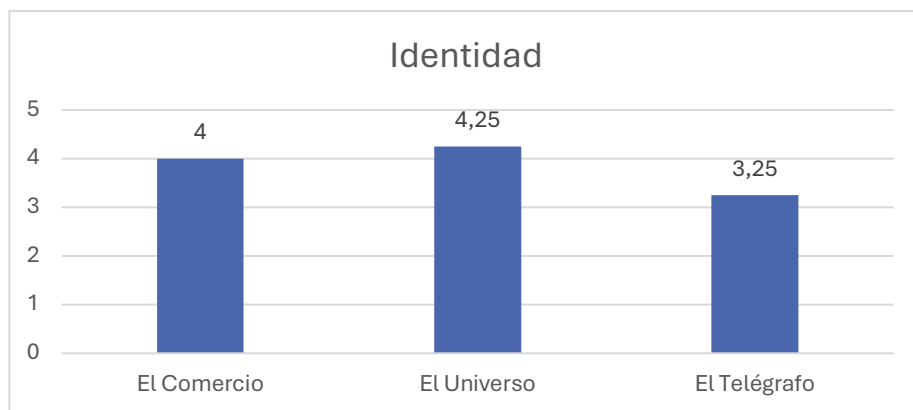
En relación con la dimensión de Identidad, que abarca las variables logotipo y marca, elementos distintivos, estilo editorial y adaptación digital, los resultados obtenidos revelan disparidades en el grado de consolidación de la identidad visual y editorial entre los medios analizados. El diario El Universo exhibe la mayor ponderación (4,25), lo que denota un alto nivel de coherencia en la construcción de su identidad digital, caracterizada por una aplicación consistente de su marca, una definición clara de sus elementos distintivos y una adecuada adaptación de su estilo

editorial al entorno digital. Este desempeño sugiere una integración robusta entre identidad institucional y presentación visual en la plataforma online.

El Comercio alcanza una valoración de 4,0, lo que refleja un nivel adecuado de consolidación de su identidad editorial. Se observa una presencia evidente de los elementos de marca y una coherencia general en el estilo editorial; sin embargo, se identifican ciertas variaciones en la adaptación de estos elementos al entorno digital, lo que podría incidir en la uniformidad de la experiencia visual en distintos espacios del sitio web.

El Telégrafo presenta una puntuación de 3,25, lo que indica un menor nivel de consistencia en la articulación de su identidad visual y editorial. Se observan debilidades en la aplicación de elementos distintivos y en la adaptación del estilo editorial a la lógica digital, lo que afecta la claridad de su posicionamiento visual y la identificación del medio por parte del usuario. En conjunto, los resultados evidencian que la dimensión de identidad se correlaciona directamente con el grado de coherencia en la construcción y proyección de la marca en el entorno digital.

Gráfico 6: Comparativo de la dimensión Identidad de El Comercio, El Universo y El Telégrafo.



Fuente: Elaboración propia

5.1.3. Análisis de la dimensión Posicionamiento

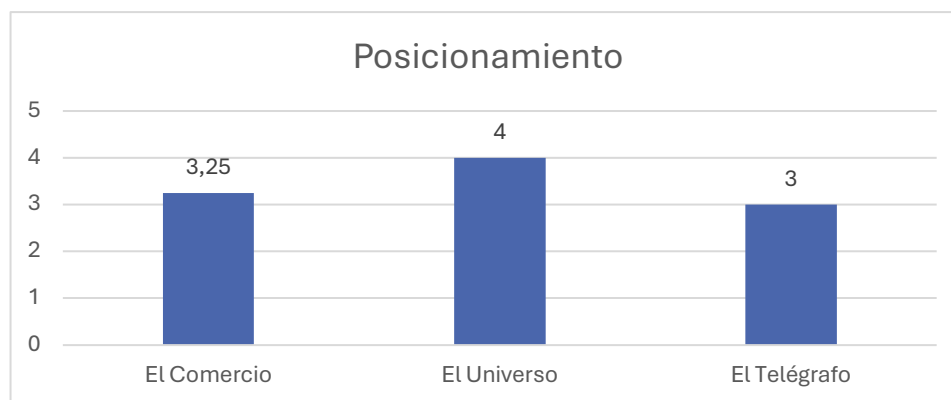
En relación con la dimensión de Posicionamiento, la cual abarca las variables diferenciación visual, nivel de innovación, credibilidad y accesibilidad visual, los resultados obtenidos revelan disparidades en la capacidad de los medios

analizados para establecer una propuesta visual distintiva en el entorno digital. El diario El Universo exhibe la mayor ponderación (4,0), lo que denota un nivel óptimo de diferenciación visual, así como una integración coherente de elementos que fortalecen la credibilidad y la accesibilidad de la información. Este desempeño sugiere una mayor alineación entre los criterios de diseño editorial digital y las estrategias de posicionamiento en plataformas online.

El Comercio alcanza una valoración de 3,25, lo que refleja un nivel intermedio en términos de posicionamiento visual. Si bien se identifican elementos que contribuyen a la credibilidad del medio, se observan restricciones en el nivel de innovación y en la diferenciación visual, lo que impacta la capacidad de consolidar una identidad claramente diferenciada dentro del entorno digital.

El Telégrafo presenta una puntuación de 3,0, lo que indica un menor nivel de desarrollo en las variables analizadas. Se evidencian deficiencias en la diferenciación visual y en la integración de elementos innovadores, lo que afecta la percepción de credibilidad y la accesibilidad de los contenidos. En conjunto, los resultados demuestran que la dimensión de posicionamiento se correlaciona con la capacidad de los medios para proyectar una identidad competitiva y adaptada a las dinámicas del ecosistema digital.

Gráfico 7: Comparativo de la dimensión Posicionamiento de El Comercio, El Universo y El Telégrafo.



Fuente: Elaboración propia

5.1.4. Análisis de la dimensión Comunicación

En relación con la dimensión de Comunicación, que abarca las variables jerarquía informativa, narrativa multimedia, fluidez lectora y coherencia discursiva, los resultados obtenidos demuestran variaciones en la eficacia comunicativa de los medios analizados en el entorno digital. El diario El Universo exhibe la mayor ponderación (4,0), lo que indica un nivel óptimo de estructuración informativa, una integración funcional de recursos multimedia y una fluidez lectora que facilita la comprensión del contenido. Este desempeño sugiere una mayor congruencia entre la organización de la información y las dinámicas de consumo digital.

El Comercio alcanza una valoración de 3,5, lo que refleja un nivel satisfactorio de desarrollo en la dimensión comunicativa. Se observa una jerarquía informativa clara en la mayoría de los contenidos; sin embargo, se identifican limitaciones en la integración de narrativa multimedia y en la continuidad discursiva, lo que puede impactar la experiencia de lectura en ciertos casos.

El Telégrafo presenta una puntuación de 3,0, lo que indica un menor nivel de articulación en los elementos comunicativos. Se observan debilidades en la jerarquización de la información y en la coherencia discursiva, así como una integración limitada de recursos multimedia, lo que incide en la fluidez lectora y en la interpretación del contenido. En conjunto, los resultados demuestran que la dimensión de comunicación se correlaciona directamente con la eficacia en la transmisión del mensaje y la adaptación de los contenidos al entorno digital.

Gráfico 8: Comparativo de la dimensión Comunicación de El Comercio, El Universo y El Telégrafo.



Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Tabla de Análisis de resultados de la coherencia visual del diario El Comercio

Dimensión	Ponderación promedio (1–5)	Comentario
Apariencia	3,8	La retícula de El Comercio exhibe una estructura modular definida que organiza los contenidos en bloques jerarquizados, optimizando la escaneabilidad. La tipografía mantiene una coherencia visual entre titulares y cuerpo de texto, aunque la densidad informativa en la portada podría generar saturación visual. La paleta cromática institucional consolida la identidad del medio, mientras que la utilización de imágenes es pertinente, predominando formatos estáticos. En general, la consistencia visual se considera adecuada.
Identidad	4	El logotipo preserva su visibilidad y reconocimiento inmediato, garantizando una identificación clara y consistente de la marca. Los elementos distintivos, tales como la tipografía corporativa y el estilo sobrio, consolidan la identidad visual y editorial de esta. El estilo editorial, caracterizado por su enfoque en la información política y económica, se mantiene alineado con la línea histórica y los valores de la publicación. La adaptación digital, si bien es funcional y acorde con las exigencias del entorno digital, conserva rasgos distintivos del soporte impreso,

		asegurando una experiencia de lectura coherente y satisfactoria para el lector.
Posicionamiento	3,25	El Comercio se posiciona como un medio informativo serio y confiable, diferenciándose principalmente por su credibilidad más que por la innovación visual. El nivel de innovación implementado es moderado, priorizando la estabilidad gráfica y la coherencia visual. La credibilidad visual se percibe como alta debido a la sobriedad y elegancia del diseño. Sin embargo, la accesibilidad visual podría optimizarse mediante la mejora del contraste y la jerarquización de elementos para una experiencia de lectura más fluida y agradable.
Comunicación	3,5	La jerarquía informativa se presenta de manera clara y estructurada, con titulares principales que destacan por su prominencia visual. La narrativa multimedia en la portada se caracteriza por su limitación, presentando una escasa integración de recursos interactivos que podrían enriquecer la experiencia del lector. La fluidez lectora se mantiene en niveles adecuados, aunque la acumulación de bloques de texto podría generar una interrupción en el recorrido visual del usuario. La coherencia discursiva se preserva a lo largo del contenido, manteniéndose alineada con la identidad editorial y los estándares de calidad establecidos.

Fuente: propia

Tabla 12: Tabla de Análisis de resultados de la coherencia visual del diario El Universo

Dimensión	Ponderación promedio (1–5)	Comentario
Apariencia	4	La FrontPage implementa una retícula modular estructurada y clara, optimizada para entornos digitales. La tipografía seleccionada prioriza la legibilidad en pantalla, mientras que la paleta cromática refuerza la identidad corporativa del medio. El uso de imágenes se

		gestiona de manera equilibrada y coherente, garantizando una consistencia visual en toda la portada.
Identidad	4,25	El Universo preserva una identidad visual coherente en su versión digital. El logotipo conserva jerarquía y visibilidad, mientras que los elementos distintivos refuerzan el reconocimiento del medio y su adecuada adaptación al entorno digital.
Posicionamiento	4	El diseño editorial desempeña un papel fundamental en el posicionamiento estratégico del medio, proyectando una imagen de credibilidad y profesionalismo. Se perciben esfuerzos significativos en la innovación visual, así como una accesibilidad adecuada. Sin embargo, existe un potencial de mejora en la inclusividad digital, lo cual representa una oportunidad para optimizar la experiencia del usuario.
Comunicación	4	La jerarquía informativa optimiza la legibilidad y comprensión de los contenidos. La narrativa multimedia se incorpora de forma coherente, propiciando una experiencia de usuario fluida y consistente con los objetivos comunicativos del medio.

Fuente: elaboración propia

Tabla 13: Tabla de Análisis de resultados de la coherencia visual del diario El Telégrafo

Dimensión	Ponderación promedio (1–5)	Comentario
Apariencia	3	La FrontPage de El Telégrafo presenta una organización visual funcional, aunque denota una cierta rigidez que sugiere una herencia del modelo impreso. La implementación de una retícula modular facilita la ubicación estratégica de los bloques informativos, sin embargo, el balance entre los espacios en blanco y la densidad de contenidos podría optimizarse para mejorar la experiencia de lectura en pantalla. La tipografía seleccionada es legible, aunque presenta jerarquías menos definidas en algunos niveles secundarios, lo que podría

		dificultar la rápida comprensión de la información. La paleta cromática se mantiene sobria y consistente, aunque su uso estratégico para orientar la navegación podría ser más efectivo. El uso de imágenes tiende a ser convencional, predominando los formatos estáticos y presentando una escasa integración de recursos icónicos diferenciadores que contribuyan a la identidad visual del sitio. En conjunto, la consistencia visual es aceptable, pero requiere un mayor refinamiento para favorecer una experiencia digital más fluida y atractiva para el usuario.
Identidad	3,25	En cuanto a la identidad, el logotipo del medio mantiene un alto nivel de reconocimiento y presencia en la cabecera, consolidando así la marca. Sin embargo, los elementos distintivos complementarios, tales como recursos gráficos recurrentes, tratamientos tipográficos propios o patrones visuales, se perciben limitados, lo que disminuye la singularidad en comparación con otros medios digitales. El estilo editorial conserva un tono institucional y formal; sin embargo, su traducción visual en la portada no siempre optimiza los recursos digitales para reforzar la identidad mediante microinteracciones, llamadas visuales o componentes de navegación consistentes. La adaptación digital es adecuada a nivel funcional, considerando la estructura navegable y la disposición de los contenidos; no obstante, aún depende de esquemas tradicionales que podrían evolucionar hacia formatos más responsivos y orientados a la experiencia del usuario.
Posicionamiento	3	El Telégrafo proyecta un posicionamiento basado en seriedad y formalidad, lo que contribuye a una percepción de credibilidad. Sin embargo, la diferenciación visual frente a competidores se percibe moderada. La propuesta gráfica prioriza la estabilidad por encima de la innovación, evidenciando escasa experimentación en módulos, componentes interactivos o tratamientos visuales contemporáneos. En cuanto a la credibilidad visual, el diseño sobrio propicia una lectura institucional. No obstante, la accesibilidad

		visual podría fortalecerse mediante la implementación de contrastes más marcados, ajustes en el tamaño tipográfico en niveles secundarios y una mayor claridad en los estados de interacción (enlaces, botones, menús). En conclusión, el posicionamiento se mantiene vigente, pero existe un margen de oportunidad para elevar la competitividad digital a través de la innovación y la accesibilidad.
Comunicación	3	La estructura jerárquica de la comunicación visual en portada presenta una organización informativa relativamente clara, si bien se identifican oportunidades para optimizar la priorización de contenidos mediante la implementación de contrastes tipográficos y un uso estratégico de los espacios negativos. La narrativa multimedia, en el primer nivel de exposición, se caracteriza por una presencia limitada de recursos interactivos y formatos que integren elementos audiovisuales o secuencias multiplataforma de manera orgánica dentro de la estructura de la portada. Si bien la fluidez lectora se mantiene dentro de parámetros aceptables, se observa que la repetición de bloques de contenido similares y la ausencia de recorridos visuales claramente guiados pueden incidir negativamente en la experiencia del lector. La coherencia discursiva se alinea con el estilo institucional del medio, presentando una oportunidad para su fortalecimiento mediante la implementación de una narrativa visual más consistente entre las distintas secciones y un sistema de navegación más explícito y accesible para el usuario.

Fuente: propia

5.1.5. Resultados comparativos de coherencia visual

El análisis comparativo mensual de las medias por parámetro revela una estabilidad estructural en el desempeño de los tres medios durante el segundo semestre de 2025. El Universo se distingue por mantener los valores más altos en todos los parámetros analizados. El Comercio, por su parte, exhibe un rendimiento intermedio constante a lo largo del período. En contraste, El Telégrafo registra medias

inferiores, particularmente en los parámetros de posicionamiento y comunicación visual.

Tabla 14: Tabla de medias mensuales por parámetro (sobre 5)

Mes	Medio	Apariencia	Identidad	Posicionamiento	Comunicación
Julio	El Comercio	3.80	4.00	3.25	3.50
Julio	El Universo	4.00	4.25	4.00	4.00
Julio	El Telégrafo	3.00	3.25	3.00	3.00
Agosto	El Comercio	3.80	4.00	3.25	3.50
Agosto	El Universo	4.00	4.25	4.00	4.00
Agosto	El Telégrafo	3.00	3.25	3.00	3.00
Septiembre	El Comercio	3.80	4.00	3.25	3.50
Septiembre	El Universo	4.00	4.25	4.00	4.00
Septiembre	El Telégrafo	3.00	3.25	3.00	3.00
Octubre	El Comercio	3.80	4.00	3.25	3.50
Octubre	El Universo	4.00	4.25	4.00	4.00
Octubre	El Telégrafo	3.00	3.25	3.00	3.00
Noviembre	El Comercio	3.80	4.00	3.25	3.50
Noviembre	El Universo	4.00	4.25	4.00	4.00
Noviembre	El Telégrafo	3.00	3.25	3.00	3.00
Diciembre	El Comercio	3.80	4.00	3.25	3.50
Diciembre	El Universo	4.00	4.25	4.00	4.00
Diciembre	El Telégrafo	3.00	3.25	3.00	3.00

Fuente: elaboración propia

Los resultados comparativos de la coherencia visual revelan diferencias significativas en el grado de integración y consistencia de los elementos gráficos entre los tres medios analizados. El diario El Universo obtiene la puntuación más alta (4,06), lo que indica un alto nivel de articulación entre retícula, tipografía y cromática, así como una adecuada correspondencia entre la estructura visual y la jerarquización informativa. Este desempeño sugiere una mayor consolidación de una lógica de diseño orientada al entorno digital, en la que los elementos visuales contribuyen a la construcción de una identidad coherente y reconocible, aspecto que, según Costa, resulta fundamental para la eficacia comunicativa de cualquier sistema visual.

Por otro lado, El Comercio, con una valoración de 3,64, presenta un nivel de coherencia visual funcional, aunque con ciertas variaciones en la aplicación de los criterios gráficos. Estas inconsistencias se manifiestan principalmente en la uniformidad tipográfica y en la claridad jerárquica de algunos bloques informativos, lo que puede incidir en la experiencia de navegación del usuario. Desde la perspectiva de la usabilidad, este tipo de variaciones afecta la previsibilidad de la interfaz y la eficiencia en la interacción, aspectos que Nielsen identifica como determinantes para garantizar una experiencia de usuario fluida en entornos digitales.

En contraste, El Telégrafo presenta la puntuación más baja (3,06), lo que evidencia limitaciones en la consistencia visual y en la integración de sus componentes gráficos. La ausencia de uniformidad en la retícula, así como en el uso tipográfico y cromático, incide en la claridad de la jerarquía informativa y en la interpretación del contenido. Desde una perspectiva teórica, estos resultados pueden vincularse con la necesidad de estructurar la información de manera coherente en ecosistemas digitales, donde, como plantea Scolari, la narrativa digital requiere una articulación eficaz entre lenguaje visual, estructura y contenido para favorecer la comprensión y la interacción del usuario.

Los resultados refuerzan la idea de que la coherencia visual constituye un elemento estructural del diseño editorial digital, cuya adecuada implementación no solo incide en la estética del medio, sino también en la eficacia comunicativa, la experiencia de usuario y la construcción de sentido en entornos digitales.

Tabla 15: Resultados comparativos de coherencia visual

Coherencia visual	
El Comercio	3,64
EL Universo	4,06
El Telégrafo	3,06

Fuente: Elaboración propia

5.2. RESULTADOS DE LA FASE 2: USABILIDAD (HEURÍSTICA DE NIELSEN)

En esta fase se examina la usabilidad de las plataformas digitales mediante la valoración experta de principios heurísticos, con el fin de identificar fortalezas y debilidades en la interacción, navegabilidad y experiencia de usuario, y establecer su impacto en la eficiencia del acceso a la información.

La evaluación de usabilidad por expertos se llevó a cabo mediante un formulario digital en Google Forms, debido a su capacidad para asegurar trazabilidad, estandarización y control temporal del proceso. Esta herramienta permitió el registro automático de la hora de inicio y envío de cada evaluación, así como del tiempo de respuesta, garantizando consistencia metodológica y facilitando la recolección remota y simultánea de datos. Adicionalmente, optimiza la sistematización, exportación y análisis de resultados, fortaleciendo la validez y confiabilidad del estudio.

El enlace del formulario es: <https://forms.gle/SCJMfJKPT8DTFmoJ6>

Gráfico 9: Captura de la ficha de Google Forms – Evaluación Heurística de usabilidad

Sección 1 de 4

Ficha de Evaluación Heurística de Usabilidad

Este formulario permitirá realizar un análisis de la usabilidad (experiencia del usuario en prensa digital), usando el modelo Heurístico de usabilidad de Nielsen, aplicado como lista de cotejo con criterios de visibilidad, control, consistencia, prevención de errores, etc.

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 4

1. Identificación del medio y unidad de análisis

Descripción (opcional)

Nombre del medio *

☐ El Comercio

☐ El Universo

☐ El Telégrafo

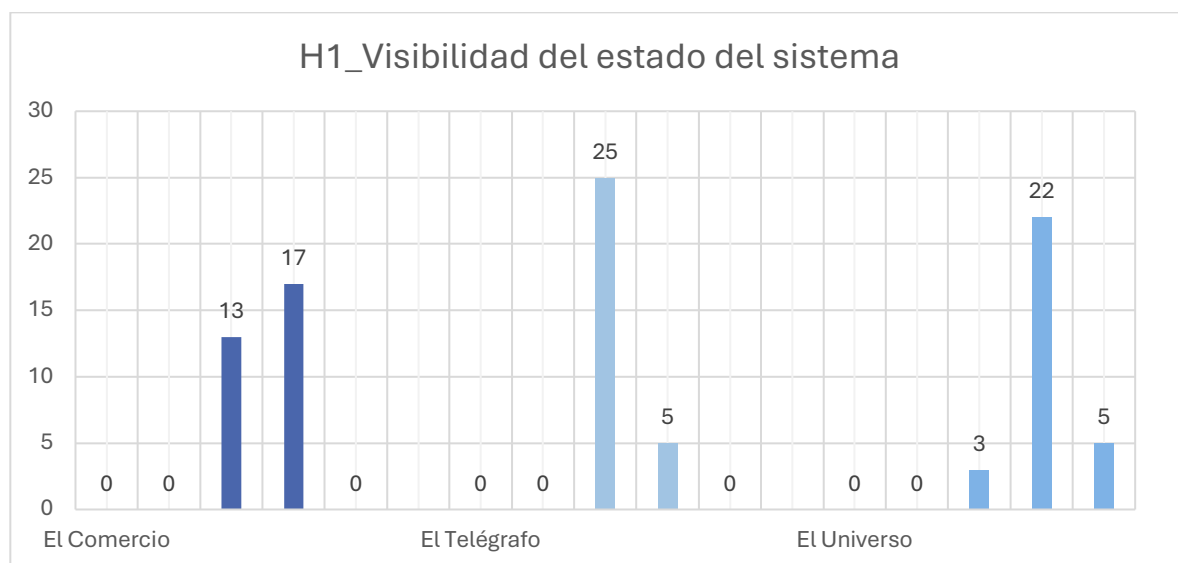
Fuente: captura del Google Form (completo Anexo 2)

Los datos que se obtuvieron por cada parámetro evaluado son los siguientes.

