

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y  
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, 2025, Volumen VI

## **Patrones de diseño y diagramación: la prensa ecuatoriana edición impresa y online**

Design and layout patterns: la prensa ecuatoriana print and online  
edition

**Ana Lucía Rivera Abarca**

arivera@epoch.edu.ec  
<http://orcid.org/0000-0003-2594-2486>  
Escuela Superior Politécnica de  
Chimborazo (ESPOCH)  
Riobamba – Ecuador

**Paulina Alexandra Paula Alarcón**

papaula@epoch.edu.ec  
<https://orcid.org/0009-0007-8090-7719>  
Escuela Superior Politécnica de  
Chimborazo (ESPOCH)  
Riobamba – Ecuador

**Heidy Elizabeth Vergara Zurita**

heidy.vergara@epoch.edu.ec  
<http://orcid.org/0000-0002-6573-2339>  
Escuela Superior Politécnica de  
Chimborazo (ESPOCH)  
Riobamba – Ecuador

**Héctor Oswaldo Aguilar Cajas**

haguilar@epoch.edu.ec  
<http://orcid.org/0000-0002-2112-6492>  
Escuela Superior Politécnica de  
Chimborazo (ESPOCH)  
Riobamba – Ecuador

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4132>

**Artículo recibido:** 09 de junio de 2025

**Aceptado para publicación:** 03 de julio de  
2025.

**Conflictos de Interés:** Ninguno que declarar.

  
**Redilat**  
Red de Investigadores  
Latinoamericanos

**NÚMERO**

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4132>

## Patrones de diseño y diagramación: la prensa ecuatoriana edición impresa y online

Design and layout patterns: la prensa ecuatoriana print and online edition

**Ana Lucía Rivera Abarca<sup>1</sup>**

arivera@esepoch.edu.ec

<http://orcid.org/0000-0003-2594-2486>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

Riobamba – Ecuador

**Heidy Elizabeth Vergara Zurita**

heidy.vergara@esepoch.edu.ec

<http://orcid.org/0000-0002-6573-2339>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

Riobamba – Ecuador

**Héctor Oswaldo Aguilar Cajas**

haguilar@esepoch.edu.ec

<http://orcid.org/0000-0002-2112-6492>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

Riobamba – Ecuador

**Paulina Alexandra Paula Alarcón**

papaula@esepoch.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0007-8090-7719>

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH)

Riobamba – Ecuador

Artículo recibido: 09 de junio de 2025. Aceptado para publicación: 03 de julio de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### Resumen

Se investiga la evolución del diseño en la prensa ecuatoriana tanto en su forma online como impresa; se analiza los dos medios más importantes del país: El Comercio y El Universo, tanto en su versión impresa como la digital, desde el 2015 hasta el 2024. Se compara el manejo de los fundamentos de la diagramación en sus dos versiones, aplicando el método inductivo, considerando los fundamentos de la diagramación como elementos básicos, el método histórico para recopilar sus publicaciones y mediante una investigación cualitativa. Como conclusión general podemos afirmar que El Comercio y El Universo, mantienen un buen manejo de la composición en los medios impresos, sin embargo, tiene un amplio margen de mejora en su versión digital.

*Palabras clave:* comunicación visual, diagramación, prensa ecuatoriana, medios impresos y digitales

### Abstract


The evolution of design in the Ecuadorian press is investigated both in its online and printed form;

---

<sup>1</sup> Autora de correspondencia.

the two most important media of the country are analyzed: El Comercio and El Universo, both in their printed and digital versions, from 2015 to 2024. We compare the management of the fundamentals of diagramming in its two versions, applying the inductive method, considering the fundamentals of diagramming as basic elements, the historical method to compile their publications and through qualitative research. As a general conclusion we can affirm El Comercio and El Universo, maintain a good management of the layout in the printed media, however, it has a wide margin of improvement in its digital version.

*Keywords:* visual communication, layout, ecuadorian press, printed and digital media

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: 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>

## INTRODUCCIÓN

### El lenguaje visual en los periódicos

Desde este punto de vida el lenguaje visual es un sistema de comunicación que se fundamenta en el uso de la imagen siendo este un medio de expresión, desde un punto o varios puntos de vista de cómo la sociedad interpreta dichas imágenes. Un mensaje visual sea impreso o digital, de pequeñas medidas o de gran tamaño, a color o blanco y negro, está diseñado por los dos elementos básicos: la imagen y el texto; todo medio de comunicación tiene como objetivo inicial, comunicar una idea o en el caso de los periódicos contar una historia mediante la organización y presentación de palabras y de imágenes. Para que todo proyecto gráfico tenga sentido debe manejar una buena composición. “La función de una composición debe resolverse en la unidad, en la armonía viva y total entre el lenguaje y elementos gráficos, entre contenido y forma. La coherencia en la composición es el fin último de toda organización de fuerza, la unidad estética del producto” (Pujagut et al., 2011) (Pujaput, J. & Mus, R. & Herrera, O. & Carles, A..., 2011, p. 77)

Al considerar que el diseño gráfico se aplica sobre varios tipos de soportes siendo estos bidimensionales, como: papel, cartón, vidrio, plástico, etc., el diseñador debe proyectar el uso de cada uno de estos soportes, ya que al momento de interactuar con el consumidor se vuelven tridimensionales como un envase, merchandising, revista, etc.

“Diagramar es distribuir, organizar los elementos del mensaje bimedia (texto e imagen) en el espacio bidimensional (el papel) mediante criterios de jerarquización (importancia) buscando funcionalidad del mensaje (fácil lectura) bajo una apariencia estética agradable (aplicación adecuada de tipografías y colores)”(Cumpa Gonzáles, 2015, p.5). “Cuando se habla de los fundamentos de la diagramación se hace referencia en esencia a los fundamentos del diseño gráfico: la tipografía, el color y la composición. Cuando se quiere organizar una página, se necesita saber qué es lo que se va a organizar y cómo se va a organizar” (Mariscal, 2015, p. 57). Se debe considerar que en el momento de diagramar un proyecto gráfico el diseñador debe crear las pautas para poder ordenar la información, considerando que esta actividad es una permanente interrelación de los objetos, ya que al establecer un formato, una retícula, una tipografía, el uso de identidad gráfica o el estilo y al modificar alguno de estos parámetros o elemento serán afectados los otros, la idea siempre será buscar un equilibrio de tal manera que la solución gráfica a la diagramación de un medio impreso o digital se establezca por el buen uso de sus fundamentos.

