



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**MODALIDAD DE TITULACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

TÍTULO

**COMUNICACIÓN VISUAL LINEAL Y NO LINEAL EN LOS CONTENIDOS
NOTICIOSOS DE LA PLATAFORMA DIGITAL ECUAVISA, 2025 -2026**

AUTOR:

MARCILLO PARRALES JOSUÉ JEREMÍAS

TUTOR:

ING. MANUEL ANTONIO RODAS PÉREZ, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

La Libertad, 9 de julio de 2026

CERTIFICADO DE TUTORÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título “Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital ECUAVISA, 2025-2026” de autoría del estudiante Marcillo Parrales Josué Jeremías, previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación, declaro que luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo se encuentra concluido en todas sus partes cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la normativa interna, recomendando se inicien los procesos de evaluación que corresponden.



**Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.
PROFESOR TUTOR**



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Marcillo Parrales Josué Jeremías, portador(a) de la cédula de identidad N.º 2450782053, estudiante de la carrera de Comunicación, declaro bajo juramento que el trabajo de titulación: “Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital ECUAVISA, 2025-2026” es de mi autoría, ha sido elaborado de manera personal y cumple con las normas éticas y legales de la investigación académica. Certifico que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros. En este sentido, manifiesto que no he incurrido en plagio, autoplagio ni en ninguna forma de deshonestidad académica, autorizando a su vez a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a utilizar, reproducir, difundir y almacenar este trabajo con fines académicos, investigativos y de consulta.

Firma: Marcillo Parrales Josué Jeremías

Cédula de Identidad: 2450782053

Fecha: 9 de julio de 2026

Correo electrónico: josuemarcilloparrales2053@upse.edu.ec

Teléfono: 0963268710

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcda. Sandra Betzabeth Maldonado López,
Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr.
**ASISTENTE ADMINISTRATIVO
CARRERA DE COMUNICACIÓN.**



Marcillo Parrales Josué Jeremías
ESTUDIANTE

DEDICATORIA

A mi padre Jorge Marcillo por dejarme el legado de que el esfuerzo dará su recompensa, a pesar de dificultades o adversidades siempre hay que seguir con seguridad y perseverancia. A mi madre Gisella Parrales por inculcar su pasión por realizar todo con excelencia, que todo es posible si confiamos en Dios, si creemos en nosotros. Ellos quienes son parte irremplazable de mi vida me inspiran y alientan a superar mis límites en busca de alcanzar mis logros, además de sus buenos consejos que me dan fortaleza y sabiduría para poder seguir, siendo pilares fundamentales por acompañarme en el proceso de mi formación profesional, agradezco sus enseñanzas de valores éticos y morales que me definen como persona.

A mi tío Santo Tumbaco, que ya no se encuentra en vida, pero sé que desde lo más alto nunca me permitió cesar. Gracias a sus enseñanzas y consejos de vida que me permitieron llegar a donde me encuentro hoy, sin su aliento incondicional reconozco que no sería la persona de hoy. La alegría que el reflejaba con sus palabras, la guardo en lo más profundo de mi corazón. Con mucho orgullo sé que el legado que dejó en mi familia, continua en mí, más presente que nunca

Marcillo Parrales Josué Jeremías

AGRADECIMIENTOS

A Dios por brindarme la sabiduría, fortaleza y perseverancia necesarias para culminar esta etapa universitaria de manera satisfactoria. A mis padres, hermanos y abuelos por ser un pilar fundamental en mi vida, por su apoyo incondicional, sus consejos y por acompañarme durante todo este proceso académico. A mi querida novia Saraí García por su amor, motivación y apoyo constante en los momentos más importantes de mi vida, siendo una fuente de inspiración para continuar y alcanzar esta meta. A mis grandes amigos quienes formaron parte de este camino académico compartiendo experiencias, aprendizajes y motivándonos mutuamente con el propósito de cumplir nuestros objetivos. A mis respetados docentes por instruirme con dedicación compartiendo sus conocimientos, ideas y experiencias, los cuales han sido esenciales para mi formación profesional. Con gratitud dedico estas palabras a todas las personas que de una u otra manera, contribuyeron a la realización de este logro

Marcillo Parrales Josué Jeremías

COMUNICACIÓN VISUAL LINEAL Y NO LINEAL EN LOS CONTENIDOS NOTICIOSOS DE LA PLATAFORMA DIGITAL ECUAVISA, 2025 -2026

Marcillo Parrales Josué Jeremías

Código Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-1714-5195>

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la comunicación visual lineal y no lineal presente en los contenidos noticiosos difundidos por la plataforma digital de Ecuavisa durante el período 2025-2026, identificando sus características narrativas, los recursos audiovisuales e hipermediales empleados y las diferencias funcionales entre ambas estructuras comunicacionales. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, con alcance descriptivo, mediante la aplicación de encuestas dirigidas a usuarios de la plataforma digital y entrevistas semiestructuradas a profesionales vinculados con la producción periodística del medio. Los resultados evidenciaron que la comunicación visual constituye un elemento estratégico para fortalecer la comprensión, el interés y la interacción de las audiencias; sin embargo, se identificó un predominio de estructuras narrativas lineales complementadas con recursos multimedia, mientras que las narrativas no lineales aún presentan un desarrollo parcial respecto al potencial interactivo que ofrecen las tecnologías digitales. Asimismo, se determinó que los recursos audiovisuales e hipermediales contribuyen significativamente a mejorar la experiencia informativa, aunque existe margen para ampliar la incorporación de formatos inmersivos e interactivos. Se concluye que la integración equilibrada de estrategias visuales lineales y no lineales favorece la innovación periodística, fortalece la calidad comunicacional de los contenidos digitales y responde a las nuevas dinámicas de consumo informativo propias del ecosistema digital contemporáneo.

Palabras clave: comunicación visual; narrativas digitales; periodismo digital; comunicación multimedia; Ecuavisa.

Linear and Non-Linear Visual Communication in the News Content of Ecuavisa's Digital Platform, 2025–2026

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze linear and non-linear visual communication in the news content published on Ecuavisa's digital platform during the 2025–2026 period by identifying its narrative characteristics, the audiovisual and hypermedia resources employed, and the functional differences between both communication structures. The study adopted a mixed-methods approach with a descriptive scope, using surveys administered to users of the digital platform and semi-structured interviews conducted with professionals involved in the media outlet's news production. The findings revealed that visual communication constitutes a strategic component for enhancing audience understanding, engagement, and interaction. However, a predominance of linear narrative structures supported by multimedia resources was identified, whereas non-linear narratives still show limited development regarding the interactive potential offered by digital technologies. Furthermore, the study found that audiovisual and hypermedia resources significantly improve the user's informational experience, although there remains considerable opportunity to expand the use of immersive and interactive formats. It is concluded that the balanced integration of linear and non-linear visual communication strategies promotes journalistic innovation, strengthens the communicative quality of digital news content, and responds to the new patterns of information consumption within the contemporary digital media ecosystem.

Keywords: visual communication; digital narratives; digital journalism; multimedia communication; Ecuavisa.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	1
CERTIFICADO DE TUTORÍA	2
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	3
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	9
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
1. INTRODUCCIÓN.....	13
2. MARCO REFERENCIAL	15
2.1 Antecedentes investigativos internacionales.....	15
2.2 BASES TEÓRICAS	17
2.2.1 Comunicación visual digital.....	17
2.2.2 Comunicación visual lineal.....	17
2.2.3 Comunicación visual no lineal.....	18
2.2.4 Narrativa audiovisual digital.....	18
2.2.5 Hipermedialidad en plataformas digitales.....	19
2.2.6 Convergencia mediática	20
2.2.7 Periodismo digital y contenidos noticiosos.....	21
2.2.8 Interactividad y consumo informativo digital.....	21
2.2.9 Plataformas digitales informativas	22
2.2.10 Lenguaje audiovisual en medios digitales.....	23
2.3 Fundamentación teórica	23
2.3.1 Teoría narrativa transmedia.....	23

2.3.2 Teoría del lenguaje audiovisual.....	24
2.3.3 Ecología de medios	24
2.4 Variables y dimensiones.....	25
Comunicación visual lineal y no lineal	25
Estructura narrativa visual.....	25
Elementos gráficos y audiovisuales.....	26
Interactividad comunicacional.....	27
Contenidos noticiosos de la plataforma digital	27
Presentación de la información periodística.....	28
Nivel de comprensión e impacto visual	28
Experiencia de consumo digital del usuario.....	29
2.5 Definición de términos.....	30
2.6 Modelo lógico	32
3. METODOLOGÍA	33
3.1 Paradigma de la investigación.....	33
3.2 Enfoque de la investigación.....	33
3.3 Tipo o alcance de la investigación.....	34
3.4 Diseño de la investigación.....	34
3.5 Métodos de investigación.....	35
3.6 Técnicas de investigación.....	35
3.7 Instrumentos de investigación.....	36
3.8 Población.....	36
3.9 Muestra.....	37
3.10 Procedimiento.....	37
3.11 Consideraciones éticas	38
4. RESULTADOS.....	39
Análisis de las encuestas.....	39
Análisis de las entrevistas.....	51
Análisis de la entrevista aplicada al Ing. Alfredo Viteri.....	51
Análisis de la entrevista aplicada a la Mgtr. Martha Aspiazu.....	54
5. DISCUSIONES.....	57
6. CONCLUSIONES	61
7. RECOMENDACIONES.....	62

8. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS.....	63
9. ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Los contenidos noticiosos de Ecuavisa presentan una organización visual clara que facilita la comprensión de la información	39
Tabla 2. Las noticias digitales publicadas por Ecuavisa mantienen una secuencia lógica que permite seguir fácilmente el contenido informativo.....	40
Tabla 3. Las imágenes utilizadas en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario	41
Tabla 4. Los videos incorporados en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario	42
Tabla 5. Los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente	43
Tabla 6. Los enlaces incluidos en las noticias permiten ampliar la información sobre los temas de interés	44
Tabla 7. Los recursos interactivos presentes en las noticias facilitan una navegación más dinámica dentro de la plataforma	45
Tabla 8. La combinación de textos, imágenes y videos mejora su experiencia al consumir noticias digitales.....	46
Tabla 9. Considera que las noticias de Ecuavisa aprovechan adecuadamente las posibilidades multimedia de los entornos digitales.....	47
Tabla 10. Los contenidos informativos presentan características que favorecen una interacción activa del usuario con la información.....	48
Tabla 11. La estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuye a mantener su atención durante la lectura de las noticias.....	49
Tabla 12. Considera que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalece la calidad de los contenidos informativos de Ecuavisa.....	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo Lógico	32
Figura 2. Los contenidos noticiosos de Ecuavisa presentan una organización visual clara que facilita la comprensión de la información	39
Figura 3. Las noticias digitales publicadas por Ecuavisa mantienen una secuencia lógica que permite seguir fácilmente el contenido informativo.....	40
Figura 4. Las imágenes utilizadas en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario	41
Figura 5. Los videos incorporados en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario	42
Figura 6. Los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente.....	43
Figura 7. Los enlaces incluidos en las noticias permiten ampliar la información sobre los temas de interés	44
Figura 8. Los recursos interactivos presentes en las noticias facilitan una navegación más dinámica dentro de la plataforma.....	45
Figura 9. La combinación de textos, imágenes y videos mejora su experiencia al consumir noticias digitales	46
Figura 10. Considera que las noticias de Ecuavisa aprovechan adecuadamente las posibilidades multimedia de los entornos digitales.....	47
Figura 11. Los contenidos informativos presentan características que favorecen una interacción activa del usuario con la información.....	48
Figura 12. La estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuye a mantener su atención durante la lectura de las noticias.	49
Figura 13. Considera que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalece la calidad de los contenidos informativos de Ecuavisa.	50

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, la transformación digital de los medios de comunicación ha dado lugar a la presencia de las dinámicas de producción de contenidos, distribución y consumo informativo en el ecosistema mediático contemporáneo. Desde ese contexto, las plataformas periodísticas digitales han incorporado nuevas tendencias de comunicación visual enfocadas en el fortalecimiento de la experiencia informativa de las audiencias a través de recursos de multimedia, narrativas hipermediales y estructuras interactivas que modifican los esquemas tradicionales del periodismo lineal (Salaverría & Martínez, Digital journalism in Spain: Technological, sociopolitical and economic factors as drivers of media evolution., 2024). Las transformaciones han aportado de manera significativa en el desarrollo de modelos comunicacionales híbridos dado a que convergen los elementos visuales lineales y no lineales, estableciendo la configuración de nuevas formas de interacción en los usuarios, contenidos y las plataformas digitales.

Desde el enfoque del periodismo digital contemporáneo, estudios recientes defienden que la comunicación visual constituye uno de los principales componentes estratégicos en la construcción de contenidos informativos digitales, de ello, Vásquez y González (2023) manifiestan que las plataformas digitales dado a la capacidad para captar la atención de los usuarios digitales, además de generar interacción y facilitar los procesos de interpretación mediáticos en espacios de sobreinformación. No obstante, las investigaciones relacionadas sobre la convergencia digital, narrativas transmedia y comunicación multimedia hay reflejado un crecimiento significativo en las últimas décadas, sin embargo, persiste un vacío teórico y metodológico en relación al análisis específico de la comunicación visual lineal y no lineal aplicada a las plataformas periodísticas digitales en Latinoamérica, particularmente en medios ecuatorianos.

En Ecuador, los medios de comunicación tradicionales han presentado un auge en sus procesos de adaptación digital a través de la incorporación de recursos audiovisuales, hipervínculos, galerías interactivas, contenidos multiplataforma y estructuras visuales dinámicas enfocadas a fortalecer el engagement de las audiencias digitales (García & Rodríguez, 2022). En ese escenario la plataforma digital del Canal Ecuavisa representa un caso importante de estudio dado a la integración constante de sus formatos interactivos y visuales dentro de sus contenidos de noticias que brindan día a día. De ello, se observa una limitada producción científica enfocada al análisis estructural de las formas de comunicación visual utilizadas por este medio y su estrecha relación con las dinámicas lineales y no lineales que se presentan en el escenario digital actual.

En ese aspecto, a partir de la problemática en estudio, se enfoca a responder la siguientes pregunta de investigación: ¿De qué manera se manifiestan la comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital de Ecuavisa en el período 2025-2026?. Desde esta interrogante se desprenden las problemáticas específicas relacionadas con el uso de los recursos visuales interactivos, la estructura narrativa de los contenidos digitales, la adaptabilidad de los formatos periodísticos al entorno multimedia y las nuevas tendencias de interacción comunicacional entre el medio y las audiencias digitales existentes.

En concordancia a ello, el objetivo general de la investigación consiste en analizar la comunicación visual lineal y no lineal presente en los contenidos noticiosos de la plataforma digital de Ecuavisa durante el período 2025-2026. Como objetivos específicos se plantea identificar las características visuales y narrativas presentes en los contenidos informativos digitales; describir los recursos interactivos, audiovisuales e hipermediales utilizados por la plataforma; y determinar las diferencias funcionales entre las estructuras comunicacionales lineales y no lineales presentes en las noticias digitales difundidas por el medio.

El presente trabajo de investigación inicia de la hipótesis de que la plataforma digital de Ecuavisa combina estructuras de comunicación visual lineal y no lineal para el fortalecimiento de la experiencia del consumo informativo y adaptarse a las dinámicas contemporáneas del periodismo digital multimedia actual. Desde ese enfoque, se presume que la incorporación de los recursos interactivos e hipermediales modifica las formas tradicionales de recepción noticiosa y a la vez que genera nuevas dinámicas de interacción entre la audiencia y los contenidos periodísticos digitales que brindan.

En cuanto a la importancia del presente estudio se basa en el aporte académico al campo de la comunicación digital también del periodismo multimedia y el análisis visual de contenidos informativos dado a que permitirá ampliar el conocimiento científico sobre las transformaciones narrativas presentes en los medios digitales del Ecuador. La investigación posee una relevancia institucional y social puesto que contribuirá a la comprensión de las nuevas dinámicas comunicacionales que influyen en los procesos de información y consumo mediático de las audiencias contemporáneas por último este estudio ofrecerá una aproximación metodológica y analítica aplicable a las futuras investigaciones que se relacionen con las variables de estudio en los contextos de información digital.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes investigativos internacionales

En cuanto a los antecedentes investigativos en los últimos años Las investigaciones internacionales han puesto de manifiesto que las plataformas digitales informativas han transformado de manera significativa las dinámicas de la producción y el consumo de noticias a través del uso de recursos audiovisuales e interactivos. Desde ese escenario Ruales et al., (2024) sostienen que el comportamiento de las audiencias digitales determinó que los usuarios muestran mayor preferencia por los contenidos visuales breves y que a la vez estos sean dinámicos y adaptados a los dispositivos móviles dado a que esto facilita la interacción y fortalecer la permanencia dentro de los medios digitales contemporáneos.

De igual manera, Aguirre (2024) refieren que las narrativas transmedia y la convergencia comunicacional en medios digitales europeos, identificando que las estructuras visuales no lineales favorecen procesos de navegación más interactivos y participativos dentro de las plataformas informativas. Los criterios de los autores concluyeron que la incorporación de los recursos hipertextuales audiovisuales y de multimedia permiten la optimización de la comprensión de las noticias y el fortalecimiento de la experiencia comunicativa en el escenario digital.

Paralelamente, Dijck (2022) investigó el impacto del lenguaje audiovisual y la interactividad en plataformas periodísticas digitales, estableciendo que las noticias acompañadas de recursos multimedia generan mayores niveles de atención y recordación informativa en los usuarios. En efecto este estudio determinó que los medios digitales contemporáneos necesitan integrar formatos visuales interactivos e innovadores para poder presentar nuevas formas de consumo y generar expectativa en la audiencia dentro de los entornos virtuales y multiplataforma.

Los estudios relacionados con la comunicación visual digital ponen de manifiesto que los medios informativos transforman sus narrativas tradicionales hacia formatos interactivos y multimedia adaptándose al escenario digital. Según Sábada y Salaverría (2023), la convergencia mediática ha permitido que los usuarios participen activamente en la construcción y consumo de contenidos informativos mediante estructuras hipermediales y transmedia, modificando la lógica secuencial clásica de los mensajes audiovisuales y fortaleciendo nuevas dinámicas de interacción comunicativa.

En cuanto al ámbito del periodismo digital existen diversos estudios que sostienen que la comunicación visual no lineal ha incrementado la participación de la audiencia a través de los

contenidos fragmentados y que son adaptables a múltiples dispositivos tecnológicos. Jenkins (2023) enfatiza que las plataformas digitales contemporáneas favorecen las experiencias narrativas donde el receptor ya no sigue solo una secuencia informativa, sino que interactúa con el emisor de manera de brindar los recursos visuales audiovisuales e hipertextuales que amplían experiencia comunicacional y el consumo personalizado de noticias.

Por otra parte, investigaciones desarrolladas en medios europeos y norteamericanos destacan que la comunicación visual lineal continúa presente en los contenidos periodísticos digitales, especialmente en estructuras audiovisuales provenientes de formatos televisivos tradicionales. De acuerdo con Kippes (2021), muchos medios de comunicación mantienen esquemas narrativos secuenciales y cronológicos para garantizar claridad informativa y comprensión inmediata, aunque integran elementos interactivos que permiten combinar formatos lineales y no lineales dentro de una misma plataforma digital.