5.2.1. Visibilidad del estado del sistema

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el primer criterio: Visibilidad del estado del sistema. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 13 expertos con una escala de 3 y 17 expertos con una escala de 4; El Telégrafo, fue valorado por 25 expertos con una escala de 3 y 5 expertos con una escala de 4; El Universo, fue valorado por 3 expertos con una escala de 3, 22 expertos con una escala de 4 y 5 expertos con una escala de 5.

Gráfico 10: Visibilidad del estado del sistema

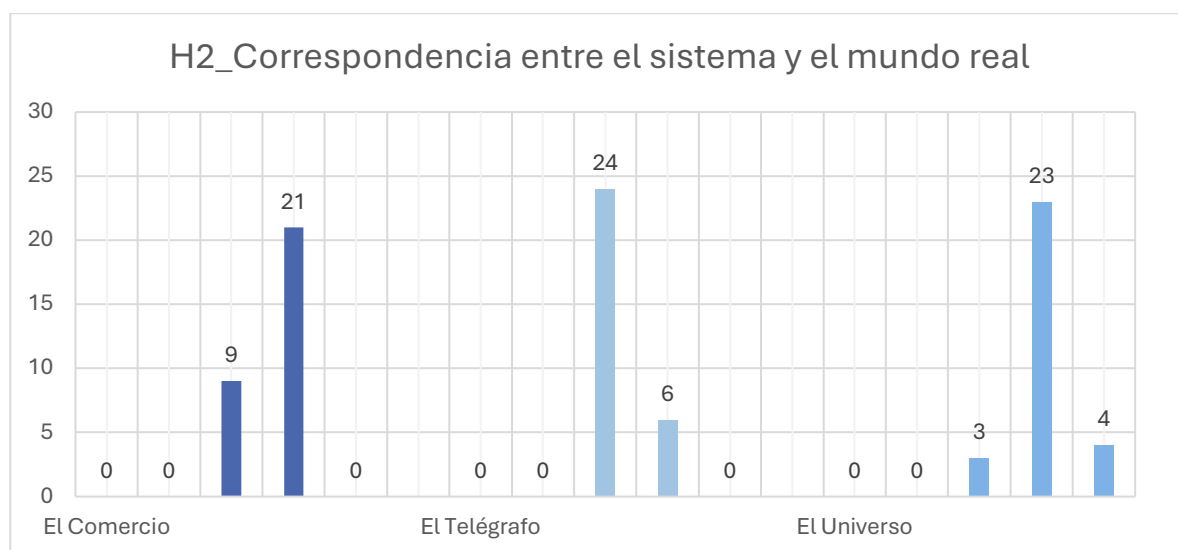


Fuente: Elaboración propia

5.2.2. Correspondencia entre el sistema y el mundo real

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el segundo criterio: Correspondencia entre el sistema y el mundo real. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 9 expertos con una escala de 3 y 21 expertos con una escala de 4; El Telégrafo, fue valorado por 24 expertos con una escala de 3 y 6 expertos con una escala de 4; El Universo, fue valorado por 3 expertos con una escala de 3, 23 expertos con una escala de 4 y 4 expertos con una escala de 5.

Gráfico 11: Correspondencia entre el sistema y el mundo real

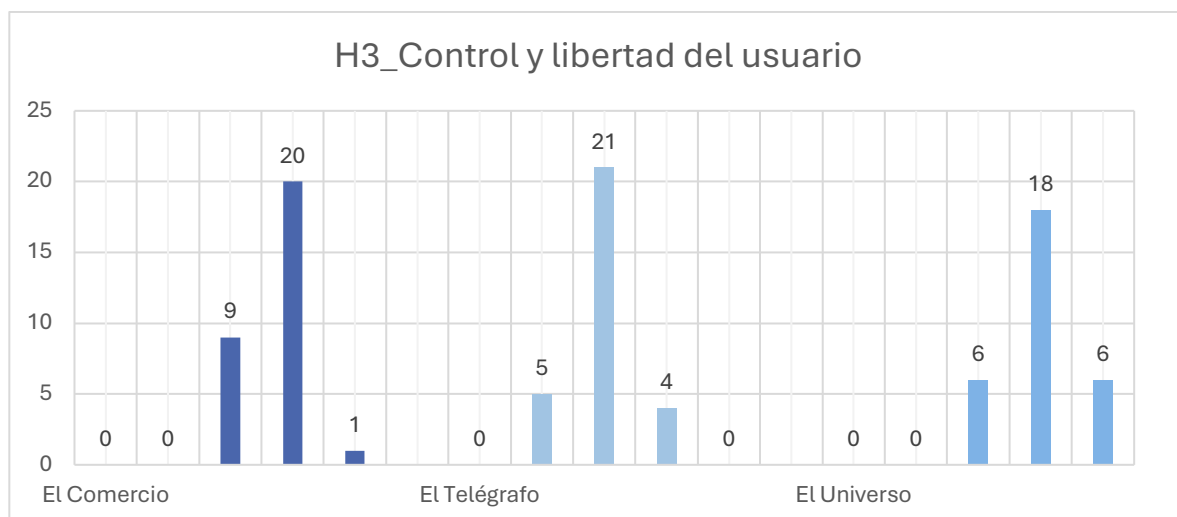


Fuente: Elaboración propia

5.2.3. Control y libertad del usuario

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el tercer criterio: Control y libertad del usuario. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 9 expertos con una escala de 3, 20 expertos con una escala de 4 y 1 experto con una escala de 5; El Telégrafo, fue valorado por 5 expertos con una escala de 3, 21 expertos con una escala de 4 y 4 expertos con una escala de 5; El Universo, fue valorado por 6 expertos con una escala de 3, 18 expertos con una escala de 4 y 6 expertos con una escala de 5.

Gráfico 12: Control y libertad del usuario

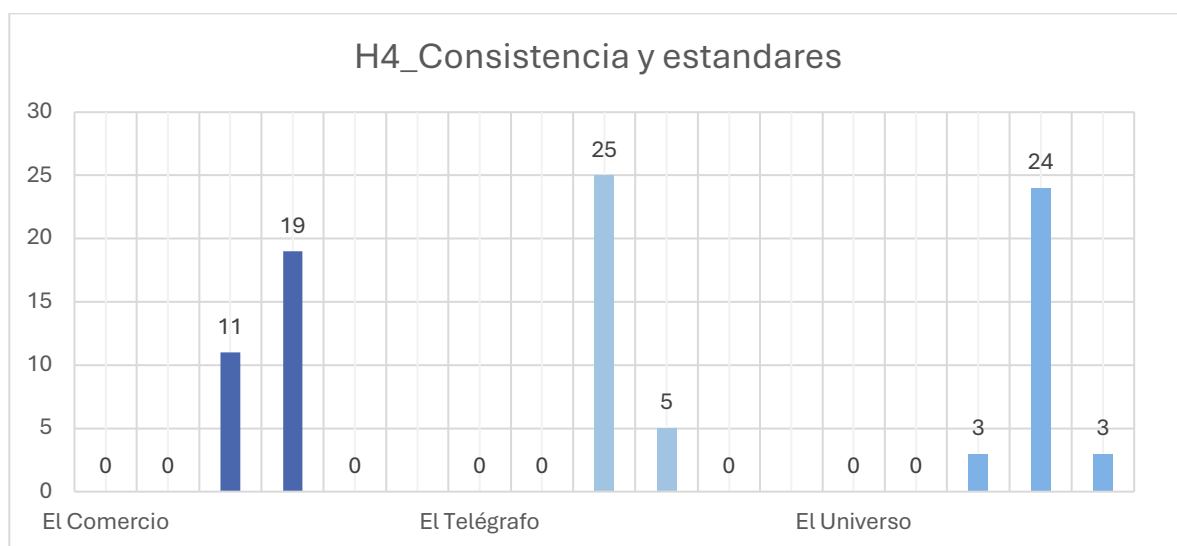


Fuente: Elaboración propia

5.2.4. Consistencia y estándares

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el cuarto criterio: Consistencia y estándares. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 11 expertos con una escala de 3 y 19 expertos con una escala de 4; El Telégrafo, fue valorado por 25 expertos con una escala de 4 y 5 expertos con una escala de 4; El Universo, fue valorado por 3 expertos con una escala de 3, 24 expertos con una escala de 4 y 3 expertos con una escala de 5.

Gráfico 13: Consistencia y estándares

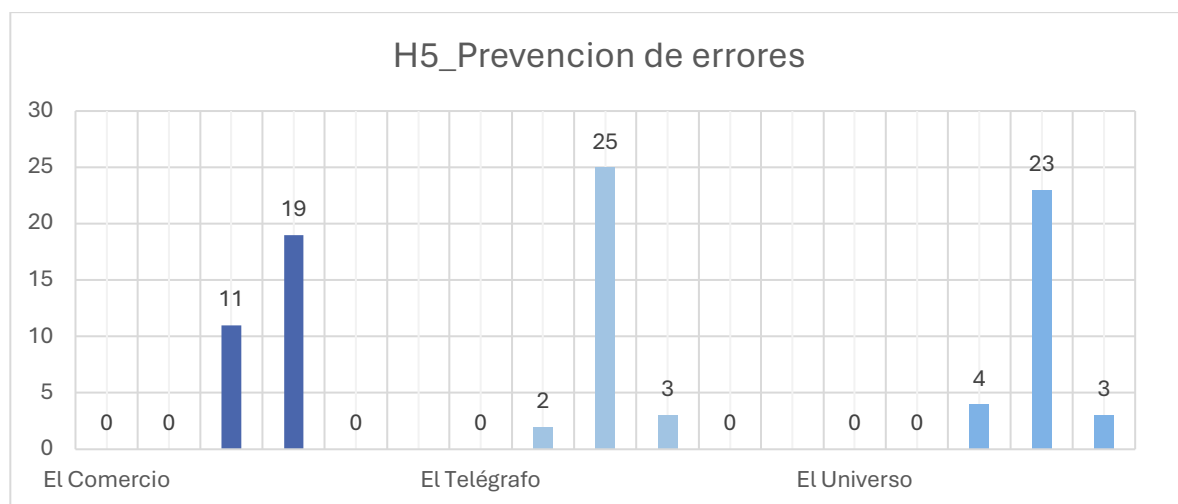


Fuente: Elaboración propia

5.2.5. Prevención de errores

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el quinto criterio: Prevención de errores. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 11 expertos con una escala de 3 y 19 expertos con una escala de 4; El Telégrafo, fue valorado por 2 expertos con una escala de 3, 25 expertos con una escala de 4 y 3 expertos con una escala de 5; El Universo, fue valorado por 4 expertos con una escala de 3, 23 expertos con una escala de 4 y 3 expertos con una escala de 5.

Gráfico 14: Prevención de errores

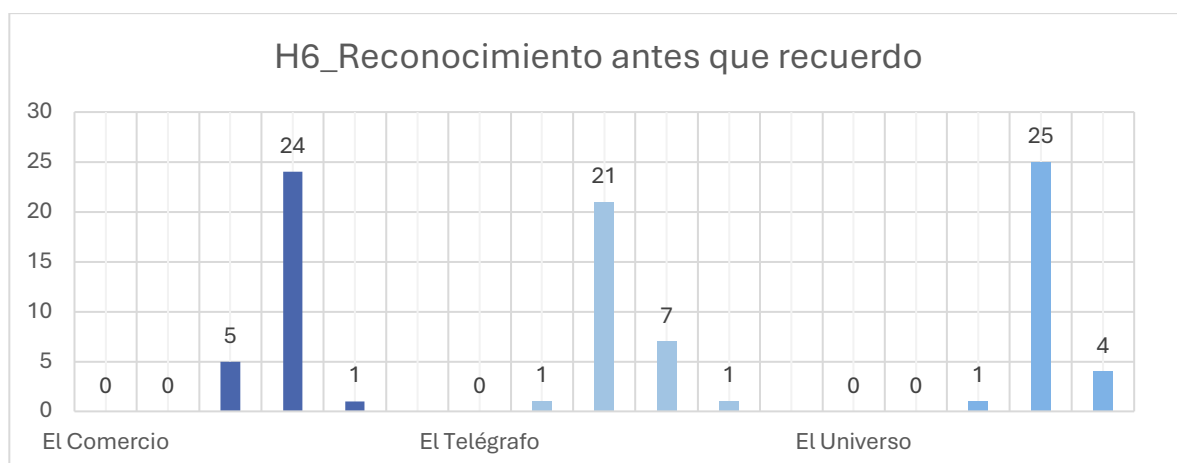


Fuente: Elaboración propia

5.2.6. Reconocimiento antes que recuerde

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el sexto criterio: Reconocimiento antes que recuerde. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 5 expertos con una escala de 3, 24 expertos con una escala de 4 y 1 experto con una escala de 5; El Telégrafo, fue valorado por 1 experto con una escala de 2, 21 expertos con una escala de 3, 7 expertos con una escala de 4 y 1 experto con una escala de 5; El Universo, fue valorado por 1 expertos con una escala de 3, 25 expertos con una escala de 4 y 4 expertos con una escala de 5.

Gráfico 15: Reconocimiento antes que recuerde

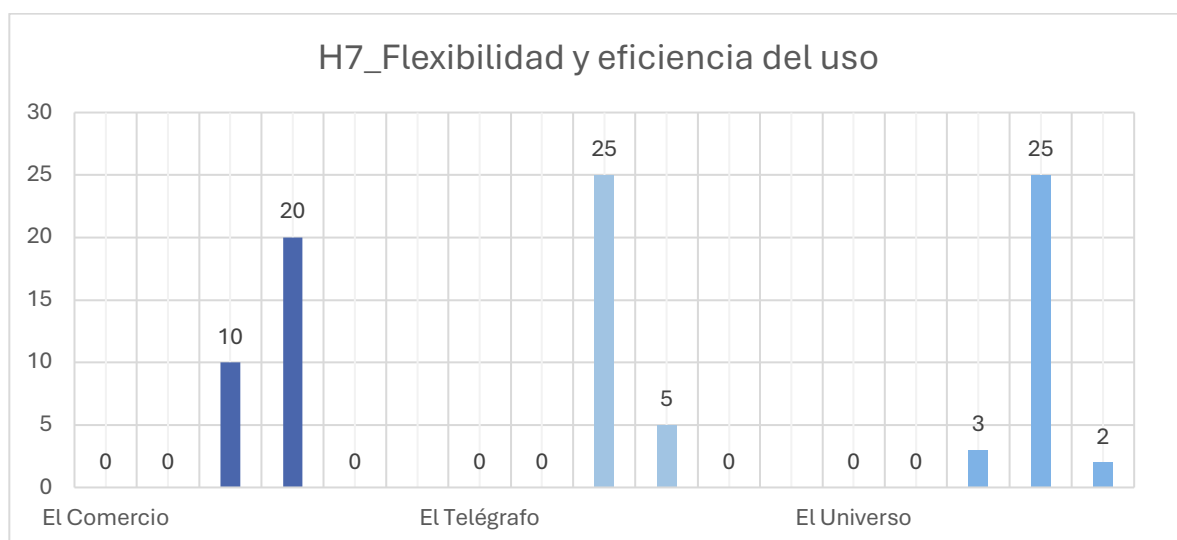


Fuente: Elaboración propia

5.2.7. Flexibilidad y eficiencia del uso

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el séptimo criterio: Flexibilidad y eficiencia del uso. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 10 expertos con una escala de 3 y 20 expertos con una escala de 4; El Telégrafo, fue valorado por 25 expertos con una escala de 3 y 5 expertos con una escala de 4; El Universo, fue valorado por 3 expertos con una escala de 3, 25 expertos con una escala de 4 y 2 expertos con una escala de 5.

Gráfico 16: Flexibilidad y eficiencia del uso

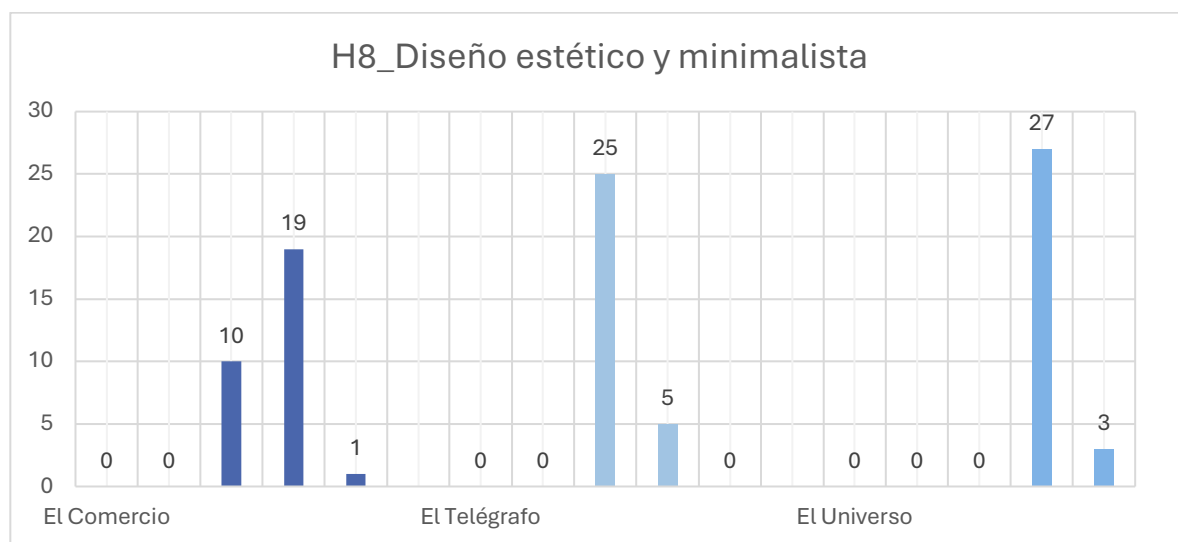


Fuente: Elaboración propia

5.2.8. Diseño estético y minimalista

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el octavo criterio: Diseño estético y minimalista. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 10 expertos con una escala de 3, 19 expertos con una escala de 4 y 1 experto con una escala de 5; El Telégrafo, fue valorado por 25 expertos con una escala de 3 y 5 expertos con una escala de 4; El Universo, fue valorado por 27 expertos con una escala de 4 y 3 expertos con una escala de 5.

Gráfico 17: Diseño estético y minimalista

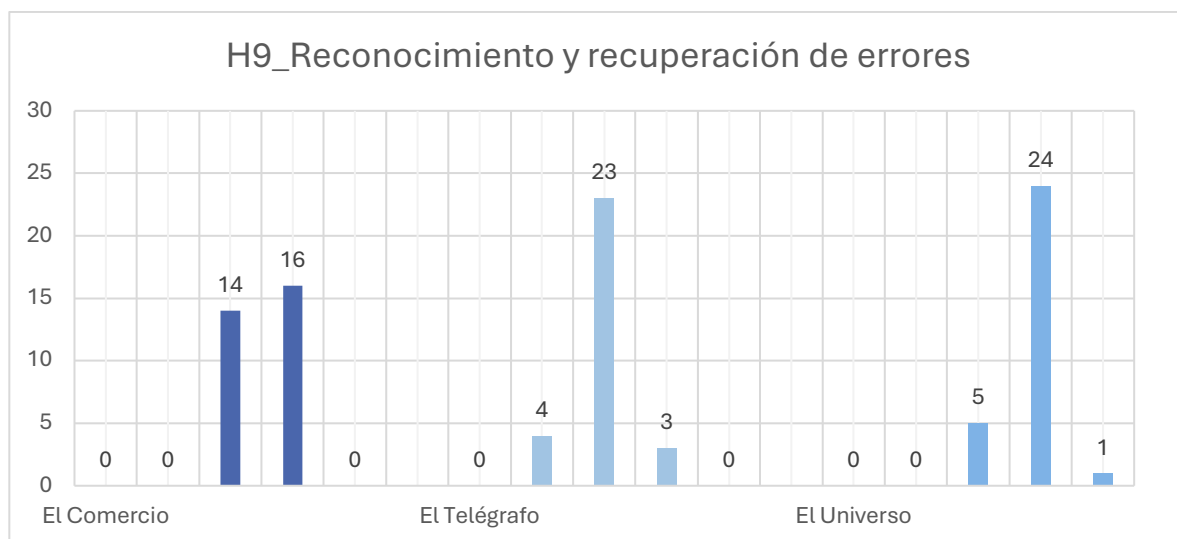


Fuente: Elaboración propia

5.2.9. Reconocimiento y recuperación de errores

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el noveno criterio: Reconocimiento y recuperación de errores. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 14 expertos con una escala de 3 y 16 expertos con una escala de 4; El Telégrafo, fue valorado por 4 expertos con una escala de 2, 23 expertos con una escala de 3 y 3 expertos con una escala de 4; El Universo, fue valorado por 5 expertos con una escala de 3, 24 expertos con una escala de 4 y 1 experto con una escala de 5.

Gráfico 18: Reconocimiento y recuperación de errores

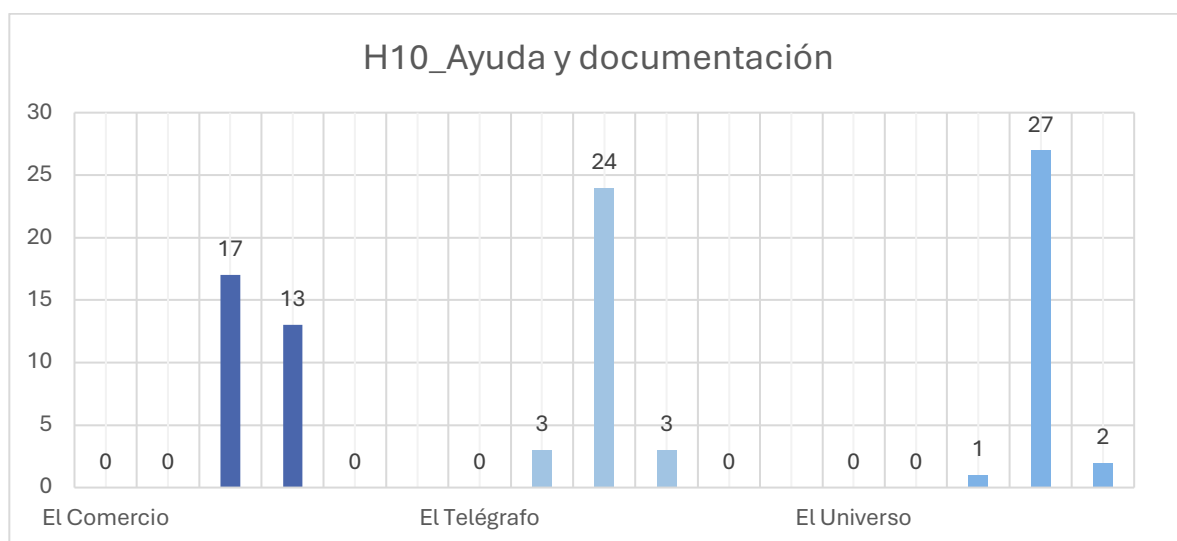


Fuente: Elaboración propia

5.2.10. Ayuda y documentación

Los resultados de la evaluación de usabilidad, en el décimo criterio: Ayuda y documentación. De los 30 expertos: El Comercio, fue valorado por 17 expertos con una escala de 3 y 13 expertos con una escala de 4; El Telégrafo, fue valorado por 3 expertos con una escala de 2, 24 expertos con una escala de 3 y 3 expertos con una escala de 4; El Universo, fue valorado por 1 experto con una escala de 3, 27 expertos con una escala de 4 y 2 experto con una escala de 5.