### El diseño en la prensa impresa

“El diseño editorial es considerado como una forma de periodismo visual, una publicación editorial puede entretener, informar, instruir, comunicar o educar, o puede articularse como una combinación de todas esas acciones.” (Zappaterra & Caldwell, 2014, p. 8)

Para que la lectura de un medio impreso se desarrolle según el orden de cada uno de los elementos que contenga, debe basarse en una estructura, una retícula que para muchos puede ser una camisa de fuerza, pero es el elemento más importante. Todo profesional, sea diseñador o diagramador, requiere de una retícula para ubicar cada elemento compositivo de tal manera que el lector interprete el mensaje según la funcionalidad que se busca en el medio diseñado. “La retícula es una estructura cuya función es guiar y orientar la organización de los elementos en la superficie de que se dispone. Así, será más fácil ordenar las formas, las dimensiones y la ubicación de las partes del proyecto” (Alcázar, 2016, p. 261)

Al construir una retícula para el medio impreso o digital se debe considerar varios factores como: las medidas de la superficie sobre la cual se va a trabajar, el espacio blanco o margen que delimitará la

caja, las medidas de la caja donde se distribuirán de forma armónica cada uno de los elementos que contenga el diseño; dependiendo del tipo de retícula las zonas espaciales, los módulos o columnas que se emplearán.

En la diagramación se debe considerar elementos conceptuales y formales: la armonía en donde se va a establecer la función y se establecerá la forma, la estética que llevará el trabajo, cumpliendo con el objetivo principal que es comunicar, todo aquello que va a determinar la personalidad del proyecto y el concepto del diseño; y la estructura editorial y gráfica, donde se toman decisiones de características y el orden que tendrá cada uno de los elementos involucrados. Cada uno de estos elementos deben concatenarse para crear medios impresos funcionales y objetivos, los proyectos gráficos en los medios impresos deben perdurar de tal manera que la propuesta para un periódico, revista, suplemento, entre otros se mantenga con la misma estructura (retícula). Los beneficios que se tiene al utilizar una retícula pueden dar: claridad, eficiencia, economía y la continuidad de un proyecto gráfico.

Entre las normas compositivas a emplear de manera obligatoria es el uso de la jerarquía, "Este criterio es fundamental para la organización de los elementos visuales. Se trata de asignar valores a cada uno de ellos y hacer que, en varios niveles, se vayan organizando de acuerdo con la necesidad de enfatizar jerárquicamente los distintos elementos que componen el mensaje" (Mariscal, 2015, p. 61). Este criterio se usa en todos los mensajes visuales y mucho más si existe mucha información como en el caso de periódicos o diarios.

En el diseño y diagramación de los medios de comunicación se hace referencia al acomodo de dos elementos que son indispensables para comunicar, estamos hablando del texto (tipografía) e imagen (gráficos, ilustración, fotografías).

"La apropiada composición de los elementos textuales facilita la lectura y favorece la comprensión. De este modo, se debe entender que la unidad, el orden, el equilibrio, la claridad, la coherencia y la armonía son valores estéticos propios del diseño y, además, ayudan a que el resultado sea eminentemente funcional." (Alcázar, 2016, p. 64)

Al hablar de texto en un medio de comunicación no solo se hace referencia al nombre de la campaña, a un logotipo, al copy, a una titular, a la noticia, etc., se hace referencia también al tipo de letra utilizada, a sus estilos, su alineación, su composición ya sea en un encabezado, en un texto complementario como el número de una página entre otros, "la importancia de elegir una tipografía que vaya de acuerdo con un objetivo o en función a una situación determinada" (Lupton, 2011, p. 13), buscado su legibilidad, funcionalidad y que este sea atractivo.

Las tipografías básicas son las serif y sans serif, que en la mayoría de medios son empleadas desde el encabezado hasta en el pie de foto de una página de revista u otro medio diseñado, de ahí se podría establecer algunas cualidades propias de las tipografías, por ejemplo; la tipografía serif o también conocida como romana es un tipografía que en texto corrido, como en un párrafo crea una línea imaginaria al final de sus serif para que la lectura sea más fluida, es una tipografía más clásica pero nunca pasará de moda; al contrario se dice la que tipografía sans serif es mucho más informal, juvenil y simple, pero eso no quiere decir que no sea funcional, un ejemplo es la tipografía Helvética que a pesar de que tiene tantos años en el mercado muchos tipógrafos, diseñadores, comunicadores la consideran como la más opcional entre una gran plétora de familias tipográficas.

En una palabra, o en grandes párrafos de texto es importante considerar los estilos tipográficos también conocidos como propiedades de la tipografía, los cuales hacen referencia al grosor, la medida, el ancho y la inclinación. Estas variaciones ayudarán a jerarquizar los textos (medida y

grosor), a resaltar una frase de un párrafo (inclinación), a identificar más de un texto secundario en una página (medida), a ampliar la caja de texto en el nombre de una revista en su portada, etc.

La tipografía debe pensarse tan bien, “pues la decisión del tipo de fuente, tamaño o color tendrá tanta relevancia como el mensaje mismo para un resultado conjunto. Con la letra adecuada se puede captar la atención del lector, transmitir sensaciones o reforzar un texto.”(Alcázar, 2016, p. 84)

La información visual gráfica dentro de la composición juega un papel muy importante ya que dependiendo si es una fotografía, una infografía o un dibujo; añadirán siendo un elemento que por sus características atraerán la atención del lector, siendo su función principal complementar al texto, sintetizar, apoyar, abstraer ayudando de esta forma a la comprensión o completando la idea.

Algunos gráficos más simples como diagramas, símbolos o iconos y signos pueden ayudar a generar énfasis, que sin necesidad de aportar una nueva información al diseño como puede ser el caso de un libro, revista, folleto acentúan lo que otros componentes presentan. (Farratell, 2015)

Los gráficos pueden ocupar diferentes espacios dentro de una pieza comunicacional, puede ocupar el formato completo siendo el fondo de una publicidad o de una portada, a la medida de la caja siendo limitada por el margen, zonas espaciales, módulos en el caso de gráficos regulares o tipo ventana, en el caso de gráficos irregulares o tipo silueta estos son utilizados para dar dinamismo al diseño utilizando espacios específicos dentro de una retícula pero de una manera menos regular, considerando su uso en retículas jerárquicas.

El periódico es un medio de comunicación considerado masivo, que tradicionalmente ha sido impreso y en la actualidad la mayoría ha migrado a las plataformas digitales, permitiendo transmitir noticias al instante. Es un documento que muestra en orden temático, o por fechas, un cierto número de noticias y comentarios sobre sucesos pasados o previsibles durante un período determinado, existen dos características peculiares en la prensa impresa: el formato de mayor tamaño como el tabloide y el material de no muy buena calidad.

