



Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar

Carrera de Comunicación

MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de grado de:

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

TEMA:

La narrativa visual en portadas de noticias digitales de Manta: un análisis semiótico aplicado a medios locales.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comunicación digital, medios y análisis del discurso visual

AUTOR(A):

Roosbel Santiago Angulo Andrade

TUTOR(A):

Roxana Almedia

2025-2

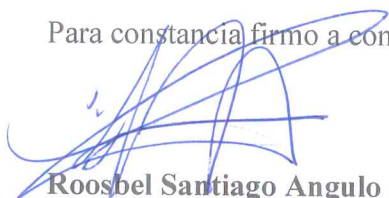
TEMA:

La narrativa visual en portadas de noticias digitales de Manta: un análisis semiótico aplicado a medios locales.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHO DEL AUTOR

Yo, ROOSBEL SANTIAGO ANGULO ANDRADE, portador de la cédula de ciudadanía No. 0850479205, declaro que el presente trabajo de investigación, y criterios emitidos, respetan rigurosamente en todo momento las normas éticas, previstas en la Ley de Propiedad Intelectual, asumo responsabilidad en lo referente a criterios, doctrinas, que contenga el trabajo de investigación, titulado: **‘La narrativa visual en portadas de noticias digitales de Manta: un análisis semiótico aplicado a medios locales’**, son de mi autoría, y autorizo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que haga de la investigación o parte de ella, documento disponible para, consultas de investigación, según las normas de la Institución, cediendo y aprobando la reproducción de los derechos patrimoniales del trabajo, con fines de difusión pública, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción, no suponga ganancia económica, y realice los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, en concordancia, con el Art.144 de la Ley de Educación Superior.

Para constancia firmo a continuación.



Roosbel Santiago Angulo Andrade
C.I. 0850479205

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	CERTIFICADO DE TUTOR(A)	
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO	REVISIÓN: 2 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la **Facultad Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar** de la **carrera de comunicación** de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el **trabajo de investigación**, bajo la autoría de la estudiante **Roosbel Santiago Angulo Andrade**, legalmente matriculado/a en la carrera de comunicación, período académico 2025(2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación, cuyo tema del proyecto es: "La narrativa visual en portadas de noticias digitales de Manta: un análisis semiótico aplicado a medios locales.

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de enero del 2026.

Lo certifico,


Dra. Roxana Almeida, PHD
DOCENTE TUTOR/A

Dedicatoria

Al amor de mi vida, mi madre, por su amor incondicional y su fortaleza inquebrantable. Gracias por cada palabra de aliento, por las madrugadas compartidas y por enseñarme a creer incluso cuando el camino parecía más difícil.

A mis abuelos, Mami Lexi, Papi Nico y a mi mamita Tere, por ser un pilar importante de mi vida y una fuente de inspiración constante.

A mi padrastro, Jhonny, por su apoyo sereno y constante. Gracias por tu paciencia, por estar siempre a mi lado y por recordarme que la familia también se construye con presencia y cariño.

A mi papá, en el cielo, por ser brújula y memoria luminosa. Tu ejemplo me acompaña en cada decisión; este logro también es tuyo. A ustedes, mi gratitud eterna.

AGRADECIMIENTO

A mi tutora, Roxana, por su guía académica, su exigencia oportuna y la confianza depositada en este trabajo; sus orientaciones marcaron la diferencia en cada etapa del proceso. A mi madre, Silvia, por su apoyo incondicional, su paciencia y la fuerza que me sostuvo en los momentos más desafiantes.

A mis compañeros de salón, Noveno “A”, por ser mi soporte cotidiano, por las horas de estudio compartidas, el compañerismo y la motivación constante. Este logro es también de ustedes. A mis amigos, Stalin y Esteban por ser compañeros de vida desde que no somos nada, a Keyla, Vivian, Mario, Ignacio, Alex, Carolina y a mi presi, Maria Isabel, gracias por hacer que esta estadía foránea en manta sea más amena y no tan difícil. Y claro, un abrazo al cielo para Sebas, que se siempre estará en nuestros corazones.

A mi hermana de otra madre, Wendy, por recorrer este camino juntos y aprender constantemente el uno del otro.

Y por supuesto, a Cami, por confiar en mí cuando nadie más lo hizo, cree en mí cuando ni yo mismo me tenía fe y por ser una mujer que admiro y quiero mucho, por ti, soy el hombre que soy.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I – FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
Planteamiento del problema	3
Formulación del problema	5
Objetivos	5
<i>Objetivo General</i>	5
<i>Objetivos Específicos</i>	5
CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO	7
Estado del arte	7
Bases teóricas.....	12
<i>Conceptualización de la narrativa visual</i>	12
<i>La narrativa visual en el periodismo digital</i>	14
<i>La semiótica de la imagen</i>	15

<i>La semiótica aplicada al análisis de portadas digitales.....</i>	<i>16</i>
<i>El discurso visual en los medios digitales.....</i>	<i>16</i>
<i>Función persuasiva y comunicativa de la imagen en portadas.....</i>	<i>18</i>
CAPITULO III – DISEÑO METODOLÓGICO	19
Enfoque de investigación	19
Tipo de estudio.....	19
Diseño de investigación	20
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
Análisis de datos	26
Limitaciones.....	27
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	28
ANEXOS.....	32

Resumen

La presente investigación analiza la narrativa visual presente en las portadas de noticias publicadas por medios digitales locales de Manta, con el objetivo de comprender cómo se construyen los mensajes visuales y qué significados se generan a través de los signos utilizados. Bajo un enfoque cualitativo y descriptivo, se aplica la técnica del análisis semiótico para examinar los elementos gráficos, estructuras visuales, códigos culturales y funciones comunicativas de una muestra seleccionada de portadas, publicadas entre enero y junio de 2025. La recolección de datos se hizo mediante una ficha de observación elaborada para registrar las dimensiones visuales más relevantes. La presente investigación busca aportar al campo de la comunicación digital y al estudio de los discursos visuales informativos, especialmente en entornos hipertextuales donde la imagen es un eje narrativo central. Además, pretende visibilizar cómo los medios digitales locales representan la realidad noticiosa mediante recursos visuales que apelan tanto a lo racional como a lo emocional del espectador.

Palabras clave: Narrativa visual, Semiótica de la imagen, Medios digitales, Portadas informativas, Comunicación visual

Abstrac

This research analyzes the visual narrative found on news covers published by local digital media outlets in Manta, Ecuador, with the aim of understanding how visual messages are constructed and what meanings are generated through the signs used. Using a qualitative and descriptive approach, this study applies the semiotic analysis technique to examine graphic elements, visual structures, cultural codes, and communicative functions within a selected sample of digital news covers published between January and June 2025. Data is collected using a purpose-built analysis sheet designed for this study, which captures the most relevant visual features. This research aims to contribute to the field of digital communication and to the study of visual news discourse, especially in hypertext environments where images have become a central storytelling element. It also seeks to show how local digital media portray news events through visual resources that speak to both the viewer's rational understanding and emotional response.

Keywords: Visual narrative, Image semiotics, Digital media, News covers, Visual communication

INTRODUCCIÓN

Actualmente, los medios de comunicación han experimentado una transformación significativa: las imágenes han dejado de ser un simple complemento para convertirse en un componente estructural de las narrativas informativas. Este cambio se evidencia especialmente en las portadas de noticias digitales, donde lo visual no solo busca atraer la atención del lector, sino también jerarquizar los hechos, orientar la lectura y activar interpretaciones y emociones mediante decisiones como el encuadre, la selección de la fotografía, el tamaño y su ubicación. Como señala Aymá (2022), las imágenes digitales se han consolidado como un elemento crucial en la comunicación visual, adquiriendo una función discursiva que va más allá de ilustrar el texto. En paralelo, estas elecciones visuales se articulan con la lógica editorial de selección y priorización propia del proceso informativo: la portada opera como un espacio donde se define qué es “lo importante” y cómo debe ser leído dentro del relato mediático (Rodrigo Alsina, 1989).

En la presente investigación se realiza un análisis semiótico de las portadas informativas publicadas por los medios digitales de Manta, una ciudad ubicada en la costa ecuatoriana. Dicho análisis consiste en interpretar los signos visuales, la estructura narrativa de las imágenes y la relación de estos con los textos, para entender cómo funcionan en conjunto para persuadir y emocionar al receptor. Como plantea Subiela-Hernández (2021), el análisis semiótico de la imagen permite comprender cómo los signos visuales, en relación con los textos que los acompañan, construyen un discurso orientado a influir en el receptor, apelando tanto a elementos racionales como emocionales.

Este trabajo se inserta en el campo de los estudios de comunicación digital y la semiótica visual, disciplinas que han cobrado mayor preeminencia en los últimos años debido a la relevancia de los medios digitales en la vida cotidiana. Los medios digitales despliegan una

comunicación visual que no solo informa, sino que emite un discurso simbólico que construye realidades y representa ideologías. Como señala Flick, los medios digitales no solo modifican los contenidos informativos, sino que también reconfiguran las formas en que estos se producen y se interpretan, dando lugar a nuevas maneras de comprender y analizar la comunicación visual (Flick, 2015).

Este estudio se justifica por la necesidad de examinar los aspectos visuales y narrativos que configuran las noticias en plataformas digitales, un área que sigue siendo poco explorada en el contexto ecuatoriano. Asimismo, el trabajo tiene como fin proporcionar herramientas teóricas y metodológicas que ayuden a comprender las dinámicas comunicativas en un entorno cada vez más visual y digital.

CAPÍTULO I – FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

En la actualidad, las portadas digitales de noticias han adquirido un rol esencial como dispositivos narrativos y persuasivos, más allá de su tradicional función ilustrativa. La transformación de los medios de comunicación hacia entornos exclusivamente digitales ha generado nuevos formatos informativos, donde la imagen visual cobra un protagonismo creciente. En este marco, la semiótica de la imagen permite comprender los significados que se construyen en estos espacios, apelando tanto a dimensiones racionales como emocionales del receptor.

En este proceso de transformación digital, han cobrado fuerzas fenómenos como la narrativa transmedia, que redefine el modo en que se construyen y distribuyen los relatos periodísticos. Como señala UNIR (2023), “no se cuenta en un solo medio, sino que se expande por múltiples plataformas, enriqueciendo la experiencia del usuario y permitiéndole interactuar con la historia desde distintas perspectivas”. Esta tendencia, aunque más visible en grandes medios internacionales, empieza a reflejarse en formatos visuales locales como las portadas digitales, donde se condensa, visual y simbólicamente, el núcleo de cada historia.

Según Ulloa et al., (2020), los medios digitales han asumido una función crítica frente a la narrativa hegemónica de los medios tradicionales, ofreciendo contenidos informativos alternativos, configurados a través de estructuras sintácticas, semánticas y pragmáticas que requieren ser interpretadas como sistemas comunicacionales integrales.

Sin embargo, existe un vacío importante en el estudio de los elementos visuales y su estructura narrativa en los medios 100 % digitales a nivel local, particularmente en la ciudad de Manta, Ecuador.

Aunque investigaciones como la de Vafeiadis et al., (2020) han demostrado que las imágenes, al ser integradas en narrativas noticiosas, tienen efectos significativos en la percepción y la emocionalidad del espectador, la mayoría de estos estudios se centran en medios internacionales y en temáticas globales.

Así mismo, las transformaciones en la recepción de información de las audiencias digitales demandan enfoques metodológicos que comprendan el estatus activo del usuario en su calidad de prosumidor. En este sentido, la visualidad significa no solo el artificio de atracción por su esteticismo, sino un dispositivo de sentido propio y de editorialización. Tal como lo indican Tobar Medina & Suntaxi, medios nativos ya consolidados en Ecuador como KolectiVOZ se traducen en estrategias discursivas visuales que desafían los cánones tradicionales y complacen en un análisis semiótico que estudie el entorno social, el lenguaje visual y la aceptación de la audiencia. Por lo tanto, el alcance semiótico de la portada digital de noticias no recaiga en la sola imagen, si no al conglomerado de signos visuales, contextuales y narrativos condicionados para la mediación noticiosa.

Esta aproximación cobra mayor sentido si se reconoce que el diseño visual de estas portadas influye en la forma en que se jerarquiza la información y se orienta la interpretación de los hechos.

Como lo argumenta el estudio de Jinhui Wang, (2023), los relatos visuales construyen vínculos afectivos con el espectador, facilitando la empatía y el transporte narrativo, mecanismos clave en la recepción de noticias actuales.

Formulación del problema

En base a lo antes planteado es pertinente explorar; ¿Cómo los medios digitales locales de Manta articulan visualmente sus portadas informativas, qué códigos utilizan y qué efectos semióticos generan en los espectadores?

Objetivos

Objetivo General

Analizar la narrativa visual presente en las portadas de noticias de medios digitales locales de Manta mediante un enfoque semiótico, para la identificación de los elementos visuales y estructuras simbólicas que construyen significados en el entorno informativo digital.

Objetivos Específicos

- Categorizar las portadas digitales de medios de comunicación digitales de manta según criterios de periodicidad, diseño gráfico y relevancia temática.
- Describir los elementos visuales predominantes en las portadas analizadas (composición, color, tipografía, imágenes, jerarquías visuales).
- Interpretar cómo las portadas construyen narrativas visuales que inciden en la percepción de los hechos noticiosos a nivel local.

Justificación

El estudio de la narrativa visual en los medios digitales es fundamental para comprender cómo los signos visuales, como imágenes, colores y tipografía, no solo acompañan, sino que configuran los significados de los mensajes informativos. Las portadas digitales de noticias se presentan como elementos clave en este proceso, dado que su diseño gráfico no solo busca atraer la atención, sino también transmitir de forma inmediata una

narrativa compleja. Según Machin y Mayr (2012), “las imágenes en los medios digitales operan como actores significantes que pueden influir profundamente en la interpretación de los textos” (p. 36).

Este análisis es fundamental en el contexto ecuatoriano, especialmente en Manta, porque los medios locales influyen en gran medida en cómo se consume y comprende la información por parte del público local. A la vez, el análisis semiótico de las portadas digitales también es necesario además de que hay un vacío académico sobre cómo los medios locales en Ecuador estructuran las representaciones en sus imágenes visuales. Mientras que hay estudios sobre la representación visual en los medios de comunicación más grandes, la literatura sobre los medios digitales locales es bastante limitada. O’Neill (2014) sostiene que, para comprender los medios locales, es fundamental analizar cómo se construyen y reproducen las relaciones de poder dentro de una comunidad, así como los procesos mediante los cuales estas dinámicas se legitiman.

Por lo tanto, este vacío en la literatura demuestra la necesidad de investigar cómo las portadas digitales de los medios locales influyen en la construcción de representaciones simbólicas en la sociedad de Manta a través de lo cual se destaca la importancia de este marco semiótico a nivel local.

Este enfoque permitirá entender no solo los elementos visuales, sino también los impactos potenciales de estos signos en el comportamiento y la percepción del público.

Delimitaciones del estudio

Una de las principales limitaciones de esta investigación radica en el alcance geográfico del estudio, ya que se enfoca únicamente en medios digitales locales de la ciudad

de Manta, lo cual restringe la posibilidad de generalizar los hallazgos a otros contextos comunicacionales o regiones del país. Esta delimitación territorial se justifica por el interés de profundizar en el análisis de un entorno mediático específico; sin embargo, puede implicar que ciertos patrones narrativos identificados no se repitan en medios con mayor alcance nacional o en otras provincias.

Otra limitación importante es la naturaleza cualitativa y subjetiva del análisis semiótico, que, si bien proporciona una oportunidad de sumergirse en los significados visuales, todavía se basa en gran medida en la interpretación del investigador. A pesar de tener una ficha de análisis y criterios de interpretación claros, cada signo visual puede ser leído de manera diferente con el cambio de contexto cultural, la experiencia personal del analista o los límites teóricos que pueda utilizar. Esto podría influir en la reproducibilidad del estudio o en su validación desde otros enfoques epistemológicos.