Gráfico 19: Ayuda y documentación



Fuente: Elaboración propia

5.2.11. Resumen de puntuaciones

Los niveles de severidad se establecieron mediante la evaluación promedio de usabilidad, invirtiendo la escala de medición, de tal manera que valores bajos indiquen una mayor gravedad del problema.

Tabla 16: Resumen de puntuación de El Comercio

Heurística	Valoración promedio El Comercio	Nivel de severidad
Visibilidad del estado del sistema	3,57	2- Problema Menor
Correspondencia entre el sistema y el mundo real	3,70	2- Problema Menor
Control y libertad del usuario	3,73	2- Problema Menor
Consistencia y estándares	3,63	2- Problema Menor
Prevención de errores	3,63	2- Problema Menor
Reconocimiento antes que recuerde	3,87	2- Problema Menor
Flexibilidad y eficiencia de uso	3,67	2- Problema Menor
Estética y diseño minimalista	3,70	2- Problema Menor
Ayuda para reconocer, diagnosticar y recuperar errores	3,53	2- Problema Menor
Ayuda y documentación	3,43	2- Problema Menor

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17: Resumen de puntuación de El Universo.

Heurística	Valoración promedio El Universo	Nivel de severidad
Visibilidad del estado del sistema	4,07	1- Problema cosmético
Correspondencia entre el sistema y el mundo real	4,03	1- Problema cosmético
Control y libertad del usuario	4,00	1- Problema cosmético
Consistencia y estándares	4,00	1- Problema cosmético
Prevención de errores	3,97	2- Problema Menor
Reconocimiento antes que recuerde	4,10	1- Problema cosmético
Flexibilidad y eficiencia de uso	3,97	2- Problema Menor

Estética y diseño minimalista	4,10	1- Problema cosmético
Ayuda para reconocer, diagnosticar y recuperar errores	3,87	2- Problema Menor
Ayuda y documentación	4,03	1- Problema cosmético

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18: Resumen de puntuación de El Telégrafo.

Heurística	Valoración promedio El Telégrafo	Nivel de severidad
Visibilidad del estado del sistema	3,17	2- Problema Menor
Correspondencia entre el sistema y el mundo real	3,20	2- Problema Menor
Control y libertad del usuario	2,97	3- Problema Mayor
Consistencia y estándares	3,17	2- Problema Menor
Prevención de errores	3,03	2- Problema Menor
Reconocimiento antes que recuerde	3,27	2- Problema Menor
Flexibilidad y eficiencia de uso	3,17	2- Problema Menor
Estética y diseño minimalista	3,17	2- Problema Menor
Ayuda para reconocer, diagnosticar y recuperar errores	2,97	3- Problema Mayor
Ayuda y documentación	3,00	2- Problema Menor

Fuente: Elaboración propia

5.2.12. Resultados comparativos de usabilidad

Los resultados comparativos revelan diferencias significativas en el nivel de usabilidad entre los tres periódicos analizados, lo que permite identificar distintos grados de desarrollo en la adaptación de sus interfaces al entorno digital. El diario El Universo presenta el promedio global más alto (4,02), lo que indica un nivel de usabilidad elevado, caracterizado por una adecuada correspondencia entre la estructura visual, la jerarquización de la información y la organización de los elementos de navegación. Este comportamiento sugiere una mayor integración de los principios de diseño centrado en el usuario, en los que la claridad, la eficiencia y la previsibilidad de la interfaz facilitan la interacción y reducen la carga cognitiva

del lector, aspectos fundamentales en los estudios de usabilidad desarrollados por Nielsen.

Por su parte, El Comercio, con un promedio de 3,64, alcanza un nivel de usabilidad medio-alto, evidenciando un desempeño funcional en términos generales. Sin embargo, se identifican oportunidades de mejora en la consistencia de ciertos elementos interactivos y en la optimización de la navegación, lo que puede incidir en la eficiencia de la experiencia de usuario. Desde una perspectiva analítica, este resultado refleja un proceso de adaptación intermedia, en el que la estructura informativa se mantiene estable, pero aún presenta limitaciones en la articulación de criterios propios del diseño digital. En este sentido, la falta de consistencia en la interfaz puede afectar la experiencia del usuario, en línea con los planteamientos de Nielsen Norman Group., quien destaca la importancia de la coherencia y la comprensión en la interacción con sistemas digitales.

En contraste, El Telégrafo presenta el valor más bajo (3,12), lo que corresponde a un nivel de usabilidad medio. Esto evidencia mayores dificultades en la integración de los elementos que facilitan la interacción del usuario con la plataforma. Las debilidades observadas en la navegabilidad, la legibilidad y los mecanismos de orientación inciden en la experiencia de uso, generando una interacción menos fluida y menos eficiente. Este comportamiento puede interpretarse como una menor incorporación de principios de usabilidad, en los que la claridad de la interfaz y la coherencia estructural son fundamentales para la comprensión del contenido y la construcción de significado en entornos digitales.

En conjunto, estos resultados demuestran que la usabilidad en la prensa digital no depende únicamente de la funcionalidad técnica de las plataformas, sino de la integración coherente de los elementos del diseño editorial digital. Los diferentes niveles de desempeño observados reflejan distintos grados de madurez en la adopción de un enfoque centrado en el usuario, confirmando que la adaptación al entorno digital implica una transformación estructural en la forma de organizar, presentar y comunicar la información.

Tabla 19: Resultados comparativos de usabilidad promedio global de los tres diarios

MEDIO	PROMEDIO GLOBAL
El Comercio	3.64
El Universo	4.02
El Telégrafo	3.12

Fuente: Elaboración propia

Además, los resultados obtenidos en relación con los criterios complementarios para la prensa digital revelan diferencias significativas en el nivel de optimización de la experiencia de usuario entre los medios analizados, particularmente en aspectos relacionados con la legibilidad, la organización de la información y la interacción con los contenidos. El diario El Universo alcanza los valores más elevados en todos los criterios evaluados, destacándose especialmente en legibilidad visual (4,2) y jerarquía informativa (4,1). Estos resultados sugieren una adecuada integración de los elementos gráficos y estructurales, lo que propicia una lectura clara, una interpretación eficiente de los contenidos y una navegación fluida. Desde una perspectiva analítica, este comportamiento indica una mayor consolidación de principios inherentes al diseño editorial digital, en los que la claridad visual y la organización jerárquica desempeñan un papel fundamental en la construcción de la experiencia informativa.

Por otro lado, El Comercio presenta resultados intermedios y relativamente equilibrados, con un mejor desempeño en navegación contextual (3,73) y legibilidad visual (3,67), lo que evidencia una estructura funcional que permite al usuario orientarse dentro del contenido y mantener una continuidad en la lectura. Sin embargo, se identifican áreas de oportunidad de mejora en el criterio de carga progresiva (3,53), lo que puede incidir en la percepción de fluidez y en la eficiencia de la interacción. Este resultado refleja una adaptación parcial a las dinámicas del entorno digital, en el que se han incorporado elementos funcionales, aunque sin una integración completamente optimizada.

En contraste, El Telégrafo registra los valores más bajos en los criterios analizados, particularmente en carga progresiva (2,97) y navegación contextual (3,1). Estos resultados evidencian limitaciones en el rendimiento percibido y en los mecanismos de orientación del usuario, lo que afecta la continuidad de la experiencia de lectura y la capacidad de interacción con los contenidos. Esta situación sugiere una menor integración de los principios de diseño orientados al usuario. En términos teóricos, estos resultados refuerzan la hipótesis de que la experiencia digital en la prensa online no depende únicamente de la disponibilidad de contenidos, sino de la forma en que estos son estructurados, presentados y accesibles dentro de la interfaz.

En conjunto, los resultados demuestran que los criterios complementarios constituyen indicadores relevantes del grado de madurez en la adaptación del diseño editorial digital. Los medios que presentan mayor coherencia en estos aspectos exhiben una experiencia de usuario más eficiente y una mayor capacidad de respuesta a las dinámicas del entorno digital contemporáneo.

Tabla 20: Promedio de los criterios complementarios

MEDIO	C_Jerarquia informativa	C_Legibilidad visual	C_Navegacion contextual	C_Carga progresiva
El Comercio	3.63	3.67	3.73	3.53
El Telégrafo	3.3	3.17	3.1	2.97
El Universo	4.1	4.2	3.97	3.93

Fuente: Elaboración propia

5.3. RESULTADOS DE LA FASE 3: NARRATIVA DIGITAL

La presente fase se dedica al análisis de la narrativa digital empleada por los medios de comunicación objeto de estudio. Se examinarán aspectos tales como la jerarquización de la información, la integración de recursos multimedia y la fluidez de la lectura, con el fin de comprender la construcción del *storytelling* digital y su impacto en la comprensión del contenido periodístico.

Para el análisis de la Narrativa Digital se ha aplicado la ficha a cada uno de los *home page* de los tres diarios en estudio, este análisis se lo realizó el 12 de enero de 2026.

Ficha 6: Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática – El Comercio

Ficha de Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Comercio
Fecha de publicación / análisis	12 de enero de 2026
URL o sección analizada	https://www.elcomercio.com/ (home) y https://www.elcomercio.com/ultima-hora/ (evidencia accesible)
Tipo de contenido	Portada (home) / evidencia pública del día
Dispositivo visualizado	Computadora
Analista / Evaluador	Ana Rivera
Tiempo estimado de lectura (min)	3-5min (portada) / 2-3min (listados)

1. Evidencias observables (resumen de hallazgos de interfaz)

The screenshot shows the homepage of El Comercio. At the top, there is a navigation bar with the site's logo and various menu items. The main content area features a large article titled 'Seguridad • José Suing renunció a la Presidencia de la Corte Nacional de Justicia; Daniella Camacho queda a cargo'. To the right of this article is a sidebar with several smaller content blocks, including one about the 'COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026' and another about 'LIDERES'. The layout is clean and professional, with a clear hierarchy of information.

- La home principal presenta carga dinámica y evidencia textual limitada en extracción; se utilizó Última Hora como ventana observable de la narrativa diaria.
- Menú con categorías y énfasis multiformato (Videos, Podcasts) y accesos utilitarios (Feed RSS, Mapa del sitio).
- Listado de titulares de Última Hora con diversidad temática (política, seguridad, cultura, deportes, energía) y formato de lectura rápida.
- Presencia de contenidos de agenda institucional (CAL/Cpccs, CNJ/Judicatura) y de entretenimiento (Golden Globes 2026).
- Hipertextualidad operativa: cada titular es un enlace; estructura tipo 'stream' que privilegia actualización.

2. Dimensiones narrativas de análisis

Dimensión	Variable narrativa	Indicadores observables	Escala (1–5)
Estructura narrativa	Orden y ritmo informativo	Organización del contenido, claridad secuencial, uso de subtítulos.	3
Estructura narrativa	Coherencia argumental	Concordancia entre texto, imágenes y videos; continuidad temática.	3
Recursos multimedia	Integración multimedia	Uso coordinado de imágenes, videos, audios o infografías.	4
Recursos multimedia	Funcionalidad del multimedia	Pertinencia informativa y valor explicativo de los recursos.	3
Interactividad	Elementos interactivos	Presencia de botones, hipervínculos, sliders o secciones dinámicas.	4
Interactividad	Participación del usuario	Capacidad de comentar, compartir, o personalizar contenidos.	3
Hipertextualidad	Enlaces contextuales	Existencia de hipervínculos a notas relacionadas, fuentes o contextos.	4

Hipertextualidad	Profundidad narrativa	Posibilidad de ampliar información o recorrer líneas paralelas de lectura.	3
Multiplataforma y movilidad	Adaptabilidad	Continuidad visual y narrativa en distintos dispositivos.	4
Multiplataforma y movilidad	Consistencia de la identidad	Mantenimiento de marca y tono en diferentes versiones.	4
Lenguaje visual	Jerarquía visual y tipográfica	Organización del texto e imagen, priorización de información.	3
Lenguaje visual	Iconografía y cromatismo narrativo	Uso simbólico del color, íconos o gráficos como parte del discurso.	3
Enfoque discursivo	Tono narrativo	Predominio de discurso informativo, interpretativo o emocional.	3
Enfoque discursivo	Estrategias de <i>engagement</i>	Recursos para mantener la atención (microhistorias, <i>scroll</i> narrativo).	3

3. Titulares guía (muestra de lectura de portada)

- a) La CNJ decide este 12 de enero la continuidad de Suing... (Política).
- b) CAL archiva pedido de juicio político contra consejeros del Cpccs... (Política).
- c) Tres centrales dejan de operar y el país mira de cerca a Mazar (Energía).
- d) Fiscalía procesa a cuatro personas por caso de explotación sexual... (Seguridad/Justicia).
- e) ¿Cuándo se estrena en Ecuador la película brasileña... Golden Globes 2026? (Cultura).

4. Interpretación general del aporte narrativo:

El flujo de 'Última Hora' funciona como un dispositivo narrativo de scroll/listado, donde la jerarquía se construye más por orden de actualización y acumulación que por composición visual de portada. Esta estrategia se alinea con el consumo móvil y el hábito de revisar titulares en ráfaga: cada entrada opera como una unidad mínima de información que puede ampliarse mediante clic, fortaleciendo la hipertextualidad. La interactividad se expresa en la arquitectura de información (categorías y accesos a videos/podcasts), lo que sugiere una narrativa transmedial complementaria. No obstante, el carácter dinámico de la home puede

introducir variaciones en la disponibilidad de módulos y afectar la observación directa de recursos participativos (comentarios, reacciones) desde la portada. En términos de coherencia narrativa, la convivencia de temas ‘duros’ (política, instituciones, justicia) con contenidos de entretenimiento (Globos de Oro) muestra una estrategia de diversificación para sostener *engagement*, aunque exige señales de navegación claras para evitar dispersión temática durante el recorrido.

5. Codificación temática:

Código Temático	Presencia	Evidencia / notas
Política e instituciones	Alta	CAL, Cpccs, CNJ, Judicatura.
Seguridad y Justicia	Alta	Procesos fiscales, violencia / abuso.
Energía y servicios	Media	Centrales, Mazar, servicios en línea AMT.
Cultura y entretenimiento	Medio	Golden Globes, cine.
Deporte	Medio	Rally Daker, Real Madrid.

Fuente: Elaboración propia

NOTA: La captura completa de la web analizada se encuentra en el Anexo 4

Ficha 7: Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática – El Universo

Ficha de Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Universo
Fecha de publicación / análisis	12 de enero de 2026
URL o sección analizada	www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Portada (<i>home Page</i>) / evidencia publicada del día
Dispositivo visualizado	Computadora

Analista / Evaluador	Ana Rivera
Tiempo estimado de lectura (min)	3-5min (portada) / 2-3 (listado)

2. Evidencias observables (resumen de hallazgos de interfaz)



- Menú principal con secciones (Portada, Lo Último, Noticias, Opinión, Guayaquil, Marcador, Entretenimiento, La Revista, Juegos, Tienda).
- Bloque de suscripción/promoción (Suscripción Anual con 80% DTO) y mención a ediciones Quito/Guayaquil.
- Titular principal en Política sobre relevo en presidencia de la Corte Nacional de Justicia (CNJ) y notas relacionadas en el mismo bloque.
- Módulo Lo último con marca temporal (hace X minutos) y entradas internacionales/políticas (p. ej., Trump...).
- Etiquetas de sección en cada nota (Política, Economía, Comunidad, Seguridad) y presencia de Contenido para suscriptores en algunas piezas.

3. Dimensiones narrativas de análisis

Dimensión	Variable narrativa	Indicadores observables	Escala (1–5)
Estructura narrativa	Orden y ritmo informativo	Organización del contenido, claridad secuencial, uso de subtítulos.	4
Estructura narrativa	Coherencia argumental	Concordancia entre texto, imágenes y videos; continuidad temática.	4
Recursos multimedia	Integración multimedia	Uso coordinado de imágenes, videos, audios o infografías.	4
Recursos multimedia	Funcionalidad del multimedia	Pertinencia informativa y valor explicativo de los recursos.	4
Interactividad	Elementos interactivos	Presencia de botones, hipervínculos, sliders o secciones dinámicas.	4
Interactividad	Participación del usuario	Capacidad de comentar, compartir, o personalizar contenidos.	4
Hipertextualidad	Enlaces contextuales	Existencia de hipervínculos a notas relacionadas, fuentes o contextos.	4
Hipertextualidad	Profundidad narrativa	Posibilidad de ampliar información o recorrer líneas paralelas de lectura.	4
Multiplataforma y movilidad	Adaptabilidad	Continuidad visual y narrativa en distintos dispositivos.	4
Multiplataforma y movilidad	Consistencia de la identidad	Mantenimiento de marca y tono en diferentes versiones.	4
Lenguaje visual	Jerarquía visual y tipográfica	Organización del texto e imagen, priorización de información.	4
Lenguaje visual	Iconografía y cromatismo narrativo	Uso simbólico del color, íconos o gráficos como parte del discurso.	4
Enfoque discursivo	Tono narrativo	Predominio de discurso informativo, interpretativo o emocional.	4

Enfoque discursivo	Estrategias de <i>engagement</i>	Recursos para mantener la atención (microhistorias, <i>scroll</i> narrativo).	4
--------------------	----------------------------------	---	---

4. Titulares guía (muestra de lectura de portada)

- Daniella Camacho asumiría la presidencia de la CNJ tras renuncia de José Suing (Política).
- Daniel Noboa a la Revolución Ciudadana: ‘Los delincuentes votan por los narcos’ (Política).
- Baja en precios de combustibles... (Economía).
- Aquiles Alvarez informa de trabajos por acumulación de agua... 12 de enero (Comunidad).
- Ecuatoriano con notificación de Interpol fue deportado... (Seguridad).

5. Interpretación general del aporte narrativo:

La portada se configura como un tablero modular de alta densidad informativa, presentando un relato principal (lead) estructurado por un bloque de Política y ampliado mediante enlaces internos a notas relacionadas. Posteriormente, se distribuyen piezas secundarias a lo largo de las distintas secciones. La sección “Lo último” introduce una lógica temporal de actualización continua, caracterizada por micro-entradas con marcadores de minutos, que coexiste con reportajes e investigaciones. Esta coexistencia configura una narrativa híbrida, donde el “breaking news” prioriza la inmediatez, mientras que las piezas de mayor profundidad se destacan frecuentemente como contenido exclusivo para suscriptores. En términos de hipertextualidad, la portada fortalece los recorridos contextuales mediante la implementación de etiquetas de sección, “temas” y listas de lectura sugerida, lo que minimiza el esfuerzo cognitivo del usuario para localizar continuidad temática. La interactividad se manifiesta principalmente en la navegación (menú, tendencias, “ver más”) y en la integración de canales de suscripción/boletines, más que en dispositivos participativos visibles en la portada.

6. Codificación temática:

Código Temático	Presencia	Evidencia / notas
-----------------	-----------	-------------------

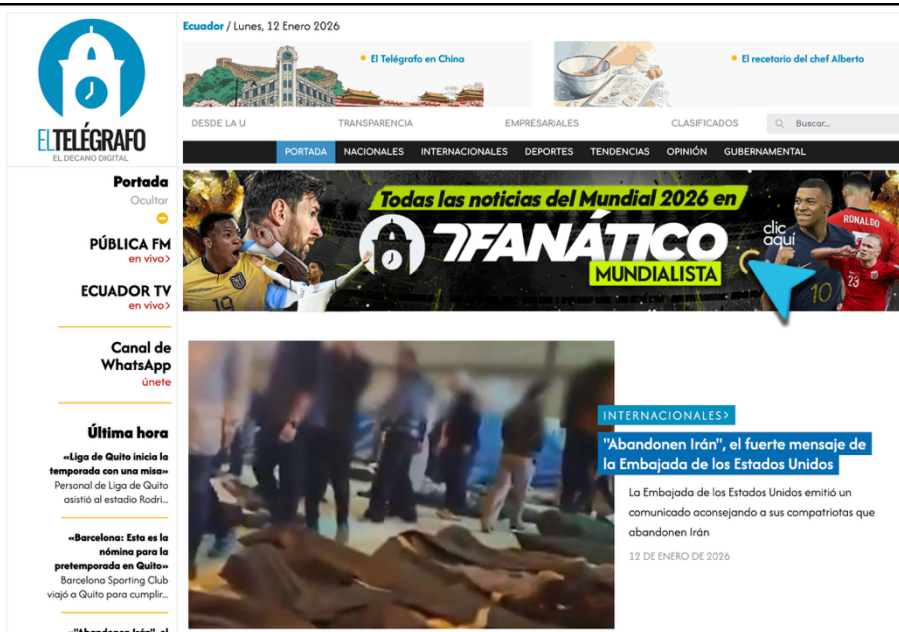
	Política / sistema judicial	Alta	Agenda institucional: CNJ, Judicatura, actores políticos.
	Seguridad y criminalidad	Alta	Deportación Interpol, crimen y justicia penal.
	Economía / energía / combustible	Media	Precios combustibles, CAF/Banco del Pacífico, embalses.
	Gestión local y clima	Media	Lluvias, acumulación de agua en Guayaquil, alertas.
	Internacional	Media	Entradas 'Lo último' con política exterior (p. ej., Trump/Cuba).