En ese escenario los estudios sobre las plataformas digitales ponen en evidencia que el diseño visual la hipertextualidad y la interactividad inciden de manera directa en la experiencia del usuario en la permanencia de las audiencias dentro de los portales donde se desarrollan las noticias en las plataformas digitales. De ello, Salavarría y Masip (2021) enfatizan que los medios digitales contemporáneos utilizan los recursos gráficos videos cortos galerías interactivas y los enlaces multimedia para construir las narrativas visuales más atractivas de esta manera se favorecen nuevos modelos de comunicación informativa que están enfocados en el entorno digital y el consumo móvil.

Los estudios desde el enfoque internacional permiten evidenciar que la comunicación visual lineal y no lineal constituyen un elemento importante de estudio dentro del análisis de los medios digitales contemporáneos. Aunque existen múltiples investigaciones sobre narrativa transmedia, periodismo multimedia e interactividad digital, aún son limitados los estudios enfocados específicamente en plataformas informativas latinoamericanas y ecuatorianas, lo que justifica la necesidad de analizar los contenidos noticiosos digitales de ECUAVISA durante el período 2025-2026 desde una perspectiva comunicacional y visual.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Comunicación visual digital

La comunicación visual digital constituye un proceso de transmisión de mensajes mediante recursos gráficos, audiovisuales y multimedia que permiten generar interacción y comprensión dentro de entornos tecnológicos contemporáneos. De acuerdo al criterio de Jenkins (2023) este tipo de comunicación integra elementos semióticos visuales que son capaces de construir significados. Mediante los colores, símbolos e imágenes, además de las composiciones digitales enfocadas a incidir en la interpretación de las audiencias dentro del escenario virtual.

En cuanto los medios digitales contemporáneos, la comunicación visual ha adquirido gran importancia dado al crecimiento de las plataformas digitales, además del consumo acelerado de la información a través de los dispositivos móviles y las redes sociales. En ese escenario Durán et al., (2021) manifiestan que los ecosistemas digitales actuales combinan videos, gráficos interactivos y textos, además de hipertextos para el fortalecimiento de la experiencia formativa de los usuarios. De esta manera, se permite que existan nuevas dinámicas de interacción y participación dentro de los procesos comunicacionales en el entorno digital.

Además, la comunicación visual digital representa uno de los principales recursos estratégicos utilizados por los medios de comunicación para captar la atención de las audiencias y fortalecer el impacto de los contenidos informativos. Salaverría y Masip (2021) sostienen que los medios periodísticos contemporáneos emplean narrativas visuales dinámicas y recursos multimedia adaptados al entorno digital con la finalidad de mejorar la accesibilidad, comprensión e inmediatez de las noticias dentro de plataformas virtuales y redes informativas.

2.2.2 Comunicación visual lineal

La comunicación visual lineal se caracteriza por presentar la información mediante una secuencia organizada y cronológica que orienta al receptor hacia una interpretación estructurada del mensaje. Según García et al. (2025), este modelo comunicacional mantiene una lógica narrativa tradicional basada en el inicio, desarrollo y cierre de los contenidos audiovisuales, permitiendo que las audiencias sigan un recorrido informativo previamente establecido dentro de los medios digitales y plataformas periodísticas contemporáneas.

En el ámbito de los contenidos noticiosos, la comunicación visual lineal continúa siendo utilizada por diversos medios informativos debido a que facilita la claridad narrativa y la comprensión inmediata de los acontecimientos. De acuerdo con Medina (2022), las estructuras lineales permiten organizar

visualmente la información mediante secuencias audiovisuales coherentes que fortalecen la interpretación del mensaje periodístico y garantizan mayor estabilidad en la transmisión de contenidos dirigidos a las audiencias digitales.

De ello, la comunicación visual lineal mantiene una estrecha relación con los formatos audiovisuales provenientes de la televisión tradicional adaptados actualmente a plataformas digitales informativas. Muñoz (2018) sostiene que muchos medios digitales conservan esquemas secuenciales dentro de sus noticias audiovisuales, especialmente en videos informativos, reportajes y transmisiones en directo, debido a que estos formatos favorecen la organización narrativa, el orden informativo y la continuidad visual de los contenidos periodísticos.

2.2.3 Comunicación visual no lineal

La comunicación visual no lineal representa un modelo narrativo caracterizado por la fragmentación, interactividad y flexibilidad en la organización de los contenidos digitales. Para Aguirre (2024) este tipo de comunicación faculta que la audiencia acceda a las múltiples rutas informativas a través de los recursos hipertextuales audiovisuales y de multimedia puesto que transforma la experiencia tradicional de recepción dentro de las plataformas digitales actuales.

En el enfoque del periodismo digital la comunicación visual no lineal se presenta Mediante los elementos interactivos como son los enlaces, galerías visuales, los videos cortos y los contenidos adaptados al consumo móvil. De acuerdo a este criterio López et al (2021) refieren que las plataformas digitales actuales favorecen las experiencias del usuario en la dinámica informativa donde se selecciona el orden en la profundidad del contenido que desea consumir de esta manera se fortalece el proceso de navegación de manera personalizada.

En ese contexto la comunicación visual no lineal ha presentado modificaciones de manera significativa en las estrategias narrativas que se utilizan por los medios informativos dentro de los entornos visuales actuales. Salaverría y Masip (2021) sostienen que los medios digitales incorporan estructuras visuales fragmentadas e hipermediales para captar la atención de las audiencias y aumentar la participación del usuario, integrando formatos multimedia que favorecen nuevas formas de producción, circulación y consumo de contenidos noticiosos digitales.

2.2.4 Narrativa audiovisual digital

En cuanto a la narrativa audiovisual digital esta constituye uno de los elementos importantes en la forma de construcción comunicacional dado que se basa en la integración de las imágenes, videos,

textos, sonidos y los recursos multimedia que son enfocados en transmitir la información dentro del contexto virtual. De acuerdo a Ryan (2022) refiere que este tipo de narrativa se caracteriza por la combinación de los elementos audiovisuales interactivos que permiten el fortalecimiento de la experiencia comunicativa de las audiencias a través de los formatos hidráulicos que se adaptan a las plataformas digitales y al consumo multiplataforma.

En el contexto del periodismo digital, el narrativo audiovisual evolucionado de manera significativa dado a la incorporación de las tecnologías multimedia y los recursos hipermediales que modifican las formas tradicionales de presentar los informativos noticiosos. De acuerdo con Silva et al. (2023), las plataformas informativas digitales integran videos, animaciones, gráficos interactivos y secuencias visuales fragmentadas para generar contenidos más atractivos y participativos, favoreciendo nuevas dinámicas de producción y circulación de información periodística en entornos digitales.

En ese escenario la narrativa audiovisual digital permite el fortalecimiento de los niveles de interacción y permanencia de la audiencia dentro de los medios de comunicación contemporáneos. Salaverría y Martínez (2024) enfatizan que en las organizaciones en el ámbito periodístico utilizan estructuras audiovisuales adaptadas al entorno móvil y a las redes sociales esto con la finalidad de captar la atención de los usuarios de manera que integran los recursos visuales y la multimedia que optimizan la comprensión informativa y a la vez que favorecen las experiencias comunicacionales más inmediatas en el contexto dinámico e interactivo.

2.2.5 Hipermedialidad en plataformas digitales

La hipermedialidad en plataformas digitales hace referencia a la integración de múltiples formatos comunicacionales como texto, imagen, audio, video e hipervínculos dentro de un mismo entorno interactivo. De acuerdo a Vázquez (2021) refiere que la hipermedialidad permiten estructurar los contenidos digitales a través de las conexiones dinámicas facilitando los recorridos informativos no secuenciales de manera además que fortalece la experiencia comunicativa que sea más flexible e interactiva para la audiencia digital.

En el escenario digital, la hipermedialidad ha transformado las formas tradicionales de producción y del consumo de las noticias dado a la incorporación de los recursos multimedia e hipertextuales que se adaptan a dispositivos tecnológicos y a las redes sociales informativas. En ese contexto, Salavarría y Masip (2021) determinan que los medios digitales utilizan galerías visuales enlaces interactivos videos incrustados y adicional a ello gráficos multimedia para enriquecer la experiencia del usuario

de manera que se emplean las posibilidades narrativas dentro de las plataformas periodísticas digitales.

La hipermedialidad fortalece la participación activa de las audiencias al permitir procesos de navegación personalizada y acceso inmediato a contenidos complementarios relacionados con la información principal. Aguirre (2024) sostiene que las plataformas digitales contemporáneas construyen ecosistemas comunicacionales interconectados donde los usuarios interactúan constantemente con recursos audiovisuales y multimedia, generando nuevas dinámicas de consumo informativo basadas en la convergencia mediática y la interactividad digital.

2.2.6 Convergencia mediática

La convergencia mediática constituye un proceso comunicacional mediante el cual diferentes medios, formatos y tecnologías se integran dentro de un mismo entorno digital para facilitar la producción y circulación de contenidos multimedia. Según Jenkins (2023), este fenómeno permite que las plataformas digitales combinen recursos audiovisuales, interactivos e hipertextuales, transformando las dinámicas tradicionales de comunicación y fortaleciendo nuevas formas de participación de las audiencias dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

En el escenario del periodismo digital la convergencia mediática ha impulsado la adaptación de los medios informativos hacia los modelos donde se desarrolla la multiplataforma y que están enfocados en el consumo móvil e interactivo. Desde ese enfoque Ruales et al., (2024) sostienen que los medios de comunicación actuales integran imágenes, videos y transmisiones en vivo en las redes sociales; de esta manera se construyen los contenidos informativos más dinámicos y que son accesibles al consumo del usuario permitiendo la ampliación de la cobertura periodística y la optimización de la experiencia comunicacional.

En ese escenario, la convergencia mediática ha modificado significativamente los procesos de producción y distribución de noticias dentro de las plataformas digitales contemporáneas. Vásquez y González (2023) sostienen que la integración tecnológica y multimedia favorece la creación de narrativas transmedia e interactivas donde las audiencias dejan de ser únicamente receptoras pasivas para convertirse en participantes activos dentro de la circulación, interpretación y difusión de contenidos periodísticos en entornos virtuales.

2.2.7 Periodismo digital y contenidos noticiosos

El periodismo digital representa una evolución de los modelos tradicionales de comunicación informativa mediante el uso de plataformas tecnológicas, recursos multimedia y entornos interactivos orientados a la difusión inmediata de noticias. Según Durán et al. (2021), este tipo de periodismo integra textos, imágenes, videos, transmisiones en vivo e hipervínculos para fortalecer la experiencia informativa de las audiencias y adaptar los contenidos noticiosos a las dinámicas de consumo digital contemporáneo.

Cabe recalcar que en los medios digitales actuales los contenidos noticiosos se caracterizan por la presentación de los formatos multimedias interactivos dado que esto facilitan la actualización constante de la información y soportan la participación activa de los usuarios. Es importante resaltar lo que refiere Muñoz (2018) en cuanto a las plataformas periodísticas digitales que han transformado las rutinas de producción informativa a través de la utilización de las herramientas tecnológicas que facultan la generación de noticias de forma inmediata dinámica y que están adaptadas a la demanda actual en la era digital.

En el enfoque del periodismo digital el consumo informativo ha experimentado transformaciones relevantes debido al uso masivo de los dispositivos móviles que actualmente se presentan además del acceso a las redes sociales que son los principales canales de acceso a las noticias. García y Rodríguez (2022) sostienen que los contenidos noticiosos digitales incorporan estructuras audiovisuales, hipertextuales y transmedia que fortalecen la interacción de las audiencias y favorecen nuevas formas de circulación y consumo de información dentro de ecosistemas mediáticos convergentes y plataformas digitales multiplataforma.

2.2.8 Interactividad y consumo informativo digital

La interactividad constituye uno de los principales elementos de la comunicación digital contemporánea, debido a que permite la participación activa de las audiencias dentro de los procesos de producción, circulación y consumo de información. Según Jenkins (2023), los entornos digitales actuales favorecen experiencias comunicativas participativas donde los usuarios interactúan con contenidos multimedia mediante comentarios, enlaces, reacciones y mecanismos de navegación dinámica dentro de las plataformas informativas digitales.

En el enfoque del periodismo digital el consumo informativo ha experimentado transformaciones relevantes debido al uso masivo de los dispositivos móviles que actualmente se presentan además del acceso a las redes sociales que son los principales canales de acceso a las noticias. En relación aquello,

López et al (2021) determinan que las audiencias contemporáneas consumen información de manera inmediata interactiva y a la vez fragmentada priorizando los contenidos audiovisuales y multimedia que facilitan los procesos de acceso interpretación y participación dentro del contexto comunicacional digital actual.

La interactividad digital ha modificado las estrategias narrativas implementadas por los medios de comunicación para captar y mantener la atención de las audiencias. Salaverría y Masip (2021) sostienen que las plataformas periodísticas incorporan recursos como videos interactivos, hipervínculos, transmisiones en vivo y formatos multimedia adaptados al entorno móvil con la finalidad de fortalecer la experiencia del usuario y aumentar los niveles de participación e involucramiento dentro del consumo informativo digital.

2.2.9 Plataformas digitales informativas

Las plataformas digitales informativas constituyen espacios tecnológicos destinados a la producción, distribución y consumo de contenidos periodísticos mediante recursos multimedia e interactivos adaptados a entornos virtuales contemporáneos. Según Salaverría (2023), estas plataformas integran textos, imágenes, videos, transmisiones en vivo e hipervínculos que permiten fortalecer la inmediatez informativa y mejorar la experiencia de navegación de las audiencias dentro de los ecosistemas comunicacionales digitales.

En el escenario del periodismo contemporáneo las plataformas digitales han presentado una transformación de forma significativa en las dinámicas tradicionales de acceso y circulación de la información. En ese contexto, Scolari (2022) sostiene que los medios informativos digitales actualmente utilizan estructuras multimedias e hipermediales para adaptar sus contenidos a los dispositivos móviles y a las redes sociales de manera que favorece una nueva forma de interacción y consumo informativo que son caracterizadas por la participación activa y la personalización de la experiencia comunicacional entre el emisor y el receptor.

Las plataformas digitales informativa de acuerdo a su utilidad permiten que los medios de comunicación desarrollen las estrategias narrativas que son enfocadas en captar la atención de audiencia que cada vez son más participativas. Pavlik (2022) enfatiza que la implementación de recursos audiovisuales los contenidos interactivos y los formatos transmedia fortalecen la capacidad de los medios digitales para la difusión de las noticias de forma inmediata y dinámica de esta manera se optimiza la relación entre la producción periodística la innovación tecnológica y el consumo Informativo en los escenarios virtuales.

2.2.10 Lenguaje audiovisual en medios digitales

El lenguaje audiovisual en medios digitales constituye un sistema de comunicación basado en la integración de imágenes, sonidos, textos, movimientos y recursos multimedia orientados a transmitir mensajes de manera dinámica e interactiva. Según Metz (2021), el lenguaje audiovisual permite construir significados mediante códigos visuales y sonoros que facilitan la interpretación de los contenidos informativos dentro de los entornos digitales contemporáneos y las plataformas multimedia.

En el escenario del periodismo digital el lenguaje audiovisual siendo importante en la línea comunicativa ha evolucionado debido a la incorporación de tecnología interactiva y los formatos multimedias que son adaptados al consumo móvil y la multiplataforma. En ese contexto Manovich (2022) sostiene que los medios digitales contemporáneos aplican videos cortos gráficos animados transmisiones en vivo y las secuencias visuales dinámicas para lograr la atención de la audiencia y de esta manera fortalecer la comprensión informativa dentro de los ecosistemas comunicacionales digitales.

Es importante acotar que el lenguaje audiovisual en los medios digitales favorece los procesos de interacción y la participación que transforma la forma tradicional del consumo de noticias y de los contenidos informativos. Salaverría y Masip (2023) determinan que las plataformas digitales integran los recursos visuales los contenidos hipertextuales y multimedia permitiendo la construcción de narrativas más atractivas y adaptables a las necesidades de los usuarios de esta forma se desarrolla un fortalecimiento en la experiencia comunicacional y la circulación inmediata de información en los entornos virtuales digitales contemporáneos.

2.3 Fundamentación teórica

2.3.1 Teoría narrativa transmedia

La teoría narrativa transmedia explica cómo los contenidos comunicacionales se expanden a través de múltiples plataformas y formatos digitales, permitiendo que las audiencias interactúen activamente con la información desde distintos espacios mediáticos. Según Jenkins (2023), las narrativas transmedia favorecen procesos de participación e interactividad donde cada medio aporta elementos complementarios a la construcción del mensaje, fortaleciendo experiencias comunicativas dinámicas dentro de los ecosistemas digitales contemporáneos.

En el escenario del periodismo digital, la narrativa transmedia refleja la importancia del uso de los medios informativos dado que estos integran recursos audiovisuales redes sociales videos vínculos y

plataformas multimedia para la ampliación de la difusión y la comprensión de las noticias para los usuarios. En ese enfoque Scolari (2022) enfatiza que este enfoque transforma las formas tradicionales de la producción informativa dado que permite estructurar de manera narrativa los contenidos no lineales e interactivos donde las audiencias participan de forma activa en la circulación y consumo de los contenidos digitales dentro de los entornos virtuales.

2.3.2 Teoría del lenguaje audiovisual

La teoría del lenguaje audiovisual analiza la forma en que las imágenes, sonidos, movimientos y recursos visuales construyen significados dentro de los procesos comunicacionales contemporáneos. Según Metz (2021), el lenguaje audiovisual constituye un sistema semiótico capaz de transmitir emociones, información e interpretaciones mediante códigos visuales y sonoros organizados estratégicamente dentro de los contenidos mediáticos y digitales.

El contexto del lenguaje audiovisual los medios digitales actuales adquieren gran importancia dado a la incorporación de los formatos multimedia interactivos de forma que se adaptan al consumo móvil y a las plataformas virtuales. Manovich (2022) enfatizan que los medios contemporáneos utilizan las secuencias visuales los gráficos animados y los recursos multimedia para fortalecer la narrativa informativa y de esta manera lograr la captación de las audiencias digitales a través de las experiencias comunicacionales a fin de que sean más participativas y dinámicas.

2.3.3 Ecología de medios

La teoría de la ecología de medios explica cómo las tecnologías y plataformas de comunicación transforman las dinámicas sociales, culturales y comunicacionales dentro de las sociedades contemporáneas. Según McLuhan (2021), los medios no solo transmiten información, sino que modifican la percepción, interacción y comportamiento de las audiencias, generando nuevas formas de producción y consumo mediático adaptadas a los avances tecnológicos y digitales.

Es importante acotar que en el ámbito del periodismo digital la ecología de medios permite la comprensión de las transformaciones narrativas y visuales que se desarrollan en las plataformas informativas contemporáneas. Según Scolari (2022) determinan que los ecosistemas mediáticos digitales integran las múltiples formatos y tecnologías que favorecen la convergencia comunicacional la hipertextualidad y la interacción constante entre los contenidos informativos los usuarios de forma que se modifica de manera significativa las maneras tradicionales de circulación de noticias dentro de los entornos virtuales.