Por ende, se reconoce como limitación la temporalidad de la muestra, dado que solo se analizarán portadas digitales publicadas en un periodo específico (febrero a junio de 2025), asimismo para este estudio solo se contempla la red social Facebook. Este recorte temporal excluye eventos o narrativas relevantes que pudieron haberse desarrollado antes o después del periodo seleccionado, afectando la posibilidad de identificar transformaciones a largo plazo en las estrategias visuales de los medios. Aun así, el período escogido permite abordar de forma representativa las tendencias más recientes en la construcción de portadas digitales informativas locales.

CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO

Estado del arte

La narrativa visual en medios digitales se ha consolidado como un campo de estudio relevante en la última década, especialmente ante la expansión de plataformas informativas digitales y el creciente protagonismo de las imágenes en la construcción del discurso periodístico.

Las portadas digitales no solo “presentan” noticias: las construyen. A través de signos, composiciones y recursos gráficos, guían lo que vemos primero, cómo lo interpretamos y con qué emociones lo asociamos. Una revisión sistemática lo confirma: al mirar 75 artículos publicados entre 2016 y 2021 en SAGE Journals, Taylor & Francis y Wiley, se observa que la semiótica es el enfoque predominante para leer estas portadas, con un uso reiterado de los modelos de Chandler y Peirce, y apoyos en análisis visual y de contenido (Aljufri & Rahyadi, 2022). En otras palabras hay un cuerpo robusto y diverso de estudios —especialmente europeo y estadounidense— que muestra cómo la portada funciona como un dispositivo de sentido, aunque todavía hace falta más aplicación práctica que acerque esos hallazgos al quehacer cotidiano de los medios (Aljufri & Rahyadi, 2022).

Ahora bien, no basta con tener una portada “potente” si lo visual y lo verbal no conversan entre sí. Un problema frecuente en noticias online es justamente la descoordinación entre imagen y texto: deberían formar un solo mensaje y, sin embargo, muchas veces se contradicen o se ignoran, abriendo la puerta a interpretaciones erróneas y a la desinformación. Desde el análisis semiótico, Heryono y Faisal (2020) muestran por qué esa asociación es imprescindible y proponen examinar, caso por caso, si el par imagen–titular realmente coincide. Dicho de otro modo: la coherencia entre lo que se ve y lo que se dice no es un detalle estético, sino la base para una información clara, precisa y responsable (Heryono & Faisal, 2020).

Para afinar la comprensión de cómo operan las portadas y las piezas informativas en

entornos digitales, es útil mirar estudios que desarman la relación entre lo que vemos y lo que leemos. Desde esta perspectiva, Heryono y Faisal (2020) proponen un análisis semiótico cualitativo en tres niveles: primero, revisan el compromiso entre texto e imagen (si realmente dialogan y se sostienen mutuamente); luego, profundizan en casos engañosos donde esa relación se quiebra; y, por último, exploran la intención detrás del uso de imágenes que no corresponden con el contenido escrito. ¿El hallazgo central? Cuando texto e imagen no están alineados, se debilita la función informativa y aumentan la confusión y la desinformación. Es decir, la coherencia no es un lujo estético, sino la base para comunicar con claridad (Heryono & Faisal, 2020).

En una línea complementaria, Jones (2016) se enfrenta al reto de estudiar las noticias televisivas en un ecosistema confluyente y multimodal, donde el método cualitativo no siempre está bien delimitado. Su propuesta es un enfoque triádico que integra imagen, narrativa y discurso, tomando herramientas de los estudios cinematográficos y del análisis del discurso para capturar la riqueza del formato. A través de un ejemplo —un noticiero sudafricano sobre la violencia en las elecciones de 2014—, demuestra que esta mirada combinada permite desglosar capas de sentido: desde los recursos audiovisuales que organizan la atención hasta las lógicas de economía política que enmarcan cada texto (Jones, 2016).

Por su parte, Žigo y Tkalec (2021) sitúan la discusión en la comunicación virtual, donde la construcción de la “verdad” adquiere dinámicas particulares por la saturación informativa y la forma en que circulan los signos. Con un análisis socio-semiótico de cuatro sitios —*24sata.hr*, *Index.hr*, *The Guardian* y *The New York Times*—, muestran cómo cada medio configura el sentido a través de elecciones formales y editoriales, y cómo esas decisiones impactan en la percepción del usuario. Su conclusión es clara: la semiótica social

ofrece un instrumental sólido para deconstruir cómo se representa la realidad en línea y para reconocer las singularidades de cada plataforma en la producción de credibilidad (Žigo & Tkalec, 2021)

Por otro lado, Sánchez-García y Salaverría (2023) ponen el foco en algo que muchos intuimos: en periodismo digital hay mucho *hacer* multimedia, pero falta una base teórica sólida que sostenga ese hacer. Su propuesta es construir ese cimiento con una mirada transdisciplinar que cruza semiótica, narratología y lingüística. A partir de una revisión amplia de la literatura, delinean las bases semiótico-narratológicas del *storytelling* multimedia: integración de múltiples formatos (texto, imagen, audio, video, datos), estructuras no lineales que permitan recorridos alternativos y grados de interactividad que involucren activamente a las audiencias (Sánchez-García & Salaverría, 2023).

En paralelo, Matumoto y Gonçalves-Segundo (2023) señalan un punto ciego habitual: solemos analizar el color con teorías nacidas de la pintura o del impreso, poco ajustadas a los entornos digitales. Por eso proponen una aproximación socio-semiótica específica para medios en pantalla, con categorías operativas —como armonía cromática y espacio de color RGB— y herramientas abiertas (GIMP, ImageMagick) para medir el color de forma cuantitativa. El aporte práctico es claro: un marco que combina sentido social y medición técnica para entender cómo el color produce significado en los productos digitales (Matumoto & Gonçalves-Segundo, 2023).

En conjunto, ambos trabajos ofrecen un menú coherente para el análisis actual: por un lado, un andamiaje teórico para pensar la narrativa multimedia más allá del caso a caso; por otro, instrumentos concretos para describir y medir decisiones visuales clave —como el color— con pertinencia digital. Esto permite leer las piezas informativas no solo por lo que cuentan, sino por cómo articulan formatos, recorridos y elecciones cromáticas que orientan la

experiencia del público.

En esa misma línea, Matumoto y Gonçalves-Segundo (2023) subrayan que no basta con “importar” teorías del color del impreso o la pintura: los medios digitales requieren herramientas y enfoques ajustados a su lógica técnica y social —desde categorías como la armonía cromática hasta el espacio de color RGB y procedimientos cuantitativos reproducibles—. Bajo una perspectiva socio-semiótica, el color no es solo un adorno: organiza la mirada, jerarquiza información y activa significados situados en contextos específicos (Matumoto & Gonçalves-Segundo, 2023).

En el plano del ecosistema ecuatoriano, Aguirre Mayorga (2024) muestra cómo el periodismo transmedia se despliega en redes con narrativas adaptadas a cada plataforma. A partir de un análisis cuantitativo de 3.645 piezas publicadas en febrero de 2022, el estudio evidencia que los medios reconfiguran contenidos visuales en función de las lógicas de circulación y consumo de cada entorno, construyendo relatos fragmentados pero coherentes en el conjunto (Aguirre Mayorga, 2024). De manera complementaria, Ulloa et al. (2020) analizan semióticamente los formatos de noticias de comunidad en Facebook y Twitter de KollectiVOZ, mostrando cómo la interacción entre texto e imagen, sumada a estrategias retóricas y narrativas, busca captar atención y fomentar identificación con lo local. Sus hallazgos confirman que los medios digitales ajustan la presentación a las características de cada red, generando formatos innovadores que promueven la participación y fortalecen el vínculo con la audiencia (Ulloa et al., 2020).

Bases teóricas

Conceptualización de la narrativa visual

Según García y Silva (2023), las narrativas digitales funcionan como herramientas activas para impulsar el desarrollo de la comunicación, ya que integran recursos visuales, auditivos e interactivos que permiten contar historias de forma atractiva y participativa. Esto, a su vez, supone la necesidad de desarrollar destrezas específicas para comunicar y expresar un mensaje con claridad. Por su parte, Mendoza y Hermann (2023) sostienen que la narración digital articula diversas capacidades cognitivas y, especialmente, creativas.

Los relatos digitales son una forma sencilla de comunicar el saber en varios formatos que facilitan la presentación y organización de la información basada en el uso de recursos tecnológicos; este es un enfoque de enseñanza y aprendizaje del estudiantado identificado como una solución innovadora. Por tanto, se puede observar cómo la escuela saca provecho de las ideas para mejorar variedad de experiencias literarias en el aula producida. Siguiendo esta lógica, Galarza et al., 2025 que la narración digital es socioculturalmente significativa, implica la habilidad de desenvolver, producir y difundir varios contenidos en varios formatos dirigibles a un entorno social y cultural definido a través de los sitios web 2.0. De manera interactiva, al estudiar en ambientes virtuales caracterizados por el hecho de ser accesibles, adaptables y disponibles, incite a nuevas formas de pensamiento creativo; favorece este relato arte o novela. En el contexto actual, la generación y difusión de contenido no se realiza únicamente por medios impresos o canales orales, sino por herramientas digitales que ofrecen la posibilidad de elaborar, publicar y disfrutar de narraciones en diversos formatos. Esta situación ha provocado interés en los investigadores acerca de los procesos comunicativos en la red y por la presencia de procesos de lectura y escritura direccionados por la transición de

la web 2.0 a la 6.0, que involucra la inteligencia artificial, interacciones altamente personalizadas y entornos de aprendizaje inmersivos (Arteaga & Betancourt, 2024).

Asimismo, las plataformas digitales han democratizado la información, permitiendo que cualquier persona genere contenido. Aunque esto ha favorecido una mayor difusión del conocimiento, también ha reducido el nivel de profesionalismo y rigor en las narrativas informativas. Los periodistas se han visto obligados a adaptarse a estos cambios mediante el uso de formatos audiovisuales como reels (videos cortos), podcasts e infografías, alineándose con el consumo rápido y visual que predomina en la actualidad. Este fenómeno refleja la transformación de los hábitos de consumo y el protagonismo de los formatos digitales, teniendo como principal característica el uso de una narrativa más sencilla y accesible (Matos, 2025).

Para Meza y Alfaro (2023), los medios audiovisuales resultan especialmente atractivos porque permiten profundizar en procesos cognitivos de un modo distinto, al trasladar a la pantalla materiales escritos y orales de interés. En esa misma línea, señalan que para alcanzar este propósito es indispensable incorporar medios digitales acordes con los contenidos narrativos que se desea divulgar; además, para lograrlo con éxito, la narración debe segmentarse y luego reorganizarse desde múltiples entradas, de manera que posibilite recorridos e interpretaciones desde diversas perspectivas.

La narrativa visual en el periodismo digital

Las nuevas narrativas audiovisuales ofrecen una mayor flexibilidad para producir contenido, brindando más creatividad y, además, la capacidad para relacionarse con la audiencia y mantener conversación. Dentro de esta emergente galaxia comunicativa, los pódcast se han erigido como publicaciones digitales de gran popularidad para el público, hasta el punto de haberse duplicado su consumo en los últimos (AIMC, 2024).

La transformación digital del periodismo ha traído consigo varios desafíos y retos que periodistas y medios deben asumir y superar para asegurar la calidad y la supervivencia del modelo de operación. Algunos de estos son: superar la tentación de la velocidad y centrarse en la credibilidad; afrontar la infoxicación (aportar valor en medio del caos informativo); garantizar la sostenibilidad financiera de los medios (superar el modelo tradicional de la publicidad, generando nuevas fuentes de ingresos); velar por la privacidad y los derechos de autor (Bernal, 2024).

Por su parte, Meza y Alfaro (2023) sostienen que el desarrollo de competencias comunicativas mediante narrativas digitales exige habilidades expresivas que permitan recrear acontecimientos históricos, experiencias de vida y relatos imaginarios. En consecuencia, su implementación efectiva en el contexto educativo depende, en gran medida, del uso de herramientas tecnológicas adecuadas, accesibles y atractivas para el público al que se dirige el contenido.

Asimismo, la competencia narrativa necesita de destrezas cognitivas y lingüísticas, estas permiten estructurar la secuencia de la historia, generar argumentos cohesionados, empleo de palabras y frases acordes al contexto social y cultural. De igual modo, facilitan la decodificación del texto, porque otorgan soporte extralingüístico, reconoce las relaciones causa-efecto y organiza la secuencia en función del esquema global de la composición (Castro, 2024).

La semiótica de la imagen

La imagen, como concepto, exige esfuerzos integracionistas que remarquen formas perceptivas sensoriales y procesos complejos de adopción simbólica. Como tal, se efectúa una revisión de carácter semiótico para establecer las transversalidades necesarias, con el objetivo de aportar una mirada amplia de la imagen como campo problemático, más allá de

las formas tradicionales de la estética como estudio de lo bello, o de los aspectos específicos de los sistemas de hermenéusis, que tenga implicaciones en varias disciplinas, tales como la estética (en sentido ampliado), el arte, la filosofía, los estudios visuales, el diseño y la cultura (Parra, 2022).

De acuerdo con Rodríguez (2024), la semiótica contemporánea se entiende como una disciplina orientada a explicar cómo se produce el significado en distintas áreas del conocimiento. En términos generales, la semiótica analiza los signos y los símbolos como componentes centrales de los procesos comunicativos. Asimismo, a diferencia de la lingüística, no se limita al estudio de los signos lingüísticos, sino que abarca también sistemas no lingüísticos y múltiples mecanismos de significación, como la indicación y la designación, el parecido y la analogía, así como recursos retóricos y simbólicos como la alegoría, la metonimia y la metáfora, entre otros.

La semiótica aplicada al análisis de portadas digitales

El estudio de los rasgos socio simbólicos permite comprender la posibilidad de otorgar ciertas regularidades sociales de conducta, opiniones, juicios de valor, entre otros, cuyo lenguaje expresado ejerce un papel de mediador entre lo común que se encuentra disponible en alguna forma objetivada o material y la comprensión y apropiación individual. Bajo esta perspectiva, el lenguaje en sus procesos de comunicación incluye la semiosis, también otorga a los saberes particulares y a las prácticas sociales una función susceptible de indagar, generalmente percibidos mediante las expresiones de los miembros ya sea en los modos de socializar, en sus rasgos de vestimenta o gesticulación, así como en sus rituales cotidianos de vivir (Rubio & Utrilla, 2022).

La portada es mucho más que una entrada visual: condensa decisiones de diseño, color, maquetación y tipografía que, junto con la curaduría de contenidos, definen el posicionamiento de una publicación frente a su competencia y su capacidad para captar la atención del lector potencial. En ella se buscan resonancias con valores, aspiraciones y necesidades del público; no por casualidad “hablan” los titulares y las historias se encarnan en personas y personajes, acercando el mensaje a una forma casi humana (Ventura, González, & Tabuenca, 2023).

Con la expansión de internet, los sitios web heredaron prácticas organizativas de los medios tradicionales y recrearon su propia “portada” como punto de partida: un espacio que estructura la navegación conecta las secciones del producto y funciona como escaparate que jerarquiza y resume el contenido para atraer al usuario en segundos (Ventura, Tabuenca, & González, 2024).

El discurso visual en los medios digitales

Los productos editoriales se materializan, así, mediante una determinada propuesta visual, que trata de garantizar la singularidad del producto y que constituye la expresión tangible de un concepto inmaterial. El diseño gráfico es, por tanto, un ingrediente fundamental del sistema semiótico del medio para transmitir el discurso y los valores editoriales de la publicación, para construir una determinada percepción (imagen) y, así, obtener la lealtad de los lectores (Martín, Suárez, & Galindo, 2022).

Para, Rivera et al., (2025) un mensaje visual sea impreso o digital, de pequeñas medidas o de gran tamaño, a color o blanco y negro, está diseñado por los dos elementos

básicos: la imagen y el texto; todo medio de comunicación tiene como objetivo inicial, comunicar una idea o en el caso de los periódicos contar una historia mediante la organización y presentación de palabras y de imágenes. Para que todo proyecto gráfico tenga sentido debe manejar una buena composición.