Fuente: Elaboración propia

NOTA: La captura completa de la web analizada se encuentra en el Anexo 5

Ficha 8: Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática – El Telégrafo

Ficha de Análisis de Narrativa Digital y Codificación Temática	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Telégrafo
Fecha de publicación / análisis	12 de enero de 2026
URL o sección analizada	https://www.eltelegrafo.com.ec/
Tipo de contenido	Portada (<i>home Page</i>)/evidencia publicada del día
Dispositivo visualizado	Computadora
Analista / Evaluador	Ana Rivera
Tiempo estimado de lectura (min)	3-5(portada) / 2-3 (listado)
2. Evidencias observables (resumen de hallazgos de interfaz)	



- Estructura por carruseles/segmentos plegables con rótulos Ocultar en Última hora, Nacionales, Deportes, Internacionales y Tendencias.
- Listado de Última hora con repetición de ítems y fuerte énfasis cronológico (12 de Enero de 2026).
- Sección Nacionales con recomendados y notas explicativas con breve bajada (p. ej., lancha guardacostas, alias Ronco).
- Bloques temáticos claramente etiquetados y navegación por categorías; integración de elementos sociales (En X).
- En Tendencias aparecen temas de entretenimiento/Globos de Oro y contenidos internacionales; en Deportes, noticias locales e internacionales.

3. Dimensiones narrativas de análisis

Dimensión	Variable narrativa	Indicadores observables	Escala (1–5)
Estructura narrativa	Orden y ritmo informativo	Organización del contenido, claridad secuencial, uso de subtítulos.	3
Estructura narrativa	Coherencia argumental	Concordancia entre texto, imágenes y videos; continuidad temática.	3

Recursos multimedia	Integración multimedia	Uso coordinado de imágenes, videos, audios o infografías.	4
Recursos multimedia	Funcionalidad del multimedia	Pertinencia informativa y valor explicativo de los recursos.	3
Interactividad	Elementos interactivos	Presencia de botones, hipervínculos, sliders o secciones dinámicas.	4
Interactividad	Participación del usuario	Capacidad de comentar, compartir, o personalizar contenidos.	3
Hipertextualidad	Enlaces contextuales	Existencia de hipervínculos a notas relacionadas, fuentes o contextos.	4
Hipertextualidad	Profundidad narrativa	Posibilidad de ampliar información o recorrer líneas paralelas de lectura.	4
Multiplataforma y movilidad	Adaptabilidad	Continuidad visual y narrativa en distintos dispositivos.	4
Multiplataforma y movilidad	Consistencia de la identidad	Mantenimiento de marca y tono en diferentes versiones.	4
Lenguaje visual	Jerarquía visual y tipográfica	Organización del texto e imagen, priorización de información.	3
Lenguaje visual	Iconografía y cromatismo narrativo	Uso simbólico del color, íconos o gráficos como parte del discurso.	3
Enfoque discursivo	Tono narrativo	Predominio de discurso informativo, interpretativo o emocional.	3
Enfoque discursivo	Estrategias de <i>engagement</i>	Recursos para mantener la atención (microhistorias, <i>scroll</i> narrativo).	3

4. Titulares guía (muestra de lectura de portada)

- Estados Unidos cede una lancha guardacostas a Ecuador (Nacionales).
- Alias 'Ronco'... podría ser liberado en España (Nacionales/Seguridad).
- Rosa Torres... habló sobre “trolls pagados...” (Política).
- “Golden”, la canción que brilló en los Globos de Oro... (Tendencias).
- Liga de Quito inicia la temporada con una misa (Deportes).

5. Interpretación general del aporte narrativo:

La portada prioriza la lógica de agregación mediante la disposición de múltiples listados por secciones, los cuales operan como bloques autónomos. El recurso de “Ocultar” sugiere una interfaz basada en acordeones o módulos plegables, lo cual optimiza la navegabilidad al permitir al usuario controlar la densidad de información en pantalla. La narrativa se construye a través de la suma de micro-historias, representadas por los titulares, que el usuario recorre de forma episódica, en lugar de un relato central. En cuanto a la interactividad, el sitio enfatiza la conexión con redes sociales (por ejemplo, un espacio “En X”) y la continuidad a través de categorías temáticas. Sin embargo, el grado de “participación” se manifiesta principalmente como interacción de navegación (clic, despliegue, salto entre secciones) y en menor medida como co-creación o conversación en la portada. La hipertextualidad se presenta de manera funcional: cada titular actúa como puerta de entrada a una nota, y la profundidad narrativa se ve influenciada por los enlaces internos y el agrupamiento temático. A nivel de lenguaje visual, el patrón de repetición de titulares y fechas refuerza la temporalidad, aunque podría disminuir la diferenciación jerárquica entre contenidos prioritarios y secundarios.

6. Codificación temática:

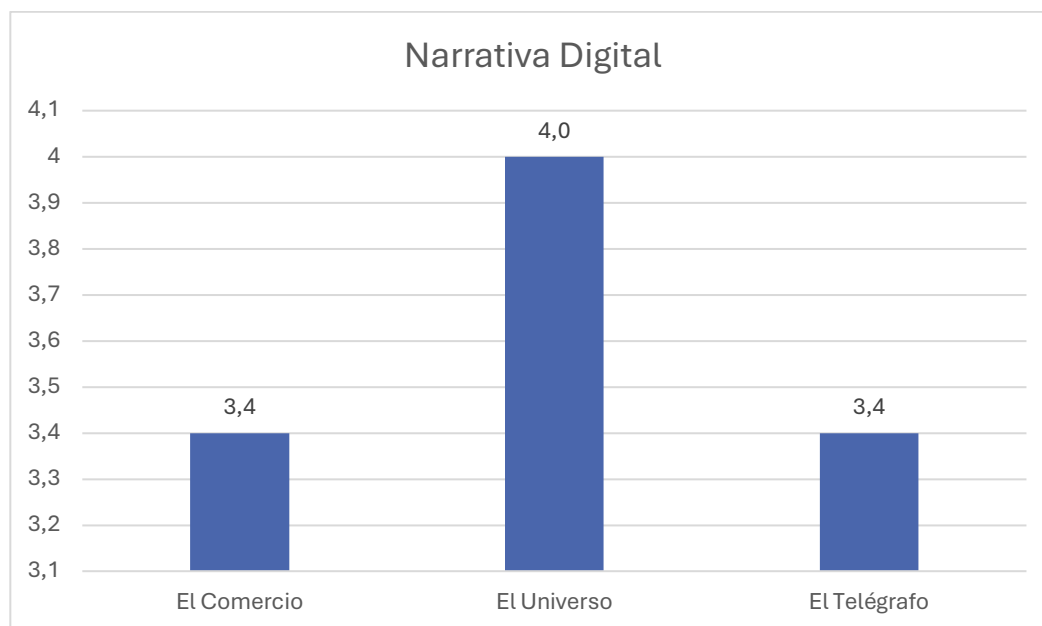
Código Temático	Presencia	Evidencia / notas
Agenda pública y política	Alta	Tensiones institucionales, declaraciones de asambleístas.
Seguridad y crimen organizado	Alta	Alias, procesos, liberaciones.
Internacional / geopolítica	Media	Mensajes de embajadas, EEUU, China, Venezuela.
Deportes	Medio	Fútbol ecuatoriano (LDU, Barcelona, Aucas) y Europa.
Cultura / entretenimiento	Medio	Globos de Oro, K-pop, cine / series.

Fuente: Elaboración propia

NOTA: La captura completa de la web analizada se encuentra en el Anexo 6

5.3.1. Resultados comparativos de narrativa digital

Gráfico 20: Narrativa digital



Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos en la evaluación de la narrativa digital revelan disparidades en el grado de integración y articulación de los recursos narrativos entre los medios analizados. El diario El Universo, con un promedio de 4,0, exhibe el desempeño más sobresaliente, lo que indica una mayor capacidad para estructurar el contenido informativo mediante una combinación coherente de jerarquización, recursos multimedia y organización secuencial de la información. Este comportamiento sugiere una aproximación más consolidada a las lógicas de producción de contenido en entornos digitales, en las que la narrativa se construye a partir de la convergencia de múltiples lenguajes y formatos, aspecto central en las narrativas contemporáneas descritas por Shilina & Scolari.

En contraste, El Comercio y El Telégrafo, ambos con un promedio de 3,4, evidencian un nivel narrativo aceptable, aunque con limitaciones en la integración de elementos propios del entorno digital. En estos casos, se observa una menor articulación de formatos interactivos y una continuidad discursiva menos fluida, lo

que puede incidir en la experiencia de lectura y en la construcción del relato informativo. Desde una perspectiva analítica, estos resultados reflejan una transición en la adopción de modelos narrativos digitales, en la que aún persisten estructuras lineales heredadas del formato tradicional, lo que limita el aprovechamiento de las posibilidades de navegación y organización de contenidos propias del entorno digital.

Desde una perspectiva teórica, la narrativa digital se caracteriza por la integración de bases de datos, interfaces y estructuras no lineales, lo que posibilita múltiples recorridos de lectura y diversas formas de interacción. En este contexto, como lo argumenta Manovich, los medios digitales se estructuran a partir de lógicas de organización modular y navegacional, permitiendo al usuario construir su propia experiencia informativa. En consecuencia, los resultados obtenidos indican que los medios con mayor capacidad para integrar estos principios logran una comunicación más eficaz y adaptada al entorno digital.

Los hallazgos, en su conjunto, demuestran que, si bien los tres periódicos han progresado en la incorporación de recursos de storytelling digital, persisten disparidades en el nivel de madurez narrativa. Estas disparidades reflejan distintos grados de desarrollo en la transformación del modelo editorial hacia formatos digitales, así como en la capacidad de los medios para articular narrativas más complejas, interactivas y centradas en el usuario.

5.4. RESULTADOS DE LA FASE 4: TRIANGULACIÓN DE RESULTADOS

En esta fase se integran los resultados obtenidos de las evaluaciones de coherencia visual, usabilidad y narrativa digital, con el fin de establecer relaciones comparativas, identificar los niveles de madurez editorial digital y formular una evaluación integral del desempeño comunicacional de los periódicos analizados.

5.4.1.Integración de coherencia visual, usabilidad y narrativa

La triangulación de resultados permitió la integración de los hallazgos obtenidos en las fases de análisis de coherencia visual, evaluación heurística de usabilidad y estudio de la narrativa digital, consolidando una lectura holística del desempeño editorial digital de los medios analizados. Esta integración se fundamenta en el principio de que el diseño editorial digital opera como un sistema complejo, en el cual los elementos visuales, funcionales y narrativos se interrelacionan y condicionan mutuamente la experiencia informativa del usuario Shilina & Scolari (2022). Los resultados demuestran que una coherencia gráfica consistente basada en retículas flexibles, jerarquías tipográficas claras y cromática funcional contribuye a la mejora de la usabilidad percibida, reduciendo la carga cognitiva y facilitando la navegación. Asimismo, cuando estos factores se articulan con una narrativa digital fluida y estructurada, se optimiza la comprensión del contenido y la permanencia del lector en la plataforma Nielsen (2024)

Fase 4: Síntesis Comparativa de Medios

Ficha 9: Síntesis Comparativa de Medios – El Comercio

1. Identificación del medio

Nombre del medio	El Comercio
Fecha de análisis	23 – 01 - 2026
Analista / investigador	Ana Lucía Rivera
Fuentes de datos triangulados	Fichas AIPoC, Heurísticas de Nielsen, Narrativa digital

2. Dimensiones de triangulación

Dimensión	Fuente / Instrumento	Indicadores principales	Ponderación cuantitativa (1–5)	Observación cualitativa sintética
Coherencia visual	Ficha AIPoC	Retícula, tipografía, color, consistencia gráfica, identidad visual	3,64	Muestra una coherencia visual de nivel medio-alto, con uso consistente de tipografía y color; sin embargo, ciertas variaciones en

				jerarquía y densidad informativa afectan la unidad gráfica global.
Usabilidad digital	Heurísticas de Nielsen	Navegabilidad, control, estética, accesibilidad	3,64	La usabilidad digital es funcional y adecuada para la navegación general, aunque la presencia de múltiples bloques informativos y elementos secundarios incrementa la carga cognitiva y limita la eficiencia en la localización de contenidos.
Narrativa digital	Ficha de narrativa y codificación temática	Interactividad, estructura informativa, hipertextualidad, ritmo de lectura	3,4	La narrativa digital presenta un nivel medio, con uso puntual de recursos multimedia; no obstante, su integración es parcial y responde mayoritariamente a esquemas informativos tradicionales, con escasa profundidad narrativa e interactividad.

Fuente: Elaboración propia

Ficha 10: Síntesis Comparativa de Medios – El Universo

1. Identificación del medio	
Nombre del medio	El Universo
Fecha de análisis	23 – 01 - 2026
Analista / investigador	Ana Lucía Rivera
Fuentes de datos triangulados	Fichas AIPoC, Heurísticas de Nielsen, Narrativa digital
2. Dimensiones de triangulación	

Dimensión	Fuente / Instrumento	Indicadores principales	Ponderación cuantitativa (1–5)	Observación cualitativa sintética
Coherencia visual	Ficha AIPoC	Retícula, tipografía, color, consistencia gráfica, identidad visual	4,06	Presenta una coherencia visual alta, con retículas estables, jerarquías claras y consistencia tipográfica; la organización gráfica facilita la lectura y refuerza la identidad editorial en la mayoría de las secciones.
Usabilidad digital	Heurísticas de Nielsen	Navegabilidad, control, estética, accesibilidad	4,02	La usabilidad digital es elevada, con navegación intuitiva, tiempos de carga adecuados y arquitectura informativa clara; pequeñas sobrecargas puntuales no comprometen la eficiencia ni la experiencia general del usuario promedio.
Narrativa digital	Ficha de narrativa y codificación temática	Interactividad, estructura informativa, hipertextualidad, ritmo de lectura	4,00	La narrativa digital alcanza un nivel alto, integrando recursos multimedia de forma coherente y secuencial; predomina un relato informativo sólido que favorece comprensión, continuidad y participación moderada de audiencias digitales.

Fuente: Elaboración propia

Ficha 11: Síntesis Comparativa de Medios – El Telégrafo

1. Identificación del medio	
Nombre del medio	El Telégrafo
Fecha de análisis	23 – 01 - 2026

Analista / investigador	Ana Lucía Rivera
Fuentes de datos triangulados	Fichas AIPoC, Heurísticas de Nielsen, Narrativa digital

2. Dimensiones de triangulación

Dimensión	Fuente / Instrumento	Indicadores principales	Ponderación cuantitativa (1–5)	Observación cualitativa sintética
Coherencia visual	Ficha AIPoC	Réticula, tipografía, color, consistencia gráfica, identidad visual	3,06	Muestra una coherencia visual de nivel medio, con estructura gráfica funcional; sin embargo, inconsistencias tipográficas, variaciones cromáticas y jerarquías poco definidas afectan la unidad visual del conjunto editorial.
Usabilidad digital	Heurísticas de Nielsen	Navegabilidad, control, estética, accesibilidad	3,12	La usabilidad digital resulta aceptable, con navegación comprensible; no obstante, la disposición de contenidos y la densidad de elementos visuales generan recorridos menos eficientes y una experiencia de usuario irregular en distintas secciones.
Narrativa digital	Ficha de narrativa y codificación temática	Interactividad, estructura informativa, hipertextualidad, ritmo de lectura	3,40	La narrativa digital alcanza un nivel medio, incorporando recursos multimedia de forma puntual; sin embargo, su integración es limitada y responde a esquemas tradicionales, con escasa profundidad narrativa y bajo grado de interactividad.

Fuente: Elaboración propia

Resultados integrados por medio (triangulación)

A continuación se presentan los resultados integrados promedio, obtenidos a partir del proceso de triangulación metodológica, el cual articula el análisis de coherencia visual, usabilidad y narrativa digital. Esta integración permite una interpretación global y comparativa del desempeño editorial digital de cada periódico, fortaleciendo la validez y profundidad de los hallazgos alcanzados.

Tabla 21: Triangulación

Medio	Coherencia visual (AIPoC)	Usabilidad (Nielsen)	Narrativa digital	Promedio global	Nivel de desempeño
El Comercio	3,64	3,64	3,4	10,68	3,56 / Medio
El Universo	4,06	4,02	4,0	12,08	4,02 / Alta
El Telégrafo	3,06	3,12	3,4	9,58	3,19 / Media

Fuente: Elaboración propia

El Comercio — Nivel de desempeño: Medio

El diario El Comercio exhibe un desempeño global medio, derivado de valores comparables en coherencia visual y usabilidad digital, aunado a una narrativa digital ligeramente inferior. La triangulación revela una plataforma funcional y estructurada, aunque presenta limitaciones en la integración narrativa y en la optimización de la experiencia de usuario, lo que disminuye su desempeño relativo frente a medios con mayor coherencia editorial digital.

El Universo — Nivel de desempeño: Alto

El diario El Universo demuestra un nivel de desempeño sobresaliente, respaldado por puntuaciones consistentes y elevadas en coherencia visual, usabilidad y narrativa digital. La triangulación evidencia una articulación equilibrada entre diseño editorial, experiencia de usuario y construcción

narrativa, lo que refleja un mayor grado de madurez digital y una alineación con las tendencias internacionales de innovación periodística.

El Telégrafo — Nivel de desempeño: Medio

El diario El Telégrafo presenta un desempeño global promedio, evidenciado por una narrativa digital aceptable, aunque con deficiencias en coherencia visual y usabilidad. El análisis triangulado revela una estructura editorial funcional, pero irregular, donde la inconsistencia gráfica y la optimización deficiente de la navegación comprometen la experiencia del usuario y el rendimiento integral del medio.

5.4.2. Perfil comparativo global

El análisis comparativo global revela disparidades significativas en el nivel de madurez digital de los medios de comunicación analizados, particularmente en la integración entre coherencia visual, usabilidad y narrativa digital. El diario El Universo exhibe un perfil distintivo, caracterizado por un alto grado de equilibrio entre estas dimensiones, lo que se manifiesta en una integración coherente de los elementos del diseño editorial digital. Este desempeño sugiere una mayor consolidación de una lógica nativa digital, en la cual la organización visual, la experiencia de usuario y la construcción narrativa operan de manera sinérgica, propiciando una interacción más eficiente y una comunicación más estructurada.

Por otro lado, El Comercio presenta un nivel intermedio de desarrollo, definido por una estructura funcional que permite una organización adecuada de los contenidos y una experiencia de navegación satisfactoria. Sin embargo, se identifican limitaciones en la integración de la narrativa digital y en la optimización de la experiencia de usuario, lo que indica la coexistencia de enfoques tradicionales con adaptaciones parciales al entorno digital. Este comportamiento refleja un proceso de transición en el modelo editorial, en el cual aún no se alcanza una articulación plena de los elementos que configuran la experiencia digital.

En contraste, El Telégrafo presenta un perfil más irregular, caracterizado por debilidades en la coherencia gráfica y en la usabilidad, lo que incide en la claridad de la información y en la interacción del usuario con la plataforma. Estas limitaciones afectan tanto la organización del contenido como la continuidad de la experiencia de lectura, lo que sugiere una menor integración de los principios del diseño editorial digital.

Desde la teoría, los resultados obtenidos permiten inferir que la madurez digital de los medios trasciende la mera presencia en plataformas digitales, requiriendo la integración sistémica de componentes visuales, funcionales y narrativos en la interfaz. En este contexto, la coherencia entre diseño, usabilidad y narrativa emerge como un factor crítico para la eficacia comunicativa y la construcción de una experiencia de usuario satisfactoria. Los hallazgos confirman una adopción dispar de estrategias digitales en el sector periodístico ecuatoriano, demostrando que la experiencia del usuario y la narrativa digital continúan representando desafíos estructurales en la transformación del modelo editorial hacia entornos digitales.

5.4.3. Perfil digital del periódico El Comercio

El perfil digital de El Comercio se distingue por una identidad visual consolidada y una estructura informativa estable, elementos que contribuyen a la percepción de credibilidad editorial. Los resultados de la evaluación heurística revelan un nivel de usabilidad medio-alto, con fortalezas en la jerarquía informativa y la legibilidad tipográfica, aunque se identifican limitaciones en la eficiencia de navegación y la flexibilidad interactiva. Desde una perspectiva narrativa, el medio exhibe una adopción moderada de recursos multimedia, priorizando estructuras textuales lineales propias del periodismo impreso. Esta situación corrobora lo planteado por García-Avilés (2021), quien señala que numerosos medios tradicionales trasladan sus rutinas editoriales al entorno digital sin una reformulación sustantiva de sus lógicas narrativas. En consecuencia, la triangulación evidencia que El Comercio mantiene coherencia editorial, pero su adaptación digital aún responde a modelos híbridos.

5.4.4. Perfil digital del periódico El Universo

El Universo exhibe el perfil digital más robusto entre los medios analizados. Los resultados integrados revelan elevados niveles de coherencia visual, caracterizados por una retícula adaptable, tipografía optimizada para la lectura en pantalla y una paleta cromática que promueve la accesibilidad. En cuanto a la usabilidad, el medio alcanza los valores más altos, destacándose en claridad estructural, consistencia visual y orientación del usuario. Adicionalmente, el análisis de narrativa digital demuestra un uso más efectivo de recursos multimedia e interactivos, alineado con las tendencias contemporáneas del *storytelling* digital. La triangulación confirma que El Universo ha logrado integrar diseño editorial, funcionalidad y narrativa como un sistema cohesivo, lo cual coincide con los planteamientos de Manovich (2020) sobre la madurez de los medios nativos digitales o adaptados con enfoque nativo.

5.4.5. Perfil digital del periódico El Telégrafo

El perfil digital de El Telégrafo evidencia una menor consolidación en su adaptación al entorno digital. Los resultados de usabilidad revelan dificultades recurrentes en la navegabilidad, el rendimiento percibido y el apoyo al usuario, factores que impactan negativamente la experiencia informativa. Desde la perspectiva visual, se identifican inconsistencias en la jerarquización y en la aplicación de criterios gráficos, lo que compromete la coherencia editorial. En el ámbito narrativo, la limitada incorporación de recursos multimedia reduce el potencial expresivo del medio, corroborando lo planteado por Salaverría A & Martínez C (2021) en relación con los desafíos que enfrentan los medios institucionales en procesos de transformación digital. La triangulación evidencia que las debilidades estructurales y visuales inciden directamente en la eficacia comunicativa del medio.