2.4 Variables y dimensiones

Comunicación visual lineal y no lineal

La comunicación visual lineal y no lineal constituye un modelo comunicacional utilizado por los medios digitales para organizar y difundir contenidos informativos mediante estructuras audiovisuales y multimedia adaptadas a entornos virtuales contemporáneos. Según Jenkins (2023), la evolución tecnológica ha permitido que las plataformas digitales integren narrativas secuenciales tradicionales junto con dinámicas interactivas e hipertextuales orientadas a fortalecer la experiencia comunicativa y la participación activa de las audiencias.

En el escenario del periodismo digital, la comunicación visual lineal se caracteriza por tener una estructura narrativa de forma organizada y cronológicamente aquello facilita la comprensión inmediata de la información por parte de los usuarios. No obstante, la comunicación visual no lineal incorpora recursos interactivos hipertextuales y multimedia lo que permite que la audiencia navegue de manera libre entre distintos contenidos informativos de esta manera se genera experiencias comunicacionales dinámicas y personalizadas dentro de las plataformas digitales contemporáneas (Scolari, 2022).

Es relevante considerar que la comunicación visual lineal y no lineal representan un componente estratégico dentro de los medios informativos digitales dado a que influyen de manera directa en la forma en que la audiencia consume e interpreta las noticias que recibe. Salaverría y Masip (2023) enfatizan que los medios digitales contemporáneos integran los elementos audiovisuales gráficos interactivos de esta manera se fortalecen impacto visual de los contenidos noticiosos y aquello propicia la optimización de la interacción de los usuarios dentro del ecosistema de comunicaciones convergentes.

Estructura narrativa visual

De acuerdo a la estructura narrativa visual esta hace referencia a la forma en que los contenidos informativos se organizan de manera visual dentro de una plataforma digital de manera que facilita la transmisión y la comprensión del mensaje periodístico. De acuerdo al criterio de Manovich (2022) sostiene que las narrativas visuales pueden desarrollarse a través de la secuencia lineales o estructuras interactivas que permiten distintos niveles de navegación y participación del usuario dentro de los entornos multimedias actuales.

En ese contexto el periodismo digital debe estar desarrollado bajo una estructura narrativa que incide en la forma en que la audiencia debe interpretar las noticias. Scolari (2022) sostiene que la narrativa digital contemporáneas integran de manera secuencial los hipertextos y los recursos multimedia que fortalecen la experiencia comunicacional y a la vez que favorece la dinámica de la interacción adaptada a los nuevos hábitos de consumo digital.

En ese contexto la estructura narrativa visual representa un componente elemental dentro de las plataformas periodísticas digitales puesto que organiza de manera estratégica la información de esta manera se facilita la comprensión interpretación de la noticia por parte del consumidor. La aplicación de las secuencias visuales lineales o interactivas permite el fortalecimiento de la experiencia comunicacional de los usuarios a la vez que adapta los contenidos informativos a las nuevas dinámicas del consumo digital desarrollándose un entorno multimedia contemporáneo actualizado.

Elementos gráficos y audiovisuales

De acuerdo al análisis de los elementos gráficos y audiovisuales, estos constituyen recursos visuales que se utilizan para complementar y fortalecer la transmisión de los contenidos informativos dentro de las plataformas digitales. De acuerdo al enfoque de Kress y Van Leeuwen (2021) sostienen que las imágenes los colores la tipografía los videos y las animaciones permiten la construcción de significados visuales capaces de influir en la percepción interpretación de las audiencias dentro del contexto de los procesos comunicacionales digitales.

En el periodismo digital, los elementos gráficos y audiovisuales adquieren gran relevancia debido a que facilitan la presentación dinámica de la información y fortalecen el impacto visual de las noticias. Salaverría (2023) manifiesta que los medios digitales integran recursos multimedia e interactivos para captar la atención de los usuarios y optimizar la comprensión de los contenidos periodísticos mediante formatos visuales adaptados al entorno móvil y multiplataforma.

En consecuencia, los elementos gráficos y audiovisuales se constituyen en herramientas sustanciales dentro del periodismo digital dado que contribuyen de manera significativa a mejorar la presentación y el atractivo visual de los contenidos informativos. Cabe recalcar que la adecuada integración de las imágenes videos colores y recursos multimedia favorecen los procesos de comunicación y se vuelven más dinámicos e interactivos de esta manera se permite la captación de la atención de la audiencia y el fortalecimiento de la comprensión de las noticias en la plataforma digitales actuales.

Interactividad comunicacional

En el contexto de la interactividad comunicacional, esta se refiere a la capacidad que poseen las plataformas digitales para permitir la participación activa de los usuarios a través de las herramientas de navegación los enlaces las reacciones y los recursos interactivos. Desde ese enfoque, Jenkin (2023) enfatiza que la comunicación digital contemporánea fortalece los modelos participativos donde las audiencias interactúan de manera constante con los contenidos informativos y a la vez que construyen las experiencias comunicacionales y dinámicas dentro de los ecosistemas multimedia.

No obstante, en el ámbito de los medios digitales la interactividad comunicacional fortalece los procesos de consumo informativo y a la vez que modifican las relaciones tradicionales entre los emisores y los receptores. Desde ese escenario Palvik (2022) sostienen que los usuarios digitales contemporáneos demandan experiencias informativas que sean más flexibles inmediatas interactivas dado que esta situación impulsa a los medios de comunicación a integrar herramientas multimedia y formatos que sean participativos dentro de las plataformas periodísticas.

Desde ese enfoque la interactividad comunicacional, se consolida como uno de los principales elementos que transforman las relaciones entre los medios digitales y las audiencias dentro de los entornos visuales contemporáneos, donde además la participación activa de los usuarios a través de las herramientas multimedia e interactivas fortalece la experiencia de consumo informativo y a la vez que permite la construcción de procesos comunicacionales más dinámicos y adaptados a las nuevas exigencias tecnológicas que presenta el periodismo digital actual.

Contenidos noticiosos de la plataforma digital

En cuanto al abordaje del aspecto de los contenidos noticiosos de la plataforma digital aquellos se sostiene en la comprensión del conjunto de la información periodística que se difunde Mediante los recursos audiovisuales multimedia interactivos y que son adaptados a los entornos de las plataformas digitales contemporáneas. Para Salaverría (2023) refiere que los medios digitales utilizan formas de multimedia y estrategias visuales para optimizar la difusión de noticia y de esta manera se fortalece la experiencia comunicacional de las audiencias dentro de las plataformas informativas digitales actuales.

En el escenario del periodismo digital los contenidos noticiosos han evolucionado de manera significativa debido a la incorporación de herramientas tecnológicas y dinámicas de consumos adaptadas al entorno móvil y a las redes sociales. En ese parámetro Scolari (2022) enfatiza que las plataformas informativas contemporáneas integran recursos visuales hipertextuales e interactivos

dado a que permiten la construcción de narrativas digitales más dinámicas y la participación orientada a la captación de nuevos usuarios.

Los contenidos noticiosos digitales representan uno de los principales mecanismos de interacción entre los medios de comunicación y las audiencias contemporáneas. Pavlik (2022) sostiene que las organizaciones periodísticas utilizan recursos audiovisuales, transmisiones en vivo y formatos multimedia para fortalecer la comprensión informativa, optimizar la accesibilidad y aumentar los niveles de participación de los usuarios dentro de los ecosistemas digitales informativos.

Presentación de la información periodística

En cuánto es la presentación de la información periodística esta hace referencia a la manera en que las noticias deben presentarse de forma organizada y que se difunda dentro del contexto visual en las plataformas digitales contemporáneas. De acuerdo a este criterio Salaverría y Masip (2023) sostienen que los medios digitales emplean estructuras audiovisuales gráficos interactivos y los recursos multimedia para lograr la optimización de la accesibilidad y la comprensión de los contenidos informativos que son dirigidos a las audiencias virtuales.

En cuanto al periodismo digital contemporáneo la presentación visual de las noticias incide de manera directa en la percepción y atención de los usuarios dentro de las plataformas informativas. Manovich (2022) enfatiza que la integración de videos imágenes tipografías y los diseños de multimedia fortalecen la narrativa periodística y a la vez que favorece la experiencia comunicacional dado que se vuelve más dinámica para el consumo digital contemporáneo.

En ese contexto la presentación de la información periodística constituye uno de los elementos esenciales dentro de la plataforma digitales dado a que incide de manera directa en la forma en que la audiencia percibe interpreta y consume las noticias. Es necesario enfatizar que la incorporación de recursos audiovisuales gráficos interactivos y diseño de multimedia permiten el fortalecimiento de la accesibilidad informativa a la vez de optimizar la experiencia comunicacional de los usuarios dentro de los entornos periodísticos digitales.

Nivel de comprensión e impacto visual

Desde el enfoque del nivel de comprensión y del impacto visual que tiene la información esta se relaciona con la capacidad que tienen los contenidos informativos para lograr la captación de la atención de la audiencia y de esta manera se facilita la interpretación de la noticia a través de los recursos visuales y audiovisuales. Según Kress y Van Leeuwen (2021), los elementos visuales

influyen significativamente en los procesos cognitivos y comunicacionales, favoreciendo una comprensión más rápida y efectiva de los mensajes digitales.

En las plataformas periodísticas digitales, el impacto visual constituye un elemento estratégico para fortalecer el consumo informativo y aumentar la permanencia de las audiencias dentro de los medios virtuales. Salaverría (2023) manifiesta que los recursos gráficos, audiovisuales y multimedia permiten optimizar la presentación de la información y mejorar la experiencia comunicativa de los usuarios en entornos digitales contemporáneos.

Desde este enfoque el nivel de comprensión e impacto visual representa un factor importante y estratégico para fortalecer la efectividad comunicacional de los contenidos noticiosos difundido en las plataformas digitales el uso adecuado de estos elementos visuales favorecen los procesos de interpretación más rápidos y dinámicos de esta manera se permite la captación de la atención de las audiencias y el fortalecimiento de la permanencia de los usuarios dentro de los medios digitales contemporáneos.

Experiencia de consumo digital del usuario

La experiencia del consumo digital se entiende como las percepciones y las dinámicas de la interacción desarrollada por las audiencias al acceder a los contenidos informativos dentro de las plataformas y a las redes sociales. Según Pavlik (2022) sostiene que los usuarios contemporáneos demandan experiencias comunicacionales de manera inmediata además que sean accesibles interactivas y que faciliten la navegación y la comprensión de la información periodística en los entornos virtuales.

En ese escenario de los medios digitales la experiencia de consumo informativo depende únicamente de los factores relacionados con la accesibilidad el diseño visual la navegación multimedia y la interacción comunicacional. Scolari (2022) sostiene que las plataformas digitales actuales construyen experiencia informativa de manera personalizada a través de los recursos interactivos e hipermediales a la vez que fortalece la relación entre el usuario y el contenido noticioso digital.

Por ello es importante acotar que la experiencia del consumo digital del usuario se relaciona estrechamente con la capacidad de la plataforma informativa para ofrecer un entorno accesible además que sea interactivo y adaptado a las necesidades comunicacionales de la audiencia contemporánea. La aplicación integración de las herramientas multimedia, así mismo como la navegación dinámica y los recursos hipermediales permiten el fortalecimiento de la interacción de

los usuarios con los contenidos periodísticos a la vez que optimiza las formas de acceso a la información dentro de los ecosistemas digitales actuales.

2.5 Definición de términos

Comunicación visual digital: Es el proceso de transmisión de mensajes a través de los recursos gráficos audiovisuales y de multimedia dentro del contexto de las plataformas tecnológicas interactivas orientadas a facilitar la participación y comprensión de la audiencia digitales (Scolari, 2022).

Comunicación visual lineal: Es el modelo narrativo basado en la organización secuencial y cronológica de la infraestructura visual donde el receptor sigue un recorrido informativo previamente delimitado y estructurado por el medio de comunicación (Manovich, 2022).

Comunicación visual no lineal: Es la forma de comunicación digital que faculta a los usuarios a navegar de manera libre entre los distintos contenidos multimedia e hipertextuales sin seguir una secuencia única predeterminada (Jenkins, 2023).

Narrativa audiovisual digital: Es la estrategia comunicacional que Integra las imágenes sonidos videos y recursos multimedia para la construcción de contenido informativos dinámicos dentro del entorno digital contemporáneo (Ryan, 2022).

Hipermedialidad: Es la capacidad de la plataforma digitales para integrar múltiples formatos comunicacionales como texto audio video imágenes e hipervínculos dentro del contexto del entorno interactivo en el que se desarrollan (Landow, 2021).

Convergencia mediática: Es el proceso de integración tecnológica y comunicacional a través del cual los diferentes medios y formatos digitales interactúan para la producción y difusión de los contenidos multimedia (Jenkins, 2023).

Periodismo digital: Modalidad periodística desarrollada en plataformas tecnológicas y virtuales que utiliza recursos multimedia, interactividad e inmediatez para la difusión de noticias (Salaverría, 2023).

Contenido noticioso digital: Es la información periodística difundida a través de la plataforma visuales utilizando los recursos visuales audiovisuales y la interactividad adaptado al entorno digital actual (Pavlik, 2022).

Lenguaje audiovisual: Sistema de comunicación basado en imágenes, sonidos, movimientos y recursos visuales orientados a transmitir significados y mensajes informativos (Metz, 2021).

Interactividad digital: Es la capacidad que tienen los usuarios para participar de manera activa en las plataformas digitales a través de los comentarios enlaces y las reacciones y navegación multimedia (Jenkins, 2023).

Estructura narrativa visual: Es la Organización visual y secuencial de los contenidos informativos a través de los recursos gráficos y audiovisuales que orientan a la mejor comprensión del mensaje periodístico (Manovich, 2022).

Elementos gráficos y audiovisuales: Son los recursos utilizados en las plataformas digitales para fortalecer la comunicación informativa como son las imágenes colores tipografía video animaciones e infografías

Plataformas digitales informativas: Espacios virtuales destinados a la producción, distribución y consumo de contenidos periodísticos mediante tecnologías multimedia e interactivas (Salaverría, 2023).

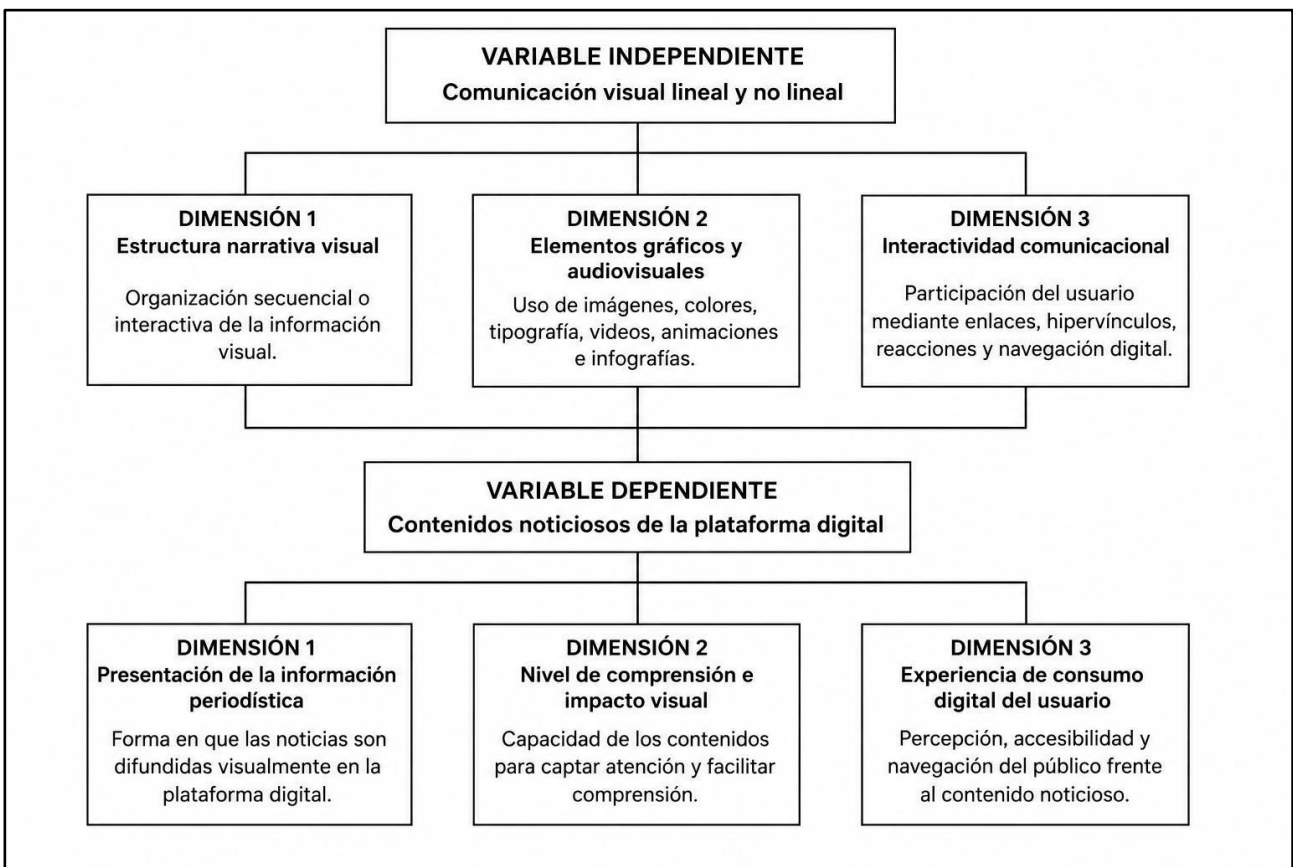
Consumo informativo digital: Proceso mediante el cual las audiencias acceden, interpretan e interactúan con contenidos noticiosos a través de medios y plataformas digitales contemporáneas (Pavlik, 2022).

Ecología de medios: Teoría que analiza cómo las tecnologías y medios de comunicación transforman las dinámicas sociales, culturales y comunicacionales dentro de las sociedades contemporáneas (McLuhan, 2021).

2.6 Modelo lógico

El modelo lógico de la investigación plantea que la comunicación visual lineal y no lineal utilizada en los contenidos digitales de ECUAVISIA influye en la forma de presentación de las noticias, el impacto visual generado en las audiencias y la experiencia de consumo digital de los usuarios. Para ello, se analizan dimensiones relacionadas con la estructura narrativa visual, los elementos gráficos y audiovisuales y la interactividad comunicacional, las cuales permiten comprender la manera en que las plataformas informativas digitales construyen experiencias periodísticas adaptadas a los nuevos entornos multimedia e interactivos.

Figura 1. Modelo Lógico



3. METODOLOGÍA

3.1 Paradigma de la investigación

La presente investigación se desarrolló bajo el paradigma pragmático, considerado uno de los enfoques epistemológicos más adecuados para estudios que combinan métodos cuantitativos y cualitativos. De acuerdo con Creswell y Creswell (2023), sostienen que el pragmatismo se caracteriza por la prioridad de la solución de los problemas de investigación que parten de la utilización de diversos procedimientos metodológicos de esta manera se permite que el investigador seleccione las técnicas e instrumentos que sean pertinentes según la necesidad del estudio del fenómeno.

