

Estudio de Caso: Metro Puerto Rico

Roberto E. Ortiz López

Escuela de Comunicaciones Ferré Rangel, Universidad del Sagrado Corazón

PER 607: Estética y diseño para entornos digitales

Profesor José O. Rolón Martínez

miércoles, 2 de julio de 2025

El periódico Metro Puerto Rico se ha convertido en uno de los medios tradicionales que mejor se ha posicionado en la era digital en los últimos años. Con solo una edición impresa semanal, la mayoría del contenido y noticias que genera la audiencia lo consume desde su página web y sus plataformas digitales. Metro Puerto Rico surgió en 2012 como un medio de prensa escrita en la isla con amplia distribución y con una edición impresa de lunes a viernes. Desde el comienzo se presentó como un medio multiplataformas orientado a la población de jóvenes adultos con un diseño innovador. He decidido escogerlos para mi estudio de caso, ya que me ha parecido atractivo la forma en que se trabaja el contenido en este medio y como han logrado mantenerse vigente prácticamente en todos los públicos. En este ensayo analizaré cuatro puntos clave para que un medio funcione; la audiencia, la navegación, la usabilidad y la estética. El análisis partirá por evaluar el tipo de contenido, a qué público va dirigido, cómo Metro Puerto Rico difunde sus noticias y las organiza. Además, evaluaremos la facilidad de utilización de su portal web para los lectores, su usabilidad y su estética.

El tipo de contenido noticioso que trabaja Metro Puerto Rico va desde política y sociedad hasta deportes y farándula. Lo interesante está en cómo manejan ese contenido, las notas web son cortas de un mínimo de 300 palabras y como máximo 700 o 1,000. Esto hace que la información se enfoque en lo realmente importante y lo que necesita saber su audiencia haciendo que las notas sean fáciles de leer. Esto convierte a Metro Puerto Rico en un diario de lectura rápida lo que facilita la difusión de su contenido.

En caso de la audiencia, Prieto, E. (2023, 29 de agosto), describe la audiencia como el público al que se dirigen los mensajes en los medios de comunicación. Al Metro Puerto Rico trabajar el formato de lectura rápida apela al público joven adulto que forma parte de la fuerza

laboral de país y no tienen mucho tiempo para consumir medios, pero quieren mantenerse informados de lo que sucede en Puerto Rico y el mundo.

Metro Puerto Rico aumenta su navegación web; publicando en redes titulares, fotos o videos relacionados con las noticias más importantes para redireccionar al público a su portal. Además, promocionan su contenido en formato podcast mediante *reels* en Instagram o TikTok. Según Bilichenko (2023, 14 de febrero), la navegación es el acto de los usuarios hacer clic en enlaces internos o externos. Los internos serían los que se encuentran en el mismo sitio web como los hiperenlaces, que Metro Puerto Rico utiliza dentro de sus notas para mantener la navegación de usuarios activa. Por otro lado, los externos son los que utiliza en sus redes para redirigir a los usuarios a su portal.

Atado al concepto de navegación llega la usabilidad web que, según la Universidad Internacional de La Rioja [UNIR] (2021), es la manera de navegar por una página web de forma intuitiva y rápida. La usabilidad se compone de tres puntos principales; eficiencia, eficacia y satisfacción. La eficiencia se refiere a la forma de cubrir las necesidades del usuario. El portal web de Metro Puerto Rico cumple la usabilidad en términos de organización, ya que en su portal se puede adecuar al sitio bastante rápido y las secciones están muy bien definidas en su menú principal. Además, las últimas noticias que publican aparecen en el inicio del portal, lo que ayuda al usuario a tener a la mano las últimas noticias. La eficacia de la web hace referencia a que tanto se tarda el usuario en conseguir lo que busca en un portal. En el caso de Metro Puerto Rico, este es uno de sus puntos débiles ya que al ser un medio pequeño; su página está cargada con bastante publicidad que muchas veces interrumpe la lectura del público y los retrasa en buscar el contenido en el que estén interesados. Asimismo, cuando se utiliza el buscador las personas deben ser muy claras con el titular de la noticia o el tema que están buscando, ya que

sugiere link de algunas noticias, principalmente las más recientes, pero si el usuario está buscando una nota más antigua se le hará un poco más difícil la búsqueda desde el portal. El tercer punto sería la satisfacción que mide la sencillez de navegación de los usuarios y si cumple su modo de consumir información. Metro Puerto Rico cumple su cometido de contenido de lectura rápida, pero en términos de usabilidad la eficacia pudiera mejorar. Pudieran idear formas más amigables de anuncios que no molesten al usuario y mejorar la especificidad de su buscador.

Por último, evaluamos la estética del portal de Metro Puerto Rico, la estética según Amelzaem. (2021, 6 de octubre) es la apariencia visual de una página web. Metro Puerto Rico goza de una apariencia bastante sencilla y moderna que combina con su modo de trabajar la información. En términos estéticos la página no está muy cargada, el menú principal, las secciones y las últimas notas se encuentran con facilidad y los usuarios pueden compartir fácilmente las notas desde el portal.

En conclusión, Metro Puerto Rico es un medio que ha sabido posicionarse entre los demás periódicos, con un público meta en los jóvenes adultos y ha sabido utilizar las ventajas de era digital para mantener su audiencia y llegar a más personas.

Referencias

Amelzaem. (2021, 6 de octubre). *Aesthetics in modern web design*.

Crowdbotics. <https://crowdbotics.com/posts/blog/aesthetics-in-modern-web-design/>

Bilichenko, E. (2023, 14 febrero). *Navegación del sitio web: definición e importancia*. Blog

Netcommerce. <https://info.netcommerce.mx/navegacion/>

De Redacción de la Universidad Internacional de la Rioja, E. (2024, 8 agosto).

¿Qué es la usabilidad web? Sigue estos consejos para

mejorarla. *UNIR*. [https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/que-es-](https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/que-es-usabilidad-web/)

[usabilidad-web/](https://www.unir.net/revista/marketing-comunicacion/que-es-usabilidad-web/)

Prieto, E. (s. f.). ¿Qué son las audiencias y cuántos tipos hay? - Southern New Hampshire

University. SNHU. <https://es.snhu.edu/blog/que-son-las-audiencias>