5.4.6. Comparación transversal entre medios

El análisis transversal de los resultados triangulados permite la identificación de distintos niveles de madurez en el diseño editorial digital de la prensa ecuatoriana. Esta evaluación evidencia no solo disparidades en el desempeño individual de cada medio, sino también variaciones en la integración de las dimensiones de coherencia visual, usabilidad y narrativa digital. En este contexto, el diario El Universo se distingue como el medio con mayor grado de integración entre estas dimensiones, lo que se traduce en una propuesta editorial más coherente, en la que la organización visual, la experiencia de usuario y la construcción narrativa operan de manera sinérgica. Este comportamiento sugiere una aproximación más consolidada hacia un modelo de comunicación digital, en el que el diseño editorial se configura como un sistema estructural que orienta tanto la presentación como la interpretación de los contenidos. Mientras que, El Comercio se ubica en una posición intermedia, caracterizado por una base editorial sólida que garantiza la estabilidad en la organización de la información, pero con limitaciones en la incorporación de recursos narrativos y en la optimización de la experiencia de usuario. Esta situación refleja un proceso de transición, en el que conviven prácticas tradicionales con intentos de adaptación al entorno digital, sin lograr aún una integración completa de los elementos que definen una experiencia digital coherente y al final El Telégrafo presenta rezagos significativos en las tres dimensiones analizadas, lo que evidencia una menor articulación entre los componentes visuales, funcionales y narrativos. Estas limitaciones afectan tanto la claridad en la presentación de la información como la interacción del usuario con la plataforma, lo que sugiere una menor incorporación de los principios del diseño editorial digital en su propuesta comunicativa.

Desde una perspectiva teórica, los hallazgos obtenidos permiten afirmar que la diferenciación entre medios en el entorno digital no se fundamenta únicamente en factores tecnológicos, sino en la capacidad de integrar estratégicamente los elementos del diseño editorial como componente central del proceso comunicativo. En este contexto, el diseño editorial digital trasciende su condición de recurso instrumental para convertirse en un eje estructural de la comunicación visual y

narrativa, en concordancia con los planteamientos de Costa, quien enfatiza la relevancia de la coherencia y la sistematización en la construcción de significados a través del diseño.

La triangulación de resultados evidencia, en conjunto, que la madurez digital de los medios analizados se encuentra directamente correlacionada con el nivel de integración entre diseño, usabilidad y narrativa. Este hallazgo confirma que la transformación digital implica no solo la implementación de cambios tecnológicos, sino una reconfiguración profunda de los modelos editoriales.

5.4.7. Evaluación global del desempeño editorial digital

La evaluación global del desempeño editorial digital evidencia una correlación directa entre la calidad de la experiencia informativa en prensa online y la integración efectiva de coherencia visual, usabilidad y narrativa digital. Los resultados triangulados demuestran que los medios que articulan estas dimensiones proporcionan plataformas más accesibles, comprensibles y atractivas para el usuario, consolidando así su posicionamiento digital. En este contexto, El Universo se constituye como un referente en la adaptación editorial digital, mientras que El Comercio y El Telégrafo se enfrentan al desafío de replantear sus fundamentos de diseño desde una perspectiva plenamente digital. Estos hallazgos validan la pertinencia de abordar el diseño editorial digital como un componente estratégico en la evolución de la prensa contemporánea.

5.5. COMPARACIÓN CON TENDENCIAS INTERNACIONALES

El análisis de los resultados obtenidos en el contexto ecuatoriano se alinea parcialmente con las tendencias internacionales identificadas en estudios recientes sobre periodismo digital. Informes como el Digital News Report del Reuters Institute evidencian que los medios digitales más avanzados han evolucionado hacia modelos centrados en la experiencia de usuario, la personalización de contenidos y la integración de narrativas multimedia como elementos fundamentales en la

construcción de la comunicación digital contemporánea. En este sentido, investigaciones como:

El estudio de Mesquita da Silva (2024) analiza las tendencias emergentes en el Diseño Editorial dentro del ámbito de la prensa digital, proponiendo la implementación de sistemas de representación gráfica estandarizados. La adopción de estos sistemas busca establecer una coherencia visual que unifique la estética del medio, al tiempo que sienta las bases para una usabilidad centrada en interfaces intuitivas. Estas interfaces facilitarán la navegación del lector a través de múltiples capas de información, preservando el contexto narrativo en todo momento. La integración entre los elementos visuales y funcionales del diseño posibilita la creación de una narrativa digital de carácter inmersivo y no lineal. En este contexto, la ilustración y el grafismo dinámico desempeñan un papel fundamental, transformando el relato periodístico en una experiencia secuencial pero abierta a la interpretación del lector. La autora concluye que la sinergia entre la jerarquía visual y los elementos gráficos narrativos constituye el eje estructural fundamental para la construcción de historias complejas que resulten accesibles en el entorno digital contemporáneo. Esta sinergia contribuye a la reducción de la carga cognitiva del lector, promoviendo un flujo continuo entre la forma, la función y el contenido.

Palmer Jones (2024), a partir del análisis del caso del equipo DevHub de Hearst Newspaper, se identifican las tendencias predominantes en el Diseño Editorial para medios de comunicación digitales mediante la implementación de sistemas de diseño centralizados. Estos sistemas garantizan una coherencia visual escalable, permitiendo la replicación de plantillas narrativas visualmente consistentes en múltiples publicaciones sin comprometer la identidad local de cada una. La estandarización visual se integra con una usabilidad optimizada a través de formatos modulares y bases de datos interactivas, lo que simplifica la navegación y reduce los tiempos de carga, resultando en un incremento del 304% en visitas. En este contexto, la narrativa digital se desarrolla mediante storytelling visual y contenido guiado, que no solo estructura el relato de manera atractiva, sino que también mejora significativamente las tasas de conversión de suscriptores. El estudio concluye que la combinación de coherencia visual, usabilidad eficiente y

narrativas flexibles constituye una estrategia efectiva para escalar la producción editorial sin deteriorar la experiencia del usuario.

Fontinha Miranda & Baldessar (2025), identifican las tendencias predominantes en el Diseño Editorial dentro del ámbito de la prensa digital mediante la implementación de un marco conceptual que integra el Diseño Emocional, el Diseño de Interfaces y el Design Thinking. Este enfoque se fundamenta en la preservación de una coherencia visual consistente, sustentada por sistemas de diseño adaptativos que garantizan la integridad de la identidad de marca a lo largo de múltiples plataformas digitales. La consistencia visual se complementa con una usabilidad empática, caracterizada por una arquitectura de la información meticulosamente organizada que minimiza la fricción en la navegación y optimiza la accesibilidad cognitiva del usuario. En consecuencia, las autoras constatan que la narrativa digital contemporánea se manifiesta en formatos híbridos, donde el contenido se despliega de manera progresiva, otorgando al lector la autonomía para construir su propio recorrido informativo sin comprometer la fluidez narrativa. Finalmente, se concluye que la convergencia entre un diseño centrado en el usuario y estructuras narrativas visualmente cohesivas resulta esencial para mantener el *engagement* en el periodismo multiplataforma.

Investigaciones como “*Nuevas narrativas e innovación digital aplicada al periodismo actual*” de Sancho Belinchón et al. (2025) demuestran que los medios digitales consolidados diseñan sus plataformas informativas mediante disposiciones visuales flexibles, jerarquías informativas adaptativas e integración sistemática de recursos multimedia, con el objetivo de optimizar la experiencia del usuario y fomentar la retención de audiencias. Estos autores sostienen que la claridad visual, la coherencia editorial y la organización narrativa inciden directamente en la comprensión del contenido informativo y en la permanencia del lector en el entorno digital. Estos planteamientos se alinean con los hallazgos obtenidos en el análisis del diario El Universo, cuyo desempeño exhibe un mayor grado de coherencia gráfica y narrativa, concordando con las tendencias internacionales identificadas en la literatura especializada sobre innovación periodística digital.

Conforme al anuncio de renovación editorial de ABC publicado por la Asociación de la Prensa de Madrid APM (2026), se percibe una tendencia emergente en el Diseño Editorial para la prensa digital que integra de manera coherente los tres parámetros analizados. La coherencia visual se evidencia en la alineación gráfica entre la nueva plataforma web, la aplicación nativa y la edición impresa, respetando el “ADN” histórico del diario mediante la preservación de elementos distintivos como la portada única y la ilustración, al tiempo que se incorpora una estética “más ágil, clara y flexible”. Esta base visual sustenta una usabilidad orientada a la experiencia del usuario, demostrada en una arquitectura de página que prioriza la personalización, una navegación optimizada mediante menús con cinco pestañas funcionales en la aplicación móvil, y una clara diferenciación entre contenidos de inmediatez y aquellos destinados a una lectura pausada. Sobre esta estructura, la narrativa digital se desarrolla mediante una apuesta estratégica por nuevas narrativas multimedia, la implementación de formatos innovadores como gráficos interactivos, vídeo y pódcast, y la sección “Enfoque” para historias visuales de profundidad, consolidando así una propuesta donde el periodismo se actualiza sin comprometer su esencia.

La investigación en el ámbito de la innovación mediática digital enfatiza que la transformación no se circunscribe a la mera incorporación de tecnologías, sino que conlleva una reconfiguración estructural en la organización, presentación y narrativa de la información. Asimismo, se resalta la relevancia de la adopción de enfoques interdisciplinarios que integren diseño, tecnología y narrativa, con el fin de atender a las dinámicas emergentes del consumo informativo. Estos estudios convergen en la afirmación de que los medios con mayor grado de madurez digital exhiben estructuras visuales dinámicas, jerarquías informativas adaptativas y una integración coherente de elementos multimedia, orientadas a la optimización de la experiencia del usuario y al fortalecimiento de la interacción con los contenidos.

A pesar de la comparación con referentes internacionales, la presente investigación revela diferencias sustanciales en la implementación de estas prácticas en la prensa digital ecuatoriana. Si bien se constatan avances en la incorporación de elementos propios del entorno digital, persisten limitaciones en la integración sistémica del

diseño editorial, la usabilidad y la narrativa digital, lo que indica una adaptación aún parcial a las exigencias del ecosistema digital global.

Los resultados de la investigación indican que el diario El Universo exhibe una mayor alineación con las tendencias internacionales, demostrando una integración más robusta entre coherencia visual, usabilidad y narrativa digital. Esta característica se manifiesta en una estructura visual meticulosamente organizada, una jerarquización informativa precisa y una utilización óptima de recursos multimedia, elementos que se corresponden con los principios de diseño centrado en el usuario establecidos en estudios internacionales. Si bien este medio se aproxima a los estándares globales, persisten oportunidades de mejora en la implementación de estrategias de personalización más sofisticadas y en el desarrollo de experiencias interactivas de mayor complejidad, lo que evidencia que su proceso de madurez digital, aunque avanzado, aún no se encuentra completamente consolidado.

El diario El Comercio exhibe una correspondencia intermedia con las tendencias internacionales, evidenciando una estructura editorial robusta y operativa, aunque con restricciones en la incorporación de elementos innovadores propios del entorno digital. Los resultados indican que, si bien este medio logra mantener niveles aceptables de coherencia visual y usabilidad, su progreso en términos de narrativa digital y aprovechamiento de recursos interactivos se presenta limitado. Esta circunstancia demuestra una transición parcial hacia modelos digitales más avanzados, en la cual coexisten prácticas tradicionales con adaptaciones digitales, lo que limita su capacidad para generar experiencias informativas más dinámicas y centradas en el usuario, conforme a lo planteado por los estudios internacionales.

El diario El Telégrafo presenta una menor correspondencia con las tendencias internacionales, evidenciando rezagos significativos en la integración de las dimensiones analizadas. Los resultados reflejan debilidades en la coherencia visual, la usabilidad y la narrativa digital, lo que incide directamente en la experiencia del usuario y en la eficacia comunicativa del medio. Estas limitaciones se traducen en una menor capacidad para estructurar la información de manera clara, integrar

recursos multimedia de forma coherente y ofrecer una navegación fluida. En este sentido, el comportamiento de este medio evidencia una brecha más pronunciada respecto a los estándares internacionales, lo que sugiere la necesidad de replantear su enfoque de diseño editorial digital desde una perspectiva más estratégica e integrada, con el fin de optimizar la experiencia del usuario y fortalecer la eficacia comunicativa del medio.

5.6. APORTES PRÁCTICOS PARA LA PRENSA DIGITAL ECUATORIANA

Los aportes prácticos derivados de la presente investigación se articulan de manera diferenciada en función del perfil editorial digital identificado en cada uno de los medios analizados. Esta alineación permite la traducción de los resultados empíricos en orientaciones específicas, coherentes con el nivel de madurez digital, las fortalezas estructurales y las limitaciones detectadas en cada caso.

En el caso del diario El Universo, los resultados evidencian un mayor grado de consolidación en coherencia visual, usabilidad y narrativa digital, lo que posiciona a este medio como un referente nacional en diseño editorial digital. En este contexto, los aportes prácticos se orientan principalmente al fortalecimiento y optimización de las prácticas existentes, promoviendo una evolución continua hacia modelos más innovadores de storytelling digital, una mayor integración de recursos interactivos y la profundización en criterios de accesibilidad y personalización de la experiencia de usuario. De este modo, El Universo se configura como un laboratorio de buenas prácticas transferibles a otros medios del ecosistema ecuatoriano.

Por su parte, El Comercio presenta un nivel de adaptación intermedio, caracterizado por una identidad editorial sólida y una estructura informativa estable, pero con una incorporación limitada de lógicas narrativas e interactivas propias del entorno digital. En este caso, los aportes prácticos se alinean con la necesidad de replantear el diseño editorial desde una lógica nativa digital, favoreciendo la flexibilización de la retícula, la optimización de la jerarquía informativa en dispositivos móviles y la

integración estratégica de recursos multimedia. Estas orientaciones buscan superar la dependencia de esquemas heredados del formato impreso y potenciar la experiencia de usuario sin comprometer la identidad histórica del medio.

Los resultados obtenidos en relación con El Telégrafo evidencian deficiencias significativas en la coherencia visual, la navegabilidad y la narrativa digital, lo que requiere una revisión estructural del diseño editorial digital. Las recomendaciones prácticas para este medio se centran en la redefinición de los criterios gráficos fundamentales, la estandarización de los sistemas tipográficos y cromáticos, y la optimización de los sistemas de navegación y orientación del usuario. Adicionalmente, se subraya la importancia de implementar procesos sistemáticos de evaluación de usabilidad y de consolidar la narrativa digital como eje editorial, con el objetivo de mejorar la claridad informativa y la percepción de credibilidad del medio.

En conjunto, esta alineación demuestra que las recomendaciones prácticas derivadas de la investigación no se presentan como sugerencias genéricas, sino como orientaciones diferenciadas y contextualizadas, adaptadas a las características específicas de cada medio. Este enfoque fortalece la aplicabilidad del estudio y su contribución al fortalecimiento del diseño editorial digital en la prensa ecuatoriana, promoviendo procesos de mejora continua, basados en evidencia empírica.

Además, se ha creado un instrumento que ayudará evaluar sistemáticamente la implementación de los principios fundamentales del diseño editorial digital en plataformas informativas en línea, con el fin de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de optimización en aspectos tales como la estructura visual, la jerarquía informativa, la legibilidad y la navegación, desde una perspectiva comunicacional y de experiencia del usuario.

Gráfico 21: Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital (Pág. 1/3)

Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital



Aplicable a medios de prensa online

1. Finalidad del instrumento

Realizar una evaluación sistemática de la implementación de los principios fundamentales del diseño editorial digital en plataformas informativas en línea, con el fin de identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de optimización en aspectos tales como la estructura visual, la jerarquía informativa, la legibilidad y la navegación, desde una perspectiva comunicacional y de experiencia del usuario.

2. Tipo de instrumento

Ficha de evaluación estructurada con escala tipo Likert, orientada a diagnóstico editorial digital, aplicable mediante observación experta.

3. Escala de valoración

Valor	Descripción
1	Muy deficiente
2	Deficiente
3	Aceptable
4	Bueno
5	Excelente

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 22: Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital (Pág. 2/3)

Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital 2/3

4. Dimensiones, indicadores e ítems de evaluación

DIMENSIÓN 1: Estructura visual

Evalúa la organización gráfica y compositiva del entorno digital.

Indicador	Ítem de evaluación	Valor (1–5)
<i>Retícula digital</i>	<i>La disposición de los contenidos responde a una retícula clara y flexible.</i>	
<i>Modularidad</i>	<i>Los bloques informativos mantienen coherencia y orden visual.</i>	
<i>Adaptabilidad</i>	<i>La estructura se adapta correctamente a distintos tamaños de pantalla.</i>	
<i>Balance visual</i>	<i>Existe equilibrio entre texto, imagen y espacios en blanco</i>	

DIMENSIÓN 2: Jerarquía informativa

Analiza la priorización y ordenamiento del contenido informativo.

Indicador	Ítem de evaluación	Valor (1–5)
<i>Titulación</i>	<i>Los titulares reflejan claramente niveles de importancia.</i>	
<i>Escaneabilidad</i>	<i>El contenido permite una lectura rápida y comprensible.</i>	
<i>Organización temática</i>	<i>Las secciones están claramente diferenciadas.</i>	
<i>Flujo visual</i>	<i>La jerarquía guía de forma intuitiva la atención del usuario.</i>	

DIMENSIÓN 3: Legibilidad y tipografía

Evalúa la facilidad de lectura y comprensión del texto en pantalla.

Indicador	Ítem de evaluación	Valor (1–5)
<i>Tipografía</i>	<i>Las fuentes son adecuadas para lectura digital prolongada.</i>	
<i>Contraste</i>	<i>Existe contraste suficiente entre texto y fondo.</i>	
<i>Interlineado</i>	<i>El espaciado favorece la comodidad lectora</i>	
<i>Consistencia tipográfica</i>	<i>Se mantiene uniformidad tipográfica en toda la plataforma</i>	

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 23: Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital (Pág. 3/3)

Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital 3/3

DIMENSIÓN 4: Navegación y orientación

Examina la facilidad de desplazamiento y localización de información.

Indicador	Ítem de evaluación	Valor (1–5)
Menús	<i>Los menús son claros, visibles y comprensibles</i>	
Navegación contextual	<i>El usuario puede ubicarse fácilmente dentro del sitio.</i>	
Profundidad	<i>La estructura evita niveles excesivos de navegación.</i>	
Retroalimentación	<i>El sistema ofrece señales claras durante la interacción.</i>	

5. Interpretación de resultados

Promedio obtenido	Nivel de integración editorial digital
4.50 – 5.00	<i>Integración editorial digital óptima.</i>
3.50 – 4.49	<i>Integración editorial digital adecuada.</i>
2.50 – 3.49	<i>Integración editorial digital parcial.</i>
1.50 – 2.49	<i>Integración editorial digital deficiente.</i>
1.00 – 1.49	<i>Integración editorial digital crítica.</i>

6. Valor académico y práctico del instrumento

- *Este instrumento permite:*
- *Diagnosticar objetivamente el estado del diseño editorial digital*
- *Comparar medios o evaluar evolución temporal de un mismo medio*
- *Sustentar decisiones editoriales con datos verificables*
- *Replicar el análisis en otros contextos nacionales o regionales*

Fuente: elaboración propia.

5.6.1. Justificación metodológica del Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital

El Instrumento de Diagnóstico Editorial Digital fue desarrollado con el objetivo de evaluar de manera sistemática y objetiva la integración de los principios fundamentales del diseño editorial en plataformas de prensa digital. Esta herramienta responde a la imperiosa necesidad de contar con instrumentos específicos que permitan un análisis exhaustivo del desempeño visual, estructural y funcional de los medios digitales desde una perspectiva comunicacional rigurosa. Su construcción se fundamenta en los principios del análisis de contenido aplicado al diseño editorial digital, así como en los enfoques contemporáneos de evaluación de la experiencia de usuario en entornos informativos complejos.

Metodológicamente, el instrumento adopta un enfoque descriptivo-analítico, el cual resulta idóneo para estudios que buscan identificar características, patrones y niveles de aplicación de determinados criterios sin intervenir en el objeto de estudio. La selección de una ficha estructurada con escala tipo Likert responde a la necesidad de transformar variables cualitativas, tales como coherencia visual, jerarquía informativa y legibilidad, en datos cuantificables. Esta transformación facilita su análisis comparativo y su interpretación estadística, asegurando así la precisión y la fiabilidad de los resultados. Este procedimiento es coherente con investigaciones previas en diseño editorial digital y usabilidad, las cuales recomiendan la operacionalización de variables visuales y funcionales para garantizar el rigor metodológico y la replicabilidad de los hallazgos.

El instrumento se estructura en dimensiones e indicadores claramente definidos, lo que permite la descomposición del diseño editorial digital en componentes observables y evaluables. Esta estructuración contribuye a la validez de contenido, al asegurar que cada dimensión responda directamente a los fundamentos teóricos del diseño editorial y a los objetivos específicos de la investigación. La aplicación del instrumento mediante observación experta garantiza una evaluación informada, basada en criterios profesionales y académicos. Presenta un alto potencial de replicabilidad y transferencia metodológica, al ser aplicable en otros medios

digitales. Su diseño contribuye al fortalecimiento del campo del diseño editorial digital, al ofrecer una herramienta metodológica que articula coherencia visual, usabilidad y narrativa como ejes centrales del análisis editorial en entornos digitales.

CAPÍTULO VI

Conclusiones y recomendaciones

An abstract graphic design featuring a teal background with a complex pattern of white lines and dots. The lines form a series of nested, irregular polygons and rectangles, creating a sense of depth and movement. Small white dots are scattered throughout the design, some clustered along the lines and others in open spaces. The overall effect is a modern, technical, and artistic composition.

Capítulo VI. Conclusiones y recomendaciones

6.1. CONCLUSIONES GENERALES

El análisis de los tres periódicos objeto de estudio revela la persistencia de principios editoriales tradicionales, tales como la retícula, la jerarquización informativa y el empleo tipográfico, lo cual evidencia la continua influencia estructural del diseño editorial impreso en el entorno digital. Sin embargo, la investigación demuestra que la adaptación de estos fundamentos a las plataformas digitales se presenta de manera desigual y aún no se encuentra plenamente consolidada. En particular, El Universo exhibe una integración más coherente, consistente y funcional de dichos principios, adaptándolos a las lógicas de lectura en pantalla, la organización modular flexible y la priorización informativa dinámica. En contraste, El Comercio y El Telégrafo presentan inconsistencias en la estructuración visual, la armonización tipográfica y la optimización para dispositivos digitales, lo cual impacta directamente en la claridad editorial, la eficiencia cognitiva del lector y la experiencia global de interacción.