La elección de este paradigma se justificó por la naturaleza del objeto de estudio, ya que la investigación requirió analizar elementos observables presentes en los contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa, así como conocer las percepciones de los usuarios que consumen dichos contenidos y la visión profesional de una representante del medio de comunicación. En consecuencia, el paradigma pragmático permitió articular datos cuantitativos obtenidos mediante encuestas, información cualitativa derivada de entrevistas y resultados provenientes del análisis de contenido, fortaleciendo la comprensión integral de la comunicación visual lineal y no lineal presente en la plataforma digital de Ecuavisa durante el período 2025-2026.

3.2 Enfoque de la investigación

En cuanto al enfoque de la investigación esta se sostuvo bajo un enfoque mixto puesto a que se realizó de manera sistemática los procedimientos tanto cuantitativos como cualitativos en un tiempo y espacio. Hernández y Mendoza (2018) enfatizan que el enfoque mixto permite la obtención de una visión más amplia de la realidad que se estudia de esto es que la combinación tanto de lo cualitativo con lo cuantitativo permite la medición objetiva de las variables en una comprensión más profunda y aquello direcciona a la triangulación de la información de forma que Se incrementa la validez y la confiabilidad de los resultados que se obtengan en el proceso del recabo de la información.

Desde la perspectiva cuantitativa, se aplicó una encuesta dirigida a usuarios consumidores de contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, con el propósito de identificar sus percepciones respecto a los recursos visuales, audiovisuales e interactivos presentes en las noticias digitales. Por otra parte, el componente cualitativo se desarrolló mediante una entrevista semiestructurada dirigida a Yolanda Pincay, Directora de Noticias Comunidad Guayaquil de

Ecuavisa, con la finalidad de profundizar en los procesos de producción de contenidos digitales y las estrategias visuales implementadas por el medio. Complementariamente, se realizó un análisis de contenido de las noticias publicadas en la plataforma digital, permitiendo contrastar los hallazgos obtenidos desde diferentes fuentes de información.

3.3 Tipo o alcance de la investigación

La investigación tuvo un alcance descriptivo. Según Arias (2022), los estudios descriptivos tienen como finalidad identificar, caracterizar y detallar las propiedades, comportamientos y particularidades de un fenómeno determinado sin intervenir sobre él. Este tipo de alcance permite obtener información precisa acerca de las características que presentan los elementos investigados dentro de un contexto específico.

La elección del alcance descriptivo respondió a los objetivos planteados en la investigación, los cuales estuvieron orientados a identificar las características visuales y narrativas presentes en los contenidos informativos digitales, describir los recursos interactivos, audiovisuales e hipermediales utilizados por la plataforma digital de Ecuavisa y determinar las diferencias funcionales entre las estructuras comunicacionales lineales y no lineales presentes en las noticias digitales. Por tanto, el estudio se enfocó en caracterizar el fenómeno sin pretender establecer relaciones causales entre variables.

3.4 Diseño de la investigación

El estudio se desarrolló mediante un diseño no experimental, transversal y de integración mixta. Ñaupas et al. (2022) señalan que una investigación es no experimental cuando las variables no son manipuladas por el investigador, sino observadas en su contexto natural para posteriormente analizarlas e interpretarlas. Bajo esta perspectiva, los contenidos noticiosos digitales fueron examinados tal como fueron publicados por Ecuavisa, sin alterar sus características o estructura comunicacional.

Además, el diseño fue transversal debido a que la recopilación de información se efectuó en un período específico de tiempo, permitiendo obtener una fotografía de la realidad estudiada durante el desarrollo de la investigación. La integración de técnicas cuantitativas y cualitativas posibilitó la contrastación de resultados provenientes de usuarios, documentos digitales e informantes clave, fortaleciendo la interpretación de los hallazgos y aportando una visión más completa del fenómeno investigado.

3.5 Métodos de investigación

En el contexto del método de investigación para el desarrollo del presente trabajo se aplicó el método analítico-sintético. De acuerdo al criterio de Bernal (2022) enfatiza que este método permite descomponer un fenómeno en sus elementos constitutivos para mejorar la comprensión de las características particulares y posterior a ello integrar los resultados obtenidos a una explicación general. En el presente trabajo de investigación el análisis permitió examinar de manera individual los recursos visuales narrativos audiovisuales interactivos que son presente en los contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa.

Posteriormente, mediante la síntesis se integraron los hallazgos obtenidos a través de las encuestas, entrevistas y análisis de contenido, facilitando una comprensión más amplia de las dinámicas comunicacionales presentes en la plataforma digital. De igual forma, se utilizó el método deductivo, partiendo de postulados teóricos relacionados con la comunicación digital, las narrativas multimedia y la comunicación visual para interpretar los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

3.6 Técnicas de investigación

fenómeno de estudio. Esta técnica permitió la recopilación de datos relacionados con las percepciones y valoraciones de los usuarios en relación a los recursos visuales presentes en las noticias digitales de Ecuavisa.

Es importante acotar que se empleó la entrevista semi estructurado como técnica cualitativa de la investigación facilitando la obtención de información especializada a través de la interacción directa con un informante clave perteneciente al medio de comunicación. En este caso la entrevista fue aplicada a la licenciada Yolanda Pincay que es directora de noticias de comunidad Guayaquil de Ecuavisa de esta manera se conoció los aspectos relacionados con la planificación producción y utilización de los recursos visuales dentro de los contenidos informativos digitales de Ecuavisa.

Adicionalmente, se utilizó el análisis de contenido como técnica de investigación documental. Según Álvarez (2021), esta técnica permite examinar sistemáticamente mensajes, textos, imágenes y materiales comunicacionales para identificar patrones, características y significados. Su aplicación permitió analizar las estructuras de comunicación visual lineal y no lineal presentes en las noticias digitales difundidas por Ecuavisa.

3.7 Instrumentos de investigación

Para la aplicación de la encuesta se diseñó un cuestionario estructurado conformado por preguntas cerradas y escalas tipo Likert. El instrumento fue elaborado a partir de las dimensiones e indicadores derivados de la variable comunicación visual lineal y no lineal, permitiendo recopilar información relacionada con la percepción de los usuarios sobre elementos audiovisuales, interactivos, narrativos e hipermediales presentes en las noticias digitales.

Para la entrevista se elaboró una guía semiestructurada compuesta por preguntas abiertas orientadas a profundizar en los procesos de producción periodística digital, la incorporación de recursos multimedia y las estrategias visuales utilizadas por Ecuavisa. Este instrumento permitió obtener información flexible y detallada sobre la experiencia profesional de la informante clave seleccionada para el estudio.

Por otra parte, para el análisis de contenido se diseñó una ficha de observación estructurada destinada a registrar la presencia de elementos visuales lineales y no lineales dentro de las noticias digitales analizadas. La ficha incluyó categorías relacionadas con secuencia narrativa, hipertextualidad, interactividad, recursos multimedia, elementos audiovisuales y estructuras de navegación digital.

3.8 Población

En cuanto a la población Chero (2024) sostiene que corresponde al conjunto total de individuos que poseen características similares y que están relacionadas estrechamente con el fenómeno de estudio. En ese contexto, la población estuvo conformada por los usuarios consumidores de los contenidos noticiosos de la plataforma digital de Ecuavisa constituyéndose actores principales debido a la interacción que tienen con los contenidos digitales que son difundidos por este medio de comunicación.

Debido a que no existe un registro exacto del número total de usuarios que acceden a las noticias publicadas por Ecuavisa en sus plataformas digitales, la población fue considerada infinita. Adicionalmente, la investigación contempló como unidad de análisis los contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa durante el período 2025-2026, los cuales fueron examinados para identificar las características de la comunicación visual lineal y no lineal presentes en las noticias digitales.

3.9 Muestra

La muestra constituye una parte representativa de la población seleccionada para participar en la investigación. De acuerdo con Otzen y Manterola (2022), la determinación del tamaño muestral permite obtener resultados confiables y con un margen de error aceptable para la investigación. Considerando que la población fue catalogada como infinita, se utilizó la fórmula estadística para poblaciones infinitas con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia de 0,50.

Como resultado del cálculo estadístico se obtuvo una muestra de 384 participantes, quienes respondieron el cuestionario diseñado para el estudio. La selección de los encuestados se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que los participantes fueron elegidos según su accesibilidad y disposición para colaborar con la investigación, siempre que cumplieran con el criterio de consumir contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa. Este procedimiento resulta frecuente en investigaciones de comunicación digital donde no es posible disponer de un marco muestral completo de la población.

En el componente cualitativo se trabajó con una muestra intencional conformada por Yolanda Pincay, Directora de Noticias Comunidad Guayaquil de Ecuavisa. La selección respondió a criterios de experiencia profesional, conocimiento especializado y participación directa en los procesos de producción periodística digital desarrollados por el medio de comunicación.

3.10 Procedimiento

Para el desarrollo de la investigación se ejecutaron las siguientes fases:

- Fase 1. Revisión bibliográfica y documental de fuentes científicas relacionadas con comunicación visual, periodismo digital, narrativas multimedia y comunicación no lineal.
- Fase 2. Diseño y validación de los instrumentos de investigación, incluyendo cuestionario, guía de entrevista y ficha de análisis de contenido.
- Fase 3. Selección de las noticias digitales que conformaron la unidad de análisis y definición de los participantes de la investigación.
- Fase 4. Aplicación de las encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos de Ecuavisa.

- Fase 5. Desarrollo de la entrevista semiestructurada a Yolanda Pincay, Directora de Noticias Comunidad Guayaquil de Ecuavisa.
- Fase 6. Aplicación de la ficha de análisis de contenido a las noticias seleccionadas para identificar recursos visuales lineales y no lineales.
- Fase 7. Procesamiento, tabulación, análisis e interpretación de la información obtenida mediante la integración de los resultados cuantitativos y cualitativos.
- Fase 8. Elaboración de conclusiones y recomendaciones derivadas de los hallazgos de la investigación.

3.11 Consideraciones éticas

En cuanto a las consideraciones éticas la investigación se desarrolló respetando los principios éticos de confidencialidad transparencia y rigor científico. Estos participantes de la encuesta fueron informados sobre los objetivos del estudio y su participación se realizó de manera voluntaria de forma que se garantice la protección de la información recopilada y el uso exclusivo académico de los datos obtenidos en el proceso de recabo de información.

En el caso de la entrevista, se solicitó la autorización correspondiente a la informante clave antes de la aplicación del instrumento. De igual manera, durante todo el proceso investigativo se respetaron los principios de integridad académica, citación adecuada de las fuentes consultadas y uso responsable de la información obtenida mediante los diferentes instrumentos de investigación.

4. RESULTADOS

Análisis de las encuestas

A continuación, se presenta los resultados de las encuestas aplicadas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa, con una población de 384 personas.

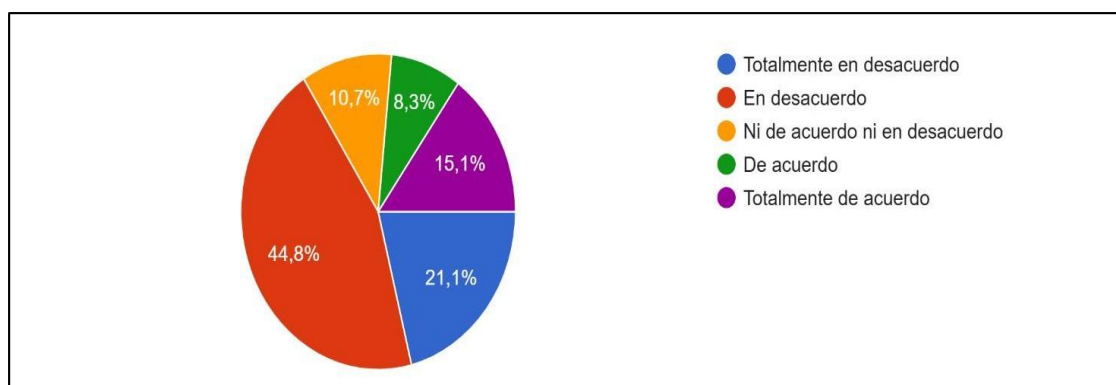
Pregunta 1. ¿Los contenidos noticiosos de Ecuavisa presentan una organización visual clara que facilita la comprensión de la información?

Tabla 1. Los contenidos noticiosos de Ecuavisa presentan una organización visual clara que facilita la comprensión de la información

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	81	21,09%
En desacuerdo	172	44,79%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41	10,70%
De acuerdo	32	8,33%
Totalmente de acuerdo	58	15,10%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 2. Los contenidos noticiosos de Ecuavisa presentan una organización visual clara que facilita la comprensión de la información



Análisis: En relación a esta pregunta los resultados muestran que la mayoría de los encuestados (65,88%) manifiesta un total desacuerdo en relación a los contenidos noticiosos de Ecuavisa que presenten una organización visual clara que facilite la comprensión de la información. En contraste aquello, el 23,43% expresó una valoración positiva, en tanto que el 10,70% refiere una posición neutral. Estos resultados evidencian que los usuarios perciben deficiencia en la estructura visual de las noticias lo que incide en la facilidad de comprensión del contenido informativo.

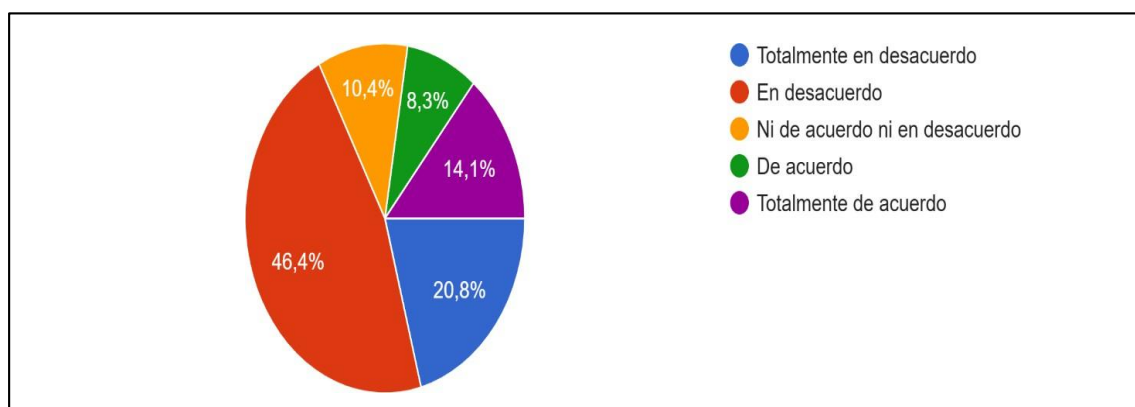
Pregunta 2. ¿Las noticias digitales publicadas por Ecuavisa mantienen una secuencia lógica que permite seguir fácilmente el contenido informativo?

Tabla 2. Las noticias digitales publicadas por Ecuavisa mantienen una secuencia lógica que permite seguir fácilmente el contenido informativo

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	80	20,8%
En desacuerdo	178	46,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	40	10,4%
De acuerdo	32	8,3%
Totalmente de acuerdo	54	14,1%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 3. Las noticias digitales publicadas por Ecuavisa mantienen una secuencia lógica que permite seguir fácilmente el contenido informativo



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: En el contexto de esta pregunta la mayor parte de los participantes el 67,20% consideró que las noticias digitales del medio de comunicación en análisis no mantienen una secuencia lógica que facilita el seguimiento del contenido, el 22,40% manifiesta estar de acuerdo con esta afirmación y el 10,40% no adopta una postura definida. Estos resultados evidencian que los usuarios perciben dificultades en la organización narrativa de las noticias incidiendo en la disminución de la claridad del mensaje informativo.

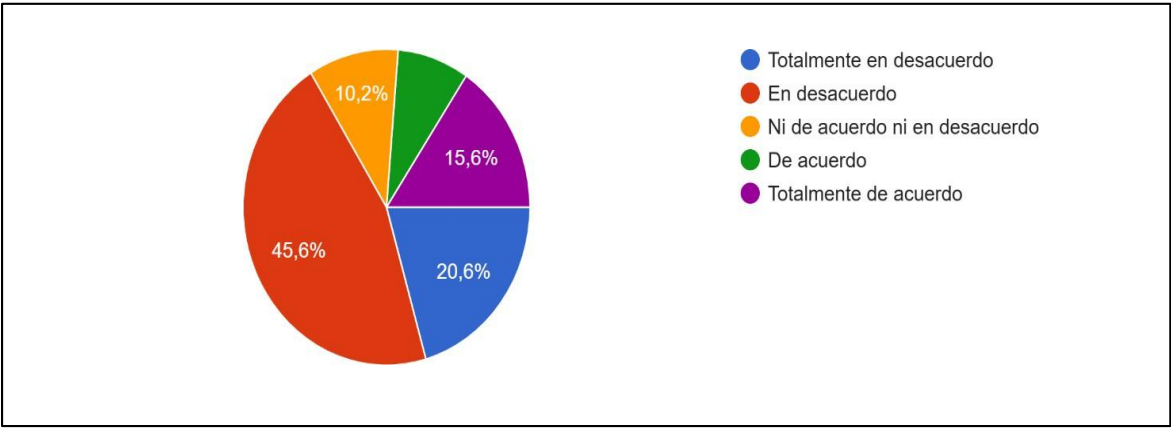
Pregunta 3. ¿Las imágenes utilizadas en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario?

Tabla 3. Las imágenes utilizadas en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	79	20,6%
En desacuerdo	175	45,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	10,2%
De acuerdo	31	8,1%
Totalmente de acuerdo	60	15,6%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 4. Las imágenes utilizadas en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: Los datos obtenidos indican que el 66,20% de los encuestados considera que las imágenes utilizadas en las noticias no enriquecen la experiencia informativa. Por otra parte, el 23,70% mantiene una percepción favorable y el 10,20% permanece neutral. Esto permite inferir que los recursos visuales empleados no satisfacen plenamente las expectativas de los usuarios en cuanto al fortalecimiento del contenido periodístico.

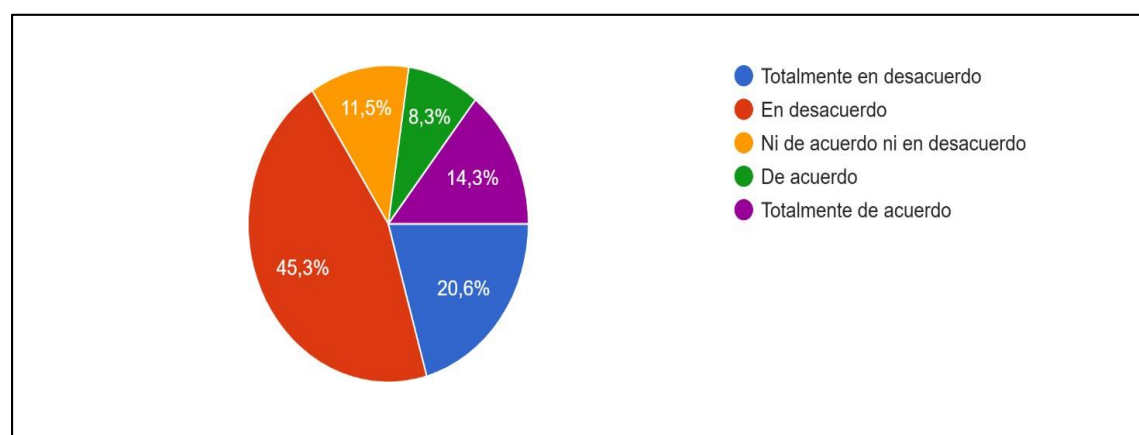
Pregunta 4. ¿Los videos incorporados en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario?