El discurso narrativo forma parte del lenguaje literal, y se basa en una historia, un guion, es decir, en cómo se cuenta dentro del espacio y tiempo. Respecto a los elementos narrativos, estos son como unidades expresivas que configuran todo el discurso audiovisual con un sentido y valor expresivo. Estos elementos incluyen el sonido, las imágenes, la tipografía y el movimiento, como elementos sonoros y visuales que contribuyen a la construcción del relato dentro del espacio narrativo (Carpio, 2024).

Otro aspecto a destacar es el tiempo, el cual puede ajustarse según la intención, a través del uso del ritmo, de la interacción de los elementos en pantalla y del movimiento continuo de las formas. Esta situación establece un vínculo con el espectador, que determina si es capaz de comprender el mensaje. Por ende, nada puede permanecer estático durante mucho tiempo, solo lo suficiente como para poder captar la idea del mensaje, por lo que se requiere un sentido especial del ritmo (Carpio, 2024).

Función persuasiva y comunicativa de la imagen en portadas

De acuerdo con Egido (2023), la persuasión constituye un elemento fundamental de la comunicación, ya que implica la intención de influir en la opinión, actitudes o comportamiento de un receptor. Tanto la comunicación y la persuasión son herramientas que se utilizan en este contexto para ayudar a una organización a influir positivamente en la opinión y comportamiento de su público a través de estrategias de efectivas.

Las dinámicas visuales están presentando hoy unas actuaciones poco favorables para

la comunicación y la educación formal, como consecuencia de la saturación imparable de imágenes en distinta fijación y duración. Su consumo, infortunadamente, se da a partir de procesos banales de interacción; es decir, son resultado de una anorexia visual (Silva, 2024).

En definitiva, se determina que la portada no solo informa, sino que también permite captar la atención de personas, condiciona la interpretación y asimismo ayuda a la construcción de emociones, es decir generar empatía, admiración o rechazo. Otro aspecto que destacar es la legitimación ideológica, al instante de escoger una imagen se puede reforzar una visión política o social.

CAPITULO III – DISEÑO METODOLÓGICO

Enfoque de investigación

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, el cual se caracteriza por su orientación interpretativa, inductiva y reflexiva. Como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2021), el enfoque cualitativo se emplea para entender las, significados y perspectivas que las personas designan a un fenómeno, y que se basan en la interpretación de textos, discursos o representaciones simbólicas.

Este enfoque se justifica en función del objetivo principal de la investigación, que es analizar, a través de la semiótica de la imagen, cómo las portadas digitales de noticias en medios locales de Manta configuran narrativas visuales que apelan al espectador desde lo emocional, lo simbólico y lo ideológico.

Tipo de estudio

El tipo de estudio de esta investigación será de tipo descriptivo, dado que permite observar, caracterizar y detallar fenómenos comunicacionales desde una perspectiva estructurada y sistemática. Como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2021), “los estudios descriptivos buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice” (p. 114).

Por ende, el enfoque descriptivo resulta conveniente debido a que permitirá identificar los elementos visuales predominantes en las portadas digitales de medios locales de Manta, como colores, imágenes, composición, tipografía y jerarquía informativa.

Este tipo de estudio también es útil para analizar cómo dichos elementos construyen sentidos a través de códigos semióticos visuales. Par Sampieri, Collado y Lucio (2014), los estudios descriptivos permiten detectar patrones o estructuras presentes en un fenómeno, lo que los hace ideales para investigaciones donde se requiere analizar discursos visuales, estructuras simbólicas o estilos narrativos sin alterar el objeto observado.

Además, la perspectiva descriptiva es coherente con el enfoque cualitativo de esta investigación, en tanto permite una aproximación profunda, interpretativa y

contextual. Como explica Flick (2015), la investigación cualitativa “ofrece herramientas para analizar el significado, la estructura y el contenido simbólico de la comunicación, especialmente en contextos mediáticos” (p. 22). En ese sentido, este diseño metodológico no solo busca describir lo que está presente visualmente, sino también interpretar cómo esos elementos construyen sentido y apelan al espectador, articulando así un análisis semiótico riguroso y fundamentado.

Diseño de investigación

La presente investigación adopta un diseño no experimental, de tipo cualitativo y descriptivo, ya que no se manipulan variables, sino que se observa y analiza un fenómeno tal

como ocurre en su contexto natural: la construcción de narrativas visuales en las portadas digitales de medios locales. Según Hernández, Fernández y Baptista (2021), un diseño no experimental se caracteriza porque el investigador "no tiene control directo sobre las variables independientes, ya que estas ya han ocurrido o porque no pueden ser manipuladas" (p. 126), lo cual es coherente con la naturaleza interpretativa del presente estudio.

En tanto estudio descriptivo, esta investigación tiene como propósito principal observar, identificar y caracterizar los elementos visuales y semióticos presentes en las portadas digitales de medios locales de Manta, como imágenes, tipografías, composiciones gráficas, jerarquía visual y códigos culturales.

Grupo de estudio

El grupo de estudio está compuesto por las portadas digitales informativas publicadas por medios de comunicación locales de la ciudad de Manta, Ecuador, que operan exclusivamente en entornos digitales. Se consideran como portadas aquellas composiciones visuales que encabezan publicaciones noticiosas en redes sociales o páginas web, y que integran elementos gráficos como imágenes, titulares, colores y recursos visuales diseñados para captar la atención del receptor.

La muestra será no probabilística, tipo intencional. Estará conformada por 8 a 10 portadas digitales, seleccionadas a partir de los siguientes criterios de inclusión: a. al menos un componente visual relevante sustantivo, definido aquí como una imagen principal, titular gráfico o estructura visual destacada, b. haber sido publicada dentro del periodo de análisis definido y c. formar parte de los seis medios digitales seleccionados. A través de la muestra será posible realizar un análisis semiótico profundo acerca de los elementos visuales y narrativos presentes en la estructuración discursiva informacional local digital.

Por otro lado, la población de esta investigación está constituida por todas las portadas

digitales informativas publicadas entre enero y junio de 2025 por los siguientes medios digitales locales de Manta:

- El nacho de la información
- El Dato Digital
- Eclipse Digital
- Poder Informativo

Estos medios han sido seleccionados por su actividad constante en plataformas digitales, su enfoque informativo local y su uso predominante de estructuras visuales en sus publicaciones.

Así mismo, se realizó la selección de las noticias en torno a la campaña de la segunda vuelta de las elecciones generales 2025 en Ecuador, esta se llevó a cabo desde el domingo 09 de febrero hasta el jueves 10 de abril del año 2025.

Operacionalización de variables

En esta investigación, la variable de estudio es la narrativa visual en portadas digitales de noticias. Para tal efecto, se analizará cómo dicha narrativa se manifiesta en las portadas informativas de seis medios digitales locales de Manta: Ola Manta TV, Triple Vía Digital, El Nacho de la Información, El Dato Digital, Eclipse Digital y Poder Informativo. Dado el enfoque cualitativo de la investigación, se procedió a operacionalizar la variable a partir de cuatro dimensiones analíticas que se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
(Independiente) Narrativa visual	Elementos visuales	Tipo de imagen, colores	¿Qué tipo de imagen se utiliza?
			¿Qué colores predominan?
	Elementos estructurales	Predominantes, tipografía, disposición espacial	¿Cómo está organizada visualmente la portada?
			¿Qué tipografías se emplean y qué intención comunican?

	Códigos semióticos	Grado de libertad percibida	¿Qué se muestra explícitamente en la imagen?
			¿Qué significados se sugieren?
			¿Qué valores o imaginarios culturales se asocian a los elementos visuales?
	Estructura narrativa visual	Jerarquía visual, foco de atención, relación entre texto e imagen	¿Cuál es el foco visual principal?
			¿Qué elemento se jerarquiza?
Portadas digitales	Estructura narrativa visual	<i>(relación texto-imagen; secuencia visual)</i>	¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?
			¿Existe una secuencia o flujo visual evidente?
	Función comunicativa	Apelación emocional, intención persuasiva, impacto visual	¿Qué emociones busca provocar la imagen?

				Cuál es su finalidad: ¿informar, persuadir o generar impacto?
				¿La imagen refuerza el mensaje textual o lo contradice?

La selección de elementos visuales y estructurales (tipo de imagen, color, tipografía, composición y jerarquía) obedece a que la portada organiza la atención del lector y preconfigura el sentido desde lo perceptivo. Diferenciar fotografía, ilustración o infografía permite identificar la estrategia de representación; el color activa emociones y códigos culturales; y la tipografía junto con la composición orientan el recorrido de la mirada y refuerzan la identidad editorial. Estos ítems se sustentan en la distinción entre niveles de significación y en la noción de saliencia visual y jerarquización del campo gráfico.

Los códigos semióticos (descripción de lo visible, connotaciones e imaginarios culturales) posibilitan el tránsito metodológico de la descripción a la interpretación: primero se registra la denotación y, posteriormente, se identifican connotaciones y marcos culturales. Este procedimiento asegura rigor inferencial y ancla el análisis en la semiótica cultural y social del discurso visual.

La estructura narrativa y la intención comunicativa (relación imagen–titular, flujo visual, emoción, persuasión e impacto) permiten examinar el modo en que la portada construye su mensaje: si el texto ancla, amplía o tensiona la imagen; qué ruta atencional se impone; qué emociones y propósitos (informar, persuadir, sensibilizar) dominan; y qué jerarquías configuran la priorización editorial y eventuales sesgos.

Este cierre evaluativo integra forma y sentido para estimar el efecto global de la portada.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación, se ha seleccionado como técnica principal de recolección y análisis de datos el análisis semiótico, el cual permite estudiar los signos visuales presentes en las portadas digitales de noticias y comprender cómo estos configuran significados a través de su forma, contenido y disposición. La semiótica, como disciplina que estudia los sistemas de signos, resulta adecuada para abordar fenómenos comunicacionales donde la imagen cumple un papel estructural. Barthes en 1986 menciona que una imagen se puede leer como un mensaje codificado que mezcla significados denotativos y connotativos que transmiten ideologías y emociones ocultas. Asimismo, el análisis semiótico se basará en el enfoque propuesto por Roland Barthes, con énfasis en su distinción entre los niveles denotativos, que corresponden a lo que se ve de manera objetiva y connotativos, reflejado en significados simbólicos y culturales. Segundo Barthes, se incorpora a Eco, que explica que la imagen es un campo semiótico y tiene un sentido abierto que depende del contexto sociocultural del receptor. La función de esta técnica es hallar los códigos visuales implementados en las portadas digitales de Manta y su impacto en la creación del discurso periodístico visual. En cuanto a los instrumentos de apoyo, se propone una ficha de análisis semiótico, diseñada para registrar los siguientes aspectos: los elementos visuales, los códigos semióticos, la estructura de la narrativa y la función de la imagen como un texto signo. La ficha permitirá observar cada portada de manera ordenada y coherente.

Ficha de observación

Variable de estudio	Dimensión	Indicadores	Ítems / Preguntas de la ficha
Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Elementos visuales y estructurales	Tipo de imagen y encuadre	¿Qué tipo de imagen se utiliza en la portada (fotografía, ilustración, infografía, fotomontaje, captura de video, etc.)?
			¿Qué encuadre o plano domina en la imagen (primer plano, plano medio, plano general, etc.)?
		Personajes y ubicación en el encuadre	¿Cuántos personajes son visibles en la portada (ninguno, 1, 2-3, más de 3)?
			¿Dónde se ubican los personajes principales dentro de la imagen (centro, lado izquierdo, lado derecho, fondo/segundo plano)?
		Color y saturación	¿Cuáles son los colores predominantes en la portada (mencionar hasta tres)?
			¿El nivel de saturación/contraste de la imagen es alto, medio o bajo?
		Composición general de la portada	¿Cómo está organizada visualmente la portada (imagen de fondo con texto superpuesto; imagen a un lado y texto al otro; mosaico de varias imágenes; solo texto, etc.)?
		Tipografía del titular y estilo gráfico	¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular principal (serif, sans serif, manuscrita/display)?
			¿Qué intención comunica la tipografía y el estilo del titular (formal, informal, sensacionalista, sobrio, etc.)?

		Elementos de identidad del medio	¿La portada incluye elementos de identidad del medio (logo, colores institucionales, eslogan)?
			¿Dónde se ubican estos elementos (esquina superior izquierda, superior derecha, inferior izquierda, inferior derecha, otra)?
Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Códigos semióticos	Nivel denotativo (qué se ve)	¿Qué se muestra explícitamente en la imagen (personas, objetos, lugares, acciones)? Describir brevemente.
		Nivel connotativo (significados sugeridos)	¿Qué significados, ideas o emociones sugiere la imagen? Escribir al menos tres palabras o frases clave.
		Códigos culturales y políticos	¿Qué símbolos culturales o políticos se observan (símbolos patrios, colores partidistas, logos de partidos, símbolos religiosos, uniformes, etc.)?
		Representación de actores sociales	¿Qué actores sociales aparecen en la portada (autoridades/candidatos, ciudadanía, fuerzas del orden, víctimas, grupos específicos como mujeres, jóvenes, etc.)?
			¿Cómo se los representa visualmente (posición en la imagen, postura corporal, gestos, expresiones faciales, vestimenta)?
Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Estructura narrativa visual	Relación imagen–titular	¿La relación entre imagen y titular es de anclaje (la imagen ilustra el texto), de relevo/ampliación (la imagen añade información o matices) o de tensión/contradicción (imagen y texto

			sugieren cosas distintas)?
		Recorrido visual	¿Por dónde “entra” la mirada del espectador (qué ve primero) y hacia dónde se desplaza después? Describir el recorrido visual predominante.
		Construcción del conflicto o tema central	¿Qué problema, situación o actor se enfatiza visualmente como núcleo de la portada?
			¿Se muestran principalmente causas, consecuencias o posibles soluciones del conflicto/tema representado?
		Temporalidad sugerida	¿La imagen sugiere un acontecimiento actual/en curso, una imagen de archivo/pasado o una escena recreada/metafórica?
Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Función comunicativa e impacto	Intención comunicativa dominante	¿Cuál parece ser la intención principal de la portada: informar, persuadir, denunciar, sensibilizar/apelar a la empatía, entretener u otra?
		Emociones evocadas	¿Qué emociones busca provocar la portada (miedo, indignación, esperanza, tristeza, curiosidad, orgullo, etc.)? Seleccionar las más relevantes.
		Posicionamiento valorativo del medio	En relación con el hecho o actor principal representado, ¿el posicionamiento aparente del medio es a favor, en contra, neutral/equilibrado o ambiguo?
		Impacto visual global	¿El impacto visual general de la portada puede considerarse alto, medio o bajo? Justificar brevemente la respuesta.
		Interacción e	¿Cuál es el número aproximado de

		impacto en Facebook (opcional)	reacciones, comentarios y veces compartida la publicación?
			¿Qué tono dominante se observa en los comentarios revisados (positivo, negativo, neutro, mixto)?

Nota: Elaboración propia

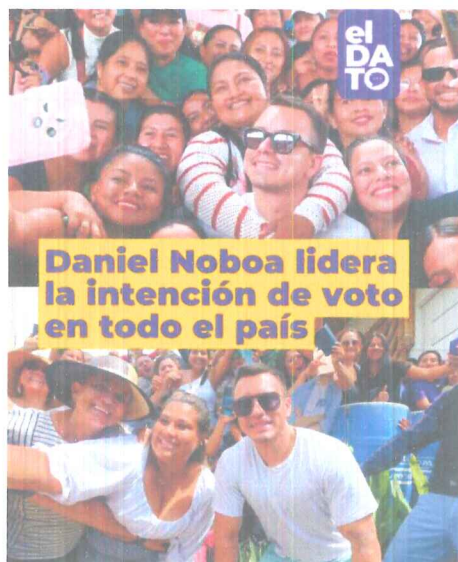
El sustento teórico proviene de la semiótica del anclaje/relevo y su aplicación a noticias en línea (Barthes, 1986; Heryono & Faisal, 2020), de la multimodalidad crítica y la jerarquía/saliencia visual (Machin & Mayr, 2012; Van Leeuwen & Jewitt, 2001), del análisis del flujo atencional en narrativas audiovisuales (Carpio, 2024; Jones, 2020) y de la dimensión afectiva de las imágenes en contextos informativos (Silva, 2024).