El análisis comparativo de los perfiles editoriales digitales evidencia una clara diferenciación, lo que confirma que la transformación digital no se presenta como un proceso homogéneo ni exclusivamente tecnológico. El Universo se distingue como el medio con mayor nivel de madurez digital, demostrando una integración más robusta entre coherencia visual, narrativa digital y usabilidad. El Comercio exhibe un nivel intermedio, fundamentado en una identidad editorial consolidada, pero con restricciones en innovación estructural y narrativa. El Telégrafo, por su parte, presenta debilidades más significativas en la integración visual y funcional, lo que sugiere una transición digital menos consolidada. Estas disparidades subrayan que la digitalización efectiva se sustenta en decisiones estratégicas de diseño y comunicación, más allá de la mera presencia en plataformas tecnológicas.

La evaluación integral de coherencia visual, legibilidad y usabilidad permitió constatar que estos factores no operan de manera independiente, sino que constituyen un sistema interdependiente que configura la experiencia del usuario. Los medios que exhiben mayor consistencia gráfica y jerarquía clara propician una lectura fluida, minimizan la carga cognitiva y optimizan la navegación. En este contexto, los resultados validan que el diseño editorial digital debe concebirse como un sistema estructural orientado al usuario, donde cada decisión visual incide en la comprensión del contenido y en la percepción de calidad informativa. Esta interdependencia refuerza la imperiosa necesidad de integrar diseño y funcionalidad como dimensiones inseparables de la comunicación digital.

La comparación con estudios y prácticas internacionales permitió contextualizar los resultados obtenidos en un marco comparativo más amplio. Si bien la prensa ecuatoriana demuestra avances en la integración de estructuras visuales flexibles y jerarquías adaptativas, persisten brechas significativas en comparación con medios consolidados de Europa y Norteamérica, particularmente en innovación narrativa, interactividad y optimización de la experiencia digital. Estas disparidades no solo reflejan distintos niveles de desarrollo tecnológico, sino también enfoques editoriales divergentes en cuanto al diseño como estrategia comunicativa. En consecuencia, la prensa ecuatoriana se encuentra en una fase de transición que exige la aceleración de procesos de actualización conceptual y metodológica.

La investigación culminó con la formulación de lineamientos conceptuales y prácticos destinados a fortalecer la calidad del diseño editorial digital en el contexto ecuatoriano. Estos lineamientos se fundamentan en la imperiosa necesidad de adoptar una lógica nativa digital, en la cual la experiencia del usuario se establezca como eje central del proceso editorial. Asimismo, se enfatiza la importancia de fomentar dinámicas interdisciplinarias entre periodistas, diseñadores y desarrolladores, con el objetivo de consolidar propuestas editoriales coherentes, innovadoras y sostenibles. Estos aportes

no solo responden a los hallazgos del estudio, sino que también proyectan una ruta estratégica para mejorar la competitividad comunicativa de la prensa ecuatoriana en el ecosistema digital contemporáneo.

La investigación evidencia que la prensa ecuatoriana se encuentra en un proceso de adaptación al entorno digital significativamente más lento en comparación con referentes internacionales, particularmente en lo concerniente a la incorporación de lógicas nativas digitales en el diseño editorial. Esta lentitud se manifiesta en la persistencia de estructuras visuales, narrativas y organizativas heredadas del formato impreso, lo que limita el aprovechamiento óptimo de las potencialidades comunicativas, interactivas y experienciales inherentes a la prensa online. En consecuencia, se ve comprometida la claridad del mensaje, la experiencia del usuario y la capacidad de los medios para establecer vínculos efectivos con audiencias digitales cada vez más exigentes. Este escenario enfatiza la imperiosa necesidad de acelerar los procesos de innovación en el diseño editorial digital, orientados a fortalecer la eficacia comunicativa, la accesibilidad y la sostenibilidad de la prensa ecuatoriana dentro del ecosistema mediático actual.

6.2. CONFIRMACIÓN O RECHAZO DE HIPÓTESIS

Hipótesis general: *La prensa online ecuatoriana presenta una adaptación parcial de los fundamentos del diseño editorial actual, conservando estructuras heredadas del formato impreso que limitan la eficacia comunicativa, la usabilidad y la innovación visual en entornos digitales.*

La hipótesis planteada se confirma a partir de los resultados obtenidos en la investigación, dado que el análisis empírico evidencia que la prensa online ecuatoriana presenta, en términos generales, una adaptación parcial de los fundamentos del diseño editorial digital. En numerosos casos, persisten estructuras

y lógicas heredadas del formato impreso, las cuales condicionan su desempeño comunicativo en el entorno digital.

Los resultados indican que, si bien los medios analizados han incorporado elementos propios del diseño digital, tales como la publicación en tiempo real, el uso de recursos multimedia y la adaptación a distintos dispositivos, continúan vigentes esquemas tradicionales en la organización de la información, la jerarquización visual y la construcción narrativa. Esta situación se observa con mayor claridad en El Comercio y El Telégrafo, cuyos niveles de coherencia visual, usabilidad y narrativa digital reflejan una transición incompleta hacia modelos plenamente digitales.

No obstante, el caso de El Universo introduce un matiz relevante, al evidenciar un mayor grado de adaptación y una integración más consistente de diseño editorial, usabilidad y narrativa digital. A pesar de este desempeño, el mismo no resulta suficiente para rechazar la hipótesis, ya que confirma la existencia de diferentes niveles de madurez digital dentro del ecosistema periodístico ecuatoriano, predominando aún una adaptación parcial en el conjunto de los medios analizados.

En consecuencia, la hipótesis se valida, al demostrarse que la conservación de estructuras propias del formato impreso continúa limitando la eficacia comunicativa, la experiencia de usuario y la innovación visual de la prensa online ecuatoriana en su conjunto.

6.3. RESPUESTA A LAS PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo se aplican los fundamentos del diseño editorial (retícula, tipografía, color, jerarquía informativa, imagen y navegación) en las versiones digitales de El Comercio, El Universo y El Telégrafo?

Los tres periódicos aplican los fundamentos del diseño editorial en su entorno digital, aunque con distintos niveles de adaptación. En El Universo se observa una integración más consistente de retícula flexible, jerarquías claras, tipografía legible y uso funcional del color, lo que se traduce en una lectura estable y una navegación más comprensible. El Comercio conserva una

estructura editorial sólida, con jerarquías reconocibles y una identidad visual estable, pero con rasgos que remiten al ordenamiento modular del impreso y con menor explotación de recursos digitales. El Telégrafo evidencia una aplicación menos homogénea, con inconsistencias en la organización visual, jerarquización y apoyos de navegación, lo que reduce claridad y continuidad en la experiencia de lectura.

¿Qué diferencias y similitudes se observan en el diseño editorial digital de estos tres periódicos ecuatorianos en cuanto a coherencia visual, usabilidad y experiencia de usuario?

La principal similitud es que los tres medios mantienen convenciones editoriales tradicionales, tales como la jerarquización de titulares, la disposición en bloques informativos, el predominio del texto e imagen, lo cual evidencia una continuidad cultural que facilita el reconocimiento del formato “prensa”. No obstante, las diferencias son significativas. El Universo destaca por su superior desempeño en coherencia visual y usabilidad, lo que sugiere una mayor madurez digital y una experiencia de usuario más fluida. El Comercio se posiciona en un nivel intermedio, presentando una base visual y editorial consistente, aunque con oportunidades de mejora en la eficiencia de interacción y en la integración de la narrativa digital. El Telégrafo registra los valores más bajos, particularmente en criterios relacionados con la navegabilidad y el rendimiento percibido, lo que incrementa la fricción en la interacción y debilita la percepción de calidad editorial digital.

¿En qué medida las decisiones de diseño editorial digital influyen en la percepción de calidad, legibilidad y funcionalidad de la prensa online en Ecuador?

Las decisiones de diseño editorial digital ejercen una influencia directa y observable sobre la percepción de calidad, legibilidad y funcionalidad. La presencia de una jerarquía informativa clara, tipografía optimizada para pantalla, contraste adecuado y una estructura que guía la lectura, propicia que el usuario perciba el medio como más confiable, ordenado y profesional, además de experimentar una menor carga cognitiva al localizar y comprender

la información. Por el contrario, la debilidad en la coherencia visual o la falta de orientación clara en la navegación genera una percepción de mayor desorden, menor calidad y una mayor dificultad para la realización de tareas básicas, tales como la ubicación, retrocesos y la identificación de elementos prioritarios. En términos prácticos, los resultados obtenidos indican una correlación positiva entre un mejor desempeño en coherencia visual y valoraciones más altas en usabilidad y experiencia de usuario, lo que confirma la interdependencia existente entre los aspectos visuales y funcionales en el contexto de la prensa digital.

¿Qué vacíos o limitaciones existen en la adaptación del diseño editorial de la prensa impresa al formato digital en el contexto ecuatoriano?

El principal vacío identificado se enmarca en la persistencia de una lógica de “traslado” del formato impreso al digital, en lugar de un rediseño nativo orientado a la interacción y la navegación. Esta lógica se manifiesta en estructuras modulares rígidas, jerarquías concebidas para la página fija y una narrativa que privilegia las secuencias lineales, con un uso limitado de la hipertextualidad, la interactividad y los recursos multimedia integrados. Adicionalmente, se observan limitaciones en criterios fundamentales del entorno digital, tales como la navegación contextual, la carga progresiva y la consistencia de los patrones de interacción, aspectos que impactan la continuidad de la lectura y la orientación del usuario. En conclusión, el contexto ecuatoriano evidencia avances, pero también una brecha metodológica: el diseño editorial digital aún no se concibe plenamente como un sistema donde la experiencia del usuario y la narrativa interactiva constituyen elementos esenciales del producto periodístico.

¿Cómo se comparan las prácticas de diseño editorial digital de la prensa ecuatoriana con referentes internacionales en términos de innovación, accesibilidad y eficacia comunicativa?

En comparación con referentes internacionales, la prensa ecuatoriana analizada se encuentra en un proceso de madurez desigual. El Universo se aproxima más a los estándares observados en medios consolidados, al

articular una coherencia visual, usabilidad y una narrativa digital más integradas, lo que favorece la eficacia comunicativa. Sin embargo, persisten brechas en innovación, particularmente en el aprovechamiento de formatos interactivos y narrativas multimedia avanzadas, así como en accesibilidad, en términos de consistencia de patrones y optimización para distintos perfiles y necesidades de lectura. El Comercio y El Telégrafo reflejan un patrón frecuente en medios con trayectoria impresa: la consolidación de la identidad editorial y la credibilidad, pero la adopción parcial de recursos nativos digitales. Por lo tanto, el contraste internacional confirma que el reto no reside únicamente en “estar en digital”, sino en diseñar para lo digital, integrando accesibilidad, experiencia y narrativa como parte integral del lenguaje editorial contemporáneo.

6.4. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación reconoce ciertas limitaciones que deben ser consideradas para una interpretación precisa de los resultados, sin que estas comprometan la validez ni la coherencia del estudio. En primer lugar, el análisis se limita a tres medios de comunicación digital ecuatorianos El Comercio, El Universo y El Telégrafo seleccionados por su relevancia y alcance nacional, lo que permite un examen comparativo exhaustivo, pero restringe la generalización de los hallazgos a la totalidad de la prensa digital ecuatoriana. Adicionalmente, el alcance temporal del estudio se circunscribe a capturas específicas de las portadas digitales en momentos determinados, por lo que los resultados reflejan el estado del diseño editorial digital en un contexto específico y no consideran posibles modificaciones posteriores derivadas de actualizaciones tecnológicas, rediseños editoriales o variaciones coyunturales en la agenda informativa.

La investigación se fundamenta principalmente en la evaluación experta del diseño editorial digital, la usabilidad y la narrativa, una metodología apropiada para estudios descriptivos y analíticos. Esta metodología incorpora un componente interpretativo propio del juicio profesional, aun cuando se hayan implementado instrumentos

estructurados y procesos de triangulación para mitigar posibles sesgos. Cabe destacar que el estudio no incluye pruebas empíricas directas con usuarios finales ni el análisis de métricas de comportamiento real, abordando la experiencia de usuario desde una perspectiva inferida. Asimismo, el estudio no profundiza en factores externos como decisiones organizacionales, modelos de negocio o limitaciones tecnológicas, los cuales, si bien son relevantes para comprender el ecosistema mediático digital, exceden el alcance y los objetivos establecidos en la presente tesis doctoral.

6.5. FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Los resultados obtenidos en la presente tesis doctoral propician la exploración de diversas líneas de investigación encaminadas a profundizar y ampliar el estudio del diseño editorial digital en contextos periodísticos contemporáneos. Estas líneas de investigación emergen tanto de los hallazgos empíricos como de las limitaciones identificadas, presentándose como oportunidades para consolidar el diseño editorial digital como un campo de investigación interdisciplinario en constante evolución.

Una línea de investigación se centra en la expansión del universo de estudio mediante la inclusión de medios nativos digitales, prensa regional y plataformas informativas alternativas, tanto en el contexto ecuatoriano como en otros países de la región. Este enfoque facilitaría la comparación de los patrones de diseño editorial digital implementados por medios con tradición impresa frente a aquellos concebidos específicamente para el entorno digital, lo que contribuiría a una comprensión más profunda de los modelos editoriales emergentes y sus implicaciones comunicativas.

Se requiere la implementación de estudios longitudinales que examinen la evolución del diseño editorial digital a lo largo del tiempo. Dichas investigaciones facilitarían la observación sistemática de los procesos de adaptación, rediseño y consolidación editorial, así como la evaluación del

impacto de los cambios tecnológicos, las transformaciones organizacionales y las nuevas rutinas de producción informativa en la coherencia visual, la narrativa digital y la experiencia del usuario.

Examinar la interrelación entre diseño editorial digital y experiencia de usuario desde una perspectiva empírica, mediante la implementación de metodologías centradas en usuarios finales. La aplicación de pruebas de usabilidad, análisis de métricas de interacción, estudios de comportamiento de navegación y técnicas de eye-tracking permitiría contrastar los resultados obtenidos a través de la evaluación experta con datos reales de uso, lo que fortalecería la validez externa de futuras investigaciones.

En este contexto, se propone una investigación exhaustiva sobre la interconexión entre el diseño editorial digital, los modelos de negocio y la sostenibilidad de la prensa. El objetivo es analizar cómo las decisiones de diseño influyen en la percepción de valor, la fidelización de audiencias y las estrategias de monetización. Esta línea de investigación permitiría integrar el diseño editorial digital dentro de una visión estratégica del ecosistema mediático, consolidando su papel como un componente fundamental para la viabilidad futura de los medios informativos.

BIBLIOGRAFÍA

An abstract geometric pattern composed of numerous thin, light blue lines and shapes. The pattern features a central point from which several lines radiate outwards, forming a star-like or web-like structure. These lines are overlaid with various rectangular and polygonal frames, some of which are nested or offset from each other. Small circles and dots are scattered throughout the composition, often marking the intersections of the lines or serving as focal points within specific geometric areas. The overall effect is one of complex, layered geometry.

Bibliografía

- Acar Büyükpehlivan, G. (2024). THE IMPORTANCE AND USE OF TYPOGRAPHY IN PRINT AND DIGITAL DESIGN. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*. <https://doi.org/10.12981/mahder.1526320>
- Aggarwal, R., & Ranganathan, P. (2019). Study designs: Part 2 – Descriptive studies. *Perspectives in Clinical Research*, 10(1), 34. https://doi.org/10.4103/picr.PICR_154_18
- Aguilar-Cajas, H., Vergara-Zurita, H. E., Rivera-Abarca, A. L., García-Guerra, J. I., Armijos-Arcos, F., & Mantilla-Miranda, A. S. (2025). Impact of Graphic Design on Information Retention: A Linear Mixed Models Approach to Visual Elements and Memory. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 5, 1753. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20251753>
- Aguirre Mayorga, C. (2024). Periodismo transmedia y redes sociales: Un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, (9), 70–82. <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.5>
- Aitamurto, T., Borges-Rey, E., & Diakopoulos, N. (2023). The Future of Design + Journalism: A Manifesto for Bridging Digital Journalism and Design. *Digital Journalism*, 11(3), 399–410. <https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2185649>
- Alim, S. (2025). A Preliminary Analysis of Web Accessibility, Usability, and Security on the Front-Facing Webpages of Leading Universities. *International Journal of Web Portals*, 15(1), 1–30. <https://doi.org/10.4018/IJWP.379681>
- Alise, M. A., & Teddlie, C. (2010). A Continuation of the Paradigm Wars? Prevalence Rates of Methodological Approaches Across the Social/Behavioral Sciences. *Journal of Mixed Methods Research*, 4(2), 103–126. <https://doi.org/10.1177/1558689809360805>

- Amjad, A. H., Danish, M., Jah, B., & Gulzar, M. A. (2024). Accessibility issues in ad-driven web applications. *ArXiv Preprint*.
https://arxiv.org/abs/2409.18590?utm_source=chatgpt.com
- Anilema Camacho, A. (2022). *Estructuración de los elementos gráficos en la prensa más influyente en latinoamérica en formato digital en el año 2022*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- APM. (2026, February 16). *ABC' renueva su propuesta editorial con nuevos contenidos, formatos, diseño y "app."* Asociación de La Prensa de Madrid.
- Ara, J., & Sik-Lanyi, C. (2025). Automated evaluation of accessibility issues of webpage content: tool and evaluation. *Scientific Reports*, 15(1), 9516. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-92192-5>
- Ara, J., Sik-Lanyi, C., Kelemen, A., & Guzsvinecz, T. (2025). An inclusive framework for automated web content accessibility evaluation. *Universal Access in the Information Society*, 24(2), 1581–1607.
<https://doi.org/10.1007/s10209-024-01164-5>
- Arroyo León, J. (2022). *Análisis de patrones de diseño y diagramación de la prensa ecuatoriana edición impresa y online desde el año 2015*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Balcazar Choez, G. (2022). *Técnicas de diagramación de los textos escolares impresos vs digitales de educación básica en una de las editoriales de Riobamba*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- BERNAL SUÁREZ, J., LÓPEZ JIMÉNEZ, D., TROTTI, R., & RUIZ, H. (2024). Estado de la transformación digital del periodismo en América Latina pos- pandemia: Análisis con corte al año 2022. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(156), 37–52.
<https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i156.4944>
- Brooke, J. (1995). SUS: A quick and dirty usability scale. *Usability Eval. Ind.*, 189.

- Bubaš, G., Čižmešija, A., & Kovačić, A. (2023). Development of an Assessment Scale for Measurement of Usability and User Experience Characteristics of Bing Chat Conversational AI. *Future Internet*, 16(1), 4. <https://doi.org/10.3390/fi16010004>
- Cai, Y. (2025). Innovative design and development of brand visual system under the background of artificial intelligence-assisted visual communication design. *Discover Applied Sciences*, 7(8), 864. <https://doi.org/10.1007/s42452-025-07412-4>
- Caldwell, C. (2024). *Editorial design: Digital and print* (Laurence King Publishing, Ed.; 3rd ed.). Laurence King.
- Carranza Miranda, D. (2015). *Visual journalism, formatos artísticos-periodísticos para hacer periodismo: un estudio del periodismo visual en el Ecuador*. <https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/5348>
- Center for Media Engagement. (2019, October 3). *Las etiquetas de historias por sí solas no aumentan la confianza*.
- Chemnad, K., & Othman, A. (2024). Digital accessibility in the era of artificial intelligence—Bibliometric analysis and systematic review. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 7. <https://doi.org/10.3389/frai.2024.1349668>
- Chen, & Muhamad, N. (2022). Impact of Color and Polarity on Visual Resolution with Varying Contrast Ratios and Different Text Backgrounds. *Journal of Ophthalmic and Vision Research*, 17(2), 217–224. <https://doi.org/10.18502/jovr.v17i2.10793>
- Chen, X., Tang, X., Zhao, Y., Huang, T., Qian, R., Zhang, J., Chen, W., & Wang, X. (2024). Evaluating Visual Consistency of Icon Usage in Across-Devices. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 40(9), 2415–2431. <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2162275>
- Collaud, R., Reppa, I., Défayes, L., McDougall, S., Henchoz, N., & Sonderegger, A. (2022). Design standards for icons: The independent role of aesthetics, visual complexity and concreteness in icon design

- and icon understanding. *Displays*, 74, 102290.
<https://doi.org/10.1016/j.displa.2022.102290>
- Corzo-Archila, S. (2022). *Medios nativos digitales de América Latina y analíticas web: impacto en la producción periodística*.
https://portalcientifico.unav.edu/documentos/652d7dcc7cecaf3177a506bd?utm_source=chatgpt.com
 - Costa, J. (2008). *La imagen de marca: Un fenómeno social*.
 - Creswell, J. W. (2021). *RESEARCH DESIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Third Edition).
 - Dick, M. E. K., & Woloszyn, M. (2023). Influence of typographic properties on user experience in digital interfaces. *Estudios Em Design*, 31(2). <https://doi.org/10.35522/eed.v31i2.1711>
 - El Comercio. (2018, December 31). *EL COMERCIO cumple 113 años de compromiso con la comunidad*. Texto.
https://www.elcomercio.com/actualidad/periodismo-elcomercio-aniversario-compromiso-comunidad/?utm_source=chatgpt.com
 - El Telegrafo. (2025, October 19). *El telegrafo, Decano de la información, cumple 140 años desde su fundación*. Texto e Imágenes.
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/nacionales/210/el-telegrafo-decano-cumple-140-fundacion>
 - El Universo. (2021). *Historia*. Texto.
 - Etikan, I. (2017). Sampling and Sampling Methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6).
<https://doi.org/10.15406/bbij.2017.05.00149>
 - Fialkowski, B., & Schofield, D. (2024). Considering Color: Applying Psychology to Improve the Use of Color in Digital Interfaces. *Art and Design Review*, 12(04), 306–329.
<https://doi.org/10.4236/adr.2024.124022>

- Flick, U. (2007). Triangulation of Qualitative and Quantitative Research. In *Managing Quality in Qualitative Research* (pp. 92–107). SAGE Publications, Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781849209441.n7>
- Fontinha Miranda, C., & Baldessar, M. J. (2025). Marco para la construcción de una narrativa visual digital en el periodismo: diálogo interamericano en la producción del conocimiento. *Revista Intercom*.
- Forsberg, A. , & B. C. (2023). *Visual Communication Design An Introduction To Design Concepts in Everyday Experience (Meredith Davis, Jamer Hunt) (Z-Library)*.
- Friedrichsen, M., & Kamalipour, Y. (2017). *Digital transformation in journalism and news media: Media management, media convergence and globalization*.
- Garcés, V. H., & Mendieta-Briceño, A. P. (2024). La difusión de la noticia transmedia y la expansión del prosumidor informativo: entre el periodismo transmedia, multiplataforma y crossmedia. *Cuadernos.Info*, (57), 92–116. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.65515>
- García-Avilés, C.-A. (2021). Review article: Journalism innovation research, a diverse and flourishing field (2000-2020). *El Profesional de La Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.10>
- Gartland, S., Flynn, P., Carneiro, M. A., Holloway, G., Fialho, J. de S., Cullen, J., Hamilton, E., Harris, A., & Cullen, C. (2022). The State of Web Accessibility for People with Cognitive Disabilities: A Rapid Evidence Assessment. *Behavioral Sciences*, 12(2), 26. <https://doi.org/10.3390/bs12020026>
- Geng, R. (2024). The Digital Transformation of Newspapers - Taking People's Daily as an Example. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 56(1), 28–33. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/56/20241638>
- Guardian, T. (2025). *Relanzamiento de app y actualización de homepage (mobile-first)*.