Tabla 4. Los videos incorporados en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	79	20,6%
En desacuerdo	174	45,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	11,5%
De acuerdo	32	8,3%
Totalmente de acuerdo	55	14,3%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 5. Los videos incorporados en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: Los resultados reflejan que el 65,90% de los participantes no considera que los videos incorporados en las noticias aporten valor a la experiencia informativa. En cambio, el 22,60% expresa una opinión positiva y el 11,50% mantiene una postura intermedia. Esta percepción evidencia que los recursos audiovisuales podrían no estar siendo aprovechados de manera efectiva para complementar la información presentada.

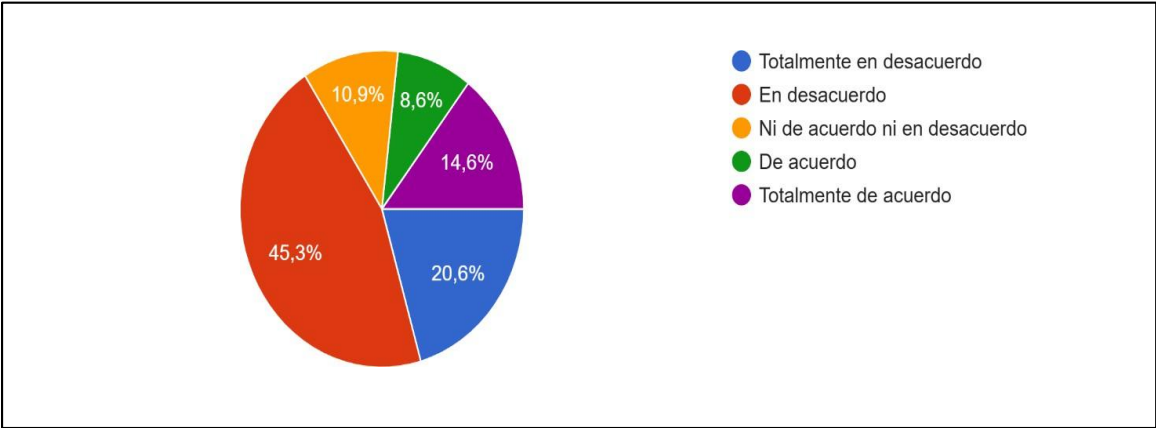
Pregunta 5. ¿Los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente?

Tabla 5. Los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	79	20,6%
En desacuerdo	174	45,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	42	10,9%
De acuerdo	33	8,6%
Totalmente de acuerdo	56	14,6%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 6. Los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: La mayoría de los encuestados (65,90%) señala que los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa no hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente. En contraste, el 23,20% considera que sí cumplen esta función, mientras que el 10,90% no expresa una posición definida. Estos resultados sugieren que el diseño gráfico de las publicaciones requiere mejoras para captar con mayor eficacia el interés de la audiencia.

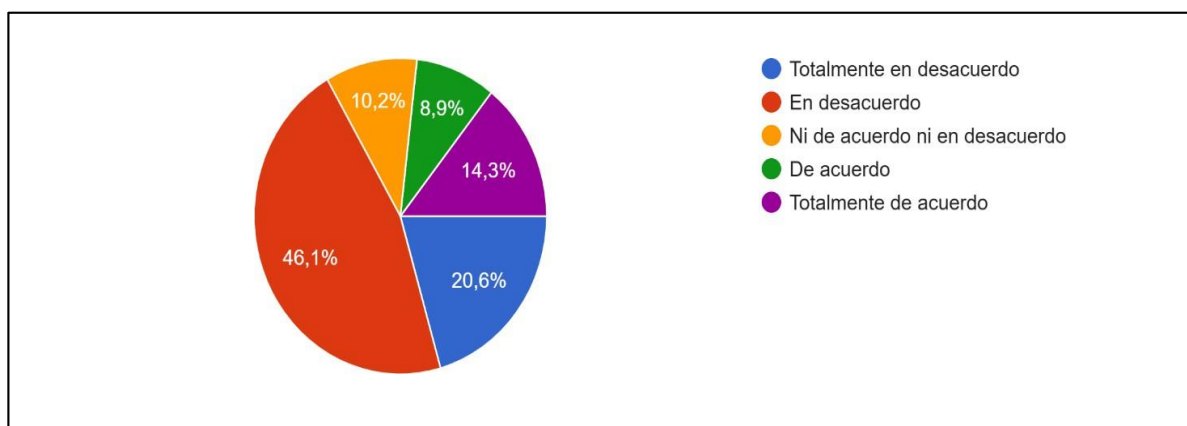
Pregunta 6. ¿Los enlaces incluidos en las noticias permiten ampliar la información sobre los temas de interés?

Tabla 6. Los enlaces incluidos en las noticias permiten ampliar la información sobre los temas de interés.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	79	20,6%
En desacuerdo	177	46,1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	10,2%
De acuerdo	34	8,9%
Totalmente de acuerdo	55	14,3%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 7. Los enlaces incluidos en las noticias permiten ampliar la información sobre los temas de interés



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: Los resultados evidencian que el 66,70% de los participantes considera que los enlaces incluidos en las noticias no permiten ampliar adecuadamente la información sobre los temas de interés. Solo el 23,20% mantiene una percepción favorable y el 10,20% permanece neutral. Esto indica que los usuarios perciben un limitado aprovechamiento de la hipertextualidad como recurso para profundizar en los contenidos digitales.

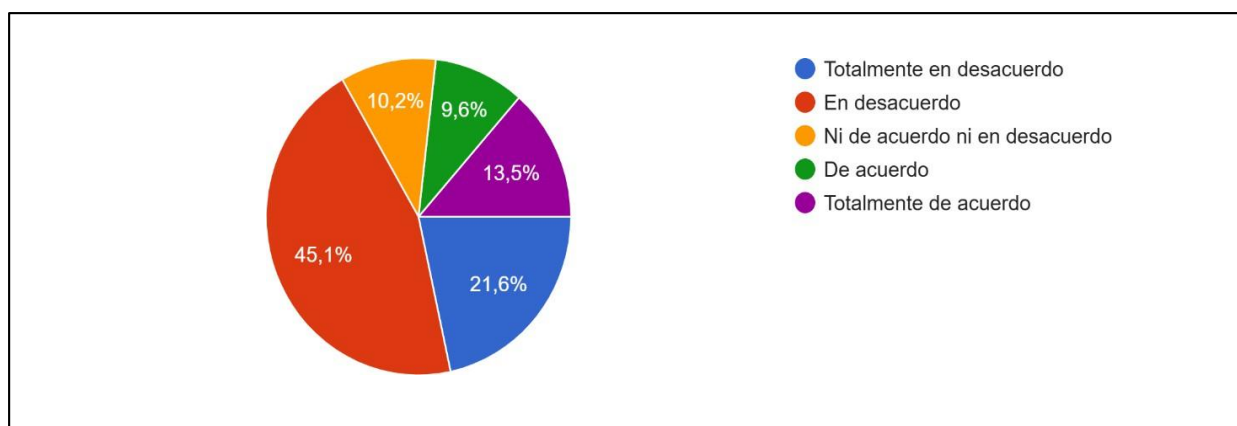
Pregunta 7. ¿Los recursos interactivos presentes en las noticias facilitan una navegación más dinámica dentro de la plataforma?

Tabla 7. Los recursos interactivos presentes en las noticias facilitan una navegación más dinámica dentro de la plataforma.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	83	21,6%
En desacuerdo	173	45,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39	10,2%
De acuerdo	37	9,6%
Totalmente de acuerdo	52	13,5%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 8. Los recursos interactivos presentes en las noticias facilitan una navegación más dinámica dentro de la plataforma



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: En cuanto a estos resultados se observó que el 66,80% de los encuestados que participaron en el presente proceso manifiesta desacuerdo respecto a que los recursos interactivos faciliten una navegación más dinámica e interactiva dentro de la plataforma; por lo contrario, el 23,10% mantiene una valoración positiva y el 10,20% adopta una posición neutral. De aquello estos resultados permiten identificar una percepción poco favorable sobre el nivel de interactividad que se oferta en las redes sociales principalmente en el sitio web.

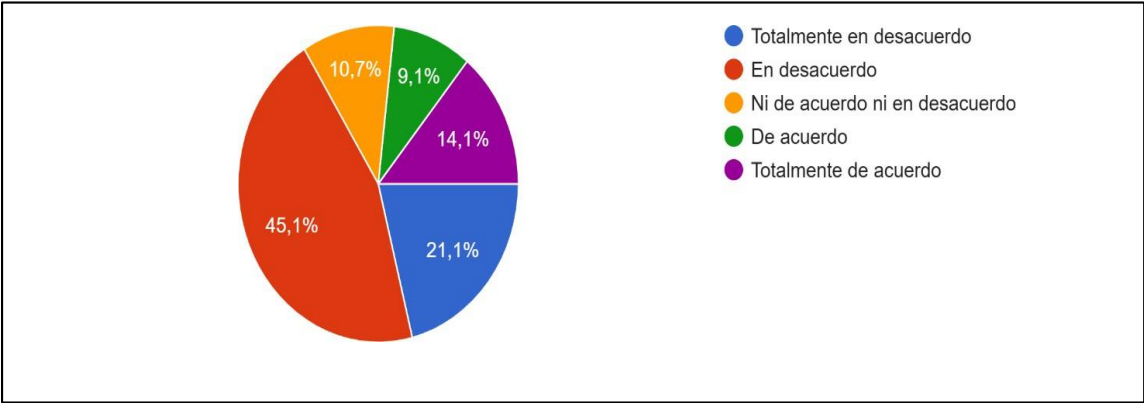
Pregunta 8. ¿La combinación de textos, imágenes y videos mejora su experiencia al consumir noticias digitales?

Tabla 8. La combinación de textos, imágenes y videos mejora su experiencia al consumir noticias digitales.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	81	21,2%
En desacuerdo	173	45,1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41	10,7%
De acuerdo	35	9,1%
Totalmente de acuerdo	54	14,1%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 9. La combinación de textos, imágenes y videos mejora su experiencia al consumir noticias digitales



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: La mayor parte de los participantes (66,30%) considera que la combinación de textos, imágenes y videos no mejora su experiencia al consumir noticias digitales. En comparación, el 23,20% opina favorablemente y el 10,70% mantiene una postura neutral. Esto refleja que la integración de recursos multimedia no logra generar una experiencia de consumo suficientemente satisfactoria para la mayoría de los usuarios.

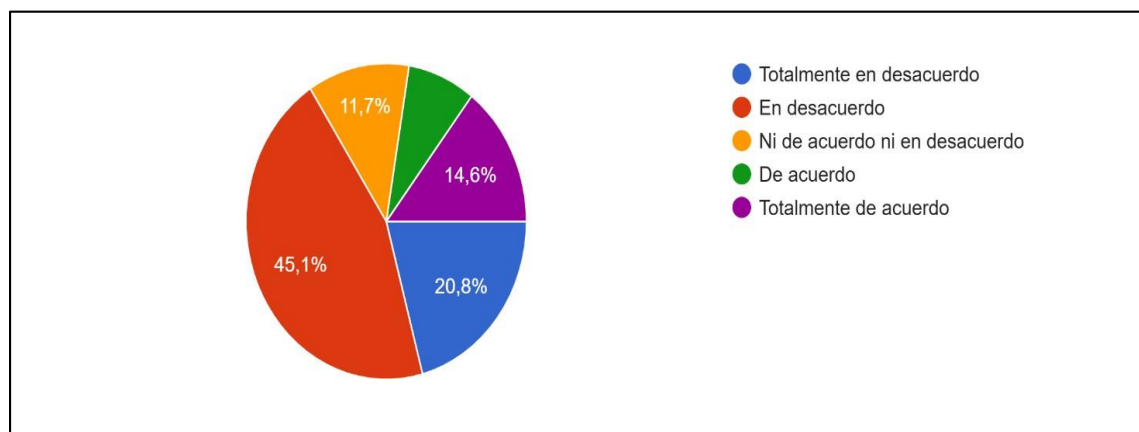
Pregunta 9. ¿Considero que las noticias de Ecuavisa aprovechan adecuadamente las posibilidades multimedia de los entornos digitales?

Tabla 9. Considera que las noticias de Ecuavisa aprovechan adecuadamente las posibilidades multimedia de los entornos digitales.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	80	20,8%
En desacuerdo	173	45,1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	11,7%
De acuerdo	30	7,8%
Totalmente de acuerdo	56	14,6%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 10. Considera que las noticias de Ecuavisa aprovechan adecuadamente las posibilidades multimedia de los entornos digitales.



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: En el contexto de esta pregunta los resultados evidencian que el 65,90% de los encuestados considera que el canal televisivo Ecuavisa no aprovecha adecuadamente las posibilidades multimedias que oferta a los entornos digitales, en tanto que el 22,40% manifiesta una percepción positiva y el 11,70% refleja una postura indiferente. Esta valoración pone de manifiesto una percepción crítica sobre el uso de las herramientas digitales para poder dinamizar y ofertar una calidad en la presentación de las noticias en ese escenario.

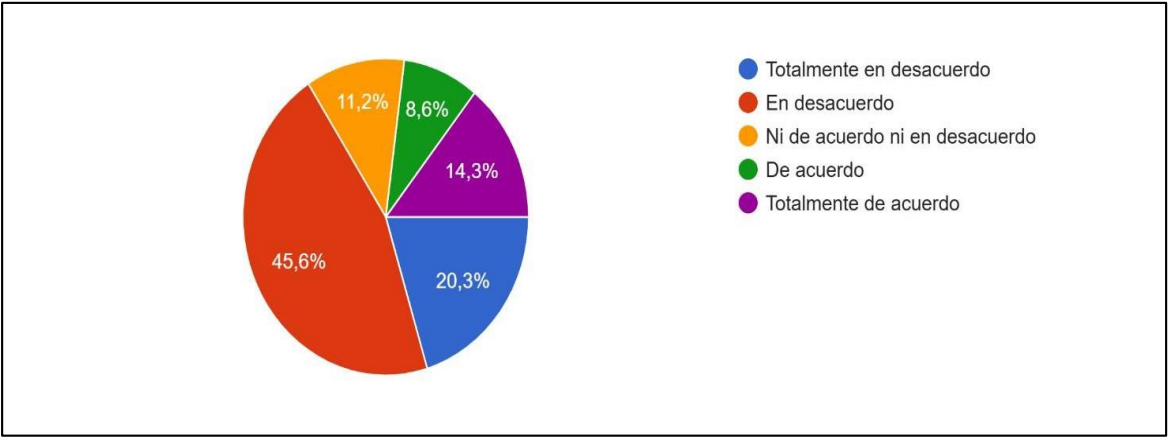
Pregunta 10. ¿Los contenidos informativos presentan características que favorecen una interacción activa del usuario con la información?

Tabla 10. Los contenidos informativos presentan características que favorecen una interacción activa del usuario con la información.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	78	20,3%
En desacuerdo	175	45,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	11,2%
De acuerdo	33	8,6%
Totalmente de acuerdo	55	14,3%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 11. Los contenidos informativos presentan características que favorecen una interacción activa del usuario con la información.



Análisis: De acuerdo a esta pregunta la mayoría de los participantes en este caso el 65,90% señala que los contenidos informativos no presentan las características que favorece una interacción activa, así mismo el 22,90% considera que si se promueve dicha interacción y el 11,20% mantiene una postura neutral. Dichos resultados sugieren que la participación del usuario dentro de la plataforma digital podría fortalecerse a través de los recursos interactivos efectivos.

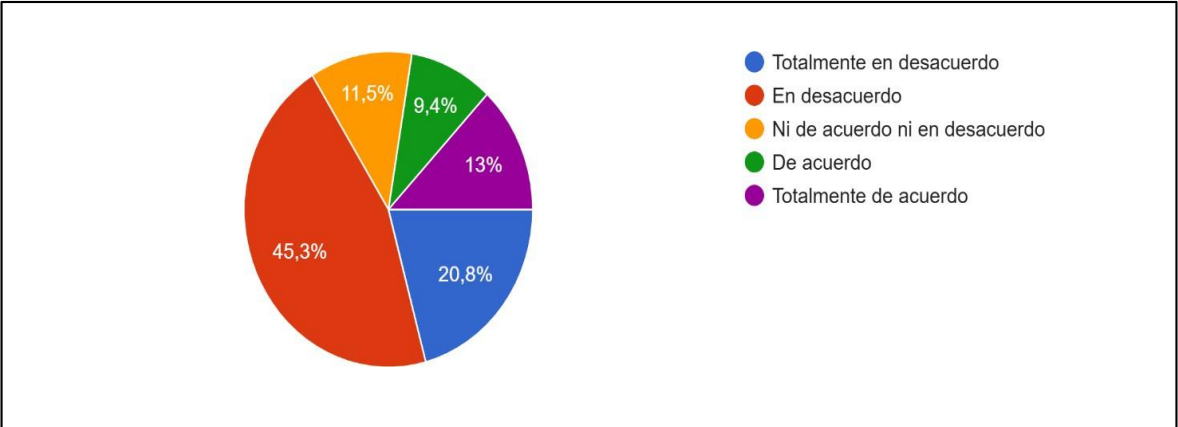
Pregunta 11. ¿La estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuye a mantener su atención durante la lectura de las noticias?

Tabla 11. La estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuye a mantener su atención durante la lectura de las noticias.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	80	20,8%
En desacuerdo	174	45,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	11,5%
De acuerdo	36	9,4%
Totalmente de acuerdo	50	13%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 12. La estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuye a mantener su atención durante la lectura de las noticias.



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: Los datos obtenidos indican que el 66,10% de los encuestados no considera que la estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuya a mantener su atención durante la lectura de las noticias. En contraste, el 22,40% expresa una valoración favorable y el 11,50% no manifiesta una opinión definida. Esto evidencia que la organización visual actual no resulta suficientemente atractiva para captar el interés de la mayoría de los usuarios.