Existen muchos tipos de periódicos y se les considera periódicos a partir de cuatro páginas, llamados boletines. Los periódicos se pueden clasificar en: prensa diaria, prensa periódica y también se pueden clasificar según su contenido en información general y diarios especializados. “Prensa diaria” es la que recoge las noticias más urgentes de la actualidad. Difunde acontecimientos de diversa índole y naturaleza e integra a una gran variedad de lectores; entre ellos se puede encontrar los diarios nacionales que contiene información nacional e internacional y su público objetivo es grande y variado.” (Farratell, 2015, p.129)

### **El diseño en la prensa digital**

El diseño de la prensa digital abarca varios aspectos como el diseño gráfico web, el diseño de interfaz y la experiencia de usuario, además de la navegabilidad, interactividad, usabilidad, arquitectura de la información e interacción de medios, entre ellos: audio, texto, imagen, enlace, video y la optimización de motores de búsqueda. (Procel, 2022, p. 32,33)

Dentro de los medios digitales la aplicación del diseño gráfico es esencial para atraer y retener a los lectores en un entorno que en la actualidad se ha vuelto más digital. De tal manera que el diseño ayuda de varias formas al desarrollo de este tipo de medios digitales como periódicos en donde se requiere actualización o generación de información al instante en que la noticia se ha creado. El diseño ayuda de varias maneras considerando los siguientes criterios:

Diseño de la página web: la apariencia que debe tener el sitio web en el caso de un periódico es fundamental, se debe considerar el diseño de la página de inicio en el cual se debe manejar una

retícula que ayude a la distribución de la información jerarquizando titulares y gráficos que mejoren la disposición de las noticias según su importancia, los menús de navegación los cuales van a permitir el ingreso a la información de interés del lector y la selección de colores que deben alinearse a los colores corporativos de la empresa y los que sean considerados para resaltar los contenidos del texto y de las imágenes y las fuentes que deben generar fluidez de lectura, estableciendo el buen uso de las variaciones tipográficas como la medida, el ancho, la inclinación y el grosor. El diseño debe ser atractivo y la funcionalidad debe ser indispensable para la experiencia de usuario.

Responsabilidad y adaptabilidad: un periódico digital que maneja noticias debe ser responsivo, eso significa que la información se adapta automáticamente a diferentes dispositivos como teléfonos móviles y tabletas, de tal manera que el contenido sea legible y fácil de navegar en pantallas de distintas medidas. Basado en este requerimiento los contenidos e imágenes deben ser fluidos, cada uno de estos requerimientos se acompañan del buen uso tipográfico y distribución de la información.

El diseño responsable va a permitir que se reduzca el tiempo de desarrollo, evitando de esta manera los contenidos publicados, y aumentando de esta manera la viralidad de los mismos, permitiendo compartir de una forma rápida y natural.

Diseño de la noticia individual: Cada noticia deberá ser diseñada de forma activa, esto incluye la elección de imágenes, gráficos y videos relevantes considerando las noticias relevantes del día, que generen interés al lector, así como el uso de encabezados y títulos llamativos que se pueden generar mediante la medida del texto o su grosor, de la misma forma con el uso del color generando contrastes y resaltado la información mediante el uso de manchas de color o filetes de jerarquía.

Uso multimedia: Los medios digitales permiten la incorporación de elementos multimedia que logren generar interés en el lector: como videos, infografías y galería de imágenes. Cada uno de estos elementos multimediales deben ser pensados en generar mayor interés y buscar la interacción de los lectores, de ahí el vínculo con las redes sociales ya que por medios de ella las noticias tendrán mayor alcance y podrán trascender a nivel mundial.

Interacción y experiencia del usuario: El manejo correcto de los conocimientos del diseño gráfico puede mejorar la interacción de usuario mediante la incorporación de varios elementos como: botones, enlaces y elementos de navegación intuitivos. Además, se puede utilizar efectos visuales para resaltar contenido importante de ahí dependerá del buen manejo de las normas compositivas como la jerarquía de la información, los puntos de tensión, el equilibrio y ritmo que se pueden generar con los textos e imágenes que se utilicen en cada diseño, guiando así de esta forma a los usuarios a través del sitio.

Personalización y segmentación: En muchos medios digitales, se utiliza el diseño para personalizar la experiencia del usuario. Esto implica mostrar contenido relevante según los intereses y el comportamiento del lector. El diseño se adapta para destacar noticias que puedan ser de interés particular para cada usuario.

Optimización de velocidad: Un diseño gráfico eficiente también implica la optimización del rendimiento del sitio web para que las páginas se carguen rápidamente. La velocidad de carga es crucial para mantener a los usuarios comprometidos.

A nivel internacional y en Ecuador, los medios digitales aplican estas estrategias de usabilidad web y diseño gráfico para compartir en el mercado en línea y mantener a su audiencia comprometida. Además, el diseño gráfico se utiliza para reflejar la marca creando identidad y fidelidad del medio, lo que contribuye a su reconocimiento y credibilidad.

## Los medios en el Ecuador

El centro de Investigación VIA Comunicaciones de la Universidad Técnica Particular de Loja-Ecuador, realizó una investigación en el año 2012 referente a la empresa informativa impresa y digital, en la cual se registraron 57 empresas de prensa, 44 revistas y 14 medios digitales o cibermedios, de las regiones Costa, Sierra y Amazonía. (Banegas & Rivera, 2012)

En el portal prensa escrita se da a conocer de manera actualizada los periódicos diarios que existen en el Ecuador, distribuidos por provincias, en Pichincha: 8 de la ciudad de Quito, Azuay: 3 de la ciudad de Cuenca, Cañar: 1 de la ciudad de Azogues, Chimborazo: 3 de la ciudad de Riobamba, Cotopaxi: 2 de la ciudad de Latacunga, El Oro: 5 de la ciudad de Machala, Esmeraldas: 1 de la ciudad de Esmeraldas, Guayas: 12 de la ciudad e Guayaquil, Imbabura: 3 de la ciudad de Ibarra, Loja: 2 de la ciudad de Loja, Los Ríos: 3, uno de la ciudad de Quevedo y 2 de Babahoyo, Manabí: 6, 3 de Portoviejo y 3 de Manta, Pastaza: 3 de la ciudad del Puyo, Tungurahua: 2 de la ciudad de Ambato, Zamora Chinchipe: 2, 1 de la ciudad de Zamora y 2 de Yantzaza. (Prensa Escrita, 2022)

En detalle se presentan los nombres de los periódicos de las dos provincias que más empresas de prensa registran en el Ecuador, que son la provincia de Guayas y Pichincha.