Análisis de datos

Una vez recolectada la información visual, se someterá a un proceso ordenado de análisis cualitativo de la mano de la técnica del análisis semiótico. Por medio de esta técnica, se puede realizar una interpretación de los signos visuales presentes en cada portada, es por ello que somos capaces de entender cómo estos se articulan para hacer sentir un mensaje informativo en específico. Para este proceso de análisis se ha creado una Ficha recolectora que contempla las cuatro dimensiones más importantes antes mencionadas: los elementos visuales, los códigos semióticos, la estructuración de la narrativa visual y su función comunicativa dentro de la multimedialidad.

Figura 1

Portada publicada por “EL DATO”



Campo	Registro
Fecha (2025)	10 de abril
Plataforma	Facebook
Tipo de contenido electoral	Acto de campaña
Ámbito	Nacional
Nombres mencionados en el titular	<i>Daniel Noboa</i> (mencionado en el texto)
Tipo de imagen / Encuadre	Fotografía · PM/PG (multitud, selfies)
N.º / Ubicación de personajes	Más de 3 · Centro y laterales
Colores predominantes	Morado, amarillo y tonos piel · Alta

/ Saturación	
Composición	Mosaico (dos fotos) con bloque de texto superpuesto
Tipografía / Estilo del titular	Sans “display”, extrabold, enfático
Identidad del medio	Logo visible (sup. derecha) y cromática institucional
Denotación (qué se ve)	Multitudes sonrientes en selfies con una figura masculina con gafas; gran bloque textual que afirma liderazgo en intención de voto
Connotaciones (3)	Popularidad · Cercanía · Triunfo
Códigos político-culturales	Cromática de marca; sin símbolos patrios destacados
Actores sociales	Ciudadanía (simpatizantes); figura política asociada por el texto
Relación imagen–titular	Anclaje (la multitud refuerza la afirmación verbal)
Recorrido visual	Rostros sonrientes → bloque de texto amarillo → logo
Conflicto / Tema central	Liderazgo en encuestas / apoyo ciudadano
Temporalidad sugerida	Actual, en curso
Intención dominante	Persuadir (mostrar liderazgo) con componente informativo
Emociones evocadas	Alegría · Entusiasmo
Posicionamiento valorativo	Favorable hacia el actor mencionado en el titular
Impacto visual global	Alto — multitudes, alto contraste cromático y tipografía extrabold

Análisis

La portada construye un marco triunfal: dos fotografías con multitudes sonrientes y un titular extragordo en alto contraste (morado/amarillo) orientan la lectura hacia la popularidad y la cercanía del actor referido en el texto. La lógica del selfie refuerza la idea de contacto directo con la ciudadanía. La relación imagen–titular es de anclaje: lo visual actúa como evidencia que sostiene la afirmación “lidera la intención de voto”. El recorrido (rostros → texto → logo) integra emoción, mensaje y marca, produciendo un impacto alto y un posicionamiento favorable.

Figura 2

Portada publicada por “EL DATO”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Tipo de contenido electoral predominante	Organización/comportamiento de voto
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Ilustración/Fotomontaje
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio (mano marcando)
¿Cuántos personajes son visibles?	0–1 (mano humana, sin rostro)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Lateral (mano en primer término)

¿Cuáles son los colores predominantes (máx. 3)?	Amarillo, morado, grises
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Fondo ilustrado de papeleta + bloque de texto grande (zona inferior izquierda)
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular?	Sans / display
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática / persuasiva
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo y colores institucionales
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo: esquina superior derecha
¿Qué se muestra explícitamente en la imagen (denotación)?	Mano con bolígrafo frente a una casilla marcada como “NULO” y elementos tipo papeleta/señalética; gran bloque de texto informativo
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Desplazamiento del voto; tendencia; estrategia electoral
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Léxico electoral (“NULO”), diseño de papeleta; cromática de marca
¿Qué actores sociales aparecen?	Ciudadanía (acto de votar, sin identificación)
¿Cómo se los representa (posición/gestos/vestimenta)?	Mano en acción de marcar; énfasis en el instrumento de voto

¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje/Relevo (la escena sitúa el acto de votar; el texto interpreta la inclinación del voto nulo)
¿Cuál es el recorrido visual?	Palabra “NULO” → mano/bolígrafo → bloque de texto → logo
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Preferencia de los votantes del nulo en segunda vuelta
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	No se explicitan; se enuncia una tendencia
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / en curso
¿Cuál es la intención principal?	Informar/Persuadir
¿Qué emociones busca provocar?	Curiosidad, interés
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Favorable al actor mencionado en el texto
¿Impacto visual global?	Medio–Alto (palabra “NULO” en gran tamaño + bloque textual contundente)
Nombres mencionados en el titular	“Daniel Noboa” (<i>mencionado en el texto; no se identifica visualmente a personas</i>)

Análisis

La portada traduce un tema técnico (voto nulo) en un mensaje estratégico: mediante la palabra “NULO” en gran tamaño y el gesto de marcar se crea un anclaje visual fuerte que la línea titular interpreta como inclinación hacia un actor citado en el texto. El uso de ilustración/fotomontaje evita rostros y focaliza el acto de votar, lo que sugiere tendencia más que evento. El recorrido (NULO → mano → texto → marca) guía la lectura hacia la

conclusión del titular y le confiere autoridad. El posicionamiento resultante es favorable al actor mencionado y el impacto es medio–alto por el contraste semántico y la contundencia tipográfica.

Figura 3

Portada publicada por “EL DATO”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Tipo de contenido electoral predominante	Organización electoral / Regla
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía + ilustración (combinada)
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio/general (mosaico de escenas)
¿Cuántos personajes son	2

visibles?	
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Izquierda y derecha (superior); centro inferior ocupado por urna
¿Cuáles son los colores predominantes (máx. 3)?	Amarillo, azul/rojo (bandera), morado
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Mosaico: dos fotos superiores + ilustración inferior (urna/bandera) con bloque de texto grande a la izquierda
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular?	Sans / display, extrabold
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática, informativa/alerta
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo y colores institucionales
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo: esquina superior derecha
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Personas en recinto electoral; papeleta/urna; bandera de Ecuador; texto: “De 9 mil a 32 mil dólares la multa por tomarle foto al voto”
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Sanción; advertencia; institucionalidad
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Símbolo patrio (bandera); entorno de votación

¿Qué actores sociales aparecen?	Ciudadanía en proceso de sufragio; autoridades implícitas
¿Cómo se los representa?	En actitud de mostrar papeleta o depositar voto; gestualidad neutra
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (el texto normativo fija el sentido de las escenas)
¿Cuál es el recorrido visual?	Rostro/escenas superiores → gran bloque de texto → urna/bandera inferior → logo
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Prohibición y multa por fotografiar el voto
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Se explicita consecuencia (multa)
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / periodo electoral
¿Cuál es la intención principal?	Informar (advertir regla)
¿Qué emociones busca provocar?	Alerta, prudencia
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Neutral/institucional
Impacto visual global	Medio (mosaico informativo + bandera como código cultural + tipografía contundente)
Nombres mencionados en el titular	N/A

Análisis

Esta portada adopta un tono institucional: el mosaico sitúa al lector en contexto de sufragio y la bandera introduce un marco cívico. El titular extrabold funciona como anclaje que transforma las escenas en advertencia normativa (multa por fotografiar el voto). El recorrido (escenas → texto → urna/bandera) orienta de la evidencia al mensaje regulatorio, activando emociones de alerta y fomentando cumplimiento. La pieza prioriza la función informativa y mantiene un posicionamiento neutral, con impacto medio sustentado en la combinación de símbolo patrio y contundencia tipográfica.

Figura 4

Portada publicada por “EL DATO”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Tipo de contenido electoral predominante	Controversia / alianzas
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía

¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano / plano medio (díptico de retratos)
¿Cuántos personajes son visibles?	2
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Retrato superior (izq.) y retrato inferior (der.)
¿Cuáles son los colores predominantes (máx. 3)?	Morado/amarillo (marca), multicolor (fondo sup.), azul (fondo inf.)
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Díptico vertical con bloque de texto grande ocupando el centro-izquierda
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular?	Sans / display, extrabold
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática, valorativa
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo y cromática institucional
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo: esquina superior izquierda
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Dos retratos; bloque textual que alude a la no asistencia a un “acuerdo”
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Ruptura, distanciamiento, “golpe” político
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Bandera multicolor (marco cultural), cromática de marca
¿Qué actores sociales aparecen?	Luisa Gonzáles y Leonidas Iza

¿Cómo se los representa?	Gestualidad seria; mirada fija/pensativa; vestimenta formal/casual
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Relevo (los gestos intensifican el sentido del texto valorativo)
¿Cuál es el recorrido visual?	Retrato superior → bloque de texto → retrato inferior → logo
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Quiebre o desacuerdo en una alianza
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Se sugiere consecuencia política (golpe/distanciamiento)
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual
¿Cuál es la intención principal?	Persuadir / Denunciar
¿Qué emociones busca provocar?	Indignación, tensión
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Crítico frente a la alianza mencionada
¿Impacto visual global?	Alto (contraste de retratos + texto categórico y dominante)
Nombres mencionados en el titular	Leónidas Iza y Luisa González

Análisis

La portada recurre a un díptico de retratos y a un titular contundente para construir un marco de quiebre. La tipografía en extrabold y la ubicación del bloque de texto hacia el centro-izquierda guían la lectura y fijan un tono valorativo. Los gestos serios y la bandera multicolor en el plano superior aportan carga simbólica y refuerzan la idea de distanciamiento. La relación entre imagen y texto funciona como relevo: la imagen aporta

carácter y el texto delimita el conflicto. El resultado es un posicionamiento crítico y un impacto alto por contraste compositivo y contundencia verbal.

Figura 5

Portada publicada por "EL DATO"



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Tipo de contenido electoral predominante	Controversia / apoyos
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano (rostro)
¿Cuántos personajes son visibles?	1
¿Dónde se ubican los	Centro

personajes principales?	
¿Cuáles son los colores predominantes (máx. 3)?	Morado, amarillo, tonos piel
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Imagen de fondo (rostro) + bloque de texto grande a la derecha
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular?	Sans / display, extralbold
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática, valorativa con matiz burlesco/irónico
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo y cromática institucional
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo: esquina superior derecha
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Primer plano femenino con ojos húmedos; texto: “Ni Iza, ni Topic. Nadie quiere apoyar de frente a Luisa González”.
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Vulnerabilidad · Burla/Ironía · Deslegitimación
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Cromática de marca; nombres propios citados en el texto
¿Qué actores sociales	Luisa Gonzáles

aparecen?	
¿Cómo se los representa?	Gestualidad triste/afectada; fondo desenfocado que aísla el rostro
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Relevo con anclaje (la emoción predispone; el texto cierra con tono burlesco)
¿Cuál es el recorrido visual?	Ojos/rostro → bloque de texto amarillo → logo
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Falta de apoyos explícitos
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	No; se afirma un estado general (“nadie quiere apoyar...”)
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / en curso
¿Cuál es la intención principal?	Persuadir / Denunciar con matiz burlesco
¿Qué emociones busca provocar?	Tristeza/compasión + ridiculización (por ironía del titular)
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	En contra de la persona mencionada en el texto
¿Impacto visual global?	Alto (primer plano emocional + contraste morado/amarillo + tipografía extrabold)
Nombres mencionados en el titular	“Leónidas Iza”, “Jan Topic”, “Luisa González”

Evidencias del tono burlesco	Negaciones escalonadas (“Ni..., ni... Nadie...”) que caricaturizan; (2) Hipérbole (“nadie”) sin matices; (3) Contraste entre llanto/emoción y texto contundente; (4) Bloques amarillos como “cartelas” intrusivas que maximizan el efecto de mofa; (5) Ritmo tipográfico (frases cortadas en líneas) que acentúa la ironía.
-------------------------------------	---

Análisis

La portada explota un primer plano emocional y lo yuxtapone con un titular hiperbólico y negativo (“Ni..., ni..., Nadie...”), produciendo un tono burlesco que busca desautorizar a la figura mencionada. El bloque tipográfico en extrabold sobre fondo amarillo funciona como una intervención deliberadamente agresiva: fija la lectura hacia la mofa y el descrédito, mientras el rostro con los ojos húmedos intensifica la tensión y la asimetría entre imagen y texto. Esta relación de relevo con anclaje orienta al lector hacia un posicionamiento crítico y refuerza la idea de aislamiento. El resultado es un impacto alto, sostenido por la economía compositiva, el contraste cromático y una retórica marcada por la ironía.

Figura 6

Portada publicada por "EL DATO"



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Tipo de contenido electoral predominante	Controversia / valoración
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano/Plano medio (dos retratos)
¿Cuántos personajes son visibles?	2
¿Dónde se ubican?	Izquierda: figura masculina (menor tamaño). Derecha: figura masculina (mayor tamaño, dominante).
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Blanco/negro (tipografía), tonos fríos/azules, grises
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio, con alto contraste del texto
¿Composición?	Imagen de fondo oscurecida + bloque de texto

	grande arriba izquierda
¿Tipografía del titular?	Sans, bold, blanca; muy enfática
¿Intención que comunica la tipografía?	Enfática, acusatoria
¿Elementos de identidad del medio?	Sí: logo (sup. der.)
¿Denotación (qué se ve)?	Dos retratos masculinos serios; gran texto: “Los números los dejan en evidencia. Los delincuentes votan por los narcos”
¿Connotaciones (3)?	Acusación · Estigmatización · Polarización
¿Códigos culturales/políticos?	Lenguaje punitivo (“delincuentes”, “narcos”); ausencia de símbolos patrios
¿Actores sociales?	Dirigentes/políticos (no identificados por imagen)
¿Cómo se representan?	Gestualidad seria; derecha en posición de mayor saliencia (tamaño/primer término)
¿Relación imagen–titular?	Tensión/Anclaje (texto guía lectura valorativa y punitiva)
¿Recorrido visual?	Frase grande (arriba izq.) → rostro derecho (dominante) → rostro izquierdo → logo
¿Tema enfatizado?	Atribución negativa de voto / culpabilización
¿Causas/Consecuencias/Soluciones?	No se argumenta; se afirma una valoración
¿Temporalidad?	Actual
¿Intención principal?	Persuadir / Denunciar
¿Emociones buscadas?	Indignación, rechazo

¿Posicionamiento del medio?	En contra de los aludidos por el texto, en este caso, el correísmo
¿Impacto visual global?	Alto (mensaje textual dominante + contraste fuerte + jerarquía de tamaños)
Nombres en el titular	N/A

Análisis

La pieza prioriza el mensaje textual con léxico punitivo y estigmatizante, que orienta la lectura antes que los retratos. La jerarquía de tamaño/saliencia favorece a la figura de la derecha, mientras el fondo oscurecido y el bold blanco maximizan el contraste. La relación es de tensión/anclaje: el texto impone un marco acusatorio que los rostros serios refuerzan. El resultado es un posicionamiento contra los aludidos y un impacto alto sustentado en contundencia verbal y jerarquía visual.