- Günay, M. (2021). Design in Visual Communication. *Art and Design Review*, 09(02), 109–122. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.92010>
- Gupta, D., & Dingliwal, U. (2023). Colours in Branding: Creating Brand Identity and Influencing Consumer Perception. *Ramanujan International Journal of Business and Research*, 8(2), 13–25. <https://doi.org/10.51245/rijbr.v8i2.2023.1134>
- Hao, S., Wang, Z., Bach, B., & Pschetz, L. (2024). Design Patterns for Data-Driven News Articles. *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–16. <https://doi.org/10.1145/3613904.3641916>
- Henao Mesa, G. E. (2022). *Diseño de un modelo para la innovación editorial*. <https://repository.javeriana.edu.co/items/908b5a0f-dbac-4bdf-8971-f7a2b3175452>
- Hernández Sampieri, R. (2018). *Metodología de la Investigación* (Mc Graw Hill, Ed.; Sexta).
- Heuer, H., & Glassman, E. L. (2024). Reliability Criteria for News Websites. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 31(2), 1–33. <https://doi.org/10.1145/3635147>
- Jiménez, R., Redondo, B., Molina, R., Martínez-Domingo, M. Á., Hernández-Andrés, J., & Vera, J. (2020). Short-term effects of text-background color combinations on the dynamics of the accommodative response. *Vision Research*, 166, 33–42. <https://doi.org/10.1016/j.visres.2019.11.006>
- Kern, D., Hoek, W., & Hienert, D. (2023). Evaluación de una interfaz de búsqueda para la clasificación basada en preferencias: medición de la satisfacción del usuario y el rendimiento del sistema. *Cornell University*.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2020). *Reading Images* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (SAGE, Ed.; 4th ed.).

- Krug, S. (2013). *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability* (3.^a edición).
- Ladino Marín, P. C., & Prada Penagos, R. (2024). Análisis del encuadramiento periodístico en tiempos de pandemia de covid-19 en los principales diarios de Colombia: El Tiempo y El Espectador. *Salud Colectiva*, 20, e4593. <https://doi.org/10.18294/sc.2024.4593>
- Lelis, C., Leitão, S., Mealha, Ó., & Dunning, B. (2022). Typography: the constant vector of dynamic logos. *Visual Communication*, 21(1), 146–170. <https://doi.org/10.1177/1470357220966775>
- Li, W., Zhou, Y., Luo, S., & Dong, Y. (2022). Design Factors to Improve the Consistency and Sustainable User Experience of Responsive Interface Design. *Sustainability*, 14(15), 9131. <https://doi.org/10.3390/su14159131>
- Li, Z., Liu, Y., Zhu, Y., & Luo, M. R. (2025). Visual comfort models based on coloured text and neutral background combinations. *Vision Research*, 227, 108524. <https://doi.org/10.1016/j.visres.2024.108524>
- Liu, W., Cao, Y., & Proctor, R. W. (2022). The Roles of Visual Complexity and Order in First Impressions of Webpages: An ERP Study of Webpage Rapid Evaluation. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 38(14), 1345–1358. <https://doi.org/10.1080/10447318.2021.2002044>
- Lupton, E. (2024a). *Thinking with Type* (Princeton Architectural Press, Ed.; 3^a).
- Manovich, L. (2020). *Análisis cultural* (Mit Press, Ed.).
- Mesquita da Silva, R. F. (2024). *Visualizing news: Approaches to communicating journalistic narratives*. Universidade do Porto.
- Míguez González, M. I. (2023). *Narrativas digitales contra la desinformación: verificación de datos y alfabetización en la sociedad digital* (Comunicación Social, Ed.). Gedisa.

https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=943119&utm_source=chatgpt.com

- Monedero-Morales, C. del R. (2025). Periodismo digital en Ecuador: entre innovación y dependencia financiera. Un estudio comparativo Quito-Guayaquil. *Dixit*, 39, e4673. <https://doi.org/10.22235/d.v39.4673>
- Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2021). Calidad web en medios digitales: revisión bibliográfica sobre métodos e indicadores de evaluación general y atributos de confianza. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80(80), 39–60. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1515>
- Morini, F. (2025). Different yet complementary: A systematic literature review on data journalism in visualization research and journalism studies. *Journalism*, 26(2), 425–444. <https://doi.org/10.1177/14648849241237897>
- Mowar, P., Gupta, M., & Jain, M. (2024). Breaking the News Barrier: Towards Understanding News Consumption Practices among BVI Individuals in India. *The 26th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility*, 1–11. <https://doi.org/10.1145/3663548.3675608>
- Možina, K., & Brozović, M. (2025). New Findings in Visual Communications on Visibility or Legibility in Different Media. *Applied Sciences*, 15(18), 10274. <https://doi.org/10.3390/app151810274>
- Newman, N. (2024). *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-0s9w-z770>
- Nielsen, J. (2020). *Calificaciones de gravedad de los problemas de usabilidad*. <https://www.nngroup.com/articles/how-to-rate-the-severity-of-usability-problems/>.
- Nielsen, J. (2024, January 30). *10 heurísticas de usabilidad para el diseño de interfaces de usuario*.

- Nielsen, J., & Molich, R. (1990). Heuristic evaluation of user interfaces. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems Empowering People - CHI '90*, 249–256.
<https://doi.org/10.1145/97243.97281>
- Nielsen Norman Group. (2018, December 23). *Migas de pan: 11 pautas de diseño para computadoras de escritorio y dispositivos móviles*.
- Palmer Jones, M. (2024, December 29). *Hearst Newspaper's DevHub team increases site visits by 304%*. Inma International News Association.
- Pavlik, J. (2021). *Disruption and Digital Journalism: Assessing News Media Innovation in a Time of Dramatic Change*. (London: Routledge, Ed.).
- Peña-Fernández, S. (2021a). From rigidity to exuberance: Evolution of news on online newspaper homepages. *Future Internet*, 13(6), 150.
<https://doi.org/10.3390/fi13060150>
- Peña-Fernández, S. (2021b). From rigidity to exuberance: Evolution of news on online newspaper homepages. *Future Internet*, 13(11), 284.
- Pinto, M. C., & Barbosa, S. O. (2024). Artificial Intelligence (AI) in Brazilian Digital Journalism: Historical Context and Innovative Processes. *Journalism and Media*, 5(1), 325–341.
<https://doi.org/10.3390/journalmedia5010022>
- Qing, H., Ibrahim, R., & Nies, H. W. (2024). Analysis of web design visual element attention based on user educational background. *Scientific Reports*, 14(1), 4657. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-54444-8>
- Reuters Institute. (2025). *Digital News Report 2025*.
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Rivera Abarca, A. L., Aguilar Cajas, H. O., Vergara Zurita, H. E., & Alvarado Ramos, E. N. (2021). Transición de la prensa en el Ecuador

desde 1906 hasta 2016, caso práctico diario El Comercio.

ConcienciaDigital, 4(3), 126–140.

<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.1775>

- Rivera Abarca, A. L., Vergara Zurita, H. E., Aguilar Cajas, H. O., & Paula Alarcón, P. A. (2025). Patrones de diseño y diagramación: la prensa ecuatoriana edición impresa y online. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(3), 2476–2499. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4132>
- Rivera-Abarca, A. L., García-Guerra, J. I., Aguilar-Cajas, H. O., Vergara-Zurita, H. E., López-Pumalema, J. I., & Armijos-Arcos, F. (2025). Predictive Models of Typographic Preference in Digital Media. *Data and Metadata*, 4, 1062. <https://doi.org/10.56294/dm20251062>
- Rodríguez Escanciano, I. (2022). *Imagen política: Modelo y Método*.
- Ruiz Olabuenaga, J. I. (2013). *Teoría y práctica de la investigación cualitativa*. Publicaciones de la Universidad de Deusto.
<https://elibro.net/es/lc/espoch/titulos/33973>
- Salaverría A, R., & Martínez C, M. (2021). *Medios nativos digitales en España* (Comunicación Social, Ed.; 1st ed., Vol. 1).
- Salaverría, R. (2022). Capítulo 1. Veinticinco años de evolución del ecosistema periodístico digital en España. *Espejo de Monografías de Comunicación Social*, (7), 21–31.
<https://doi.org/10.52495/c1.emcs.7.p92>
- Samara, T. (2017). *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop* (2nd ed.). Rockport Publishers.
- Sancho Belinchón, C., Castillo Lozano, E., & Ángel Reyes, J. (2025). Nuevas narrativas e innovación digital aplicada al periodismo actual. *Textual & Visual Media*, 19(2), 1–5.
<https://doi.org/10.56418/txt.19.2.2025.0>

- Santos-Hermosa, G., Lopezosa, C., & Codina, L. (2023). Interactividad, buscabilidad y visibilidad web en periodismo digital galardonado. *Cuadernos.Info*, 52(54), 269–292. <https://doi.org/10.7764/cdi.54.51731>
- Scolari, C. A. (2022). Evolution of the media: map of a discipline under construction. A review. *El Profesional de La Información*, 1, 105–128. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.17>
- Shilina, M. G., & Scolari, C. A. (2022). The evolution of Media in New Normal: Creating bridges between the Latin American and the European research tradition. An interview with Professor Carlos A. Scolari. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 27(1), 122–125. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2022-27-1-122-125>
- StatCounter Global Stats. (2025, September). *Desktop vs Mobile vs Tablet Market Share – Ecuador (últimos 12 meses)*. Texto y Gráficos. https://gs.statcounter.com/platform-market-share/desktop-mobile-tablet/ecuador?utm_source=chatgpt.com
- Stroud, N. J., Curry, A. L., & Peacock, C. (2022a). The Effects of News Site Design on Engagement and Learning. *Journalism Practice*, 16(6), 1226–1246. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1836997>
- Stroud, N. J., Curry, A., & Peacock, C. (2022b). The effects of news site design on engagement and learning. *Journalism Practice*, 16(6), 1226–1246. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1836997>
- Stroud, N. J., Curry, A., & Peacock, C. (2022c). The effects of news site design on engagement and learning. *Journalism Practice*, 16(6), 1226–1246. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1836997>
- Subiela Hernández, B. J. (2010). *El diseño de revistas como lenguaje: fundamentos teóricos* [Tesis]. Universidad Católica San Antonio.
- Tobar Medina, E. (2022). Prensa digital ecuatoriana: Cambios en formatos y narrativas multimedia en medios nativos en 2021. *#PerDebate*, 6(1), 206–229. <https://doi.org/10.18272/pd.v6i1.2779>

- Troya Velez, K. (2022). *Percepción visual en los lectores de la ciudad de Riobamba y el uso de la diagramación aplicados en El Comercio*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- University of Oxford. (2023). *Reuters Institute Digital News Report 2023*. University of Oxford.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- Unknown. (2021). Estudio sobre la enseñanza de comunicación visual. *Journal / Proceedings*.
- van Drunen, M. Z. (2023). *Automated editorial control: Responsibility for news personalisation under European media law* [University of Amsterdam].
https://pure.uva.nl/ws/files/103086316/Thesis.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Vezzoli, S. (2022). *Visual Communication: The language of design*. Editorial académica.
- Vicente Vicente, N. L. (2023). *Transición de la prensa tradicional al ecosistema digital Caso: El Comercio* [Tesis de Maestría]. Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Vogl, S., Schmidt, E.-M., & Zartler, U. (2019). Triangulating perspectives: ontology and epistemology in the analysis of qualitative multiple perspective interviews. *International Journal of Social Research Methodology*, 22(6), 611–624.
<https://doi.org/10.1080/13645579.2019.1630901>
- W3C. (2024, December 12). *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2*. W3C.
https://www.w3.org/TR/WCAG22/?utm_source=chatgpt.com
- Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-Sectional Studies. *Chest*, 158(1), S65–S71. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>

- Zhang, J. (2024). The Force of Popularity: A Study on Audience Metrics and News Placement with NLP Models. *Journalism Practice*, 1–21.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2441290>

ANEXOS



Anexo 1: Lista que se empleó para aplicar la evaluación Heurística de Usabilidad

Anexo 2: Captura del Google Forms

Sección 1 de 4

Ficha de Evaluación Heurística de Usabilidad

Este formulario permitirá realizar un análisis de la usabilidad (experiencia del usuario en prensa digital), usando el modelo Heurístico de usabilidad de Nielsen, aplicado como lista de cotejo con criterios de visibilidad, control, consistencia, prevención de errores, etc.

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 4

1. Identificación del medio y unidad de análisis

Descripción (opcional)

Nombre del medio *

☐ El Comercio

☐ El Universo

☐ El Telégrafo

Fecha de análisis

☐ 01/ DICIEMBRE / 2025

☐ Otro: _____

URL analizada

☐ <https://www.elcomercio.com/>

☐ <https://www.eluniverso.com/>

☐ <https://www.eltelgrafo.com.ec/>

Analista / Evaluador

Escriba sus dos nombres y dos apellidos

Texto de respuesta larga

Sección 3 de 4

1. Dimensiones de evaluación (10 heurísticas adaptadas)

Después de ingresar al enlace de uno de los 3 medios, evaluar su usabilidad considerando los siguientes parámetros.

1. Visibilidad del estado del sistema

Indicadores de observación: Indica claramente dónde se encuentra el usuario (menú activo, feedback visual).

1 2 3 4 5

2. Correspondencia entre el sistema y el mundo real

Indicadores de observación: Lenguaje comprensible, íconos reconocibles, etiquetas periodísticas claras.

1 2 3 4 5

3. Control y libertad del usuario

Indicadores de observación: Posibilidad de retroceder, cancelar, navegar libremente.



4. Consistencia y estándares

Indicadores de observación: Uniformidad en tipografía, botones, menús y colores.



5. Prevención de errores

Indicadores de observación: Evita enlaces rotos, botones confusos o clics no intencionados.



6. Reconocimiento antes que recuerdo

Indicadores de observación: Opciones visibles, sin requerir memoria del usuario.



7. Flexibilidad y eficiencia de uso

Indicadores de observación: Acceso rápido a noticias, búsqueda eficiente, diseño adaptable.



8. Estética y diseño minimalista

Indicadores de observación: Diseño limpio, jerarquías claras, espacios equilibrados.



9. Ayuda para reconocer, diagnosticar y recuperar errores

Indicadores de observación: Mensajes de error comprensibles y soluciones visibles.



10. Ayuda y documentación

Indicadores de observación: Secciones de ayuda, contacto o políticas accesibles



2. Criterios complementarios para prensa digital



Estos criterios ayudarán a identificar diferentes parámetros como jerarquía, legibilidad, navegación, etc.

1. Jerarquía informativa

Indicadores: Noticias principales identificables visualmente, prioridad clara.



2. Legibilidad visual

Indicadores: Tipografía y contraste adecuados, espaciado correcto.



3. Navegación contextual

Indicadores: Regreso fácil a secciones o notas relacionadas.



4. Carga progresiva

Indicadores: Imágenes y videos no ralentizan la lectura.



Anexo 3: Fichas de Análisis AIPoC – Adaptación al Diseño Editorial Digital.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 1_El Comercio

1. Identificación del medio y unidad de análisis

Nombre del medio	El Comercio
Fecha de análisis	09 / Julio /2025
URL	https://web.archive.org/web/20250709090000/https://www.elcomercio.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	4
PROMEDIO	3,8

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	3
PROMEDIO	4

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	4
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3,5

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	3,5

CONCLUSIÓN: El Diario El Comercio demuestra una adaptación robusta al diseño editorial digital, exhibiendo fortalezas en consistencia visual, credibilidad e identidad de marca. Sin embargo, se identifican oportunidades de mejora en innovación, narrativa multimedia y optimización de la experiencia visual para entornos digitales contemporáneos.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 2_El Universo

1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Universo
Fecha de análisis	09 / Julio /2025
URL	https://web.archive.org/web/20250709090000/https://www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	4
Consistencia visual	4
PROMEDIO	4

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	4
PROMEDIO	4,25

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	4
Nivel de innovación	4
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	4
PROMEDIO	4

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	4
Fluidez lectora	4
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	4

CONCLUSIÓN: El Diario El Universo demuestra una adaptación efectiva al diseño editorial digital, caracterizándose por una jerarquía informativa precisa, una legibilidad óptima y una consistencia visual sobresaliente. Su estructura facilita la navegación del usuario y refuerza la credibilidad del medio. Si bien se observa un sólido desempeño en estos aspectos, se sugiere la posibilidad de potenciar la innovación narrativa y la integración de recursos interactivos para enriquecer aún más la experiencia del lector.

Ficha de Análisis AIPOC _ # 3_El Telégrafo

1. Identificación del medio y unidad de análisis

Nombre del medio	El Telégrafo
Fecha de análisis	09 / Julio /2025
URL	https://web.archive.org/web/20250709090000/https://www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	3
Tipografía	3
Cromática	3
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	3
PROMEDIO	3

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	4
Elementos distintivos	3
Estilo editorial	3
Adaptación digital	3
PROMEDIO	3,25

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	3
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	3

Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	3
PROMEDIO	3

CONCLUSIÓN: El Diario El Telégrafo presenta una adaptación funcional al entorno digital, aunque se identifican limitaciones en la navegación contextual, la carga progresiva y la diferenciación visual. Si bien se mantiene la coherencia editorial básica, es necesario fortalecer la jerarquía informativa, la accesibilidad visual y la experiencia interactiva para optimizar la usabilidad global de la plataforma.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 4_El Comercio

1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Comercio
Fecha de análisis	13 / Agosto /2025
URL	https://web.archive.org/web/20250813090000/https://www.elcomercio.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	4
PROMEDIO	3,8

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	3
PROMEDIO	4

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3,25

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	3,5

CONCLUSIÓN: El Diario El Comercio demuestra una adaptación continua al diseño editorial digital, evidenciada por una estructura visual meticulosamente organizada, una jerarquía informativa inequívoca y una alta credibilidad gráfica. Si bien se reconoce este progreso, persisten oportunidades de mejora en la innovación visual, la narrativa multimedia y la optimización de la experiencia de navegación para entornos digitales más dinámicos y exigentes.

Ficha de Análisis AIPOC _ # 5_El Universo	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Universo
Fecha de análisis	13 / Agosto /2025
URL	https://web.archive.org/web/20250813090000/https://www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	4
Consistencia visual	4
PROMEDIO	4

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4

Estilo editorial	4
Adaptación digital	4
PROMEDIO	4,25
2.C. Posicionamiento	
Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	4
Nivel de innovación	4
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	4
PROMEDIO	4
2.D. Comunicación	
Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	4
Fluidez lectora	4
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	4
CONCLUSIÓN: El Diario El Universo evidencia un grado significativo de madurez en su transición hacia el diseño editorial digital, caracterizándose por una notable consistencia visual, una legibilidad óptima y una jerarquización de contenidos eficaz. Su diseño facilita la navegación del usuario y consolida la identidad del medio. No obstante, existe potencial para la optimización de la innovación narrativa y la integración de elementos multimedia interactivos.	