**Table 1**

*Periódicos Diarios de Guayas y Pichincha*

Periódicos diarios de Guayas y Pichincha		
Periódico	Ciudad	Sitio web
Pichincha		
EL COMERCIO	Quito	www.elcomercio.com
LA HORA	Quito	www.lahora.com.ec
ÚLTIMAS NOCTICIAS	Quito	www.ultimasnoticias.ec
METRO HOY	Quito	www.metroecuador.com.ec
PRIMICIAS	Quito	www.primicias.ec
CERO LATITUD	Quito	www.cerolatitud.ec
GK	Quito	www.gk.city
ECUADOR NOTICIAS	Quito	www.ecuadornoticias.com
Guayas		
EL UNIVERSO	Guayaquil	www.eluniverso.com
EXPRESO	Guayaquil	www.expreso.ec
EXTRA	Guayaquil	www.extra.ec
SÚPER	Guayaquil	www.super.com.ec
EL TELEGRAFO	Guayaquil	www.eltelegrafo.com.ec
QUÉ	Guayaquil	www.diarioque.ec
LA NACIÓN	Guayaquil	www.lanacion.com.ec
LA REPÚBLICA	Guayaquil	www.larepublica.ec
ECUADOR EN DIRECTO	Guayaquil	www.ecuadorendirecto.com
VISTAZO	Guayaquil	www.vistazo.com
ECUADOR 221	Guayaquil	www.ecuador221.com.ec
D'UNA	Guayaquil	www.deunanoticias.com

**Fuente:** (Prensa Escrita, 2022)

En el Ecuador existen algunos periódicos que han formado parte de la comunicación desde 1906 y que han perdurado con cambios según las necesidades, la política y avances tecnológicos, de ahí la idea de considerar a dos periódicos, como: El Comercio, fundado el 1 de enero de 1906 por los hermanos Carlos y César Mantilla, interviniendo permanentemente en el convivir nacional como informador y moderador de la opinión pública, como vínculo de la integración nacional, resaltando los

valores nacionales y propiciando el desarrollo de la comunidad ecuatoriana. (Pérez et al., 2017) “su presencia en la cotidianidad nacional y en los hechos internacionales lo constituyeron con el mayor informante de la capital ecuatoriana”(Puente Martínez & Dávalos, 2019, p.58), este periódico es de la ciudad de Quito y El Universo, fundado en 1921 por Ismael Pérez Pazmiño, hoy es uno de los diarios ecuatorianos de mayor circulación y se ubica, de una lista de 50, entre los 15 más grandes periódicos de América Latina. (Pérez et al., 2017) “se caracterizó por ser un diario que luchó en contra de las dictaduras y de los regímenes totalitarios que atentaron contra la libertad de expresión y la opinión pública de nuestro país” (Puente Martínez & Dávalos, 2019, p.60) este periódico es de la ciudad de Guayaquil; siendo estos los dos medios impresos con mayor alcance nacional y en los que se ha visto una evolución, se analizarán desde 2015 hasta 2024.

Los periódicos en el Ecuador no han sufrido un cambio trascendental en su composición y diseño, la comunicación se ha mantenido así durante muchos años, cumpliendo de esta forma su función, llegar con las noticias de una manera correcta. Pero con las nuevas necesidades y con un tipo de lector que evolucionó, los medios de comunicación como la prensa en el Ecuador busca evolucionar formando parte de la era digital con el manejo de las redes sociales y cambiando el diseño y diagramación para que el lector pueda informarse ya sea por su laptop o dispositivo móvil en tiempo real. Bajo estas consideraciones, los periódicos que se analizan utilizan algunas redes sociales como: Facebook, Instagram, Twitter donde se publican las noticias del día al instante, pero para llegar a lo que son ahora, se debe analizar 7 años atrás donde comenzaron a diseñar y publicar sus noticias para lograr un mayor alcance y generar contenidos en el momento que se genera la noticia, se considera el análisis de sus publicaciones del Instagram ya que es una red social que para noviembre 2021 que es el año donde se inicia esta investigación, El Comercio tiene: 1’095.766 seguidores y El Universo tiene: 912.817 seguidores, siendo la segunda red social más utilizada en el Ecuador.

### **Objetivo**

Analizar el nivel gráfico del diario El Comercio y El Universo desde el año 2015 al 2024 mediante una matriz basada en los fundamentos de la diagramación para conocer sus similitudes y evolución.

### **METODOLOGÍA**

“El método cualitativo pone en énfasis en estudiar los fenómenos sociales en el propio entorno natural en el que ocurre, dando primacía a los aspectos subjetivos de la conducta humana sobre las características objetivas, explorando, sobre todo, el significado del actor humano” (Ruiz Olabuénaga, 2013, p.44).

Cuando un investigador pretende entrar dentro del proceso de construcción social, reconstruyendo conceptos y acciones de la situación estudiada, describiendo y comprendiendo los medios detallados a través de los cuales los sujetos se embarcan en acciones significativas y crean un mundo propio suyo y de los demás, conociendo cómo se crea la estructura básica de la experiencia, su significado a través del lenguaje y otras construcciones simbólicas debe aplicar la investigación cualitativa. (Ruiz Olabuénaga, 2013)

Al considerar que es una investigación cualitativa se partió de la recolección de la información que se realizará por medio de las páginas web de cada uno de los medios y considerar las portadas de los diarios “El Comercio” y “El Universo” del mes de enero, y las publicaciones gráficas en la plataforma Instagram del mismo mes con respecto a la prensa online. La elección de este mes se debe a que la mayoría de los medios impresos tradicionales presentan sus mejoras o cambios al inicio del año considerando que los primeros cambios que ellos desarrollan son en el aspecto visual o sea diseño y diagramación. (Arroyo et al., 2022)

Se utilizó el método inductivo dentro de esta investigación para recabar los aspectos particulares de cada uno de los casos de estudio, desarrollando una matriz en la cual se considera un instrumento de análisis cualitativo estableciendo el uso de los fundamentos de la diagramación: tipografía, color y composición; el tipo de retícula aplicada basado en los elementos de retícula empleados en la primera página de la prensa ecuatoriana: El Comercio y El Universo, al final se genera una conclusión en referencia a los parámetros analizados de forma cualitativa. Ayudando a evidenciar su evolución o cambios en el transcurso de los años de análisis.