Figura 7

Portada publicada por “EL DATO”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	El Nacho de la Información
Tipo de contenido electoral predominante	Organización electoral / Regla
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio/general (mesa de sufragio y biombo de votación en primer término)
¿Cuántos personajes son visibles?	2–3 (sin individualizar)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Lado izquierdo y fondo derecho; el biombo ocupa el primer plano
¿Cuáles son los colores	Rojo, blanco, negro

predominantes (máx. 3)?	
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio–alto (rojo en titulares)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Fotografía superior + bloque de titulares en la mitad inferior (tipografía grande, mayúsculas)
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular?	Sans / display, bold en mayúsculas
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática, prohibitiva/alerta
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo “El Nacho de la Información”, handles de redes y WhatsApp
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo: esquina superior izquierda; handles: franja inferior
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Mesa de sufragio; biombo con leyenda “EL VOTO ES SECRETO” y logotipo CNE; texto: “¡SIN CELULAR! CNE prohíbe el uso de celulares en los recintos de votación”
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Prohibición · disciplina electoral · respeto al secreto del voto
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Emblema de la República del Ecuador, logotipo CNE, lema “El voto es secreto”
¿Qué actores sociales aparecen?	Ciudadanía y personal de mesa (no individualizados)
¿Cómo se los representa?	En actividad de mesa; atención en papeles; gestualidad neutra

¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (el texto fija el sentido normativo de la escena)
¿Cuál es el recorrido visual?	Biombo “EL VOTO ES SECRETO” → titular rojo “¡SIN CELULAR!” → subtítulo en blanco → logo/handles
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Prohibición del uso de celulares en recintos de votación
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Se enuncia la norma; consecuencias implícitas (cumplimiento/sanción)
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / periodo electoral
¿Cuál es la intención principal?	Informar/advertir
¿Qué emociones busca provocar?	Alerta, prudencia
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Neutral/institucional (alineado a la autoridad electoral)
¿Impacto visual global?	Alto (uso de rojo en mayúsculas, tipografía bold grande y signos de exclamación)
Nombres mencionados en el titular	N/A

Análisis

La pieza adopta un registro normativo: la fotografía contextualiza el recinto de votación y los emblemas CNE/República instauran un marco institucional. El titular en rojo y mayúsculas (“¡SIN CELULAR!”) funciona como señal prohibitiva, anclando el sentido de la imagen y activando alerta. El recorrido (biombo → titular rojo → subtítulo) maximiza legibilidad y refuerza cumplimiento de la regla. En conjunto, la portada cumple función informativa/advertencia con impacto alto por contraste cromático y contundencia tipográfica.

Figura 8

Portada publicada por “El Nacho de la información”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	El Nacho de la Información
Tipo de contenido electoral predominante	Organización electoral / Anuncio oficial
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía (con dos retratos circulares superpuestos)

¿Qué encuadre o plano domina?	Plano general/medio del recinto + PP/PM en retratos circulares
¿Cuántos personajes son visibles?	3+ (personas votando en fondo; 2 retratos destacados)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Dos retratos en círculos: izquierda y derecha; fondo con personas sufragando
¿Cuáles son los colores predominantes (máx. 3)?	Rojo, negro, amarillo/azul (bandera)
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio-alto (rojo muy dominante en titular)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Foto de recinto de votación + dos círculos con retratos + franja inferior con titular grande y subtítulo
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular?	Sans / display, bold en mayúsculas ("¡CONFIRMADO!")
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática, confirmatoria
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo "El Nacho de la Información", handles/redes
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo sup. izq.; handles en franja inferior
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Recinto de votación con personas sufragando; bandera de Ecuador al fondo; titular: "¡CONFIRMADO! Segunda vuelta electoral será el 13 de abril"
¿Qué significados sugiere	Oficialidad, certeza, inminencia del evento

(connotación)?	
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Bandera de Ecuador; urnas/biombos; léxico electoral (“segunda vuelta”)
¿Qué actores sociales aparecen?	Ciudadanía (votantes); dos figuras políticas en retratos (no identifiqué personas por imagen)
¿Cómo se los representa?	En acción de sufragio (fondo) y en retrato (círculos) con gestualidad neutra
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (el texto fija la fecha; la imagen sitúa el contexto electoral)
¿Cuál es el recorrido visual?	“¡CONFIRMADO!” (rojo) → fecha “13 de abril” → retratos circulares → elementos del recinto/ bandera → logo
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Confirmación de la fecha de la segunda vuelta electoral
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	No; es un anuncio
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual/ próximo
¿Cuál es la intención principal?	Informar/convocar (confirmar fecha)
¿Qué emociones busca provocar?	Expectativa, certeza
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Neutral/institucional
¿Impacto visual global?	Alto (interjección “¡CONFIRMADO!”, mayúsculas y rojo; diseño con retratos circulares)
Nombres mencionados en el	N/A

titular	
---------	--

Análisis

La portada combina contexto cívico (recinto, bandera) con dos retratos circulares para personalizar el proceso sin alterar el enfoque informativo. El titular “¡CONFIRMADO!” en rojo y mayúsculas funciona como señal de certeza, mientras la fecha concentra el objetivo comunicativo. La relación es de anclaje: el texto oficializa y la imagen contextualiza. El diseño logra alto impacto por la interjección y el contraste cromático, manteniendo un posicionamiento neutral orientado a la convocatoria.

Figura 9

Portada publicada por “El Nacho de la información”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Tipo de contenido electoral predominante	Comparativa / sondeo informal (llamado a interacción)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía (díptico de retratos formales)
¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano/plano medio de dos figuras políticas
¿Cuántos personajes son visibles?	2
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Izquierda (figura masculina); derecha (figura femenina)
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Negro, dorado/amarillo, rojo/azul
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (fondos lisos y detalles dorados)

¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Díptico (izq./der.) + íconos de reacción (corazón/like) sobre cada retrato + franja inferior con eslogan en mayúsculas
¿Qué tipografía se emplea en el titular/eslogan?	Sans, bold, mayúsculas
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo?	Enfática, directiva (llamado a votar/interactuar)
¿Incluye elementos de identidad del medio?	No visibles en la imagen compartida
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Dos retratos formales con bandas/tricolores y elementos de indumentaria ceremonial; superpuestos: corazón (izq.) y pulgar arriba (der.); texto: “QUE EL PUEBLO DECIDA!”
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Legitimidad/autoridad (regalia), competencia binaria, gamificación del apoyo, plebiscito simbólico
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Colores de la tricolor, banda ceremonial, símbolos de poder; uso de reacciones propias de Facebook como mecánica de votación
¿Qué actores sociales aparecen?	Dos figuras políticas (no identifico personas por la imagen)
¿Cómo se los representa?	En pose oficial/serena, vestimenta formal, fondos institucionales (negro/dorado)
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (el texto convoca a decidir; los íconos proponen cómo “votar” en la propia portada)
¿Cuál es el recorrido visual?	Rostro izq. → icono corazón → rostro der. → icono

	like → eslogan inferior
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Elección binaria de preferencia ciudadana
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	No; solo convocatoria a interacción
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / previa a la segunda vuelta
¿Cuál es la intención principal?	Persuadir y activar interacción (reacciones como voto)
¿Qué emociones busca provocar?	Aprobación/agrado (corazón/like), competencia
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Aparente neutralidad en la invitación, pero sesgo potencial por asignación de corazón a una opción y like a la otra (valencia distinta de reacciones)
¿Impacto visual global?	Alto (díptico simétrico + símbolos de autoridad + íconos grandes + texto en mayúsculas)
Nombres mencionados en el titular	N/A

Análisis

La pieza traduce la confrontación electoral al lenguaje de las reacciones de Facebook: el díptico, de corte formal, aporta un aire de legitimidad a través de la indumentaria y los fondos institucionales, mientras los íconos (corazón/like) reducen la elección a una preferencia binaria. El eslogan imperativo “¡QUE EL PUEBLO DECIDA!” y la tipografía en bold, en mayúsculas, buscan activar la participación y empujar a la acción. Aunque el encuadre sugiere equilibrio, la asimetría semántica entre el corazón (afecto más intenso) y el

like (aprobación básica) puede introducir un sesgo sutil hacia una de las opciones.

El resultado es un formato de alta interacción con fuerte impacto visual y orientación persuasiva.

Figura 10

Portada publicada por "Eclipse digital"



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Declaración/denuncia (encuestas y presunto fraude)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio (figura con brazo en alto)
¿Cuántos personajes son visibles?	1
¿Dónde se ubican los personajes	Centro-izquierda; texto ocupa el lado derecho

principales?	
¿Cuáles son los colores predominantes (máx. 3)?	Negro, blanco, amarillo
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio–alto (texto blanco sobre fondo oscuro; franja amarilla)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Imagen a la izquierda + bloque de cita en mayúsculas a la derecha + franja inferior amarilla con redes
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular/cita?	Sans, bold, mayúsculas
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática, acusatoria/denunciante
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo “Eclipse Digital Informativo” (sup. der.) y @ECLIPSEDIGITAL (franja inferior)
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo sup. derecha; handle en franja inferior
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Figura con puño en alto; gran cita textual que habla de estar “arriba en encuestas” y de “alertas” por intento de “fraude” del CNE y el Gobierno; nombre en el texto: “Luisa González, candidata presidencial”
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Empoderamiento · denuncia · alerta
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Gesto político del puño alzado; léxico electoral (“encuestas”, “CNE”, “fraude”)
¿Qué actores sociales aparecen?	Figura política (no identifico personas por imagen); autoridades mencionadas en el texto (CNE,

	Gobierno)
¿Cómo se los representa?	Gesto de combate/movilización; rostro serio; vestimenta sencilla
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje/Relevo: la cita fija la denuncia; el puño alzado la enfatiza
¿Cuál es el recorrido visual?	Puño/rostro → bloque de cita → logo → franja amarilla con handle
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Supuesto intento de fraude y liderazgo en encuestas (según la cita)
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	No; se formula acusación/alerta
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / en curso
¿Cuál es la intención principal?	Persuadir/denunciar
¿Qué emociones busca provocar?	Indignación, vigilancia, movilización
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Aparentemente favorable a la persona citada; crítico hacia las instituciones aludidas
¿Impacto visual global?	Alto (cita extensa en mayúsculas + contraste blanco/negro + gesto simbólico)
Nombres mencionados en el texto	“Luisa González” (<i> mencionado en la cita; no identifico personas por la imagen</i>)

Análisis

La portada combina cita textual en mayúsculas con el puño alzado para producir un encuadre de denuncia y movilización. El contraste (blanco/negro) y la franja amarilla

refuerzan la urgencia, mientras la firma del medio y el handle legitiman la pieza como mensaje editorial. La relación anclaje/relevo es clara: la cita acusa (ancla) y el gesto corporiza la acusación (relevo). El resultado apunta a persuadir a la vigilancia y alinear simpatías con la figura citada, alcanzando alto impacto por la contundencia tipográfica y el símbolo político del puño.

Figura 11

Portada publicada por “Eclipse digital”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Organización electoral / Regla
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio (biombo de votación en primer término)
¿Cuántos personajes son	3-4 (una votante en el biombo; personal/seguridad al

visibles?	fondo)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Votante centrada; funcionarios y militar difusos al fondo
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Blanco, azul, amarillo
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (texto blanco sobre fondo oscuro y franja amarilla)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Foto superior con biombo “EL VOTO ES SECRETO” + titular grande en la mitad inferior + subtítulo y franja amarilla con redes
¿Qué tipografía se emplea en el titular?	Sans, bold, mayúsculas
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo?	Enfática, prohibitiva/alerta
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo (sup. der.) y @ECLIPSEDIGITAL (franja inferior)
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo arriba derecha; handle y redes en franja inferior
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Votante tras biombo con logotipos República del Ecuador y CNE; titular: “¡NO PODRÁN TOMAR FOTOS A PAPELETAS!”; subtítulo: prohibición de celulares/dispositivos durante el sufragio
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Secreto del voto · disciplina · cumplimiento de norma
¿Qué códigos culturales/políticos	Emblema nacional; logotipo CNE; lema “EL VOTO

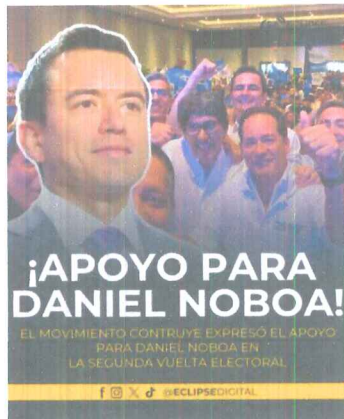
se observan?	ES SECRETO”
¿Qué actores sociales aparecen?	Ciudadanía (votante), personal de mesa/seguridad (difusos)
¿Cómo se los representa?	En tareas de sufragio; gestualidad neutra; énfasis en el biombo
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (el texto fija la regla; la imagen la contextualiza)
¿Cuál es el recorrido visual?	Biombo “EL VOTO ES SECRETO” → titular en mayúsculas → subtítulo → logo/franja amarilla
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Prohibición de tomar fotos a papeletas / uso de celulares
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Se enuncia la norma; consecuencias implícitas
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / periodo electoral
¿Cuál es la intención principal?	Informar/advertir
¿Qué emociones busca provocar?	Alerta, prudencia
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Neutral/institucional (alineado a autoridad electoral)
¿Impacto visual global?	Alto (mayúsculas, signos de exclamación, franja amarilla)
Nombres mencionados en el texto	N/A

Análisis

La portada prioriza la función normativa: el biombo con “EL VOTO ES SECRETO” instaaura el marco institucional, mientras el titular en mayúsculas y la franja amarilla actúan como señales prohibitivas. El enfoque mantiene a los actores difusos para concentrar la atención en la regla y no en individuos. La relación imagen–texto es de anclaje y el resultado es un impacto alto, orientado a alertar y asegurar el cumplimiento durante el sufragio.

Figura 12

Portada publicada por "Eclipse digital"



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Adhesión/apoyo político
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotomontaje/fotografía compuesta (gran rostro en primer término + multitud al fondo)
¿Qué encuadre o plano domina?	PP del rostro en izquierda + PM/PG de simpatizantes al fondo
¿Cuántos personajes son visibles?	3+ (multitud)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Rostro dominante en izquierda; simpatizantes ocupan fondo y derecha
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Blanco, negro, amarillo (franjas), azul (banderas)
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (texto blanco sobre fondo oscuro;

	acentos amarillos)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Mitad superior con imagen (rostro + multitud) y mitad inferior con titular grande y bajada; franja amarilla con redes
¿Tipografía del titular/bajada?	Sans, bold, mayúsculas (titular); sans amarilla (bajada)
¿Intención que comunica la tipografía/estilo?	Enfática, celebratoria
¿Elementos de identidad del medio?	Sí: logo sup. der. + @ECLIPSEDIGITAL en franja inferior
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo arriba derecha; handle y redes en franja inferior
¿Denotación (qué se ve)?	Rostro masculino en gran tamaño; detrás, grupo de personas sonrientes con banderas azules en un recinto; titular: “¡APOYO PARA DANIEL NOBOA!”; bajada: “El movimiento Constr... expresó el apoyo...”
¿Connotaciones (3)?	Adhesión · fortalecimiento · celebración
¿Códigos culturales/políticos?	Banderas y color azul asociado a militancia; léxico de apoyo
¿Actores sociales?	Simpatizantes/dirigencia (no identifico personas por imagen)
¿Cómo se representan?	Gesto de pulgares arriba/puños en alto, sonrisas; vestimenta clara
¿Relación imagen–titular?	Anclaje (multitud celebratoria apoya el enunciado)

	de apoyo)
¿Recorrido visual?	Rostro dominante → grupo celebrando → titular → bajada → logo/franja
¿Tema enfatizado?	Proclamación pública de apoyo de una organización
¿Causas/Consecuencias/Soluciones?	Consecuencia implícita: refuerzo de candidatura
¿Temporalidad sugerida?	Actual / en curso
¿Intención principal?	Persuadir (mostrar crecimiento/apoyo) e informar
¿Emociones buscadas?	Alegría, esperanza
¿Posicionamiento del medio?	Favorable al actor mencionado en el texto
¿Impacto visual global?	Alto (rostro sobredimensionado + multitud + tipografía en mayúsculas)
Nombres mencionados en el texto	“Daniel Noboa”

Análisis

La portada mezcla hiper-jerarquía del rostro (ícono de liderazgo) con multitud celebratoria para construir un marco de fortalecimiento. El titular en mayúsculas y la bajada institucionalizan la adhesión, mientras el azul de banderas y camisas opera como código partidario. La relación es de anclaje: lo visual evidencia el apoyo que el texto proclama. Se logra alto impacto por la escala del rostro, la emotividad de la multitud y la contundencia tipográfica, con posicionamiento favorable hacia el actor mencionado.

Figura 13

Portada publicada por “Eclipse digital”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Anuncio de evento (debate)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio/primer plano de una figura frente a fondo institucional de “Debate”
¿Cuántos personajes son visibles?	1
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Centro
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Blanco, negro, amarillo (franja)
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (texto blanco sobre negro; franja amarilla)
¿Cómo está organizada	Imagen superior + titular en mayúsculas ocupando

visualmente la portada?	media inferior + bajada en amarillo + franja con redes
¿Qué tipografía se emplea en el titular/bajada?	Sans, bold, mayúsculas (titular); sans amarilla (bajada)
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo?	Enfática, informativa/convocante
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo (sup. der.) y @ECLIPSEDIGITAL en franja inferior
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo arriba derecha; handle y redes en franja inferior
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Figura en plano medio; titular: “¡Luisa González abrirá el debate presidencial!”; bajada: mención al sorteo del CNE que definió el orden
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Oficialidad · relevancia · expectativa
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Fondo institucional del debate; referencia al CNE
¿Qué actores sociales aparecen?	Figura política (no identifiqué personas por la imagen); institución electoral mencionada en el texto
¿Cómo se los representa?	En pose neutra, vestimenta formal; encuadre limpio
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (el texto informa el rol de apertura; la imagen legitima con fondo del evento)
¿Cuál es el recorrido visual?	Rostro/centro → titular en blanco → bajada amarilla → logo/franja
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Orden de intervención en el debate presidencial

¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Causa: sorteo público del CNE
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / próximo (antes del debate)
¿Cuál es la intención principal?	Informar/convocar
¿Qué emociones busca provocar?	Interés, expectativa
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Neutral/institucional
¿Impacto visual global?	Medio–alto (mayúsculas, alto contraste, fondo institucional)
Nombres mencionados en el texto	Luisa González

Análisis

La portada prioriza un registro informativo: plano medio limpio con fondo institucional y un titular en mayúsculas que ancla el dato clave —abrirá el debate—, explicado en la bajada como resultado del sorteo del CNE. El contraste blanco/negro y la franja amarilla aseguran legibilidad y jerarquía. La relación es de anclaje y la función, convocante, generando expectativa con un impacto medio–alto por la contundencia tipográfica y el encuadre sobrio.

Figura 14

Portada publicada por “Eclipse digital”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Declaración/ataque político (cita)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio/primer plano (figura con micrófono)
¿Cuántos personajes son visibles?	1
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Centro-izquierda; bloque de cita en el lado derecho
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Blanco, negro, amarillo (franja)
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (texto blanco sobre fondo suave + franja amarilla)

¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Imagen a la izquierda + cita en mayúsculas a la derecha + firma/atribución y franja inferior con redes
¿Tipografía del titular/cita?	Sans, bold, mayúsculas
¿Intención que comunica la tipografía/estilo?	Enfática, confrontativa
¿Elementos de identidad del medio?	Sí: logo (sup. der.) y @ECLIPSEDIGITAL (franja inferior)
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo arriba derecha; handle y redes en franja inferior
¿Denotación (qué se ve)?	Figura indígena con sombrero, collar y micrófono; cita textual: “El correísmo pone de candidato una escoba y van a votar por la escoba”; atribución: “Lourdes Tibán, prefecta de Cotopaxi”
Connotaciones (3)	Descalificación · ironía · polarización
Códigos culturales/políticos	Indumentaria indígena; léxico partidista (“correísmo”); recurso retórico de metáfora (“escoba”)
Actores sociales	Dirigente/autoridad local (no identifiqué personas por la imagen); movimiento político aludido en el texto
Representación	Gesto de habla; micrófono; fondo institucional difuso
Relación imagen–titular	Anclaje/Relevo (la cita define el sentido confrontativo; la imagen verbaliza la enunciación)
Recorrido visual	Rostro/micrófono → cita en blanco → firma/atribución → franja amarilla
Tema enfatizado	Crítica directa a la lealtad partidaria del electorado

Causas/Consecuencias/Soluciones	No se argumenta; se afirma valoración descalificadora
Temporalidad	Actual / campaña
Intención principal	Persuadir/denunciar (deslegitimar al opositor)
Emociones buscadas	Indignación, burla
Posicionamiento del medio	Da visibilidad a una postura crítica; tono editorial confrontativo
Impacto visual global	Alto (cita en mayúsculas extensa + contraste blanco/amarillo)
Nombres mencionados en el texto	“Lourdes Tibán” (<i> mencionada en la atribución; no identifico personas por la imagen</i>)

Análisis

La portada funciona como pieza de opinión encapsulada en una cita contundente y metafórica (“escoba”), que busca deslegitimar al electorado asociado al “correísmo”. El plano cercano con micrófono refuerza la autoría del enunciado, mientras la tipografía bold en mayúsculas fija un tono confrontativo. La relación anclaje/relevo es clara: el texto define el ataque y la imagen lo encarna. Resultado: alto impacto y fuerte polarización discursiva.

Figura 15

Portada publicada por "Eclipse digital"



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Balance/valoración política (resultado/derrota)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotomontaje/fotografía compuesta (tres retratos)
¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano/Plano medio
¿Cuántos personajes son visibles?	3
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Centro: rostro en gran tamaño (dominante). Izquierda: retrato con gesto de sorpresa/manos en la cabeza. Derecha: retrato con gesto pensativo/manos juntas.
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Blanco, negro, amarillo (franja/bajada)
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (texto blanco muy contrastado; acentos

	amarillos)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Imagen superior con los tres retratos; titular en blanco “¡NUEVO FRACASO PARA EL CORREÍSMO!”; bajada amarilla con texto explicativo; franja inferior con redes
¿Tipografía del titular/bajada?	Sans bold en mayúsculas (titular); sans amarilla (bajada)
¿Intención que comunica la tipografía/estilo?	Enfática, valorativa/acusatoria
¿Elementos de identidad del medio?	Sí: logo sup. der.; @ECLIPSEDIGITAL en franja inferior
¿Denotación (qué se ve)?	Tres retratos; uno central sobredimensionado; titular y bajada que hablan de “fracaso” y “tres elecciones sin victoria”
Connotaciones (3)	Derrota · desgaste · contraste jerárquico entre figuras
Códigos culturales/políticos	Léxico partidista (“correísmo”); estética de balance/resultado
Actores sociales	Dirigentes/políticos (no identificados por la imagen)
Representación	Gesto de sorpresa/estrés (izq.), gesto pensativo (der.), central neutro/sereno en gran tamaño
Relación imagen–titular	Anclaje/Relevo: el texto fija “fracaso”; los gestos corporizan esa valoración
Recorrido visual	Rostro central (dominante) → titular en blanco → gestos laterales → bajada amarilla → logo/franja
Tema enfatizado	Derrota/fracaso de un bloque político en varias

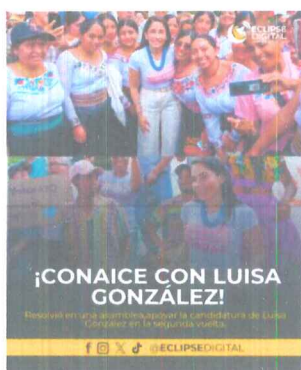
	elecciones
Causas/Consecuencias/Soluciones	Consecuencia implícita: pérdida reiterada; no se exponen causas
Temporalidad	Actual / posterior a resultados
Intención principal	Persuadir/denunciar (deslegitimar desempeño del bloque)
Emociones buscadas	Desaprobación, superioridad/escarnio leve
Posicionamiento del medio	Crítico hacia el bloque mencionado
Impacto visual global	Alto (escala del rostro central + titular en mayúsculas + contrastes)
Nombres mencionados en el texto	N/A

Análisis

La portada emplea un rostro central sobredimensionado y gestos laterales de estrés/pensamiento para corporizar la idea de “fracaso” declarada en el titular. La tipografía en mayúsculas y el contraste blanco/amarillo confieren tono sentencioso, mientras la bajada cuantifica (“tres elecciones”) y refuerza la valoración negativa. La relación es de anclaje/relevo: el texto fija el encuadre y los gestos lo dramatizan. Resultado: impacto alto y posicionamiento crítico hacia el bloque aludido.

Figura 16

Portada publicada por “Eclipse digital”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Adhesión / apoyo político (organización social)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio/general (grupos en acto público)
¿Cuántos personajes son visibles?	10+ (multitud; no individualizados)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Parte superior: grupo de mujeres en primer término; parte inferior: grupo mixto con figura femenina en centro-derecha
¿Cuáles son los colores predominantes (máx. 3)?	Blanco, negro, amarillo (acentos rosa/azul)
¿El nivel de	Medio–alto

saturación/contraste es...?	
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Díptico fotográfico (dos escenas) + mitad inferior con titular en mayúsculas y bajada; franja amarilla con redes
¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular/bajada?	Sans, bold, mayúsculas (titular); sans amarilla (bajada)
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo del titular?	Enfática, celebratoria/confirmatoria
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo (esquina superior derecha) y @ECLIPSEDIGITAL en franja inferior
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo: sup. derecha; handle/redes: franja inferior
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Dos escenas de contacto con ciudadanía (vestimenta indígena y público diverso); camisetas con lema “Si llega una, llegamos todas”; titular: “¡CONAICE CON LUISA GONZÁLEZ!”; bajada: resolución de asamblea que apoya su candidatura
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Apoyo orgánico · legitimidad social · cercanía territorial · sororidad
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Vestimenta indígena; léxico organizacional (CONAICE); cromática de marca del medio
¿Qué actores sociales aparecen?	Ciudadanía organizada/dirigencia indígena; figura política (no identifiqué personas por la imagen)
¿Cómo se los representa?	Sonrisas, contacto cercano, poses de saludo; entorno

	abierto/festivo
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (las fotos evidencian respaldo; el texto lo oficializa)
¿Cuál es el recorrido visual?	Grupo superior → escena inferior (figura centro-derecha) → titular → bajada → franja con redes
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Apoyo público de una organización indígena a una candidatura
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Causa: “resolvió en una asamblea” (según bajada)
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / campaña (antes de segunda vuelta)
¿Cuál es la intención principal?	Informar y persuadir (mostrar crecimiento de apoyos)
¿Qué emociones busca provocar?	Alegría, esperanza, pertenencia
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Favorable hacia la candidatura mencionada
¿Impacto visual global?	Alto (multitud + mayúsculas + contraste con franja amarilla)
Nombres mencionados en el texto	Luisa González

Análisis

El díptico enfatiza proximidad territorial y diversidad cultural para legitimar un respaldo colectivo; el lema “Si llega una, llegamos todas” agrega un marco de sororidad y

movilización. El titular en mayúsculas y la bajada (“resolvió en una asamblea”) otorgan oficialidad al apoyo y orientan la lectura a un crecimiento de alianzas. La relación imagen—texto es de anclaje, logrando alto impacto por presencia de multitudes, contraste cromático y contundencia tipográfica.

Figura 17

Portada publicada por "Eclipse digital"



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Eclipse Digital Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Adhesión/apoyo político (partido/organización)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Plano medio (figura hablando al micrófono)
¿Cuántos personajes son visibles?	1
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Centro-izquierda; fondo con rótulo "suma" desenfocado
¿Colores predominantes	Blanco, negro, amarillo

(máx. 3)?	
¿El nivel de saturación/contraste es...?	Medio–alto (texto blanco en fondo oscuro y franja amarilla)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Imagen superior; titular en mayúsculas en la mitad inferior; bajada en cuerpo menor sobre negro; franja amarilla con redes
¿Qué tipografía se emplea?	Sans, bold, mayúsculas en el titular
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo?	Enfática, confirmatoria
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logo (sup. der.) y @ECLIPSEDIGITAL (franja inferior)
¿Dónde se ubican estos elementos?	Logo arriba derecha; handle/redes en franja inferior
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Figura masculina frente a micrófono; fondo con bandera y rótulo “suma”; titular: “¡SUMA RESPALDA A DANIEL NOBOA!”; bajada: apoyo sin esperar retribución, salvo compromiso de próximo gobierno
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Alineamiento · negociación política · formalización de respaldo
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Léxico de adhesión (“respalda”); marca partidaria en el fondo; estética de rueda de prensa
¿Qué actores sociales aparecen?	Dirigente/portavoz (no identifiqué personas por la imagen); partido/organización mencionada en el texto
¿Cómo se los representa?	En acto declarativo; gesto de mano alzada, postura de vocería

¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje (el texto oficializa el apoyo; la escena de vocería lo valida)
¿Cuál es el recorrido visual?	Rostro/gesto → micrófono → titular → bajada → franja con redes
¿Qué problema/tema se enfatiza?	Apoyo del movimiento SUMA a una candidatura
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Se sugiere condición: “sin esperar retribución, más allá del compromiso del próximo gobierno”
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / campaña
¿Cuál es la intención principal?	Informar y persuadir (visibilizar adhesión)
¿Qué emociones busca provocar?	Confianza, certeza
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Favorable hacia la candidatura mencionada
¿Impacto visual global?	Medio–alto (alto contraste, titular en mayúsculas, composición clara)
Nombres mencionados en el texto	“Daniel Noboa” (<i>mencionado en el titular; no identifico personas por la imagen</i>)

Análisis

La pieza funciona como comunicado visual de adhesión: el plano medio del portavoz y el rótulo “suma” en el fondo crean verosimilitud organizativa, mientras el titular en mayúsculas oficializa el respaldo. La bajada introduce condición (“sin esperar retribución...”)

que encuadra el apoyo como programático. La relación es de anclaje y el efecto persuasivo reside en la claridad declarativa y el contraste cromático, con posicionamiento favorable hacia la candidatura citada.

Figura 18

Portada publicada por “Poder informativo”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Poder Informativo (según footer)
Tipo de contenido electoral predominante	Encuesta/sondeo con comparación de intención de voto
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Infografía (gráfico de barras) con dos retratos laterales

¿Qué encuadre o plano domina?	Retratos en PP/PM a izquierda y derecha; barras al centro
¿Cuántos personajes son visibles?	2 (no identifico por imagen)
¿Dónde se ubican los personajes?	Izquierda y derecha (flanqueando las barras)
Colores predominantes (máx. 3)	Azul celeste, morado, blanco
Saturación/contraste	Medio–alto (barras saturadas sobre fondo claro)
Composición	Dos barras verticales (51,09% vs. 48,9%) + rótulos con nombres + gran titular en mayúsculas; franja “Encuesta Mercados y Negocios” en rojo
Tipografía	Sans, bold, mayúsculas en titulares
Intención del estilo	Enfática, comparativa
Identidad del medio	Footer con @PoderInformativo y logotipos sociales
Denotación (qué se ve)	Barra azul con 51,09% (rótulo textual “Luisa Gonzales”); barra morada con 48,9% (rótulo textual “Daniel Noboa”); titular: “Luisa González va adelante por casi tres puntos”; sello “Encuesta Mercados y Negocios”.
Connotación	Carrera cerrada, ventaja mínima, competencia

	binaria
Códigos culturales/políticos	Estética de encuesta (barras/porcentajes), marca del sondeo (según rótulo), branding del medio
Actores sociales	Dos figuras políticas mencionadas en el texto (no identifico por imagen)
Representación	Retrato izq. gestual positivo; retrato der. gesto serio; barras jerarquizan lectura
Relación imagen–titular	Anclaje (el gráfico y titular fijan el sentido de “ventaja”)
Recorrido visual	Barra azul (51,09%) → barra morada (48,9%) → titular → franja del sondeo/branding
Tema enfatizado	Ventaja numérica en sondeo
Causas/Consecuencias/Soluciones	No se exponen; se reporta un resultado
Temporalidad	Actual / periodo electoral
Intención principal	Informar y persuadir (poner en agenda el dato de ventaja)
Emociones buscadas	Expectativa, competencia
Posicionamiento del medio	Favorable a la figura asociada a la barra ganadora (por titular)
Impacto visual global	Alto (barras de color saturado + tipografía en

	mayúsculas + retratos)
Nombres mencionados en el texto	“Luisa Gonzales”, “Daniel Noboa”

Análisis

La portada usa una infografía binaria que simplifica la contienda a dos opciones y dirige la lectura con barras cromáticas y un titular categórico. Aunque el texto afirma “casi tres puntos”, la diferencia mostrada por los rótulos de la propia pieza es 2,19 pp (51,09 – 48,9), lo que refuerza la idea de competencia cerrada. La combinación de mayúsculas, color azul/morado y retratos genera alto impacto y orienta el encuadre hacia la ventaja de una opción, reforzando el posicionamiento editorial del medio.