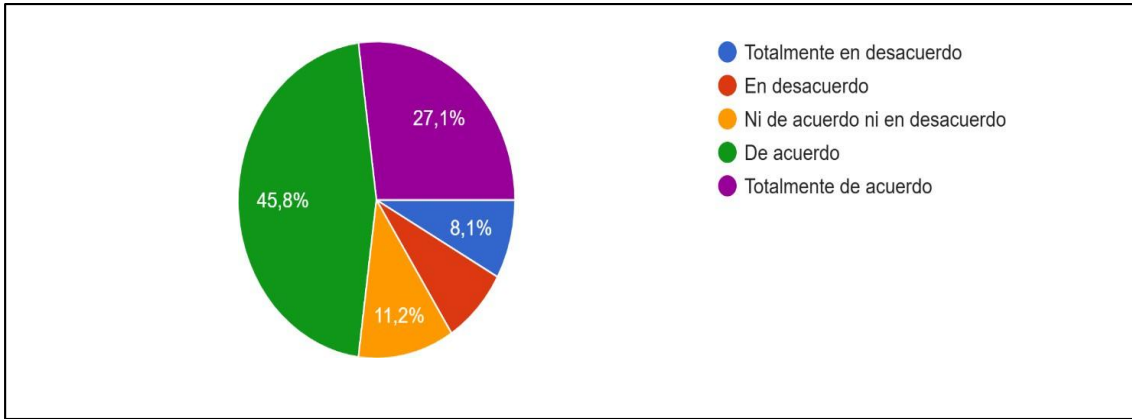
Pregunta 12. ¿Considero que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalece la calidad de los contenidos informativos de Ecuavisa?

Tabla 12. Considera que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalece la calidad de los contenidos informativos de Ecuavisa.

Criterio/Escala	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	31	8,1%
En desacuerdo	30	7,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	11,2%
De acuerdo	176	45,8%
Totalmente de acuerdo	104	27,1%
Total	384	100%

Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Figura 13. Considera que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalece la calidad de los contenidos informativos de Ecuavisa.



Fuente: Resultados de encuestas a los usuarios consumidores de contenidos noticiosos publicados en la plataforma digital de Ecuavisa.

Análisis: En contraste con las preguntas anteriores los resultados de esta pregunta muestran una valoración mayoritariamente favorable dado que el 72,90% de los encuestados considera que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalecerá la calidad de los contenidos informativos no obstante el 15,90% manifiesta un total desacuerdo en tanto que el 11.25% mantiene una postura neutral. Estos resultados evidencian que los usuarios reconocen la importancia de combinar diferentes recursos visuales de esta manera se fortalece la calidad de la información digital y esto ayuda a una implementación práctica de optimización de la información noticiosa.

Análisis de las entrevistas

A continuación, se presenta los resultados de las entrevistas aplicadas al Ing. Alfredo Viteri, Jefe de Noticias Digitales de Ecuavisa y el Mgtr. Martha Aspiazu, Corresponsal de Ecuavisa:

Análisis de la entrevista aplicada al Ing. Alfredo Viteri.

Cargo: Jefe de Noticias Digitales de Ecuavisa

1. ¿Cómo describiría la importancia de la comunicación visual en la producción actual de contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa?

La comunicación visual es un elemento fundamental en la producción de contenidos noticiosos, ya que permite transmitir la información de forma clara y atractiva, independientemente de si se trata de una noticia de última hora, un análisis o un contenido deportivo o de entretenimiento. Sin embargo, antes de cualquier recurso visual, el aspecto más importante es garantizar que la información sea verificada y provenga de fuentes confiables. En la actualidad el principal desafío es la diferenciación de Los contenidos Reales de aquellos creados o manipulados a través de la Inteligencia artificial u otras herramientas digitales esto una vez confirmado la velocidad de la información cobra mayor relevancia a través del *storytelling* que es una estrategia que permite presentar las noticias de una manera más creativa y comprensible

2. ¿Qué criterios se consideran al momento de seleccionar imágenes, videos y otros recursos visuales para complementar las noticias publicadas en la plataforma digital?

La selección de recursos visuales parte del conocimiento de las características técnicas de cada plataforma digital, adaptando las imágenes, videos y formatos según sus dimensiones, algoritmos y formas de consumo. También se busca captar la atención del usuario desde los primeros segundos mediante títulos breves, contenido directo y elementos visuales que favorezcan la interacción. Adicional al aspecto técnico el criterio más relevante es que el contenido tenga la conectividad con la audiencia, aunque no siempre es necesario contar con una producción de alta calidad lo sustancial es que el mensaje sea claro y genere cercanía con el usuario de esta manera se mantiene un equilibrio entre el recurso visual y la información que se desea transmitir.

3. Desde su experiencia profesional, ¿qué características distinguen a una narrativa visual lineal de una narrativa visual no lineal en los medios digitales?

Desde la perspectiva profesional la narrativa visual sigue una secuencia lógica en la que se presenta un inicio desarrollo y desenlace esto facilita la comprensión del mensaje por parte de

la audiencia sin embargo en contraste aquello la narrativa no lineal rompe ese orden tradicional al comenzar con el elemento que más impacta de manera que se logre captar la atención del usuario siendo una estrategia ampliamente utilizada en las redes sociales.

En noticias de última hora se prioriza una estructura directa y rápida que responda inmediatamente a las necesidades del usuario, mientras que en contenidos de análisis o especiales existe mayor libertad para experimentar con narrativas no lineales que generen mayor impacto emocional y conexión con la audiencia.

4. *¿Qué tipos de recursos interactivos o multimedia considera más efectivos para fortalecer la experiencia informativa de los usuarios?*

En cuanto los tipos de recursos interactivos que se aplican y que son más efectivos para fortalecer la experiencia informativa actualmente el recurso multimedia es el que mayor impacto tiene especialmente los formatos cortos adaptados a las plataformas digitales. En ese contexto la evolución de las redes sociales como Tik Tok Instagram y YouTube muestran que los usuarios consumen cada vez más contenido audiovisual de esta manera se logra combinar elementos visuales con texto que generan mayor interacción que una imagen aislada.

Estos formatos permiten despertar la curiosidad del usuario y mejorar la experiencia informativa, adaptándose a los nuevos hábitos de consumo digital y al funcionamiento de los algoritmos de las plataformas.

5. *¿Cómo ha influido la transformación digital en las estrategias de presentación visual de las noticias producidas por Ecuavisa?*

En ese contexto la transformación digital ha obligado a la comprensión que los dispositivos móviles constituyen a una pantalla con características diferentes a lo que oferta la televisión tradicional, de ello es que los contenidos deben adaptarse en formatos específicos considerando aspectos como la ubicación de los subtítulos los elementos gráficos el encuadre y la manera en que los usuarios consumen esa información desde su dispositivos móviles además que los medios digitales ofrecen mayor flexibilidad en la duración y presentación de los contenidos en contraste con la televisión donde existen limitaciones de programación y tiempo.

6. *¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el medio al integrar recursos visuales e interactivos en sus contenidos informativos?*

El contexto de esta pregunta, uno de los principales desafíos responde que es la creciente circulación de información falsa y contenidos que son manipulados que se presentan en las redes sociales y que con facilidad generan confusión dado a que muchos de ellos son creados con la Inteligencia artificial lo que obliga a los medios de comunicación reforzar de manera permanente los procesos de verificación antes de publicar algún contenido informativo. Además del fact-checking, los profesionales deben desarrollar la capacidad de identificar alteraciones digitales cada vez más difíciles de detectar. En este contexto, la responsabilidad periodística consiste en garantizar que los recursos visuales utilizados sean auténticos y confiables, preservando la credibilidad del medio frente a la audiencia.

7. *¿De qué manera considera que los usuarios responden a las nuevas formas de comunicación visual presentes en las plataformas digitales de noticias?*

En cuanto a la forma en la que consideran que los usuarios responden a las nuevas maneras de comunicación visual presente en las plataformas los usuarios responde que muestran un creciente interés por acceder a la información de última hora lo que refleja el aumento del uso de aplicaciones y otros canales digitales para mantenerse informado cabe recalcar que esta necesidad responde al temor de quedarse fuera de los acontecimientos relevantes que es un fenómeno que hoy se llama como *Fear of Missing Out* (FOMO). Es importante también aclarar que la relación entre los usuarios y los medios digitales se ha vuelto una dinámica más exigente, por ello es importante mantener a la audiencia con actualizaciones constantes y respuestas inmediatas de esta manera se va a lograr una comunicación continua y una adaptación a los nuevos hábitos de consumo Informativo en las plataformas digitales.

8. *¿Qué tendencias futuras visualiza para la comunicación visual digital y la construcción de contenidos periodísticos en Ecuavisa?*

Dentro de esta pregunta uno de los principales tendencias que opinan entrevistado es el uso de la Inteligencia artificial en los contenidos periodísticos dado a que su incorporación debe realizarse con responsabilidad para evitar afectar la credibilidad y la confianza de la audiencia al brindar una información que sea veraz además que la subtitulación de todos los contenidos dejará de ser un elemento diferenciador para convertirse en una práctica indispensable dentro de la comunicación digital.

Análisis de la entrevista aplicada a la Mgtr. Martha Aspiazu.

Cargo: Corresponsal de Ecuavisa

1. ¿Cómo describiría la importancia de la comunicación visual en la producción actual de contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa?

En el ecosistema periodístico digital actual, la comunicación visual es un pilar estratégico y fundamental. El comportamiento de las audiencias contemporáneas está marcado por la inmediatez, disponiendo de un umbral crítico de apenas dos segundos para captar su atención antes de que decidan continuar con el desplazamiento vertical (scroll) en sus dispositivos. En este entorno hipercompetitivo, los recursos visuales cumplen el rol de estructurar y jerarquizar la información de manera efectiva. Asimismo, proveen un contexto inmediato y optimizan tanto la comprensibilidad como la credibilidad de la noticia, adaptándose de forma nativa a las exigencias del consumo en dispositivos móviles.

2. ¿Qué criterios se consideran al momento de seleccionar imágenes, videos y otros recursos visuales para complementar las noticias publicadas en la plataforma digital?

En ese contexto la selección de recursos multimedia responde de manera rigurosa a la planificación que equilibra entre los deontológicos los editoriales y Los criterios técnicos dado a que se prioriza en primera instancia la veracidad y el valor contextual del material de esta manera se asegura que refleje fielmente los hechos relatados. Desde ese enfoque es indispensable que todo recurso esté optimizado bajo la filosofía mobile-first que garantiza una visualización idónea en las pantallas de los teléfonos celulares. Adicional a ello este material debe guardar una estricta coherencia entre el tono de la información y aquello se realiza a través de filtros éticos muy rigurosos velando por el respeto de los derechos de autor y propiciando la sensibilidad social al tratar temáticas complejas o que son de alta vulnerabilidad.

3. Desde su experiencia profesional, ¿qué características distinguen a una narrativa visual lineal de una narrativa visual no lineal en los medios digitales?

Es importante acotar que la distinción fundamental radica en la estructura de distribución y en el nivel de la autonomía que se le otorga al usuario, de ello es de tipo de narrativa visual lineal se apega al modelo clásico y secuencial de la comunicación donde predomina la lectura y está determinada a principio a fin generalmente con una progresión literalmente de arriba hacia abajo no obstante la narrativa visual no lineal rompe con esta rigidez y transfiere el control al receptor dado a que organiza de manera interactiva o modular facultando al usuario

decidir autónomamente sobre el orden de su consumo y las preferencias que tenga ante la información que recibe.

4. *¿Qué tipos de recursos interactivos o multimedia considera más efectivos para fortalecer la experiencia informativa de los usuarios?*

Los formatos de mayor impacto y efectividad son aquellos que estimulan la participación del usuario y transforman la lectura pasiva en una experiencia inmersiva. De esa manera se destaca en primer lugar los videos cortos en formatos vertical que son idóneos para el consumo en los escenarios de las plataformas móviles también son eficientes los gráficos explicativos animados y las infografías ya que facilitan la comprensión de los procesos o los datos complejos. Adicional a ello, los carruseles de multimedia orientado a las plataformas socios digitales y los mapas interactivos en tiempo real durante las coberturas especiales complementan este tipo de estrategia logrando que la audiencia participe de manera activa en el proceso informativo.

5. *¿Cómo ha influido la transformación digital en las estrategias de presentación visual de las noticias producidas por Ecuavisa?*

En relación a esta pregunta la entrevistada refiere que la transformación digital ha generado una reconciliador configuración absoluta e irreversible en las dinámicas de la redacción. Es importante enfatizar que el desplazamiento del foco tradicional de la producción televisiva para adoptar una mentalidad y una estrategia enfocada en la forma nativa hacia el entorno móvil implica que se mantenga una actualización en los procesos (mobile-first). Bajo este nuevo paradigma, la noticia ya no se concibe como un texto aislado, sino como un paquete informativo integrado y convergente, compuesto armónicamente por piezas de video, elementos gráficos de apoyo y microtextos adaptados a la rapidez de la red.

6. *¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el medio al integrar recursos visuales e interactivos en sus contenidos informativos?*

El principal obstáculo radica en las limitaciones de tiempo y la disponibilidad de personal cualificado, ya que la conceptualización y el desarrollo de recursos interactivos de alta calidad técnica demandan procesos de producción prolongados que suelen colisionar con la inmediatez característica del ejercicio periodístico. Un segundo reto es la obsolescencia formativa, lo cual exige que los equipos profesionales se mantengan en constante actualización técnica debido a la velocidad con la que mutan los formatos digitales.

Finalmente, existe un desafío económico y de diseño: lograr un equilibrio óptimo entre las pautas publicitarias requeridas para la monetización del medio y la preservación de una experiencia de usuario limpia, fluida y satisfactoria.

7. *¿De qué manera considera que los usuarios responden a las nuevas formas de comunicación visual presentes en las plataformas digitales de noticias?*

La respuesta de la audiencia es sumamente favorable y receptiva, siempre y cuando el recurso visual aporte un valor añadido real al proceso cognitivo. Cuando un gráfico dinámico o un video explicativo contribuye verdaderamente a esclarecer o profundizar el hecho noticioso, el público no solo consume el contenido en su totalidad, sino que tiende a compartirlo activamente en sus entornos digitales. Por lo contrario, el usuario digital actual es crítico y selectivo dado a que si detecta que la implementación de recurso es ornamental corresponde a la lógica de clickbait para llamar la atención de forma artificial inmediatamente rompe el vínculo del contenido lo que penaliza de forma directa la credibilidad del medio que lo proporciona.

8. *¿Qué tendencias futuras visualiza para la comunicación visual digital y la construcción de contenidos periodísticos en Ecuavisa?*

Desde ese enfoque el horizonte de la comunicación periodística visual se perfila hacia tres directrices tecnológicas muy claras en primera instancia se prevé una inserción profunda de la inteligencia artificial que está enfocada en la automatización y la optimización de los frutos de trabajo lo que agilizará la generación y la maquetación de gráficos informativos de forma básica. Como segunda tendencia destaca la hiperpersonalización del contenido, permitiendo que las interfaces inteligentes le otorguen al usuario la capacidad de configurar y elegir cómo y bajo qué formatos prefiere consumir la narrativa de la noticia. Finalmente, se proyecta una transición hacia formatos inmersivos complejos, incorporando herramientas como la realidad aumentada (AR) en el desarrollo de coberturas y despliegues especiales.

5. DISCUSION

Los resultados obtenidos evidencian que los usuarios de la plataforma digital de Ecuavisa perciben limitaciones en el aprovechamiento de la comunicación visual dentro de los contenidos noticiosos, particularmente en aspectos relacionados con la interactividad, la organización visual y el uso de recursos multimedia. Es necesario acotar, aunque una proporción importante de los participantes reconoce que la integración de los elementos visuales sea lineales y no lineales. Esto va a mejorar la calidad informativa además la mayoría considera que estos recursos aún no son implementados de manera suficiente dentro de la plataforma. Desde ese escenario estos resultados coinciden con los conceptos de Salavarría y Masip (2021) quienes sostienen que el periodismo digital actual exige una integración de forma permanente sobre las narrativas de multimedia y esto debe trascender la simple incorporación de imágenes o video de manera que se convierte en una estructura comunicativa capaz de enriquecer la comprensión de la información a través de los recursos interactivos e hipertextuales sin dejar a un lado lo audiovisual.

En relación con la percepción de los usuarios sobre el escaso aprovechamiento de las posibilidades multimedia, los resultados muestran que más del sesenta por ciento considera insuficiente el uso de herramientas digitales para fortalecer la experiencia informativa. Esta evidencia guarda correspondencia con lo señalado por Medina (2022), quien identificó que gran parte de la prensa digital ecuatoriana continúa reproduciendo esquemas tradicionales de presentación de noticias, limitándose a trasladar contenidos televisivos o escritos hacia plataformas digitales sin desarrollar plenamente las potencialidades narrativas que ofrecen los nuevos entornos multimedia. En ese contexto la realidad observada en la plataforma Ecuavisa refleja una situación similar a la descrita por el autor donde se presentan los desafíos para consolidar los modelos comunicativos verdaderamente digitales.

En cuanto a la interacción del usuario con los contenidos informativos en los resultados se determinó que la mayoría de los encuestados considera que las noticias publicadas por la plataforma Ecuavisa no favorecen de manera activa a una participación durante el proceso de consumo de la información. Estos hallazgos ponen de manifiesto con las acotaciones de García y Rodríguez (2022) quienes enfatizan que la innovación periodística ya no depende exclusivamente de la producción de los contenidos sino que también sostiene a la capacidad de involucrar al usuario a través de las estrategias de interacción navegación dinámica y la participación dentro del proceso comunicativo.

Consecuente aquello la percepción desfavorable sobre la capacidad de la estructura visual para mantener la atención de lectores muestra que la organización gráfica que se utiliza por el medio no logra generar un impacto esperado en la experiencia de navegación. Desde ese concepto se hace un

contraste con lo planteado por Vázquez (2021) quien soporta que las nuevas narrativas digitales deben estructurarse considerando los principios de diseño visual jerarquización informativa y la adaptación al comportamiento del usuario digital dado que esta atención a estas plataformas depende cada vez más de la forma en la que se presentan y No únicamente en el contexto del contenido que ofertan.

Los resultados muestran, sin embargo, un aspecto ampliamente favorable cuando los participantes valoran la integración conjunta de recursos visuales lineales y no lineales, ya que cerca de las tres cuartas partes consideran que dicha combinación fortalece significativamente la calidad de las noticias publicadas. Los resultados coinciden con las opiniones de Ruales et al., (2024) quienes enfatizan que las nuevas narrativas periodísticas deben articular de manera significativa los diversos formatos comunicativos sean videos, gráficos, fotografías, animaciones e infografías para la construcción de experiencia informativa más complejas y adaptada a la dinámica de la tendencia digital.

De igual manera, la valoración positiva otorgada por los encuestados a la combinación de recursos visuales coincide con la propuesta desarrollada por García, Muñoz y López (2021) sobre el storytelling digital. Estos autores sostienen que las historias periodísticas alcanzan mayor eficiencia comunicativa cuando los mismos se integran en los elementos audiovisuales recursos gráficos y las estructuras narrativas que están diseñadas específicamente para la plataforma digitales en ese contexto estos resultados obtenidos sugieren que los usuarios reconocen el valor agregado que aporta la narrativa visual de manera híbrida aunque perciben que su implementación todavía no tiene el nivel esperado por la audiencia.

Por último, los resultados de las encuestas permitieron obtener información sobre la comunicación visual que representa actualmente uno de los factores estratégicos para el fortalecimiento del periodismo digital en ese contexto los resultados se alinean con los conceptos de Salaverría y Martínez (2024) quienes señalan que la evolución de los medios digitales depende mucho de la incorporación permanente de las innovaciones tecnológicas las narrativas visuales y las estrategias de multimedia dado a que esto tiene la capacidad de responder a los cambios en los hábitos del consumo informativo.