Como es un estudio que evidenciará la evolución también se emplea el método histórico basándose en establecer semejanzas de fenómenos culturales, recolectando de manera sistemática la información visual desde el año 2015, en modalidad impresa y online, uno de los principales factores de esta investigación es analizar e indagar sobre el pasado y contrastar con el presente.

## RESULTADOS

Para el desarrollo de esta investigación se da inicio con una matriz comparativa general considerando los diarios que entran en proceso de estudio:

Tabla 2

MATRIZ DE ANÁLISIS GENERAL		
Aspectos generales	El Comercio	El Universo
Formato de página	Tabloide (28x39cm)	Tabloide (28x39cm)
Número de páginas	32 páginas	32 páginas
Número de secciones	9 secciones	11 secciones
Número de páginas para publicidad	3 páginas	1 página
Suplementos	4 suplementos (dependiendo del día)	4 suplementos (dependiendo del día)


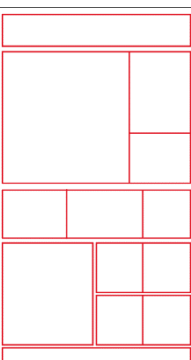
*Matriz de análisis general*

**Fuente:** elaboración propia.

Se analizaron 7 portadas de cada uno de los diarios: El Comercio (el Comercio, 2021) y El Universo (el Universo, 2021) correspondientes al mes de enero, empleando la matriz base que se utiliza en el artículo científicos publicado en el 2020 "Transición de la prensa en el Ecuador desde 1906 hasta 2016, caso práctico diario El Comercio" (Rivera Abarca et al., 2021) en dicho instrumento se considera la fecha del periódico, formato, una imagen de la portada y sobre este una retícula según la composición utilizada, los fundamentos: tipografía, color y composición; los elementos de retícula y al final una conclusión general de la matriz. A esta matriz se le edita: eliminando el color ya que en los años analizados la impresión de cada publicación fue full color, y el uso del color se aplica a los gráficos, filetes y manchas de color.

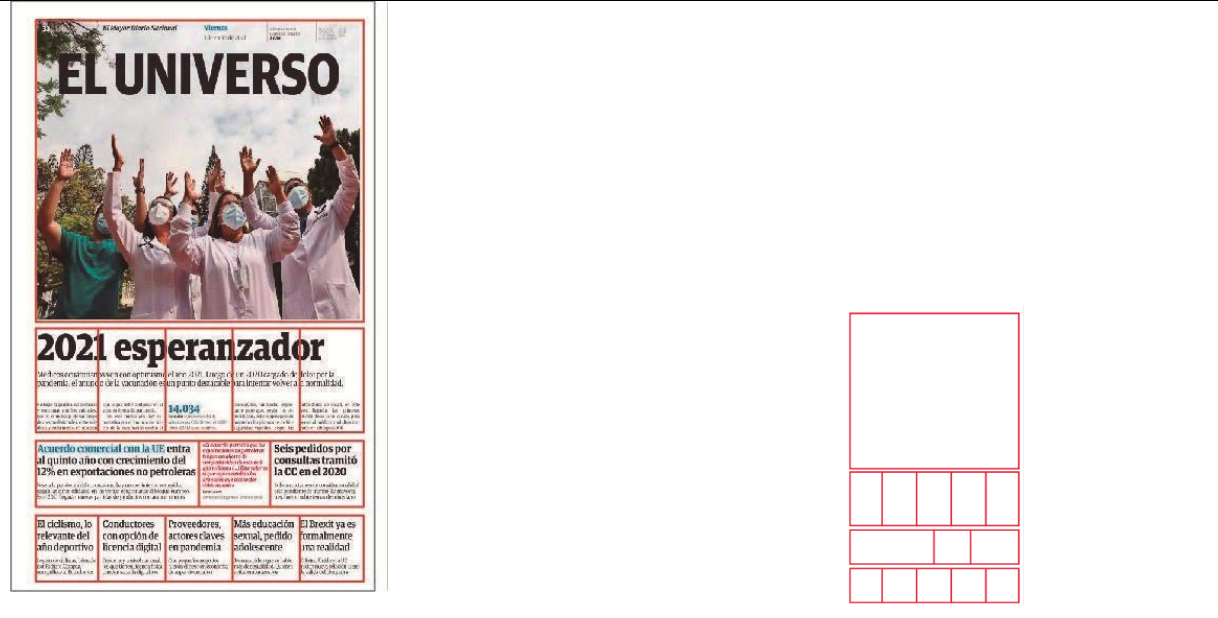
**Tabla 3**

Ficha de Análisis "El Comercio" impreso 3 de enero de 2021

<b>Diario "El Comercio"</b>		
<b>FORMATO</b>		
		
		
<b>FECHA:</b> 3 de enero de 2021		
<b>fundamentos:</b>	<p><b>Tipografía</b></p> <p><b>Encabezado:</b> lineales  <b>Subtítulos:</b> romanas  <b>Párrafos:</b> romanas</p>	<p><b>Composición</b></p> <p>Compuesta por una jerarquía dividida en la parte superior e inferior, siete titulares de noticias, un espacio de promoción para suplemento, y un espacio de opinión. Tres fotografías a color para llamar la atención y el índice en la parte inferior para complementar la información que se leerá a continuación.</p>
<b>elementos de retícula:</b>	<p><b>Columnas:</b> 3 columnas no regulares  <b>Módulos:</b> 9 módulos  <b>Líneas de flujo:</b> 5 líneas de flujo distribuidas en la portada  <b>Zonas espaciales:</b> 3 zonas espaciales definidas  <b>Marcadores:</b> en la parte inferior de la publicación, lado derecho  <b>Márgenes:</b> margen levemente superior al inferior del lomo</p>	
<b>conclusión</b>	<p>Se presenció un cambio en la composición del contenido, generando una retícula diferente a las anteriores, creando más puntos jerárquicos y brindando dinamismo. La información visual es saturada pero no demasiado como en los anteriores formatos.</p>	

**Tabla 4**

Ficha de Análisis “El Universo” impreso 1 de enero de 2021

<b>Diario “El Universo”</b>		
<b>FORMATO</b>		
		
<b>FECHA:</b> 1 de enero de 2021		
<b>Fundamentos:</b>	<b>Tipografía</b> <b>Encabezado:</b> <b>Subtítulos:</b> <b>Párrafos:</b> romanas	<b>Composición</b> Compuesta por una jerarquía visual en la parte superior, que se fusiona con el encabezado. Consta de seis titulares de noticias se puede apreciar solo una imagen en la composición, y en la parte superior espacios informativos sobre el diario, la tipografía es la que más ocupa espacios en el contenido.
<b>Elementos de retícula:</b>	<b>Columnas:</b> 5 columnas regulares <b>Módulos:</b> 9 módulos <b>Líneas de flujo:</b> 3 líneas de flujo distribuidas en la portada <b>Zonas espaciales:</b> 3 zonas espaciales definidas <b>Marcadores:</b> en la parte inferior de la publicación, lado derecho <b>Márgenes:</b> margen levemente superior al inferior del lomo	
<b>Conclusión</b>	En el año 2021 existió un cambio significativo en la reticulación y diagramación, cambiando totalmente la parte superior de la portada y simplificando la información, ofrecen una imagen fresca y básica, empezando desde el encabezado y la imagen no se encuentra saturada por la información. Aquí se pudo apreciar un intento de cambio para nuevas audiencias y con la diagramación diferente a los anteriores años.	