Figura 19

Portada publicada por “Poder informativo”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Poder Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Posicionamiento/decisión de liderazgo (no endoso)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía compuesta (arriba: orador en acto; abajo: escena de calle/protesta con humo)
¿Qué encuadre o plano domina?	Planos medio–ceranos del orador (superior) y plano general (inferior)
¿Cuántos personajes son visibles?	3+ (orador + personas en escena inferior; no individualizados)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Orador en parte superior centrado-izquierda; figura con poncho y mascarilla en centro inferior
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Rojo, blanco, negro
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (tipografía blanca muy contrastada; franja/etiquetas rojas)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Franja de marca arriba (“Poder Informativo”) → foto del orador con etiqueta roja “Ex candidato Leónidas Iza” (rótulo textual) → titular en mayúsculas “NO ENDOSARÁ SUS

	VOTOS A NOBOA” → foto inferior con humo/multitud
¿Qué tipografía se emplea?	Sans, bold, mayúsculas en titular; etiquetas rojas con texto blanco
¿Qué intención comunica el estilo tipográfico?	Enfática, categórica
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logotipo y handle en el footer
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Orador con micrófono y vestimenta tradicional; titular de no endoso; escena inferior de calle con humo y figura central con poncho/mascarilla
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Autonomía política · negación (no endoso) · tensión/contienda · movilización social
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Vestimenta indígena; léxico electoral (“endosar votos”); estética de protesta (humo, calle)
¿Qué actores sociales aparecen?	Liderazgo/organización indígena y electorado (no se identifican personas por la imagen); candidato mencionado en el texto del titular
¿Cómo se representan?	Orador en acto público (gesto de señalar); figura de calle en posición frontal, atmósfera densa
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje/Relevo: el titular fija la no adhesión; las escenas (acto y protesta) refuerzan autonomía y tensión
¿Cuál es el recorrido	Marca/etiqueta roja → rostro del orador → titular → escena

visual?	inferior con humo → footer del medio
¿Qué tema se enfatiza?	Anuncio de no endoso de votos hacia un candidato
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	No; se comunica la decisión
¿Temporalidad sugerida?	Actual / campaña
¿Intención principal?	Informar (decisión) y persuadir (marcar distancia del liderazgo respecto al candidato mencionado)
¿Emociones buscadas?	Firmeza, tensión política
¿Posicionamiento del medio?	Informativo con posible matiz desfavorable hacia el candidato citado (por selección léxica y atmósfera de conflicto)
¿Impacto visual global?	Alto (titular contundente en mayúsculas + contraste rojo/blanco + doble escena narrative)
Nombres mencionados en el texto	“Leónidas Iza”, “Noboa”

Análisis

La pieza construye una narrativa de no alineamiento. El orador en plano medio, junto con la escena de calle marcada por el humo, configura un marco de autonomía y tensión, mientras el titular en mayúsculas ancla con claridad la decisión (“no endosará”). Las etiquetas en rojo ordenan la lectura, jerarquizan la información y refuerzan la autoridad enunciativa del

mensaje. El resultado es una composición de alto impacto: su función principal es informativa, pero incorpora un encuadre valorativo que sugiere distancia, e incluso un posible costo político, para el candidato mencionado.

Figura 20

Portada publicada por “Poder informativo”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Poder Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Adhesión/apoyo político de figuras públicas
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotomontaje (tres retratos en columnas)

¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano / plano medio
¿Cuántos personajes son visibles?	3
¿Dónde se ubican?	Tres retratos verticales lado a lado; texto superpuesto debajo
Colores predominantes (máx. 3)	Blanco, negro, rojo
Nivel de saturación/contraste	Medio–alto (titular blanco muy contrastado, etiquetas rojas)
Composición	Franja superior de marca (“Poder Informativo”) → etiqueta roja con rótulo “Moreno, Romo y Cucalón” → titular en mayúsculas (“ANUNCIAN APOYO PARA DANIEL NOBOA”) → footer con redes
Tipografía	Sans, bold, mayúsculas en titular; etiqueta roja con texto blanco
Intención tipográfica/estilo	Enfática, confirmatoria
Elementos de identidad del medio	Sí: logo y nombre en franja superior; handles en el pie
Denotación (qué se ve)	Tres retratos; rótulo con apellidos “Moreno, Romo y Cucalón”; titular que anuncia apoyo a “Daniel Noboa”
Connotación (3)	Alineamiento · legitimación por élites · coalición

Códigos culturales/políticos	Léxico de adhesión (“apoyo”), uso de apellidos como autoridad, diseño de “breaking”
Actores sociales	Tres figuras políticas (no identificadas por imagen) y el candidato mencionado en el texto
Representación	Poses serias/formales; vestimenta de estudio/acto oficial
Relación imagen–titular	Anclaje (los retratos ilustran el anuncio de apoyo en el texto)
Recorrido visual	Marca del medio → rótulo de apellidos → titular → rostros → footer
Tema enfatizado	Anuncio de respaldo de tres figuras hacia un candidato
Causas/Consecuencias/Soluciones	No se desarrollan; se comunica la decisión
Temporalidad	Actual / campaña
Intención principal	Informar y persuadir (reforzar la idea de apoyo)
Emociones buscadas	Confianza, certeza
Posicionamiento del medio	Favorable al candidato mencionado (por encuadre de apoyo)
Impacto visual global	Alto (mayúsculas + contraste + triple retrato)
Nombres mencionados en el texto	“Moreno, Romo y Cucalón”; “Daniel Noboa” <i>(mencionados como rótulos/titular)</i>

Análisis

La portada usa tres retratos en columnas y un titular categórico para institucionalizar una adhesión de élites. Las etiquetas rojas y el bold en mayúsculas producen efecto de *breaking news*, otorgando certeza y urgencia. El rótulo de apellidos funciona como autoridad textual, mientras el nombre del candidato en el titular concentra el beneficio simbólico del apoyo. Resultado: alto impacto y encuadre favorable al destinatario del respaldo.

Figura 21

Portada publicada por “Poder informativo”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook

Medio	Poder Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Cobertura de mitin / valoración de resultados locales
Ámbito del hecho	Provincial (Manabí)
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotografía
¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano de una figura; fondo con multitud (PG)
¿Cuántos personajes son visibles?	10+ (multitud; no individualizados)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Figura en primer plano a la izquierda/centro; público detrás ocupando todo el fondo
Colores predominantes (máx. 3)	Blanco, rojo (marca), negro
Nivel de saturación/contraste	Medio–alto (titular en blanco muy contrastado)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Franja superior de marca; gran fotografía con figura sonriente; titular en mayúsculas ocupando tercio inferior
Tipografía (titular/bajada)	Sans, bold, mayúsculas (“¡PALIZA EN MANABÍ!”)
Intención tipográfica/estilo	Enfática, triunfalista
Elementos de identidad del medio	Sí: logotipo y nombre arriba; handles/redes en el pie

Denotación (qué se ve)	Figura femenina sonriente saludando; público compacto con gorras/celulares; titular: “¡PALIZA EN MANABÍ!”
Connotación (3)	Triunfo amplio · efecto arrastre (<i>bandwagon</i>) · entusiasmo colectivo
Códigos culturales/políticos	Estética de mitin; referencia territorial (“Manabí”); uso de mayúsculas y exclamación como “breaking”
Actores sociales	Simpatizantes/ciudadanía; Luiza Gonzales en primer plano
Representación	Alegría/celebración; proximidad con el público
Relación imagen–texto	Anclaje: la multitud celebra y el texto declara victoria amplia en la provincia
Recorrido visual	Rostro en primer plano → público → titular en blanco → marca del medio
Tema enfatizado	Supuesto resultado contundente a favor de la figura asociada
Causas/Consecuencias/Soluciones	No se explicitan; se afirma superioridad local
Temporalidad	Actual / campaña o post-evento
Intención principal	Persuadir (mostrar fuerza territorial) e informar el dato valorativo

Emociones buscadas	Euforia, pertenencia
Posicionamiento del medio	Favorable a la figura destacada
Impacto visual global	Alto (primer plano + multitud + mayúsculas enfáticas)
Nombres mencionados en el texto	(el titular no incluye nombres propios)

Análisis

La portada apela al efecto multitud y a un primer plano eufórico para construir una narrativa de victoria contundente en Manabí. El titular en mayúsculas con exclamación (“¡PALIZA...!”) funciona como veredicto y guía la lectura hacia la superioridad de una opción, sin aportar datos numéricos. La relación imagen–texto es de anclaje, y el diseño (marca visible, contraste alto) busca movilizar a la audiencia y consolidar la idea de fuerza territorial.

Figura 22

Portada publicada por “Poder informativo”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Poder Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Anuncio de resultado/etapa (segunda vuelta)
Ámbito del hecho	Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotomontaje / fotografía compuesta (dos retratos)
¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano / plano medio de dos figuras
¿Cuántos personajes son visibles?	2
¿Dónde se ubican los	Izquierda: figura con micrófono, sonrisa y gesto abierto.

personajes principales?	Derecha: figura con traje, expresión seria y mirada lateral.
¿Colores predominantes (máx. 3)?	Blanco, negro, rojo (marca)
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (titular blanco en mayúsculas, fondo suavemente desenfocado)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Franja superior de marca; retratos enfrentados; titular en mayúsculas “¡SEGUNDA VUELTA!” ocupando tercio inferior; footer con redes
¿Qué tipografía se emplea?	Sans, bold, mayúsculas
¿Qué intención comunica la tipografía/estilo?	Enfática, de <i>breaking news</i> / confirmación
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logotipo y nombre en la franja superior; handles en el pie
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Dos figuras; una sostiene micrófono; gran titular “¡SEGUNDA VUELTA!”.
¿Qué significados sugiere (connotación)?	Duelo binario, competencia directa; contraste emocional (confianza/seguridad vs. seriedad/preocupación)
¿Qué códigos culturales o políticos se observan?	Léxico electoral (“segunda vuelta”); estética de anuncio
¿Qué actores sociales	Daniel Noboa y Luisa Gonzáles

aparecen?	
¿Cómo se los representa?	Izquierda: sonrisa, cuerpo orientado al público; derecha: rostro tenso, mirada lateral; vestimenta formal
¿Cómo se relaciona el titular con la imagen?	Anclaje: la dupla visual corporiza la etapa de segunda vuelta
¿Cuál es el recorrido visual?	Marca → rostro izquierdo → titular → rostro derecho → footer
¿Qué tema se enfatiza?	Paso a balotaje y enfrentamiento entre dos opciones
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	Sólo se comunica la etapa; no se detallan resultados/fechas
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual / previo a balotaje
¿Cuál es la intención principal?	Informar y dramatizar la contienda
¿Qué emociones busca provocar?	Expectativa, tensión competitiva
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Predominantemente informativo, con dramatización por contraste
¿Impacto visual global?	Alto (rostros enfrentados + mayúsculas + alto contraste)
Nombres mencionados en el texto	(el titular no incluye nombres propios)

Análisis

La portada construye un contraste emocional: la figura izquierda codifica seguridad/efusividad (sonrisa, micrófono, gesto abierto) mientras la derecha sugiere seriedad/tensión (mirada lateral, ceño levemente fruncido). El titular en mayúsculas actúa como veredicto inmediato (“¡SEGUNDA VUELTA!”) y guía la lectura a un duelo binario. El *layout* (marca arriba, rostros enfrentados, gran titular) maximiza impacto y agenda la fase decisiva sin aportar datos, reforzando un encuadre de competencia y expectativa.

Figura 23

Portada publicada por “Poder informativo”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Poder Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Denuncia/encuadre valorativo sobre estrategia electoral
Ámbito del hecho	Costa (mención territorial) / Nacional
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotomontaje: arriba rostro en PP; abajo cabinas de votación (CNE) con “EL VOTO ES SECRETO”
¿Qué encuadre o plano domina?	PP del rostro (superior) + PG de recinto electoral (inferior)
¿Cuántos personajes son	2–3 (electores y autoridades difusos en la parte inferior; no

visibles?	individualizados)
¿Dónde se ubican los personajes principales?	Rostro en mitad superior; electores en mitad inferior
¿Colores predominantes (máx. 3)	Blanco, negro, rojo (etiquetas/marca)
¿Nivel de saturación/contraste?	Medio–alto (titular blanco muy contrastado; franja roja)
¿Cómo está organizada la portada?	Franja de marca arriba → foto de rostro → etiqueta roja “La estrategia en medio del invierno” → titular en mayúsculas: “NOBOA BUSCA QUE LA COSTA NO SUFRAGUE” → foto inferior con cabinas del CNE → footer con redes
¿Qué tipografía se emplea?	Sans, bold, mayúsculas (titular y marca); etiqueta roja con texto blanco
¿Intención que comunica el estilo?	Enfático, acusatorio / de alerta
¿Incluye elementos de identidad del medio?	Sí: logotipo y nombre en franja superior; handles en el pie
¿Qué se muestra explícitamente (denotación)?	Un rostro riendo en primer plano; cabinas de votación del CNE con el lema “EL VOTO ES SECRETO”; titular que afirma una búsqueda de que la costa no sufrague
¿Qué significados sugiere (connotación)	Manipulación del voto · obstrucción/supresión · alarma y tensión

¿Qué códigos culturales/políticos se observan?	Símbolos del CNE y del acto de sufragio; léxico de estrategia y territorio (“costa”)
¿Qué actores sociales aparecen?	Candidato mencionado en el texto del titular; ciudadanía/electores; autoridad electoral (por símbolos)
¿Cómo se representan?	Candidato (por mención textual) asociado a risa/gesto; electores en actividad; cabinas institucionales
¿Cómo se relaciona la imagen con el titular?	Relevo/Anclaje: la risa del rostro sugiere intencionalidad mientras el titular formula la acusación; las cabinas refuerzan el marco de sufragio
¿Cuál es el recorrido visual?	Marca → rostro → etiqueta roja → titular → cabinas del CNE → footer
¿Qué tema se enfatiza?	Presunta estrategia para afectar la participación electoral en la costa
¿Se muestran causas, consecuencias o soluciones?	No; se afirma la acusación sin datos/fechas
¿Qué temporalidad sugiere?	Actual (mención a “invierno”) / periodo electoral
¿Cuál es la intención principal?	Persuadir/denunciar y generar alarma
¿Qué emociones busca	Indignación, preocupación

provocar?	
¿Cuál es el posicionamiento del medio?	Desfavorable hacia el candidato mencionado
¿Impacto visual global?	Alto (mayúsculas + contraste + doble escena narrativa)
Nombres mencionados en el texto	“Noboa”

Análisis

La pieza combina un primer plano emocional (risa) con una escena institucional del sufragio para dramatizar una acusación: el titular en mayúsculas actúa como veredicto y la etiqueta roja introduce un marco causal (“estrategia en medio del invierno”). El montaje produce tensión moral (voto vs. maniobra) y orienta la lectura a un juicio negativo sobre el candidato mencionado en el texto. La relación es de anclaje/relevo y el resultado, de alto impacto, busca activar alarma y rechazo en la audiencia.

Figura 24

Portada publicada por “Poder informativo”



Pregunta guía	Respuesta
Plataforma	Facebook
Medio	Poder Informativo
Tipo de contenido electoral predominante	Adhesión/apoyo político de líderes locales
Ámbito del hecho	Provincial (Manabí, “zona norte”)
¿Qué tipo de imagen se utiliza?	Fotomontaje con tres retratos
¿Qué encuadre o plano domina?	Primer plano / plano medio

¿Cuántos personajes son visibles?	3
¿Dónde se ubican los personajes?	Tres retratos alineados; figura central con micrófono y gesto de habla
Colores predominantes (máx. 3)	Blanco, negro, rojo (etiquetas/marca)
Saturación/contraste	Medio–alto (titular en blanco muy contrastado; etiqueta roja)
¿Cómo está organizada visualmente la portada?	Franja superior de marca → fila de retratos → etiqueta roja “Líderes manabitas de la zona norte” → titular en mayúsculas → footer con redes
Tipografía	Sans, bold, mayúsculas (titular); etiqueta roja con texto blanco
Intención del estilo	Enfática, confirmatoria
Denotación (qué se ve)	Tres retratos; figura central con micrófono; titular: “Hacen público su apoyo para Luisa González”
Connotación (3)	Legitimación territorial · consenso de élites locales · campaña en ascenso
Códigos culturales/políticos	Léxico de adhesión (“apoyo”), referencia territorial (“Manabí”), estética de <i>breaking</i>
Actores sociales	Líderes locales y candidata mencionada en el

	texto (no identifico personas por la imagen)
Representación	Central como portavoz; laterales como aval/testigos
Relación imagen–titular	Anclaje: los retratos ilustran el apoyo anunciado por el texto
Recorrido visual	Marca → rostros (centro) → etiqueta roja → titular → footer
Tema enfatizado	Apoyo público de líderes manabitas a una candidatura
Causas/Consecuencias/Soluciones	No se explicitan; se comunica una decisión
Temporalidad	Actual / campaña
Intención principal	Informar y persuadir (mostrar ampliación de respaldos)
Emociones buscadas	Confianza, pertenencia territorial
Posicionamiento del medio	Favorable hacia la candidatura mencionada
Impacto visual global	Alto (triple retrato + mayúsculas + alto contraste)
Nombres mencionados en el texto	“Luisa González” (<i>aparece en el titular</i>)

La portada construye una narrativa de apoyo territorial: el tríptico de retratos jerarquiza a la figura central como portavoz, mientras la etiqueta roja sitúa geográficamente el respaldo y el titular lo oficializa. El uso de mayúsculas, contraste blanco/negro y el rojo de *breaking* producen certeza y urgencia. La relación es de anclaje y el encuadre, favorable a la candidatura citada al asociarla con liderazgos locales y capital simbólico de Manabí.

Capítulo III

Resultados

La muestra analizada comprende 24 portadas publicadas en Facebook por cinco medios locales de Manta durante la campaña electoral de 2025. Con base en las fichas aplicadas, se identificó una distribución relativamente concentrada de formatos. Los más frecuentes fueron: adhesiones/apoyos (p. ej., proclamaciones de respaldo de organizaciones o líderes; $\approx 5-6$ piezas), denuncias/ataques (acusaciones, descalificaciones o burla; $\approx 4-5$), contenidos normativos o institucionales sobre el acto de votar (prohibiciones, reglas; 3), anuncios oficiales (fechas, debate; ≈ 3) y encuestas con visualización gráfica (1). Las comparativas o sondeos informales orientados a generar interacción aparecieron, pero con un peso secundario dentro del conjunto.

En la relación entre imagen y texto, predomina claramente el anclaje: en 23 de 24 portadas, el titular dirige la lectura y delimita el sentido de la imagen (por ejemplo, al declarar una ventaja, anunciar un apoyo o advertir una norma). En 9 de 24 piezas, además, la imagen añade un refuerzo emocional —gestos de seguridad, tensión o burla— que acompaña y potencia el mensaje verbal. Solo en 1 o 2 casos se observa una tensión evidente entre lo que sugiere la imagen y lo que afirma el texto.

Este patrón se sostiene sobre una gramática visual estable: predominan los primeros planos y planos medios de figuras políticas, titulares en mayúsculas y negrita, contrastes marcados (blanco y negro con acentos rojos o amarillos) y bandas o etiquetas visibles del tipo “breaking”. En conjunto, estos recursos favorecen lecturas rápidas y un efecto de “veredicto” inmediato, más orientado a fijar una interpretación que a explicar en detalle.

En términos de marcos narrativos, las portadas se organizan alrededor de cuatro tramas recurrentes: ventaja/derrota (con léxico de victoria o fracaso), adhesión/no adhesión

(apoyos públicos o decisiones de no endosar), alertas normativas sobre el voto (secretismo, prohibiciones) y hitos del proceso electoral (debate, segunda vuelta). El tono general no es homogéneo: algunas piezas favorecen a determinadas candidaturas al destacar adhesiones o ventajas; otras resultan claramente desfavorables al instalar acusaciones, negaciones intensificadas o burla; y un tercer bloque mantiene un registro más neutral o institucional cuando se trata de avisos normativos o agenda cívica.

De manera transversal, se repiten dos estrategias: la personalización (rostros a gran escala y gestualidad marcada) y la territorialización (menciones a Manabí u organizaciones locales), que operan como atajos de cercanía y legitimidad.

Finalmente, la emoción atraviesa la mayoría del material: aparece euforia o esperanza en coberturas de mítines y adhesiones; indignación o alarma en denuncias y piezas normativas; ironía o burla en contenidos de descrédito; y expectativa en anuncios de debate o balotaje. En conjunto, los resultados sugieren un ecosistema informativo donde predomina la fijación rápida del sentido (anclaje + tipografía + color) y la economía retórica (frases breves, mayúsculas y cifras cuando aparecen) por encima del desarrollo explicativo, lo que enmarca las conclusiones sobre las implicaciones —y también los límites— de esta forma de narrar la contienda electoral.

Conclusiones

El análisis semiótico de las 24 portadas digitales de medios locales de Manta permitió

identificar una narrativa visual sustentada en una gramática gráfica de alto impacto.

Predominan recursos como primeros y medios planos, composiciones en dípticos y trípticos, titulares en mayúsculas, tipografías en negrita y contrastes cromáticos intensos, los cuales establecen jerarquías visuales claras y facilitan una lectura inmediata del contenido. Estos elementos confirman que las portadas funcionan como dispositivos visuales estratégicos que organizan el sentido de la información y orientan la interpretación del lector en el entorno digital.

Desde el punto de vista narrativo y temático, las portadas se estructuran mayoritariamente en marcos binarios de adhesión/ruptura y ventaja/derrota, apoyados en procesos de personalización de los actores políticos y territorialización del discurso mediante referencias a Manabí y a organizaciones locales. La relación entre imagen y texto se construye principalmente a través del anclaje, donde el titular fija el significado de la imagen, mientras esta refuerza el mensaje mediante una carga emocional asociada a gestos de euforia, tensión, alarma o burla. Aunque existe un conjunto reducido de piezas con un tono neutral e institucional, estas resultan minoritarias frente a aquellas que priorizan la dramatización del acontecimiento.

En conjunto, las portadas analizadas inciden de manera significativa en la percepción de los hechos noticiosos a nivel local, al privilegiar interpretaciones rápidas y simplificadas por encima de explicaciones contextualizadas. Si bien esta narrativa visual resulta eficaz para captar la atención, favorecer la circulación del contenido y activar a la audiencia, también contribuye a reforzar lecturas polarizadas centradas en resultados, apoyos y enfrentamientos. De este modo, las portadas digitales no solo informan, sino que construyen significados y jerarquizan la realidad política local, evidenciando tanto el alcance como los límites de esta forma de narrar en los medios digitales.

Recomendaciones

Para equilibrar impacto y calidad informativa, conviene aumentar la contextualización mínima en cada portada: una línea factual (qué, cuándo, dónde, fuente) que acompañe titulares enfáticos; señalización clara del género (“Información”, “Opinión”, “Análisis”); y, cuando haya cifras o resultados, una nota metodológica breve (procedencia y alcance). Para reducir la lectura binaria y la personalización excesiva, alternar encuadres que prioricen consecuencias, políticas y afectaciones locales, incorporar actores no protagónicos (ciudadanía, sectores productivos, territorios) y moderar recursos de hipérbole (mayúsculas plenas, exclamaciones encadenadas).

En términos de diseño, conviene cuidar la legibilidad, pero también afinar las jerarquías visuales: apostar por titulares menos sentenciosos y acompañarlos con subtítulos que expliquen mejor el contexto. Mantener contrastes que funcionen, sin caer en lo estridente, y usar las etiquetas tipo “breaking” con moderación para que no pierdan sentido ni se conviertan en ruido. A nivel editorial, ayudaría implementar una lista de control antes de publicar (dato mínimo confirmado, encuadre alternativo, balance de voces y verificación de fuente y fecha). También es recomendable rotar protagonistas para evitar sesgos por sobreexposición y realizar auditorías periódicas del sesgo visual (porcentaje de piezas positivas/negativas por actor y diversidad territorial en la cobertura).

Cuando se busque movilizar, acompañar con rutas de lectura hacia notas ampliadas que aporten contexto, causas y consecuencias, mitigando los riesgos de simplificación señalados en las conclusiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre Mayorga, C. (2024). Periodismo transmedia y redes sociales: Un análisis de las narrativas en medios digitales en Ecuador. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, S, 70-82. <https://doi.org/10.32719/26312514.2024.9.5>

Aljufri, K., & Rahyadi, I. C. (2022). Magazine cover semiotics analysis in printed media: Article review through academic database articleinfo abstract. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 2022. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>

Aymá, A. (2022). La imagen digital y sus significados: un abordaje semiótico. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 24(2), 45–60.
<https://doi.org/10.14198/riac.v24i2.4969>

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Paidós. Eco, U. (2000). *La estructura ausente: Introducción a la semiótica*. Lumen.

Flick, U. (2015). *Introducción a la investigación cualitativa* (5.ª ed.). Ediciones Morata.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2021). *Metodología de la investigación* (7.ª ed.). McGraw-Hill.

Heryono, H., & Faisal, H. C. (2020). Semiotics at Discursive Texts and Images in Online News. *International Journal of Engineering & Technology*, 241-244.
www.sciencepubco.com/index.php/IJET

Jones, B. (2020). Television news and the digital environment: A triadic multimodal approach for analysing moving image media. *African Journalism Studies*, 37(2), 116-137.
<https://doi.org/10.1080/23743670.2016.1173568>

Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis: A multimodal introduction*. SAGE Publications.

Matumoto, A. de O., & Gonçalves-Segundo, P. R. (2023). A Social-Semiotic Approach to Color Analysis in Digital Media: Theory and Practice. *Revista de Estudos da Linguagem*, 31(4), 2009-2065. <https://doi.org/10.17851/2237-2083.31.4.2009-2065>

O'Neill, P. (2014). *Media studies: A reader*. Routledge.

Sánchez-García, P., & Salaverría, C. (2023). Multimedia news storytelling: Semiotic-narratological foundations. *Profesional de la Información*, 28(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.03>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2014). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

Subiela-Hernández, B. J. (2021). La semiótica de la imagen en los medios digitales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 1–15. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000000>

Van Leeuwen, T., & Jewitt, C. (2001). *Handbook of visual analysis*. SAGE Publications.

Žigo, I. R., & Tkalec, G. C. (2021). Socio-Semiotic “Reading of the Truth” in the Context of Virtual Communication. *Open Journal of Social Sciences*, 0c(01), 188-202. <https://doi.org/10.4236/jss.2018.61014>

Ulloa, P., Oviedo Alvarado, A., & Auz Espinoza, D. C. (2020). Análisis semiótico de los nuevos formatos de la noticia de comunidad en Facebook y Twitter del discurso del medio

digital ecuatoriano KolectiVOZ. *Nawi*, 4(1). <https://doi.org/10.37785/nw.v4n1.a3>

Barthes, R. (2002). *La retórica de la imagen*. Barcelona: Paidós.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.

Hall, S. (1993). Encoding/decoding. En S. During (Ed.), *The Cultural Studies Reader* (pp. 90–103). London: Routledge.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). London: Routledge.

ANEXO

Ficha de observación

Variable de estudio	Dimensión	Indicadores	Ítems / Preguntas de la ficha
Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Elementos visuales y estructurales	Tipo de imagen y encuadre	¿Qué tipo de imagen se utiliza en la portada (fotografía, ilustración, infografía, fotomontaje, captura de video, etc.)?
			¿Qué encuadre o plano domina en la imagen (primer plano, plano medio, plano general, etc.)?
		Personajes y ubicación en el encuadre	¿Cuántos personajes son visibles en la portada (ninguno, 1, 2–3, más de 3)?
			¿Dónde se ubican los personajes principales dentro de la imagen (centro, lado izquierdo, lado derecho, fondo/segundo plano)?
		Color y saturación	¿Cuáles son los colores predominantes en la portada (mencionar hasta tres)?
			¿El nivel de saturación/contraste de la imagen es alto, medio o bajo?
		Composición general de la portada	¿Cómo está organizada visualmente la portada (imagen de fondo con texto superpuesto; imagen a un lado y texto al otro; mosaico de varias imágenes; solo texto, etc.)?
		Tipografía del titular y estilo	¿Qué tipo de tipografía se emplea en el titular principal (serif, sans serif,

		gráfico	manuscrita/display)?
			¿Qué intención comunica la tipografía y el estilo del titular (formal, informal, sensacionalista, sobrio, etc.)?
		Elementos de identidad del medio	¿La portada incluye elementos de identidad del medio (logo, colores institucionales, eslogan)?
			¿Dónde se ubican estos elementos (esquina superior izquierda, superior derecha, inferior izquierda, inferior derecha, otra)?
Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Códigos semióticos	Nivel denotativo (qué se ve)	¿Qué se muestra explícitamente en la imagen (personas, objetos, lugares, acciones)? Describir brevemente.
		Nivel connotativo (significados sugeridos)	¿Qué significados, ideas o emociones sugiere la imagen? Escribir al menos tres palabras o frases clave.
		Códigos culturales y políticos	¿Qué símbolos culturales o políticos se observan (símbolos patrios, colores partidistas, logos de partidos, símbolos religiosos, uniformes, etc.)?
		Representación de actores sociales	¿Qué actores sociales aparecen en la portada (autoridades/candidatos, ciudadanía, fuerzas del orden, víctimas, grupos específicos como mujeres, jóvenes, etc.)?
			¿Cómo se los representa visualmente (posición en la imagen, postura corporal, gestos, expresiones faciales, vestimenta)?

Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Estructura narrativa visual	Relación imagen–titular	¿La relación entre imagen y titular es de anclaje (la imagen ilustra el texto), de relevo/ampliación (la imagen añade información o matices) o de tensión/contradicción (imagen y texto sugieren cosas distintas)?
		Recorrido visual	¿Por dónde “entra” la mirada del espectador (qué ve primero) y hacia dónde se desplaza después? Describir el recorrido visual predominante.
		Construcción del conflicto o tema central	¿Qué problema, situación o actor se enfatiza visualmente como núcleo de la portada?
			¿Se muestran principalmente causas, consecuencias o posibles soluciones del conflicto/tema representado?
		Temporalidad sugerida	¿La imagen sugiere un acontecimiento actual/en curso, una imagen de archivo/pasado o una escena recreada/metafórica?
Narrativa visual en portadas digitales de noticias	Función comunicativa e impacto	Intención comunicativa dominante	¿Cuál parece ser la intención principal de la portada: informar, persuadir, denunciar, sensibilizar/apelar a la empatía, entretener u otra?
		Emociones evocadas	¿Qué emociones busca provocar la portada (miedo, indignación, esperanza, tristeza, curiosidad, orgullo, etc.)? Seleccionar las más relevantes.
		Posicionamiento valorativo del medio	En relación con el hecho o actor principal representado, ¿el posicionamiento aparente del medio es a favor, en contra, neutral/equilibrado o ambiguo?

		Impacto visual global	¿El impacto visual general de la portada puede considerarse alto, medio o bajo? Justificar brevemente la respuesta.
		Interacción e impacto en Facebook <i>(opcional)</i>	¿Cuál es el número aproximado de reacciones, comentarios y veces compartida la publicación?
			¿Qué tono dominante se observa en los comentarios revisados (positivo, negativo, neutro, mixto)?