Los resultados obtenidos mediante las entrevistas permitieron profundizar en la comprensión de las estrategias utilizadas por Ecuavisa para desarrollar contenidos periodísticos en entornos digitales, aportando una visión profesional que complementa los hallazgos cuantitativos obtenidos en las encuestas. En ese criterio tanto Alfredo Viteri como Martha Aspiazu coinciden en el señalamiento que la comunicación virtual constituye un componente estratégico actualmente dentro del periodismo digital no solo por la capacidad para captar la atención del usuario sino también por la facilidad de la

comprensión inmediata de la información en esos escenarios que tiene la característica de tener una sobrecarga informativa. Bajo estos criterios, Aguirre (2024) sostiene que el periodismo transmedia desarrollado por los medios han evolucionado hacia modelos educativos donde la narrativa visual toma un papel fundamental para fortalecer la interacción entre la audiencia digital y el medio quien lo proporciona.

Otro de los elementos más importantes dentro de estas entrevistas corresponde a la necesidad de garantizar la veracidad de los recursos visuales ante su publicación específicamente frente al incremento de los contenidos generados a través de la Inteligencia artificial y otras herramientas digitales. De ello, los entrevistados enfatizaron que la verificación constituye un primer filtro antes de incorporar cualquier elemento gráfico dentro de una noticia. Esta opinión hace contraste con lo de Sábada y Salavarría (2023) quienes advierten que el principal desafío del periodismo actual no solo radica en la adopción de nuevas tecnologías sino en preservar la credibilidad de la información que brindan dentro del ecosistema digital de manera que a la proliferación de contenidos manipulados se establezca una diferencia en la información real.

En relación a la diferencia entre las narrativas visuales lineales y no lineales los entrevistados reconocieron que la estructura secuencial continúa siendo necesaria para identificar los acontecimientos periodísticos no obstante se destaca que las narrativas no lineales permiten adaptar el contenido de las nuevas formas de consumo digital ofertando el usuario mayores posibilidades interacción y exploración de la información. Este enfoque se relaciona con el planteamiento de Ryan (2022) quien explica que las narrativas digitales contemporáneas se desarrollan precisamente por romper la secuencia tradicional de la lectura de esta manera se permite que el receptor participe de manera activa en la construcción de la experiencia informativa a través de los recorridos personalizados dentro del contenido multimedia.

Asimismo, los entrevistados manifestaron que la transformación digital obligó a Ecuavisa a replantear completamente sus procesos de producción periodística, adoptando una lógica mobile-first, donde cada contenido es diseñado considerando las características específicas de los dispositivos móviles y los algoritmos de las plataformas digitales. Esta evidencia coincide con los planteamientos de Van Dijck (2022), quien sostiene que la cultura de la conectividad ha redefinido las dinámicas de producción y circulación de la información, obligando a los medios de comunicación a adaptar permanentemente sus contenidos a los nuevos hábitos de consumo desarrollados por las audiencias digitales.

En el contexto de la relación con los recursos interactivos los entrevistados evidenciaron que los formatos multimedia son efectivos cuando promuevan la participación activa del usuario como son

los videos verticales, carruseles informativos, gráficos dinámicos y las infografías que en este caso deben ser animadas. Este criterio, se relación con lo de Silva et al., (2023) quienes afirman que las narrativas digitales incrementan de manera significativa los niveles de comprensión y participación. Además, que Se involucra al usuario cuando integran los recursos visuales capaces de transformar la experiencia informativa tradicional en un proceso comunicativo más inmersivo y eficiente.

Finalmente los entrevistados permitieron identificar de una manera más clara bajo una visión prospectiva sobre el futuro del periodismo digital donde se destaca la incorporación progresiva de la Inteligencia artificial en los contenidos personalizados y el formato inmersivo como la realidad aumentada dentro de los procesos de producción noticiosa desde ese enfoque Vázquez y González (2023) evidencian que las narrativas transmedia evolucionan hacia un ecosistema comunicativo donde se alinean y convergen los múltiples plataformas tecnologías inteligentes y los formatos interactivos de esta manera se configuran una nueva forma de construir experiencias periodísticas centradas en la necesidad del usuario.

6. CONCLUSIÓN

- Los resultados permitieron identificar que los contenidos noticiosos difundidos por la plataforma digital de Ecuavisa integran elementos propios de la comunicación visual lineal y no lineal; sin embargo, predomina una estructura narrativa secuencial complementada con recursos visuales multimedia de alcance limitado. Aunque el medio incorpora fotografías, videos, textos e hipervínculos, la interacción narrativa aún presenta oportunidades de fortalecimiento para responder a las dinámicas del periodismo digital contemporáneo. En efecto se concluye que la comunicación visual que se implementa debe mantener una transición progresiva hacia modelos más convergentes sin alcanzar todavía un desarrollo plenamente interactivo y de transmedia.
- Los resultados obtenidos evidenciaron que en Ecuavisa se utiliza recursos audiovisuales e hipermediales como videos, galerías fotográficas, enlaces, publicaciones y que están adaptadas a las redes sociales además es importante acotar que tanto las encuestas como las entrevistas reflejaron que la incorporación de las herramientas interactivas resulta aún insuficiente frente a la expectativa de los usuarios digitales. Por ello es importante fortalecer el ecosistema comunicacional a través de la incorporación de tecnología digital que, aunque persisten oportunidades para emplear la participación del usuario a través de experiencia que sean informativas dinámicas y personalizadas.
- La investigación permitió además establecer que las estructuras comunicacionales lineales continúan siendo utilizadas para presentar y organizar la información de manera secuencial, de esta manera se favorece la calidad narrativa y la comprensión inmediata de los acontecimientos es importante acotar que estas estructuras no lineales incorporan recursos interactivos e hipermediales y audiovisuales que incrementan la participación del usuario además que enriquece la experiencia informativa.

7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que Ecuavisa implemente un Modelo Institucional de Comunicación Visual Digital, orientado a estandarizar el diseño de los contenidos informativos mediante lineamientos editoriales que integren criterios de narrativa visual lineal y no lineal, jerarquización gráfica, storytelling multimedia y accesibilidad digital. Su implementación se podría evaluar de manera semestral a través de indicadores como a nivel de interacción de los usuarios tiempo el promedio de permanencia en las noticias los porcentajes de visualización completa de los contenidos audiovisuales y la satisfacción de la audiencia de esta manera se garantiza la mejora continua de la información y la sostenibilidad de la estrategia comunicacional.
- Se recomienda además fortalecer de manera progresiva la incorporación de los recursos interactivos e hipermediales a través de un plan de innovación multimedia que contempla el desarrollo de las infografías interactivas, videos explicativos, líneas de tiempo dinámicas, mapas digitales, visualización de los datos y formatos adaptados para dispositivos móviles y redes sociales. La factibilidad de esta propuesta puede evaluarse mediante indicadores de uso, participación, tasa de interacción, alcance orgánico y niveles de engagement, permitiendo verificar el impacto real de estas herramientas sobre la experiencia informativa de los usuarios.
- Se recomienda desarrollar un Programa Permanente de Capacitación en Narrativas Digitales, dirigido a periodistas, productores, diseñadores y editores de contenidos, orientado al fortalecimiento de competencias relacionadas con comunicación visual, periodismo transmedia, inteligencia artificial aplicada al periodismo y producción multimedia interactiva. La sostenibilidad del programa podrá medirse mediante evaluaciones periódicas de desempeño profesional, calidad de los contenidos publicados y niveles de innovación incorporados en la producción informativa de la plataforma digital.
- Para futuras investigaciones se recomienda ampliar el análisis hacia estudios comparativos entre diferentes medios de comunicación digitales nacionales e internacionales, incorporando metodologías mixtas que integren análisis de contenido, métricas digitales, observación de comportamiento de usuarios y analítica web.

8. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Aguirre, C. (2024). *Periodismo transmedia y redes sociales: Un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador*. Obtenido de Uru: Revista de Comunicación y Cultura, (9), 70-82.: <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.5>
- Aguirre, C. (2024). *Periodismo transmedia y redes sociales: Un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador*. . Obtenido de Uru: Revista de Comunicación y Cultura, 9, 77-95. : <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.5>
- Álvarez, C. (2021). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa, Guía didáctica*. Obtenido de Universidad SurColombiana, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Arias, F. (2022). *El proyecto de investigación (8.ª ed.)*. . Obtenido de Episteme.: https://editorialepisteme.com.ve?utm_source=chatgpt.com
- Baena, P. (2022). *Metodología de la investigación (4.ª ed.)*. . Obtenido de Grupo Editorial Patria.
- Bernal, C. (2022). *Metodología de la investigación (5.ª ed.)*. Pearson Educación. Obtenido de Pearson Educación.: https://www.pearson.com?utm_source=chatgpt.com
- Creswell, J., & Creswell, D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6th ed.)*. . Obtenido de SAGE Publications.: https://us.sagepub.com/en-us/nam/research-design/book270550?utm_source=chatgpt.com
- Dijck, V. (2022). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. . Obtenido de Oxford University Press.: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970776.001.0001>
- Durán, V., Carrillo, M., & Trabadela, J. (2021). *Trends in the state-of-the-art mobile audiovisual narratives in the 21st century: Systematic review of the literature*. Obtenido de Texto Livre, 14(3): <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.29457>
- García, B., Pérez, S., & Pascual, N. (2025). *Tendencias y transformaciones en el periodismo digital: construyendo nuevas identidades mediáticas*. Obtenido de Revista Mediterránea de Comunicación. : <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.30993>
- García, M., Muñoz, A., & López, M. (2021). *Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales*. Obtenido de Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 27(2), 553-567.: <https://doi.org/10.5209/esmp.71193>

- García, S., & Rodríguez, A. (2022). *Redefining journalism narratives, distribution strategies, and user involvement based on innovation in digital native media*. Obtenido de Journalism, 24(6), 1292-1310. : <https://doi.org/10.1177/14648849211062766>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2023). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (2.ª ed.)*. Obtenido de McGraw-Hill.: https://www.mheducation.com?utm_source=chatgpt.com
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. Sexta). México D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Jenkins, H. (2023). *Convergence Culture Revisited: Media Participation in Digital Environments*. Obtenido de New York University Press. : <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479815985.001.0001>
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2021). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. Obtenido de New York University Press.: <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743501.001.0001>
- Kippes, R. (21 de enero de 2021). *El videoartículo como recurso narrativo clave para la comunicación de la ciencia en los nuevos entornos digitales*. Obtenido de Journal of Science Communication América Latina, 4(1).: <https://doi.org/10.22323/3.04010206>
- Lahera, F. (2022). *El método explicativo como alternativa de aprendizaje independiente*. Obtenido de Luz, vol. 16, núm. 2, abril-junio, 2017, pp. 134-143, Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya: <https://www.redalyc.org/pdf/5891/589166503014.pdf>
- López, X., Vázquez, J., Pérez, S., & Goyanes, M. (2021). *Capítulo 6. El «salto adelante» de las narrativas digitales en la segunda década del siglo XXI*. Obtenido de Espejo de Monografías de Comunicación Social, (3), 141–162.: <https://doi.org/10.52495/c6.emcs.3.p73>
- Medina, E. (2022). *Prensa digital ecuatoriana: Cambios en formatos y narrativas multimedia en medios nativos en 2021*. Obtenido de #PerDebate, 6(1), 206-229. : <https://doi.org/10.18272/pd.v6i1.2779>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). *Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas*. Machala: Repositorio digital Utmach. Obtenido de

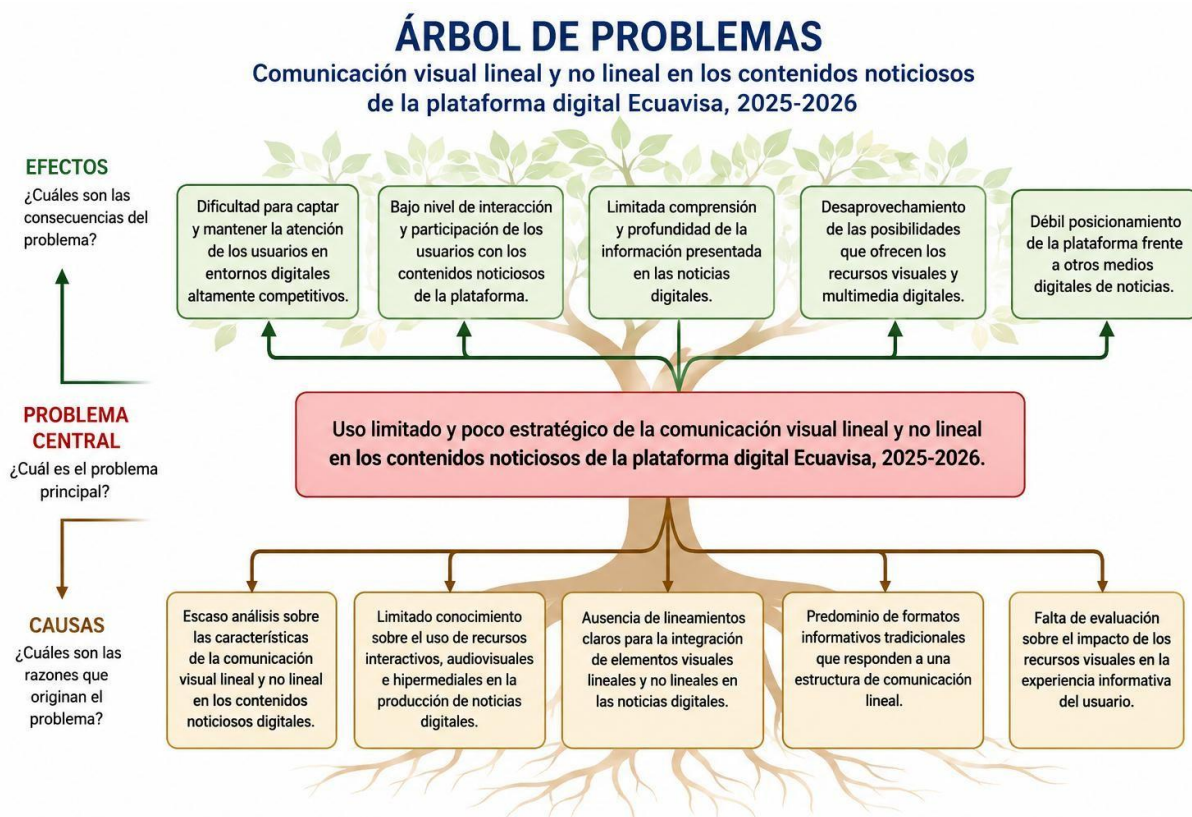
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>

- Muñoz, R. (2021). *Metodología de la investigación* (2.^a ed.). . Obtenido de Oxford University Press.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2022). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis* (6.^a ed.). . Obtenido de Ediciones de la U.: https://edicionesdelau.com?utm_source
- Ramos, C. (2020). *Alcance de la Investigación Exploratoria*. Obtenido de CienciAmérica (2020) Vol. 9 (3), ISSN 1390-9592 ISSN-L 1390-681X: https://perio.unlp.edu.ar/catedras/mis/wp-content/uploads/sites/126/2020/04/p.2_batthianny_k._cabreram._cap_5___metodologia_de_la_investigacion....pdf
- Ruales, K., Larrea, C., & Robalino, M. (2024). *Nuevas narrativas para el periodismo y la comunicación en la era digital*. . Obtenido de Editorial Universidad Nacional de Chimborazo.: <https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.158>
- Ryan, M. (2022). *Narrative as Virtual Reality 2: Revisiting Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Obtenido de Johns Hopkins University Press. : <https://doi.org/10.1353/book.39870>
- Sábada, R., & Salaverría, R. (2023). *The never-ending challenge: Exploring the renewed impact of digital technologies on journalism*. . Obtenido de Anàlisi, 68, 3-6. : <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3657>
- Salaverría, R., & Martínez, M. (2024). *Digital journalism in Spain: Technological, sociopolitical and economic factors as drivers of media evolution*. Obtenido de Journalism, 25(5), 1050-1069: <https://doi.org/10.1177/14648849231170519>
- Salaverría, R., & Masip, P. (2021). *Digital journalism and multimedia narratives in contemporary media ecosystems*. Obtenido de Profesional de la Información, 30(2), 1-12.: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.02>
- Silva, C., Aguado, J., Gerguri, D., Kazazi, L., Marklund, B., & Zamora, R. (2023). *INDCOR White Paper 5: Addressing Societal Issues in Interactive Digital Narratives*. arXiv. Obtenido de <https://doi.org/10.48550/arXiv.2306.09831>
- Vásquez, C., & González, C. (2023). *Análisis bibliométrico de las narrativas transmedia en la era de la convergencia de medios (2012-2022)*. Chasqui. . Obtenido de Revista Latinoamericana de Comunicación, 156, 215-232. : <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i156.4892>

Vázquez, J. (2021). *Nuevas narrativas en los cibermedios: de la disrupción a la consolidación de formatos y características*. Obtenido de Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 27(2), 685-696. : <https://doi.org/10.5209/esmp.70222>

9. ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problema



Anexo 2. Instrumentos

INSTRUMENTO 1: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

CUESTIONARIO DIRIGIDO A USUARIOS DE LOS CONTENIDOS NOTICIOSOS DE ECUAVISA

Tema de investigación: Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, 2025-2026.

Objetivo del instrumento: Recopilar información sobre la percepción de los usuarios respecto a la comunicación visual lineal y no lineal utilizada en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa.

Instrucciones

Estimado(a) participante:

La presente encuesta tiene fines exclusivamente académicos. La información proporcionada será tratada con absoluta confidencialidad y utilizada únicamente para el desarrollo de una investigación universitaria. Lea cuidadosamente cada afirmación y marque una sola respuesta según su nivel de acuerdo.

Escala de valoración

Valor	Criterio
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Preguntas:

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Los contenidos noticiosos de Ecuavisa presentan una organización visual clara que facilita la comprensión de la información					
2	Las noticias digitales publicadas por Ecuavisa mantienen una secuencia lógica que permite seguir fácilmente el contenido informativo					
3	Las imágenes utilizadas en las noticias contribuyen a una mejor comprensión de los hechos presentados					
4	Los videos incorporados en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario					
5	Los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente					
6	Los enlaces incluidos en las noticias me permiten ampliar la información sobre los temas de interés					
7	Los recursos interactivos presentes en las noticias facilitan una navegación más dinámica dentro de la plataforma					
8	La combinación de textos, imágenes y videos mejora mi experiencia al consumir noticias digitales					
9	Considero que las noticias de Ecuavisa aprovechan adecuadamente las posibilidades multimedia de los entornos digitales					
10	Los contenidos informativos presentan características que favorecen una interacción activa del usuario con la información					
11	La estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuye a mantener mi atención durante la lectura de las noticias					
12	Considero que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalece la calidad de los contenidos informativos de Ecuavisa					

Instrumento 2

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Tema de investigación: Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, 2025-2026.