En la comparación de los 7 años analizados se pudo evidenciar los siguientes cambios significativos:

**Año: 2015**

“El Comercio”- Las Zonas espaciales son distribuidas de forma diferente, las columnas son irregulares, con la diagramación utilizada se crea una inestabilidad y saturación.

“El Universo” – Utilizan jerarquía visual, manejo de filetes de separación y sus columnas son regulares.



**Figura 1**

Portadas *El Comercio* y *El Universo* año 2015

**Año: 2016**

“El Comercio”- Se incorpora a la retícula una columna regular al lado derecho y crean una retícula modular regular en toda la página.

“El Universo” – Manejan una jerarquía visual en la noticia principal, las columnas empleadas son



regulares, de la misma forma sus módulos, creando una diagramación organizada y equilibrada.

**Figura 2**

Portadas *El Comercio* y *El Universo* año 2016

**Año: 2017**

“El Comercio”- Se maneja una retícula regular en la parte inferior, creando estabilidad en la diagramación.

“El Universo” – Se evidencia una fragmentación de las columnas regulares, creando de esta forma



más módulos en la retícula diseñada.

**Figura 3**

*Portadas El Comercio y El Universo año 2017*

**Año: 2018**

“El Comercio”- Se maneja una retícula regular en la parte inferior, creando estabilidad en la



diagramación.

“El Universo” – Las columnas empleadas son regulares, en la parte izquierda se reduce la columna complementando la primera noticia, dando jerarquía visual a la fotografía principal.

**Figura 4**

*Portadas El Comercio y El Universo año 2018*

**Año: 2019**



“El Comercio”- Se maneja la misma diagramación que el año 2018.

“El Universo” – Se crea una diagramación con dos columnas laterales a cada lado. Se identifican zonas espaciales segmentando la información.

**Figura 5**

Portadas El Comercio y El Universo año 2019

**Año: 2020**



“El Comercio”- Se maneja la misma diagramación que el año 2018 y 2019.

“El Universo” – Se evidencia una jerarquía visual en la fotografía de la noticia principal, se manejan columnas y módulos regulares.

**Figura 6**

Portadas El Comercio y El Universo año 2020

**Año: 2021**

“El Comercio”- Se manejan módulos y columnas irregulares, evidenciando un desequilibrio en toda la



página.

“El Universo” – Se utilizan líneas de flujo para dividir las noticias, la composición es más simple y armónica, evidenciando la jerarquía visual principalmente en el texto primario y la fotografía principal.

**Figura 7**

*Portadas El Comercio y El Universo año 2021*

Considerando que por la pandemia del COVID todos los periódicos del país migraron a la web se analizan los medios digitales hasta enero 2024, quedando como precedente el análisis de los medios impresos desde 2015 hasta el 2024, además no se evidencia una evolución después del 2021 y a la fecha ya no se imprimen estos medios.

Se analizaron 10 publicaciones que corresponden a la página web de los diarios El Comercio y El Universo correspondientes al mes de enero, empleando la misma matriz, el análisis se enfoca en el tipo de retícula empleada y como los elementos compositivos se distribuyen para generar un orden de lectura en formato digital.

El diseño empleado en las publicaciones es sencillo, se busca evidenciar la evolución de estos.