Ficha de Análisis AIPOC _ # 6_El Telégrafo

1. Identificación del medio y unidad de análisis		
Nombre del medio	El Telégrafo	
Fecha de análisis	13 / Agosto /2025	
URL	https://web.archive.org/web/20250813090000/https://www.eltelegrafo.com.ec/	
Tipo de contenido	Noticia	
Analista	Ana Rivera Abarca	

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Réticula y estructura visual	3
Tipografía	3
Cromática	3

	<table> <tr> <td>Iconografía e imágenes</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Consistencia visual</td><td>3</td></tr> <tr> <td>PROMEDIO</td><td>3</td></tr> </table>	Iconografía e imágenes	3	Consistencia visual	3	PROMEDIO	3										
Iconografía e imágenes	3																
Consistencia visual	3																
PROMEDIO	3																
2.B. Identidad	<table> <tr> <th>Variable</th><th>Escala (1-5)</th></tr> <tr> <td>Logotipo y marca</td><td>4</td></tr> <tr> <td>Elementos distintivos</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Estilo editorial</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Adaptación digital</td><td>3</td></tr> <tr> <td>PROMEDIO</td><td>3,25</td></tr> </table>	Variable	Escala (1-5)	Logotipo y marca	4	Elementos distintivos	3	Estilo editorial	3	Adaptación digital	3	PROMEDIO	3,25				
Variable	Escala (1-5)																
Logotipo y marca	4																
Elementos distintivos	3																
Estilo editorial	3																
Adaptación digital	3																
PROMEDIO	3,25																
2.C. Posicionamiento	<table> <tr> <th>Variable</th><th>Escala (1-5)</th></tr> <tr> <td>Diferenciación visual</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Nivel de innovación</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Credibilidad visual</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Accesibilidad visual</td><td>3</td></tr> <tr> <td>PROMEDIO</td><td>3</td></tr> </table>	Variable	Escala (1-5)	Diferenciación visual	3	Nivel de innovación	3	Credibilidad visual	3	Accesibilidad visual	3	PROMEDIO	3				
Variable	Escala (1-5)																
Diferenciación visual	3																
Nivel de innovación	3																
Credibilidad visual	3																
Accesibilidad visual	3																
PROMEDIO	3																
2.D. Comunicación	<table> <tr> <th>Variable</th><th>Escala (1-5)</th></tr> <tr> <td>Jerarquía informativa</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Narrativa multimedia</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Fluidez lectora</td><td>3</td></tr> <tr> <td>Coherencia discursiva</td><td>3</td></tr> <tr> <td>PROMEDIO</td><td>3</td></tr> </table>	Variable	Escala (1-5)	Jerarquía informativa	3	Narrativa multimedia	3	Fluidez lectora	3	Coherencia discursiva	3	PROMEDIO	3				
Variable	Escala (1-5)																
Jerarquía informativa	3																
Narrativa multimedia	3																
Fluidez lectora	3																
Coherencia discursiva	3																
PROMEDIO	3																
CONCLUSIÓN: El Diario El Telégrafo presenta una adaptación básica al diseño editorial digital, logrando una coherencia visual aceptable. Sin embargo, se observan limitaciones en la diferenciación gráfica, la navegabilidad y el rendimiento percibido. La experiencia del usuario se ve comprometida por una jerarquía informativa poco flexible, lo que evidencia la necesidad de fortalecer su propuesta visual e interactiva para optimizar la experiencia del lector.																	
Ficha de Análisis AIPoC _ # 7_El Comercio <table> <tr> <th colspan="2">1. Identificación del medio y unidad de análisis</th></tr> <tr> <td>Nombre del medio</td><td>El Comercio</td></tr> <tr> <td>Fecha de análisis</td><td>10 / Septiembre /2025</td></tr> <tr> <td>URL</td><td>https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.elcomercio.com/</td></tr> <tr> <td>Tipo de contenido</td><td>Noticia</td></tr> <tr> <td>Analista</td><td>Ana Rivera Abarca</td></tr> </table> 2.A. Apariencia <table> <tr> <th>Variable</th><th>Escala (1-5)</th></tr> <tr> <td>Retícula y estructura visual</td><td>4</td></tr> </table>		1. Identificación del medio y unidad de análisis		Nombre del medio	El Comercio	Fecha de análisis	10 / Septiembre /2025	URL	https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.elcomercio.com/	Tipo de contenido	Noticia	Analista	Ana Rivera Abarca	Variable	Escala (1-5)	Retícula y estructura visual	4
1. Identificación del medio y unidad de análisis																	
Nombre del medio	El Comercio																
Fecha de análisis	10 / Septiembre /2025																
URL	https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.elcomercio.com/																
Tipo de contenido	Noticia																
Analista	Ana Rivera Abarca																
Variable	Escala (1-5)																
Retícula y estructura visual	4																

	Tipografía	4
	Cromática	4
	Iconografía e imágenes	3
	Consistencia visual	4
	PROMEDIO	3,8
2.B. Identidad		
	Variable	Escala (1-5)
	Logotipo y marca	5
	Elementos distintivos	4
	Estilo editorial	4
	Adaptación digital	3
	PROMEDIO	4
2.C. Posicionamiento		
	Variable	Escala (1-5)
	Diferenciación visual	3
	Nivel de innovación	3
	Credibilidad visual	4
	Accesibilidad visual	3
	PROMEDIO	3,25
2.D. Comunicación		
	Variable	Escala (1-5)
	Jerarquía informativa	4
	Narrativa multimedia	3
	Fluidez lectora	3
	Coherencia discursiva	4
	PROMEDIO	3,5
CONCLUSIÓN: La página principal de El Comercio exhibe una adaptación digital consistente, caracterizada por una jerarquía informativa adecuada y una coherencia visual sobresaliente. Su principal fortaleza reside en la credibilidad y la estabilidad editorial. Sin embargo, aún existen oportunidades para potenciar la innovación visual y la narrativa multimedia, con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario.		

Ficha de Análisis AIPoC _ # 8_El Universo

1. Identificación del medio y unidad de análisis

Nombre del medio	El Universo
Fecha de análisis	10 / Septiembre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	4
Consistencia visual	4
PROMEDIO	4

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	4
PROMEDIO	4,25

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	4
Nivel de innovación	4
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	4
PROMEDIO	4

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	4
Fluidez lectora	4
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	4

CONCLUSIÓN: La página principal de El Universo demuestra un elevado grado de madurez en el diseño editorial digital, caracterizándose por su legibilidad, consistencia gráfica y equilibrio informativo. La navegación se presenta clara y fácilmente reconocible, consolidando la identidad del medio. Si bien se observa un sólido fundamento, existe

potencial para la expansión de la interactividad y la integración de formatos narrativos avanzados.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 9_El Telégrafo

1. Identificación del medio y unidad de análisis		
Nombre del medio		El Telégrafo
Fecha de análisis		10 / Septiembre /2025
URL		https://web.archive.org/web/20250910090000/https://www.eltelegrafo.com.ec/
Tipo de contenido		Noticia
Analista		Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	3
Tipografía	3
Cromática	3
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	3
PROMEDIO	3

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	4
Elementos distintivos	3
Estilo editorial	3
Adaptación digital	3
PROMEDIO	3,25

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	3
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	3

Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	3
PROMEDIO	3

CONCLUSIÓN: La sección FrontPage de El Telégrafo, si bien presenta una adaptación funcional al entorno digital, evidencia ciertas debilidades en términos de diferenciación visual y accesibilidad. Si bien se mantiene una coherencia editorial básica, resulta imperativo fortalecer la jerarquía informativa, optimizar la navegabilidad y fomentar la innovación visual con el fin de mejorar su desempeño comunicativo global.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 10_El Comercio	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Comercio
Fecha de análisis	8 / Octubre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251008090000/https://www.elcomercio.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca
2.A. Apariencia	
Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	4
PROMEDIO	3,8
2.B. Identidad	
Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	3
PROMEDIO	4

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3,25

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	3,5

CONCLUSIÓN: La sección FrontPage de El Comercio exhibe una adaptación digital consistente, caracterizada por una jerarquía informativa adecuada y una coherencia visual sobresaliente. Su principal fortaleza reside en la credibilidad y la estabilidad editorial. No obstante, se identifican oportunidades para potenciar la innovación visual y la narrativa multimedia, con el objetivo de enriquecer la experiencia del usuario digital.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 11_El Universo

1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Universo
Fecha de análisis	8 / Octubre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251008090000/https://www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	4
Consistencia visual	4
PROMEDIO	4

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4

Adaptación digital	4
PROMEDIO	4,25

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	4
Nivel de innovación	4
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	4
PROMEDIO	4

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	4
Fluidez lectora	4
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	4

CONCLUSIÓN: La página principal de El Universo demuestra un elevado grado de madurez en el diseño editorial digital, caracterizándose por su legibilidad, coherencia gráfica y equilibrio informativo. La navegación se presenta clara y fácilmente identificable, consolidando la identidad del medio. Existe un potencial significativo para la expansión de la interactividad y la integración de formatos narrativos más dinámicos.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 12_El Telégrafo	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Telégrafo
Fecha de análisis	8 / Octubre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251008090000/https://www.eltelegrafo.com.ec/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	3
Tipografía	3
Cromática	3
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	3

PROMEDIO	3
2.B. Identidad	
Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	4
Elementos distintivos	3
Estilo editorial	3
Adaptación digital	3
PROMEDIO	3,25
2.C. Posicionamiento	
Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	3
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3
2.D. Comunicación	
Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	3
Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	3
PROMEDIO	3
CONCLUSIÓN: La sección FrontPage de El Telégrafo, si bien presenta una adaptación funcional al entorno digital, exhibe ciertas debilidades en términos de diferenciación visual y accesibilidad. Si bien se mantiene una coherencia editorial básica, resulta imperativo fortalecer la jerarquía informativa, optimizar la navegabilidad y fomentar la innovación gráfica para mejorar significativamente su desempeño comunicativo global.	

Ficha de Análisis AIPoC _ # 13_El Comercio	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Comercio
Fecha de análisis	12 / Noviembre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251112090000/https://www.elcomercio.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca
2.A. Apariencia	
Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4

Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	4
PROMEDIO	3,8

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	3
PROMEDIO	4

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3,25

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	3,5

CONCLUSIÓN: La sección FrontPage de El Comercio ofrece una adaptación digital estable y coherente, caracterizada por una jerarquía informativa adecuada y una consistencia visual impecable. Su principal fortaleza reside en la credibilidad editorial; no obstante, existen oportunidades para potenciar la innovación gráfica y la narrativa multimedia, con el objetivo de optimizar la experiencia del usuario.

Ficha de Análisis AIPoC _ # 14_El Universo	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Universo
Fecha de análisis	12 / Noviembre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251112090000/https://www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca
2.A. Apariencia	
Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4

	Tipografía	4
	Cromática	4
	Iconografía e imágenes	4
	Consistencia visual	4
	PROMEDIO	4
2.B. Identidad		
	Variable	Escala (1-5)
	Logotipo y marca	5
	Elementos distintivos	4
	Estilo editorial	4
	Adaptación digital	4
	PROMEDIO	4,25
2.C. Posicionamiento		
	Variable	Escala (1-5)
	Diferenciación visual	4
	Nivel de innovación	4
	Credibilidad visual	4
	Accesibilidad visual	4
	PROMEDIO	4
2.D. Comunicación		
	Variable	Escala (1-5)
	Jerarquía informativa	4
	Narrativa multimedia	4
	Fluidez lectora	4
	Coherencia discursiva	4
	PROMEDIO	4
CONCLUSIÓN: La página principal de El Universo demuestra un alto nivel de madurez en diseño editorial digital, caracterizándose por su legibilidad, equilibrio visual y coherencia gráfica. Su estructura facilita la navegación y consolida la identidad del medio, presentando un potencial significativo para la expansión de la interactividad y la integración de formatos narrativos digitales más dinámicos.		

Ficha de Análisis AIPoC _ # 15_El Telégrafo

1. Identificación del medio y unidad de análisis		
Nombre del medio		El Telégrafo
Fecha de análisis		12 / Noviembre /2025
URL		https://web.archive.org/web/20251112090000/https://www.eltelegrafo.com.ec/
Tipo de contenido		Noticia
Analista		Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	3
Tipografía	3
Cromática	3
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	3
PROMEDIO	3

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	4
Elementos distintivos	3
Estilo editorial	3
Adaptación digital	3
PROMEDIO	3,25

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	3
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	3
Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	3
PROMEDIO	3

CONCLUSIÓN: La página principal de El Telégrafo presenta una adaptación funcional al entorno digital, aunque se observan limitaciones en la diferenciación visual, la accesibilidad y la jerarquía informativa. Si bien se mantiene la coherencia editorial básica, es necesario fortalecer la navegabilidad, la innovación gráfica y la experiencia de lectura para optimizar su desempeño comunicativo.

Ficha de Análisis AIPOC _ # 16_El Comercio

1. Identificación del medio y unidad de análisis

Nombre del medio	El Comercio
Fecha de análisis	10 / Diciembre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251210090000/https://www.elcomercio.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	4
PROMEDIO	3,8

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	3
PROMEDIO	4

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3,25

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4

Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	3,5

CONCLUSIÓN: La FrontPage de El Comercio exhibe una adaptación digital robusta y coherente, caracterizada por una jerarquía informativa clara y una consistencia visual impecable. Su principal fortaleza reside en la credibilidad editorial y la estabilidad gráfica. No obstante, se identifican oportunidades para potenciar la innovación visual y la narrativa multimedia, con el objetivo de optimizar la experiencia del usuario digital.

Ficha de Análisis AIPOC _ # 17_El Universo	
1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Universo
Fecha de análisis	10 / Diciembre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251210090000/https://www.eluniverso.com/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca
2.A. Apariencia	
Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	4
Tipografía	4
Cromática	4
Iconografía e imágenes	4
Consistencia visual	4
PROMEDIO	4
2.B. Identidad	
Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	5
Elementos distintivos	4
Estilo editorial	4
Adaptación digital	4
PROMEDIO	4,25

2.C. Posicionamiento

Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	4
Nivel de innovación	4
Credibilidad visual	4
Accesibilidad visual	4
PROMEDIO	4

2.D. Comunicación

Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	4
Narrativa multimedia	4
Fluidez lectora	4
Coherencia discursiva	4
PROMEDIO	4

CONCLUSIÓN: La página principal de El Universo demuestra un nivel elevado de madurez en el diseño editorial digital, caracterizándose por su legibilidad, equilibrio visual y coherencia gráfica. La estructura implementada facilita la navegación del usuario y consolida la identidad del medio. Existe un potencial significativo para la expansión de la interactividad y la integración de formatos narrativos más dinámicos, lo que contribuiría a una experiencia de usuario aún más enriquecedora.

Ficha de Análisis AIPOC _ # 18_El Telégrafo

1. Identificación del medio y unidad de análisis	
Nombre del medio	El Telégrafo
Fecha de análisis	10 / Diciembre /2025
URL	https://web.archive.org/web/20251210090000/https://www.eltelegrafo.com.ec/
Tipo de contenido	Noticia
Analista	Ana Rivera Abarca

2.A. Apariencia

Variable	Escala (1-5)
Retícula y estructura visual	3
Tipografía	3
Cromática	3
Iconografía e imágenes	3
Consistencia visual	3
PROMEDIO	3

2.B. Identidad

Variable	Escala (1-5)
Logotipo y marca	4
Elementos distintivos	3
Estilo editorial	3
Adaptación digital	3
PROMEDIO	3,25

2.C. Posicionamiento

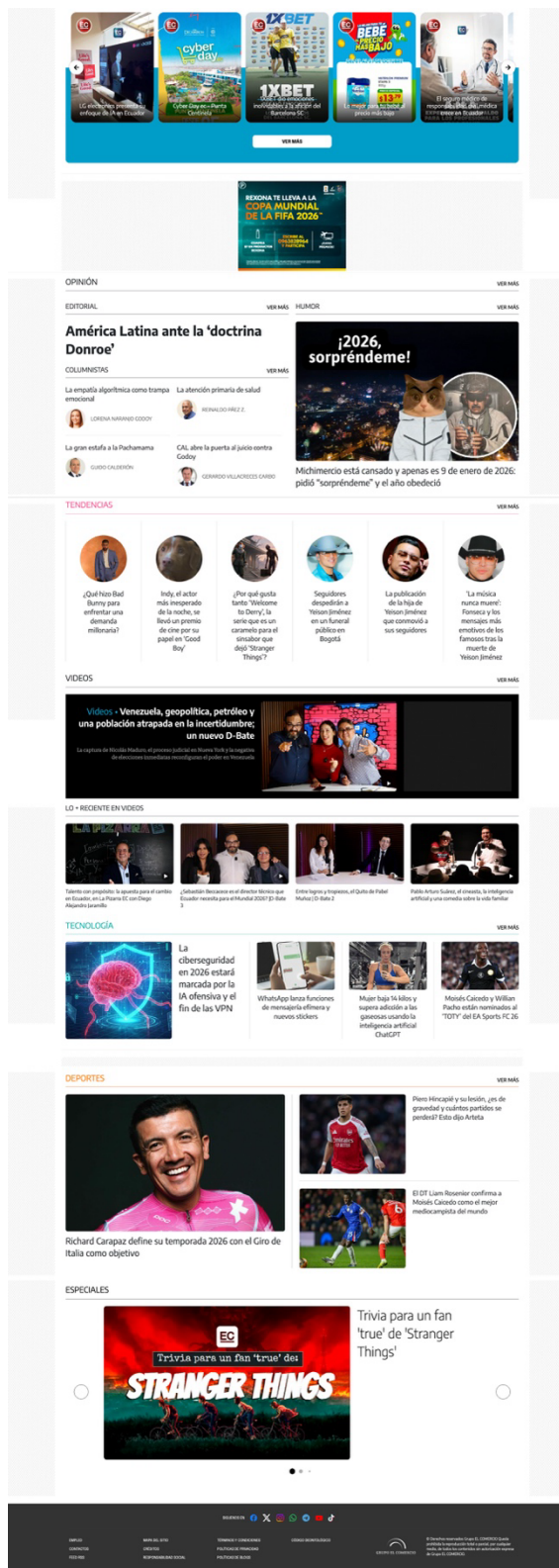
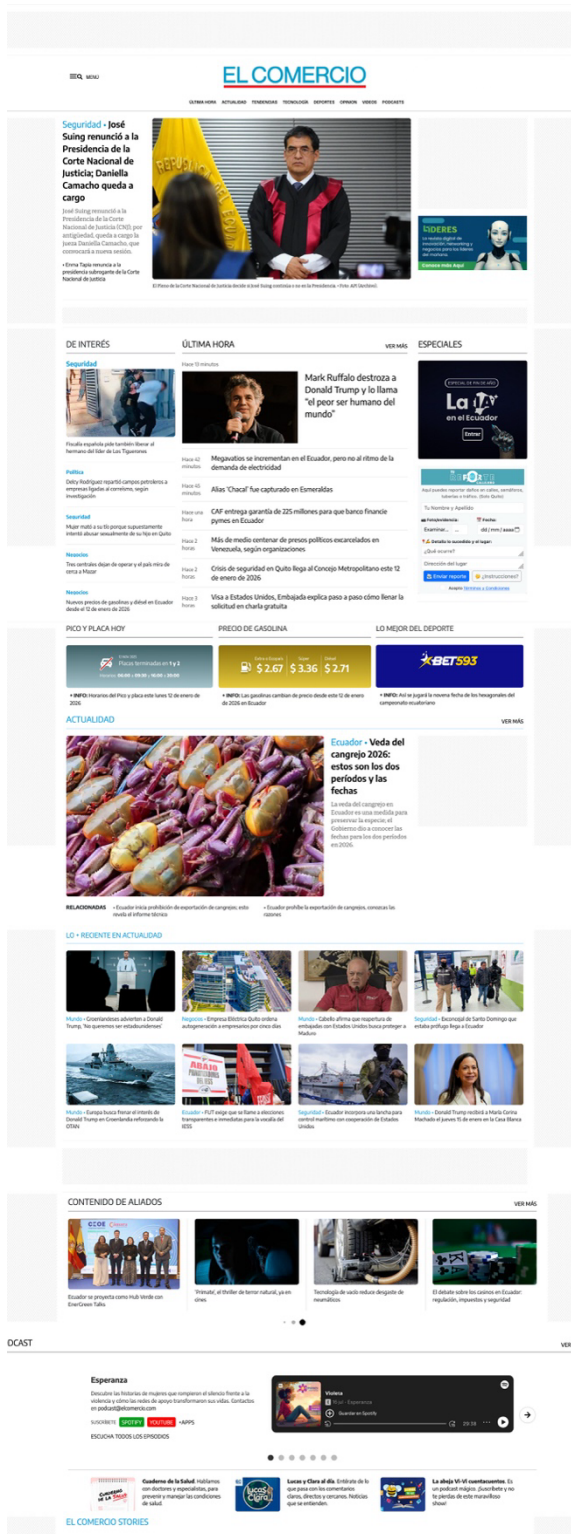
Variable	Escala (1-5)
Diferenciación visual	3
Nivel de innovación	3
Credibilidad visual	3
Accesibilidad visual	3
PROMEDIO	3

2.D. Comunicación

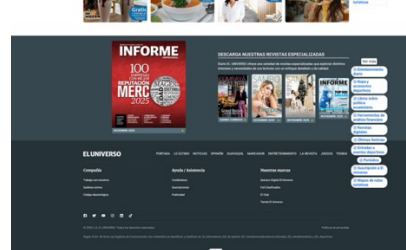
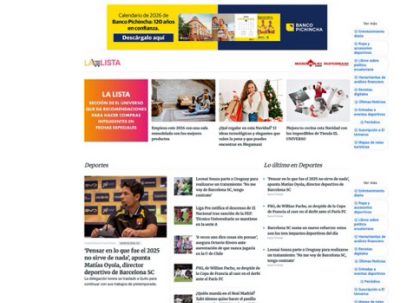
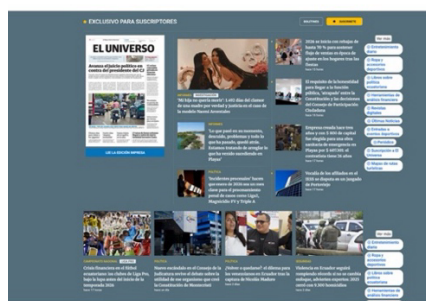
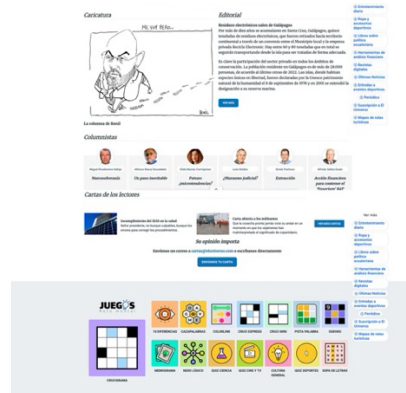
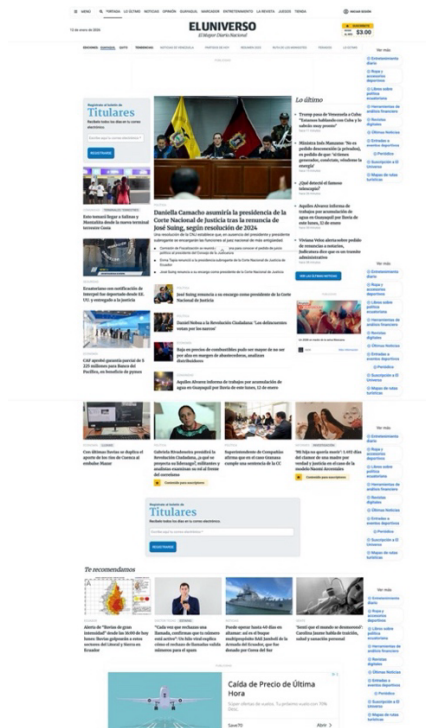
Variable	Escala (1-5)
Jerarquía informativa	3
Narrativa multimedia	3
Fluidez lectora	3
Coherencia discursiva	3
PROMEDIO	3

CONCLUSIÓN: La sección FrontPage de El Telégrafo presenta una adaptación funcional al entorno digital, aunque se observan limitaciones en la diferenciación visual, la accesibilidad y la jerarquía informativa. Si bien se mantiene la coherencia editorial básica, es necesario fortalecer la navegabilidad, la innovación gráfica y la experiencia de lectura para optimizar el desempeño comunicativo global de la publicación.

Anexo 4: Capturas de la página completa del diario El Comercio para la fase 3 de la narrativa digital



Anexo 5: Capturas de la página completa del diario El Universo para la fase 3 de la narrativa digital



Anexo 6: Capturas de la página completa del diario El Telégrafo para la fase 3 de la narrativa digital