Entrevistado: Ing. Alfredo Viteri, Jefe de Noticias Digitales de Ecuavisa

Objetivo del instrumento: Conocer la perspectiva técnica y profesional sobre la planificación, producción e integración de recursos visuales lineales y no lineales en los contenidos noticiosos difundidos por la plataforma digital Ecuavisa.

Instrucciones: La presente entrevista tiene fines académicos y forma parte de un proyecto de investigación desarrollado en la Carrera de Comunicación. La información proporcionada será utilizada únicamente para fines científicos y académicos. Se agradece responder de manera amplia y detallada cada una de las preguntas planteadas.

Preguntas

1. ¿Cómo describiría la importancia de la comunicación visual en la producción actual de contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa?
2. ¿Qué criterios se consideran al momento de seleccionar imágenes, videos y otros recursos visuales para complementar las noticias publicadas en la plataforma digital?
3. Desde su experiencia profesional, ¿qué características distinguen a una narrativa visual lineal de una narrativa visual no lineal en los medios digitales?
4. ¿Qué tipos de recursos interactivos o multimedia considera más efectivos para fortalecer la experiencia informativa de los usuarios?
5. ¿Cómo ha influido la transformación digital en las estrategias de presentación visual de las noticias producidas por Ecuavisa?
6. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el medio al integrar recursos visuales e interactivos en sus contenidos informativos?
7. ¿De qué manera considera que los usuarios responden a las nuevas formas de comunicación visual presentes en las plataformas digitales de noticias?
8. ¿Qué tendencias futuras visualiza para la comunicación visual digital y la construcción de contenidos periodísticos en Ecuavisa?

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Tema de investigación: Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, 2025-2026.

Entrevistado: Mgtr. Martha Aspiazu, Corresponsal de Ecuavisa

Objetivo del instrumento: Conocer la perspectiva técnica y profesional sobre la planificación, producción e integración de recursos visuales lineales y no lineales en los contenidos noticiosos difundidos por la plataforma digital Ecuavisa.

Instrucciones: La presente entrevista tiene fines académicos y forma parte de un proyecto de investigación desarrollado en la Carrera de Comunicación. La información proporcionada será utilizada únicamente para fines científicos y académicos. Se agradece responder de manera amplia y detallada cada una de las preguntas planteadas.

Preguntas

1. ¿Cómo describiría la importancia de la comunicación visual en la producción actual de contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa?
2. ¿Qué criterios se consideran al momento de seleccionar imágenes, videos y otros recursos visuales para complementar las noticias publicadas en la plataforma digital?
3. Desde su experiencia profesional, ¿qué características distinguen a una narrativa visual lineal de una narrativa visual no lineal en los medios digitales?
4. ¿Qué tipos de recursos interactivos o multimedia considera más efectivos para fortalecer la experiencia informativa de los usuarios?
5. ¿Cómo ha influido la transformación digital en las estrategias de presentación visual de las noticias producidas por Ecuavisa?
6. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el medio al integrar recursos visuales e interactivos en sus contenidos informativos?
7. ¿De qué manera considera que los usuarios responden a las nuevas formas de comunicación visual presentes en las plataformas digitales de noticias?
8. ¿Qué tendencias futuras visualiza para la comunicación visual digital y la construcción de contenidos periodísticos en Ecuavisa?

Anexo 3.

Matriz de validación de instrumentos

Validación del instrumento para

**"COMUNICACIÓN VISUAL LINEAL Y NO LINEAL EN LOS CONTENIDOS
NOTICIOSOS DE LA PLATAFORMA DIGITAL ECUAVISA,
2025 -2026".**



Autor:

Josue Jeremias Marcillo Parrales

Lcdo. Christian Vicente Rodríguez Pillasagua, Mgtr.

Presente.

Por medio de la presente me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle formalmente la validación del instrumento que aplicaré para analizar la comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa. Esta tarea es parte de mi trabajo de titulación para la obtención de mi título profesional en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, bajo la tutela de Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

A tal efecto adjunto los siguientes documentos:

1. Síntesis del proyecto de investigación.
2. Cuestionario de encuesta dirigido a usuarios de los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa.
3. Guía de entrevista semiestructurada dirigida a profesionales vinculados con la producción periodística de Ecuavisa.
4. Constancia de Validación del experto

De antemano gracias por su atención y colaboración

Atentamente,



Josue Jeremias Marcillo Parrales.

Investigador



Validar digitalmente en FirmaRC.
Firmado electrónicamente por:
**MANUEL ANTONIO
RODAS PEREZ**

Ing. Manuel Antonio Rodas Pérez, Mgtr.

Tutor

1. Síntesis del proyecto de investigación

El presente proyecto, titulado **“Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, 2025-2026”**, tiene como objetivo analizar las características narrativas, los recursos audiovisuales e hipermediales y las diferencias funcionales presentes en ambas estructuras comunicacionales.

La investigación parte de la importancia de comprender cómo la comunicación visual influye en la presentación y el consumo de noticias dentro de los entornos digitales. En este contexto, las narrativas lineales y no lineales desempeñan un papel fundamental en la comprensión, el interés y la interacción de las audiencias con los contenidos informativos.

El estudio adopta un enfoque mixto y un alcance descriptivo, mediante la aplicación de encuestas dirigidas a usuarios de la plataforma digital y entrevistas semiestructuradas a profesionales vinculados con la producción periodística de Ecuavisa. Estas técnicas permiten conocer tanto la percepción de la audiencia como los criterios profesionales utilizados en la elaboración de los contenidos.

Los resultados evidencian un predominio de las estructuras narrativas lineales, complementadas con recursos multimedia, mientras que las narrativas no lineales presentan un desarrollo parcial. Se concluye que la integración equilibrada de ambos tipos de comunicación visual puede fortalecer la calidad de los contenidos, promover la innovación periodística y responder a las nuevas formas de consumo informativo propias del ecosistema digital.

Para alcanzar lo anterior, se proponen los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las características visuales y narrativas presentes en los contenidos informativos difundidos por la plataforma digital de Ecuavisa.
- Describir los recursos interactivos, audiovisuales e hipermediales utilizados en los contenidos noticiosos de la plataforma digital.
- Determinar las diferencias funcionales entre las estructuras de comunicación visual lineal y no lineal presentes en las noticias digitales difundidas por Ecuavisa.

2. CUESTIONARIO DE ENCUESTA

CUESTIONARIO DIRIGIDO A USUARIOS DE LOS CONTENIDOS NOTICIOSOS DE ECUAVISA

Tema de investigación: Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, 2025-2026.

Objetivo del instrumento: Recopilar información sobre la percepción de los usuarios respecto a la comunicación visual lineal y no lineal utilizada en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa.

Instrucciones

Estimado(a) participante:

La presente encuesta tiene fines exclusivamente académicos. La información proporcionada será tratada con absoluta confidencialidad y utilizada únicamente para el desarrollo de una investigación universitaria. Lea cuidadosamente cada afirmación y marque una sola respuesta según su nivel de acuerdo.

Escala de valoración

Valor	Criterio
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Preguntas:

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	Los contenidos noticiosos de Ecuavisa presentan una organización visual clara que facilita la comprensión de la información					
2	Las noticias digitales publicadas por Ecuavisa mantienen una secuencia lógica que permite seguir fácilmente el contenido informativo					
3	Las imágenes utilizadas en las noticias contribuyen a una mejor comprensión de los hechos presentados					
4	Los videos incorporados en las noticias enriquecen la experiencia informativa del usuario					
5	Los elementos gráficos utilizados por Ecuavisa hacen que las noticias resulten más atractivas visualmente					
6	Los enlaces incluidos en las noticias me permiten ampliar la información sobre los temas de interés					
7	Los recursos interactivos presentes en las noticias facilitan una navegación más dinámica dentro de la plataforma					
8	La combinación de textos, imágenes y videos mejora mi experiencia al consumir noticias digitales					
9	Considero que las noticias de Ecuavisa aprovechan adecuadamente las posibilidades multimedia de los entornos digitales					
10	Los contenidos informativos presentan características que favorecen una interacción activa del usuario con la información					
11	La estructura visual utilizada por Ecuavisa contribuye a mantener mi atención durante la lectura de las noticias					
12	Considero que la integración de recursos visuales lineales y no lineales fortalece la calidad de los contenidos informativos de Ecuavisa					

3. GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA.

Tema de investigación: Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, 2025-2026.

Entrevistado: Ing. Alfredo Viteri, Jefe de Noticias Digitales de Ecuavisa

Objetivo del instrumento: Conocer la perspectiva técnica y profesional sobre la planificación, producción e integración de recursos visuales lineales y no lineales en los contenidos noticiosos difundidos por la plataforma digital Ecuavisa.

Instrucciones: La presente entrevista tiene fines académicos y forma parte de un proyecto de investigación desarrollado en la Carrera de Comunicación. La información proporcionada será utilizada únicamente para fines científicos y académicos. Se agradece responder de manera amplia y detallada cada una de las preguntas planteadas.

Preguntas

1. ¿Cómo describiría la importancia de la comunicación visual en la producción actual de contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa?
2. ¿Qué criterios se consideran al momento de seleccionar imágenes, videos y otros recursos visuales para complementar las noticias publicadas en la plataforma digital?
3. Desde su experiencia profesional, ¿qué características distinguen a una narrativa visual lineal de una narrativa visual no lineal en los medios digitales?
4. ¿Qué tipos de recursos interactivos o multimedia considera más efectivos para fortalecer la experiencia informativa de los usuarios?
5. ¿Cómo ha influido la transformación digital en las estrategias de presentación visual de las noticias producidas por Ecuavisa?
6. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el medio al integrar recursos visuales e interactivos en sus contenidos informativos?
7. ¿De qué manera considera que los usuarios responden a las nuevas formas de comunicación visual presentes en las plataformas digitales de noticias?
8. ¿Qué tendencias futuras visualiza para la comunicación visual digital y la construcción de contenidos periodísticos en Ecuavisa?

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Tema de investigación: Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital Ecuavisa, 2025-2026.

Entrevistado: Mgtr. Martha Aspiazu, Corresponsal de Ecuavisa

Objetivo del instrumento: Conocer la perspectiva técnica y profesional sobre la planificación, producción e integración de recursos visuales lineales y no lineales en los contenidos noticiosos difundidos por la plataforma digital Ecuavisa.

Instrucciones: La presente entrevista tiene fines académicos y forma parte de un proyecto de investigación desarrollado en la Carrera de Comunicación. La información proporcionada será utilizada únicamente para fines científicos y académicos. Se agradece responder de manera amplia y detallada cada una de las preguntas planteadas.

Preguntas

1. ¿Cómo describiría la importancia de la comunicación visual en la producción actual de contenidos noticiosos digitales de Ecuavisa?
2. ¿Qué criterios se consideran al momento de seleccionar imágenes, videos y otros recursos visuales para complementar las noticias publicadas en la plataforma digital?
3. Desde su experiencia profesional, ¿qué características distinguen a una narrativa visual lineal de una narrativa visual no lineal en los medios digitales?
4. ¿Qué tipos de recursos interactivos o multimedia considera más efectivos para fortalecer la experiencia informativa de los usuarios?
5. ¿Cómo ha influido la transformación digital en las estrategias de presentación visual de las noticias producidas por Ecuavisa?
6. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el medio al integrar recursos visuales e interactivos en sus contenidos informativos?
7. ¿De qué manera considera que los usuarios responden a las nuevas formas de comunicación visual presentes en las plataformas digitales de noticias?
8. ¿Qué tendencias futuras visualiza para la comunicación visual digital y la construcción de contenidos periodísticos en Ecuavisa?

¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!

Este instrumento deberá incorporarse en los anexos del trabajo de titulación, juntamente con los otros dos instrumentos previamente validados, quedando establecido como el tercer instrumento destinado a la recolección de datos.

4. Constancia de validación del experto

Quien suscribe, en condición de experto(a) validador(a), deja constancia de haber examinado el cuestionario incluido en este documento, determinando que el instrumento es:

Aplicable	Aplicable con observaciones	No aplicable
X		



CHRISTIAN VICENTE
RODRIGUEZ
PILLASAGUA

Ledo, Christian Vicente Rodríguez Pillasagua, Mgtr.

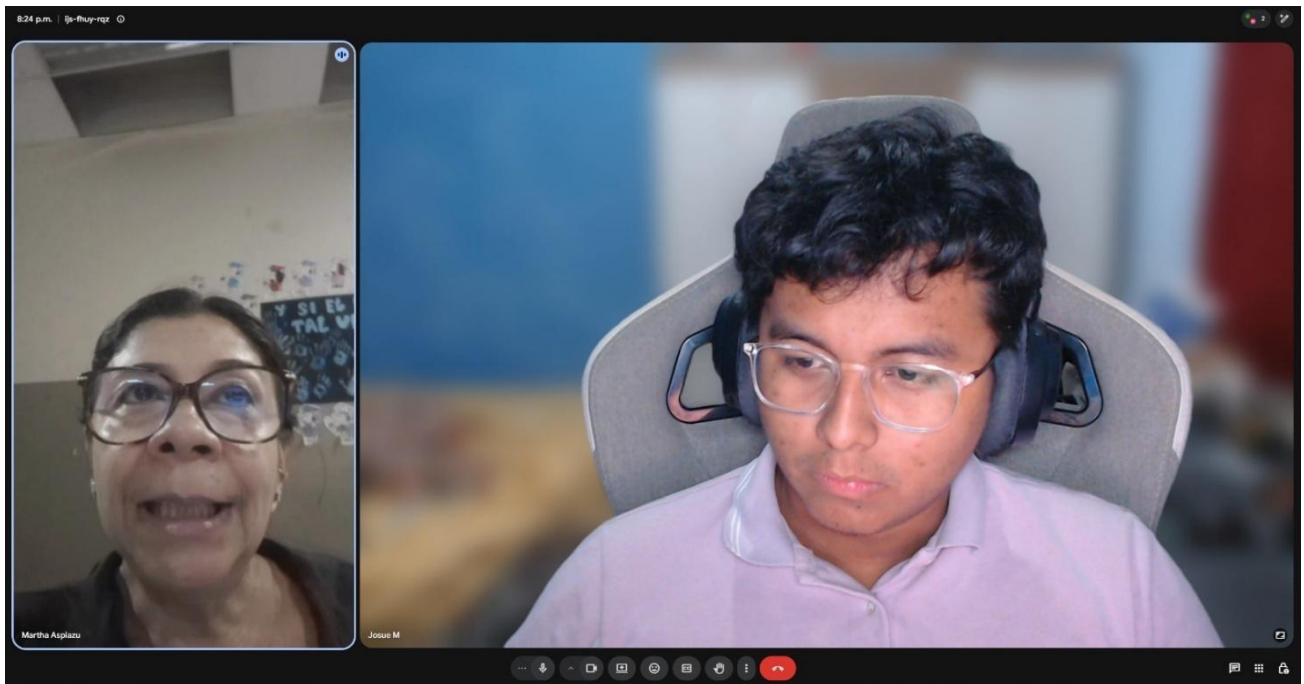
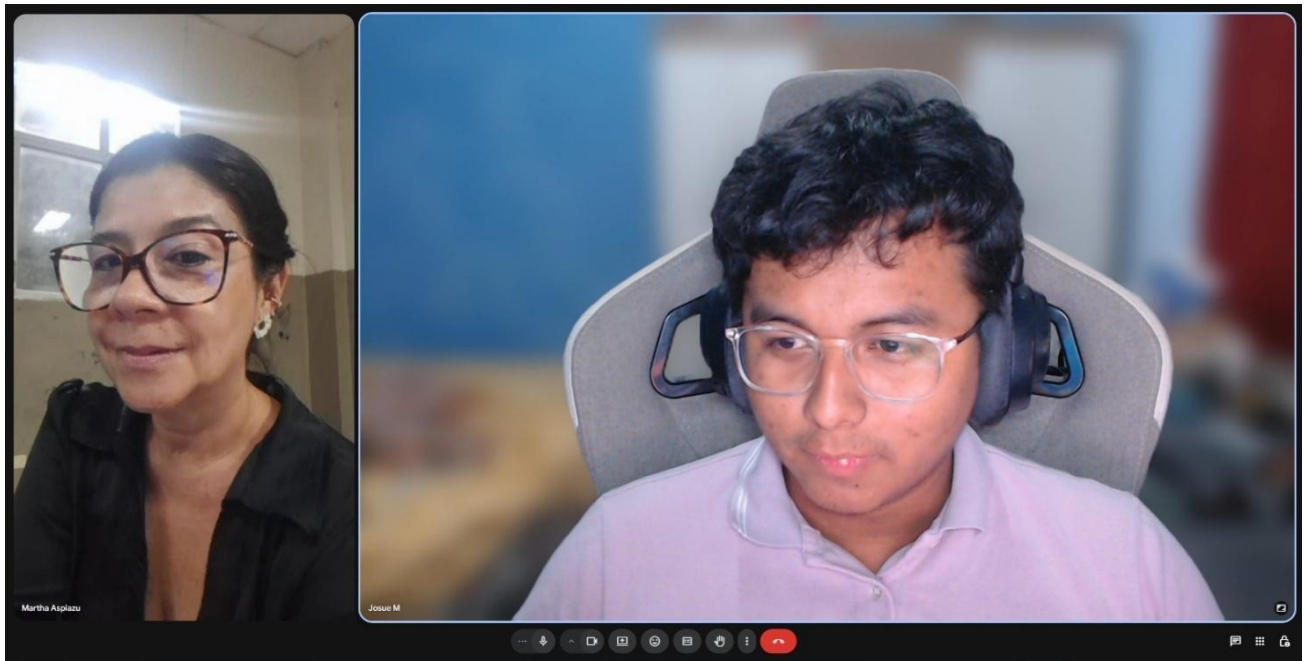
Firma del validador /a

¡MUCHAS GRACIAS!

Archivo fotográfico de entrevista



Entrevista realizada al Ing. Alfredo Viteri, Jefe de Noticias Digitales de Ecuavisa



Entrevista realizada a la Mgtr. Martha Aspiazu, Corresponsal de Ecuavisa

Archivo fotográfico de tutorías



MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

TEMA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital de Ecuavisa, 2025-2026	¿De qué manera se manifiestan la comunicación visual lineal y no lineal en los contenidos noticiosos de la plataforma digital de Ecuavisa en el período 2025-2026?	Analizar la comunicación visual lineal y no lineal presente en los contenidos noticiosos de la plataforma digital de Ecuavisa durante el período 2025-2026.	Comunicación visual lineal	Estructura narrativa secuencial	Organización jerárquica de la información
					Narrativa secuencial efectiva
				Recursos audiovisuales tradicionales	Uso de imágenes
				Presentación informativa	Secuencia lógica de contenidos
		OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
		Identificar las características visuales y narrativas presentes en los contenidos informativos digitales de la plataforma.	Comunicación visual no lineal	Interactividad digital	Uso de hipervínculos
					Navegación interactiva

		Describir los recursos interactivos, audiovisuales e hipermediales utilizados en los contenidos digitales del medio.		Recursos multimedia	Integración de elementos multimedia dinámicos
		Determinar las diferencias funcionales entre las estructuras comunicacionales lineales y no lineales presentes en las noticias digitales difundidas por la plataforma.		Participación de audiencias	Interacción del usuario con el contenido digital