**Tabla 5**

*Matriz de análisis pág. Web del diario “El Comercio”, agosto 2023*

<b>Diario “El Comercio”</b>
<b>FORMATO</b>



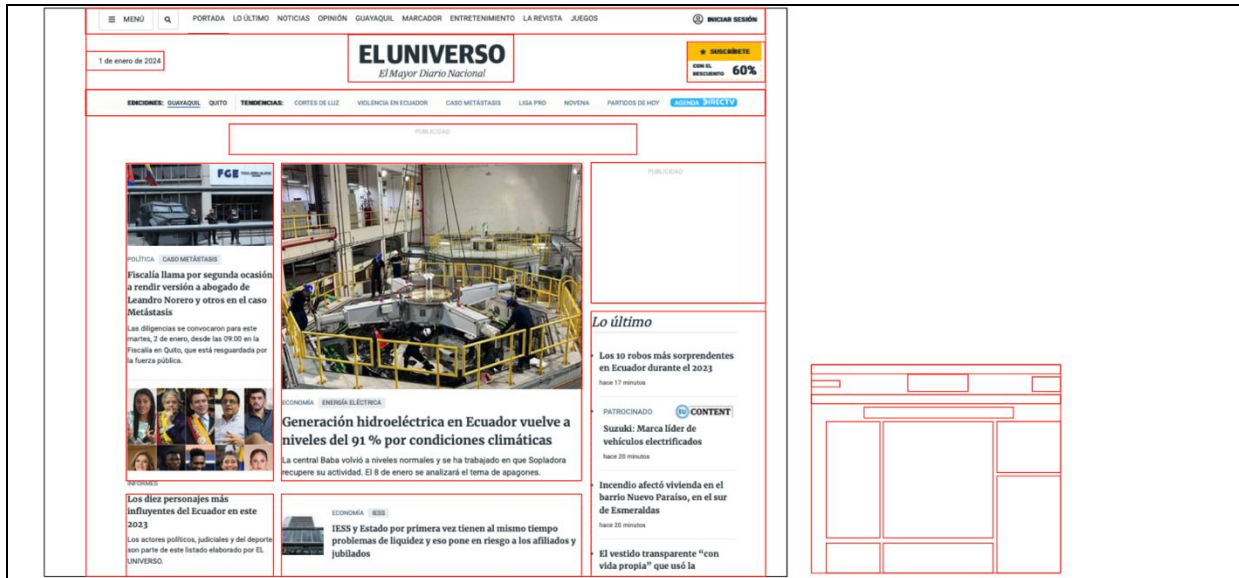
FECHA: 9 de agosto de 2023

	Tipografía	Composición
<b>Fundamentos:</b>	<p><b>Encabezado:</b> lineal</p> <p><b>Botones del menú:</b> lineal</p> <p><b>Título NP:</b> romana</p> <p><b>Otras noticias textos secundarios y párrafos:</b> lineal</p>	<p>En esta publicación se encuentra una fotografía completa en una zona espacial, es una página organizada la cual emplea una retícula jerárquica, posee un gran espacio para publicidad tanto en la parte superior como en la última columna el lado derecho.</p>
<b>Elementos de retícula:</b>	<p><b>Columnas:</b> 2 columnas irregulares distribuyendo la noticia y la publicidad.</p> <p><b>Módulos:</b> no hay módulos regulares, se han creado varios módulos con medidas y distribución variada.</p> <p><b>Porcentaje de texto/imagen:</b> 60% de gráficos y 40% de texto – 2, la publicidad ocupa la mayor cantidad de espacio.</p>	
<b>Conclusión</b>	<p>Se logra evidenciar el uso de una retícula jerárquica donde priorizan el encabezado que el nombre del periódico y por el orden de lectura en el caso de la web de forma centrada con los mismos pesos visuales, se distribuye la información de tal manera que la fluidez de lectura funciona. Utilizan el color en los textos para direccionar la mirada a cada elemento.</p>	
<b>Nota:</b>	<p>Se analiza la última publicación del diario EL COMERCIO ya que en el 2024 antes de terminar este artículo no se registró ninguna actualizada.</p>	

Table 6

Matriz de análisis pág. Web del diario "El Universo", año 2021

<b>Diario "El Universo"</b>
<b>FORMATO</b>



FECHA: 02 de enero de 2024

Fundamentos:	Tipografía	Composición
	<p><b>Encabezado:</b> lineal  <b>Botones del menú:</b> lineal  <b>Título NP:</b> romana  <b>Otras noticias textos secundarios y párrafos:</b> romanas y lineales.</p>	<p>Compuesta por una fotografía acompañada del texto, la fotografía es general y además dos fotografías de noticias, los textos aplicados se distribuyen debajo de cada noticia.</p>
<p><b>Elementos de retícula:</b></p>	<p><b>Columnas:</b> 2 columnas regulares y una céntrica de medida mayor.  <b>Módulos:</b> en la maría de la diagramación encontramos varios módulos irregulares y 2 regulares a los extremos y una centra en el texto descriptivo de la noticia principal.  <b>Zonas espaciales:</b> 1 zona espacial que combina 2 módulos para colocar la primera fotografía.  <b>Porcentaje de texto/imagen:</b> 50% texto – 50% imagen</p>	
<p><b>Conclusión</b></p>	<p>En esta página web la distribución de la información se da de una manera ordenada, aunque no se maneja una retícula regular al 100% la distribución de columnas y al final guían al lector a una mejor fluidez de lectura.</p>	

En la comparación de los 10 años analizados en el manejo de las páginas web se pudo evidenciar los siguientes cambios significativos:

Figura 8

Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2015

**Año: 2015**

“El Comercio” - El nombre del periódico se lo coloca en la parte superior izquierda, pero por su medida no es jerárquica en toda la composición. La distribución de la información es fraccionada, separa con una mancha de color azul las pestañas y en la parte inferior las noticias están conformadas por videos, no existen módulos regulares, la distribución y el espacio de la información se la realiza según la importancia de la cada noticia. El color está presente considerando el azul de la marca más el color rojo en encabezados específicos.

“El Universo” – El nombre de la misma forma se coloca en la parte superior izquierda y justo a este de menor medida 4 textos que son botones del tipo de noticia que se puede encontrar. Los botones también se colocan en a continuación en una mancha de color azul. La distribución de la información se basa en 3 columnas de medidas diferentes pero que mantienen un equilibrio ya que las ordenan entre texto e imagen y en la visualización completa se ven 7 noticias, la medida de cada una es



menor pero igual la noticia principal se coloca en la parte superior izquierda.

**Figura 9**

Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2016



**Año: 2016**

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma del 2015, la diferencia es que la noticia principal es una fotografía que utiliza la misma medida.

“El Universo” – La distribución de la información es la misma del 2015, sin modificaciones.

**Figura 10**

Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2017



**Año: 2017**

“El Comercio” – El nombre del periódico se lo coloca en el centro de toda la página web, de mayor medida y jerarquizando sobre esta forma su nombre. Los 7 textos que son los botones se encuentran enmarcados en una mancha de color celeste de forma ordenada, la distribución de la noticia principal y las otras es la misma de los dos años anteriores.

“El Universo” – La distribución de la información es la misma del 2015, sin modificaciones.

**Figura 11**

Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2018



**Año: 2018**

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma del 2017, sin modificaciones.

“El Universo” – El nombre del periódico se lo coloca en el centro de toda la página web, de la misma medida que los diseños anteriores, pero por su aniversario utiliza el número 100 atrás del nombre, ahora maneja el color de fondo blanco y los 6 texto que son los botones son de color celeste, la noticia principal se la ubica en la mitad y con una columna más ancha, buscando así jerarquizar dicha información.

**Figura 12**

Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2019



**Año: 2019**

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma del 2017, sin modificaciones. Pero en este año El Comercio coloca en la letra O una cinta negra un símbolo de luto por el asesinato de su equipo periodístico en Colombia.

“El Universo” – Para este año se cambia el encabezado, empleando un fondo de color azul con su nombre El Universo de color blanco y los textos de los 9 botones del mismo color, ahora este menú va centrado, la distribución de la noticias cambia ahora se prioriza la fotografía de la noticia principal que ocupa una zona espacial de 3 módulos regulares y su título lo ubican encima de la fotografía alineada a la izquierda y en la parte inferior de esta zona se colocan texto de las noticas secundarias en 3 columnas regulares, la columna del lado derecho se utiliza también para noticias secundarias con imagen.

Figura 13



Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2020

Año: 2020

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma que los 3 años anteriores, sin modificaciones.

“El Universo” – La distribución de la información es la misma que el año anterior, sin modificaciones.

Figura 14



Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2021

**Año: 2021**

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma que los últimos años, priorizan una noticia cambiando la distribución de la información con una pregunta del Comité de Transparencia de Vacunación, después de esto la estructura se mantiene.

“El Universo” – Se crea otra modificación al cambiar el fondo del encabezado de la página web, donde se regresa al fondo blanco, pero ahora la marca EL UNIVERSO lo aplican de color negro, al igual que los botones principales. Se adiciona una fila con otra información donde se colocan las noticias destacadas con una o pocas palabras, a continuación, la distribución de las noticias la conservan al año anterior.

**Figura 15**



*Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2022*

**Año: 2022**

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma que los últimos años, se considera otro espacio para publicidad, este se ubica debajo del menú principal, además se genera una zona espacial para colocar la fotografía de la noticia de mayor interés.

“El Universo” – Se crea modificaciones con respecto a la ubicación del menú principal que ahora está en la parte superior, la marca EL UNIVERSO se encuentra encima del número 100 por su aniversario, además la retícula de 4 columnas se combinan las dos centrales para la noticia principal de tal manera que se genera una distribución diferente.



Figura 16

Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2023

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma que el año anterior, sin modificaciones.



“El Universo” – La distribución de la información es la misma que el año anterior, sin modificaciones.

Figura 17

Portadas de la página web de El Comercio y El Universo año 2024

“El Comercio” – La distribución de la información es la misma que el año anterior, sin modificaciones. Se coloca una captura de la última publicación de EL COMERCIO que fue agosto 2023.

“El Universo” – La distribución de la información es la misma que el año anterior, sin modificaciones.

## **DISCUSIÓN**

Los dos diarios analizados tienen el mismo formato, la creación de una retícula nos permite evidenciar que cada uno tiene ciertas particularidades, como: el acomodo de la información, al ser la portada de un diario la presentación ante el lector utilizan un punto de tensión en el nombre del periódico como elemento identificador, en la mayoría de publicaciones El Comercio maneja una retícula irregular empleando zonas espaciales para organizar las noticias según la importancia de cada una, mientras que El Universo utiliza mayoritariamente columnas y módulos regulares y una zona espacial específicamente para la noticia más importante, los textos secundarios y terciarios son de palo seco, en los cuales utilizan estilo tipográficos como la medida y el grosor que varían dependiendo de la noticia, otro elemento que ayuda a organizar o jerarquizar la información es el color, hay textos de color negro en su mayoría y textos de color celeste y rojo que son colores corporativos.

Las imágenes manejan el criterio de jerarquía, siendo la noticia principal el elemento líder al que hay que destacar aplicando diferentes atributos como: el tamaño, color, la orientación.

Al revisar la última retícula aplicada en el diario El Universo del 1 de enero del 2024, donde se evidencia de una manera clara que el tipo de diagramación se asemeja a la interfaz de una pág. web y que los dos diarios comienzan a migrar a la era digital en el siglo XX y XXI desde la creación de sus pág. web y el manejo de las redes sociales como Facebook e Instagram, ya que los lectores pasan más tiempo en sus dispositivos móviles.

Se evidencia que tanto El Comercio como El Universo desde el año 2016 al 2024 crean publicaciones sin considerar los patrones de diseño y diagramación que deben ser considerados para el manejo en redes sociales, empezando una evolución que gráficamente no tiene buenos resultados.

Con respecto al análisis que se desarrolló con la pág. web de los dos diarios se ven ligeros cambios en el transcurso de los 10 años analizados, como: el menú principal cambio de lugar arribo del nombre del diario o abajo del mismo, la combinación de columnas y módulos para generar jerarquía en la noticia principal y el cambio de los espacios destinados para la publicidad, alternando la disposición de estos en la retícula.

## **CONCLUSIÓN**


Existen varios periódicos que forman parte de la prensa en el Ecuador y algunos que se mantienen en esta actividad por más de 100 años llegando a ser líderes en la comunicación por mantener una gráfica funcional y elocuente con un manejo de diagramación: El Comercio y El Universo.

La matriz de análisis que se utilizó para comprobar la evolución de los dos periódicos seleccionados durante 7 años para los medios impresos y las publicaciones en redes sociales se basó en el uso de patrones de diseño y su modo de diagramación evidenció que la reducción de módulos en las retículas y la generación de imágenes de mayor medida y textos cortos mejoran la distribución de la información y la legibilidad de la información.

La tendencia de migrar toda la información a lo digital alcanzó a estos dos periódicos nacionales y que la acertada modificación del diseño y diagramación de sus medios impresos al simular una página web hará que el lector se adapte con mayor facilidad a la organización de la información evidenciando que en los 10 últimos años evolucionan cada uno de los medios al reducir el número de columnas y jerarquizar la información.

## REFERENCIAS

- Alcázar, N. (2016). Definición y diseño de productos editoriales. In IC Editorial (IC Editorial).
- Banegas, D., & Rivera, D. (2012). ANÁLISIS DE LA EMPRESA INFORMATIVA IMPRESA Y DIGITAL DE ECUADOR. Razón y Palabra. [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)
- Cumpa González, L. (2015). Fundamentos De Diagramación: Revistas. In PDF SLIDE. <https://pdfslide.net/documents/cumpa-gonzalez-luis-alberto-fundamentos-de-diagramacion-revistaspdf.html>
- El Comercio. (2021). elcomercio. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/>
- El Universo. (2021). eluniverso. El Universo. <https://www.eluniverso.com/>
- Farratell, L. (2015). Maquetación y compaginación de productos gráficos complejos. IC Editorial.
- Lupton, E. (2011). PENSAR CON TIPOS. In Gustavo Gilli. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/univunirsp/detail.action?docID=4421911>.
- Mariscal, M. (2015). Órdenes de producción, equipos y páginas maestras para la maquetación y compaginación de productos gráficos. In IC Editorial.
- Pérez, M., Cifuentes, M., Rizzi, M., Hernández, I., Ramírez, L., Fuenzalida, R., & Aedo Inostroza, Ó. (2017). Principales Diarios de Ecuador. ATDL Intercambio Técnico. [www.atdl.org](http://www.atdl.org)
- Prensa Escrita. (2022). Periódicos Ecuatorianos. [Www.Prensaescrita.Com](http://www.Prensaescrita.Com). <https://www.prensaescrita.com/america/ecuador.php>
- Puente Martínez, G., & Dávalos, A. (2019). El periodista en la era digital: Transformaciones y cambios del oficio periodístico en el prensa escrita. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador.
- Pujagut, J., Mus, R., Herrera, O., Carles, A., Gual, R., García, S., Olivella, E., Fanlo, Á., Salinas, M., & Blasco, L. (2011). Desarrollo de un proyecto gráfico. In Index Book.
- 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>
- Zappaterra, Y., & Caldwell, C. (2014). Diseño editorial: periódicos y revistas / medios impresos y digitales (Editorial GG).

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .