

- Figura retórica: catacresis.
- Evaluación: las capturas de pantalla utilizadas como apoyo visual sólo muestran información general sobre el Seguro de Depósitos, sin precisar el segmento de la entidad, lo que genera un desfase semántico entre lo que se dice y lo que se muestra: el referente visual no responde al contenido enunciado.

La tipografía empleada en el segundo 01:44 también difiere de la institucional usada en el resto del clip, lo que rompe con la cohesión gráfica. El contrapunto divergente aquí es particularmente crítico: imagen y texto avanzan en direcciones distintas, minando la efectividad del cierre del mensaje.

A lo largo del clip se evidencian patrones retóricos que contribuyen en distintos grados a la construcción del mensaje informativo. La anáfora, utilizada en la introducción y reforzada por la repetición visual del personaje, establece un ritmo familiar y continuo. En las *propositional units* 1, 2 y 4, el personaje cumple funciones múltiples como figura de apoyo y énfasis, operando como zeugma visual que estructura la narrativa. No obstante, cuando estos gestos no se alinean con el contenido verbal, como ocurre en las *propositional units* 3, 5 y 6, se producen fenómenos de catacresis, que introducen ambigüedad o ironía no intencionada.

Estas contradicciones reflejan un desajuste entre lo que el clip intenta comunicar y cómo lo comunica. Según Bonsiepe (1999), un diseño eficaz debe integrar forma y contenido de manera coherente. Cuando esta integración falla, como en este caso, el mensaje pierde fuerza y genera ruido interpretativo.

4.6.3 Dimensión pragmática

De acuerdo con Umberto Eco (1979), el significado no reside exclusivamente en el texto, sino que se activa en el acto de interpretación, lo que implica considerar los horizontes o “marcos de lectura” del destinatario. En el caso del clip analizado, al tratarse de un producto institucional de carácter informativo, su éxito depende de que el público no sólo entienda el contenido, sino que se sienta convocado a actuar: consultar la web, reconocer su segmento financiero o comprender las condiciones del seguro. La dimensión pragmática se ocupa de la

relación mensaje-receptor y de los entornos de circulación, las estrategias de redundancia semiótica y el potencial de *engagement* institucional del audiovisual.

Alcance del mensaje: análisis cuantitativo

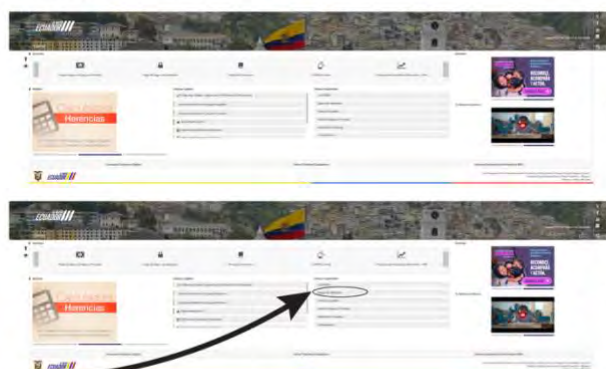
Debido a la ausencia de métricas cuantitativas disponibles, como visualizaciones, tiempo de retención o tasas de interacción, resulta inviable realizar una estimación rigurosa del alcance efectivo del video. Tal como se mencionó en la introducción del análisis, el clip fue retirado de la plataforma YouTube en julio de 2024, lo que eliminó toda rastro digital público asociada a su historial de difusión. Esta decisión editorial, posterior a ocho años de permanencia online, plantea diversas hipótesis interpretativas sobre su baja. El desfase, por tanto, parece derivar más de su presentación visual que de su obsolescencia jurídica. Una posible explicación apunta a su notoria disonancia con los lineamientos gráficos institucionales de la COSEDE: el clip constituye una anomalía visual dentro del ecosistema audiovisual de la entidad, careciendo de referencias explícitas a su identidad gráfica y cromática. No obstante, desde una perspectiva semántica, su contenido informativo mantiene vigencia normativa: las preguntas y respuestas que articula siguen respondiendo al marco legal actual del Seguro de Depósitos.

Adicionalmente, el cambio en la interfaz de la página web institucional, alterada en cada administración gubernamental, vuelve extemporánea a la *propositional unit* 6. En esta, el video muestra capturas de pantalla que ya no coinciden ni estructural ni visualmente con el sitio actual. Como señala Manovich (2013), el entorno digital es inherentemente modular, por lo que cualquier producto audiovisual destinado a plataformas cambiantes debería prever su actualización o descomposición en microformatos adaptables.

Página web 2016



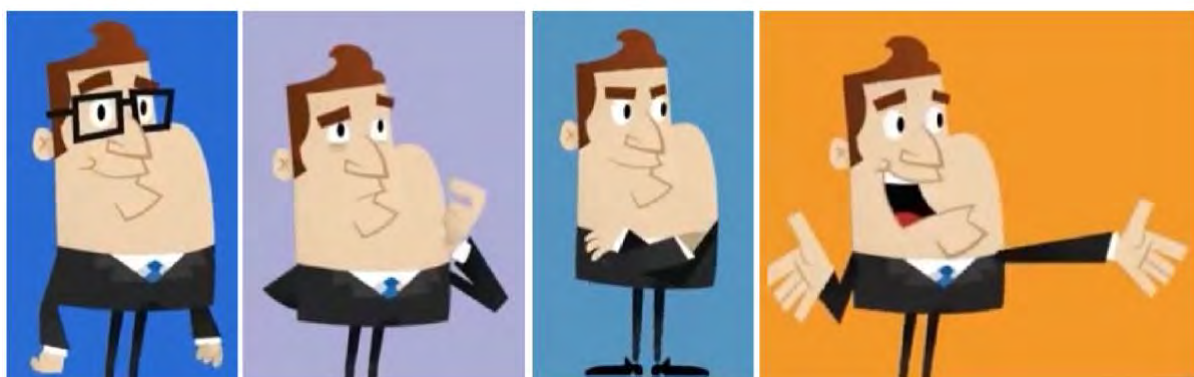
Página web 2024/25



Evaluación desde la semiótica pragmática

Uno de los elementos estructurales más evidentes es la presencia recurrente del personaje animado, quien aparece en todas las *propositional units* actuando como un pseudo-narrador visual. Si bien su análisis fue abordado en las dimensiones sintáctica y semántica, en esta instancia cabe señalar que su función pragmática resulta débil: el personaje carece de atributos visuales que lo vinculen simbólicamente con la institución emisora, por lo que su impacto como vehículo de identificación se diluye. Su eventual ausencia no afectaría sustancialmente la transmisión del mensaje, lo cual demuestra su bajo grado de performatividad discursiva.

Personaje



Pertinencia gráfica e identidad institucional

En cuanto a la adecuación visual, el clip presenta serias inconsistencias respecto a la línea gráfica oficial de la COSEDE. Predomina una paleta cromática que no corresponde a los colores institucionales y no se respeta el sistema de

marca visual establecido. El uso reiterado del logotipo en la esquina inferior derecha, además, genera un efecto contraproducente: debido a su tamaño reducido y baja resolución, el logo pierde legibilidad y queda limitado a un acrónimo ilegible, lo que va directamente contra los principios básicos de reconocimiento y pregnancia de marca.





Limitaciones en la performatividad del mensaje

En términos generales, el mayor obstáculo comunicativo del clip radica en su baja performatividad. Aunque el contenido propuesto tiene un alto potencial pedagógico —al responder a preguntas comunes del público sobre un servicio financiero crucial—, su ejecución visual y narrativa es débil. En particular, el ritmo expositivo de los textos resulta problemático: no se respetan los tiempos mínimos de permanencia en pantalla para la lectura comprensiva, lo que incrementa la carga cognitiva del espectador. Tampoco se utilizan apoyos gráficos que refuercen los conceptos fundamentales, como íconos, ilustraciones o subrayados tipográficos que contribuyan a jerarquizar visualmente la información.

Tal como sugiere Manovich (2013), la comunicación efectiva en entornos digitales requiere concebir los contenidos como estructuras modulares, susceptibles de segmentación y reconfiguración. En este caso, hubiera resultado pertinente dividir el video por cada pregunta y respuesta, generando así una serie de microvideos que podrían circular de manera independiente y con mayor efectividad en redes sociales o en plataformas educativas. Esta estrategia habría reforzado tanto la comprensión, como también el potencial de reutilización del contenido en nuevos contextos comunicativos.

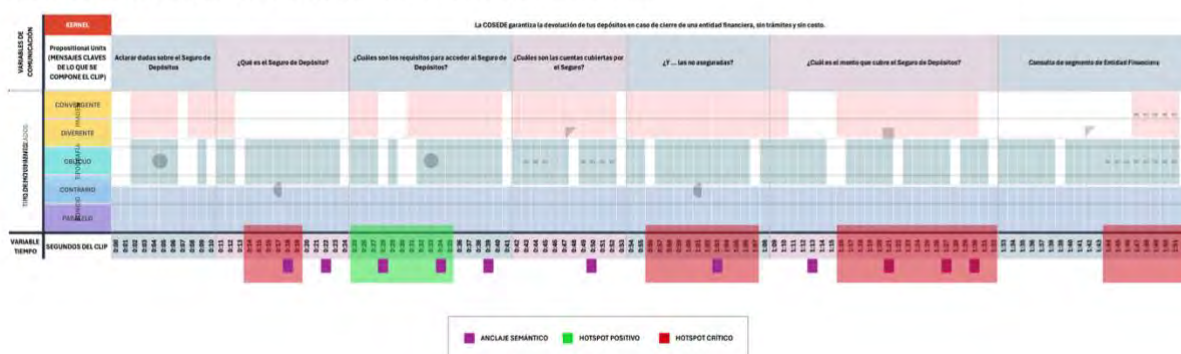
Por último, desde el punto de vista tipográfico, se identifica un manejo poco sistemático y una desincronización entre forma y contenido, tanto en las

propiedades estáticas como en las temporales: se alternan familias tipográficas sin coherencia visual, los pesos no jerarquizan adecuadamente la información y los desplazamientos tipográficos (*scrolling* y *global motion*) no siempre se alinean con la función comunicativa del texto.

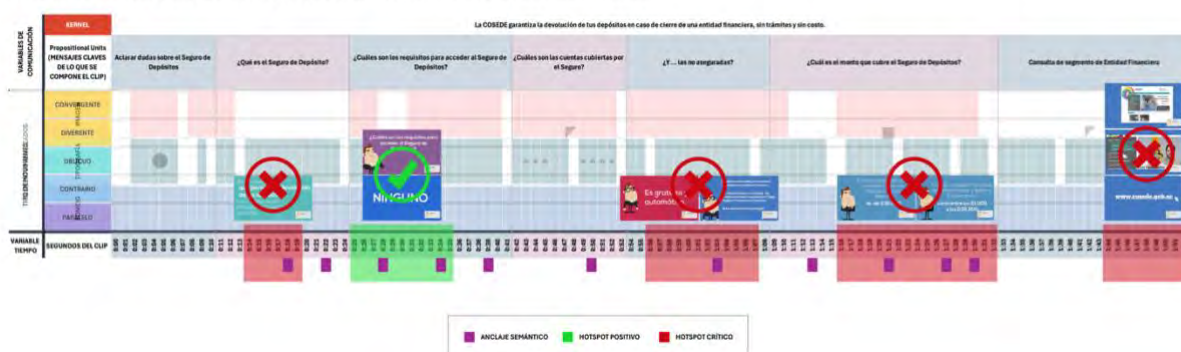
4.6.4 Hotspots como zonas de densidad significativa: síntesis entre MUSA, CAV y CVT

A partir del cruce analítico entre las matrices MUSA, CAV y CVT, se reconocen zonas críticas de alta densidad informativa —*hotspots*— donde el mensaje presenta deficiencias significativas en su estructuración visual y comunicativa. Dado que este clip basa el 100% de su capacidad en la transmisión textual sin apoyo sonoro (locución), la eficacia del mensaje recae principalmente sobre el uso tipográfico y visual. La mayoría de estos *hotspots* se concentran en la ejecución inadecuada de la tipografía, tanto en su dimensión sintáctica como en su articulación temporal:

ANÁLISIS INTEGRADO DE HOTSPOTS (CAV + CVT): PREGUNTAS GENERALES SOBRE EL SEGURO DE DEPÓSITOS



ANÁLISIS INTEGRADO DE HOTSPOTS (CAV + CVT): PREGUNTAS GENERALES SOBRE EL SEGURO DE DEPÓSITOS



Interpretación del análisis de hotspots

Hotspots críticos

00:14–00:19. PU 1: ¿Qué es el Seguro de Depósito?

- Se presenta un bloque de texto extenso mediante *global motion* sin segmentación, lo que impide una lectura fluida.
- La sobrecarga de información y la ausencia de énfasis jerárquico generan una alta carga cognitiva.
- La figura del personaje desaparece, perdiéndose la posibilidad de reforzar visualmente el mensaje.
- El ritmo de lectura debe respetar las capacidades perceptivas del espectador. Aquí, el tiempo de exposición (5 segundos) no permite procesar adecuadamente los 112 caracteres mostrados, los cuales requieren un mínimo de 9.3 segundos, siguiendo la recomendación de Carroll & Ivarsson (1998).
- Esta unidad contiene un contenido esencial, pero su ejecución visual compromete gravemente su comprensión.

00:56–01:07. PU 4: ¿Y... las no aseguradas?

- Esta sección aborda información crítica sobre exclusiones del seguro, pero su presentación subestima su importancia.
- Se despliegan tres líneas densas sin segmentación ni uso de jerarquía visual (ni tamaño, ni color, ni énfasis).
- El rostro del personaje permanece neutro, no contribuyendo al carácter de advertencia del mensaje.
- Se requiere al menos 18 segundos de permanencia en pantalla para una lectura efectiva de los 213 caracteres presentados, pero el texto desaparece a los 11 segundos.
- El contrapunto visual es divergente: hay desconexión entre la intención del mensaje y la expresión gráfica y actoral.

01:16–01:32. PU 5: ¿Cuál es el monto que cubre el Seguro de Depósito?

- Aunque se enfatizan ciertos valores numéricos mediante negritas, el texto carece de una organización secuencial clara.
- La expresión facial del personaje genera ambigüedad comunicativa, dificultando la alineación entre forma visual y contenido semántico.

- La falta de refuerzos visuales —como íconos o líneas guía— debilita la capacidad retentiva del dato más importante del clip.

01:44–01:52. PU 6: Consulta de segmento de Entidad Financiera

- Esta unidad cumple una función crucial al inducir una acción concreta por parte del espectador (consulta web), pero falla en su ejecución.
- El texto aparece en una tipografía distinta a la institucional, generando disonancia visual.
- La captura de pantalla de la página web es ilegible y no guía efectivamente hacia el segmento requerido.
- El contrapunto es divergente: existe una fractura entre lo dicho en texto y lo mostrado en imagen, lo cual pone en riesgo el cumplimiento del *call to action*.

Hotspots positivos

00:25–00:35. PU 2: ¿Cuáles son los requisitos para acceder al Seguro de Depósitos?

- Se destaca por una correcta *serial presentation*, que organiza visualmente la información por bloques, facilitando su procesamiento por parte del público.
- El énfasis en la palabra “Ninguno”, centrado y sobre fondo azul, crea un punto de anclaje semántico y visual que refuerza la claridad del mensaje.
- El contrapunto es oblicuo: el personaje complementa discretamente la información con gestos sutiles, sin competir con la tipografía.
- Esta sección constituye un ejemplo de articulación eficaz entre forma y contenido: el diseño visual refuerza el discurso institucional.

4.6.5 Análisis crítico de los hallazgos

Si bien el video 03 se propone responder preguntas frecuentes de la ciudadanía sobre el Seguro de Depósitos —objetivo loable y pertinente en su contexto de difusión—, su diseño audiovisual presenta deficiencias estructurales que comprometen su efectividad como pieza informativa institucional. El análisis

evidencia un desequilibrio significativo entre la intención comunicativa y la ejecución formal.

Desde la dimensión sintáctica, se identifica una sobrecarga textual sostenida, sin apoyos visuales ni pausas rítmicas que faciliten la lectura o segmentación temática. La ausencia de locución exagera esta carencia, depositando toda la carga semántica en la tipografía, pero esta no cumple adecuadamente su rol estructurador: se alternan estilos y pesos sin lógica jerárquica y se utilizan desplazamientos tipográficos (*scrolling* y *global motion*) que no se alinean con los principios de legibilidad recomendados por Mayer (2009), Lupton (2004) o Ruder (1967).

En la dimensión semántica, la interacción entre imagen y texto revela fenómenos retóricos contradictorios. El análisis de contrapuntos muestra múltiples casos de divergencia y catacresis, donde las expresiones del personaje animado y los elementos visuales no refuerzan, e incluso contradicen, el mensaje verbal. Esta disonancia semiótica debilita la precisión del mensaje, impide una experiencia de lectura efectiva y aumenta la ambigüedad interpretativa (Eco, 1979; Ribeiro, 2018).

Desde la dimensión pragmática, se constata una baja performatividad del mensaje: el clip no genera acciones concretas ni *engagement* sostenido. La ausencia de modularidad, la falta de coherencia gráfica institucional y la debilidad del *call to action* final refuerzan su carácter expositivo, más que interactivo o accionable. A pesar de su propósito pedagógico, no se apoya en recursos gráficos que potencien la retención de información ni adapta su estructura al ecosistema digital actual, tal como recomienda Manovich (2013).

La síntesis entre matrices MUSA, CAV y CVT permite mapear con precisión los *hotspots* negativos del clip, los cuales coinciden en tiempos de exposición insuficientes, jerarquía visual deficiente y contradicciones semióticas. Sólo una unidad destaca positivamente por su claridad y organización, lo cual establece el hallazgo central: el diseño de *motion graphics* institucionales requiere una integración efectiva de forma, ritmo y contenido, en varios niveles, tanto visuales, como dinámicos y sonoros. La omisión de esta integración pone en riesgo la legibilidad y la confianza institucional que el mensaje busca promover.

4.7 Análisis del clip 08: MONTO Y COBERTURA DE ENTIDADES FINANCIERAS

El octavo clip del corpus representa una pieza fundamental dentro del ecosistema comunicativo institucional: MONTO Y COBERTURA DE ENTIDADES FINANCIERAS¹¹ particularmente por su relevancia funcional y su contexto temporal. Esta pieza, producida en 2021, responde a una necesidad específica de potenciar la comunicación pública en torno a los servicios digitales que ofrece la COSEDE, en un contexto de modernización progresiva del portal web gubernamental. A pesar de que el cambio de administración en dicho año conllevó ajustes en la identidad visual, alineados con el eslogan “Gobierno del Encuentro: Juntos lo logramos”¹², los servicios estructurales dentro del sitio web permanecieron constantes. Por tanto, este clip constituye material informativo y una forma de registro de esta transición institucional, que busca guiar al ciudadano en la navegación de los recursos digitales.

Desde una perspectiva narrativa, el video se construye como un tutorial audiovisual de carácter didáctico, que instruye al usuario sobre cómo consultar el monto y la cobertura de su entidad financiera. Su duración total es de 1 minuto y 9 segundos; sin embargo, el despliegue efectivo de información se concentra en los primeros 61 segundos, lo que indica una optimización del tiempo útil para la transmisión del mensaje.

Es importante destacar que, por la relevancia del contenido, esta pieza fue replicada en otras plataformas digitales además de YouTube, aunque el presente análisis se limita al entorno de esta red social como canal oficial de difusión.

La estructura narrativa del clip se organiza en una secuencia lineal, compuesta por una introducción, seis subideas y un cierre institucional, según la siguiente segmentación:

- 00:00-00:02. Intro: Título general
- 00:03-00:07. Título 2: Conoce cuál es el monto y cobertura de tu banco, cooperativa o mutualista
- 00:08-00:11. Subidea 1: Ingresa: página web COSEDE

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=WM5d4TStPeA>

¹² <https://es.scribd.com/document/655995378/Kupdf-net-Linea-Grafica-Gubernamental-Gde-Escudo>

- 00:12–00:17. Subidea 2: Escoge: COSEDE en línea
- 00:18–00:20. Subidea 3: Selecciona Botón: Pago del Seguro de Depósitos
- 00:21–00:36. Subidea 4: Ingresa: Cobertura entidad financiera
- 00:37–00:48. Subidea 5: Escribe: Entidad Financiera
- 00:49–01:01. Subidea 6: Selecciona y despliega: información de entidad financiera
- 01:02–01:09. Cierre institucional

En el análisis, esto implica:

- *Thematic unit*: consulta en línea el monto y la cobertura de tu entidad financiera
- *Kernel*: todo ciudadano puede consultar de manera gratuita, a través del portal web de la COSEDE, el monto asegurado y el nivel de cobertura correspondiente a su entidad financiera específica.

Este video presenta una estrategia de simplificación visual y textual orientada a mejorar el acceso a servicios digitales, por lo que cumple una función esencial dentro del ecosistema de comunicación pública digital. Podría decirse que, en esencia, como un clip instruccional de tipo paso a paso, donde predomina una intención pedagógica que busca empoderar al usuario con información práctica y actualizada.

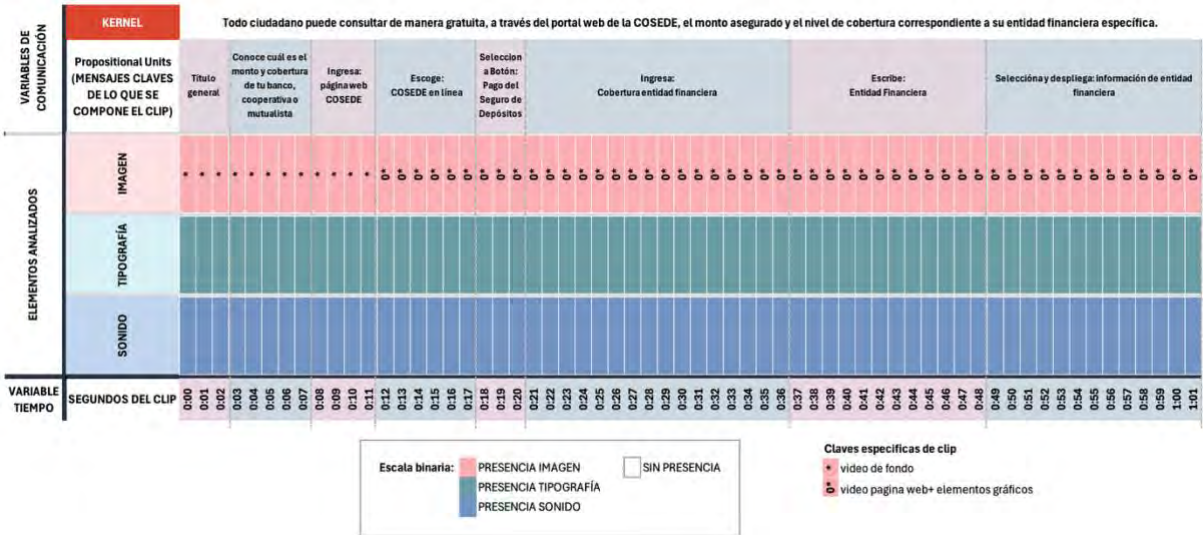
4.7.1 Dimensión sintáctica

En esta sección se aborda el análisis de la dimensión sintáctica del clip *Monto y cobertura de entidades financieras*, a partir de la metodología creada para esta investigación. A lo largo del análisis de los clips previos, las matrices han permitido identificar configuraciones recurrentes y tendencias narrativas que se repiten en las piezas institucionales. En este caso, el análisis de la dimensión sintáctica del clip en estudio se integra dentro de este mismo marco comparativo, lo que permite constatar continuidades y rupturas de forma, que contribuyen a entender la evolución de los recursos gráficos institucionales en función del servicio que se comunica; a la par de qué tan eficaz resulta su distribución.

La lectura del segundo a segundo del clip, en la que se reconocen los elementos formales predominantes, tanto visuales como sonoros, con el fin de

evidenciar los puntos de convergencia audiovisual y determinar su efectividad en la transmisión del mensaje.

En el gráfico siguiente se presenta el desglose secuencial de estos elementos formales, según los parámetros establecidos en la matriz CAV:



Propiedades tipográficas generales

En este clip no se incorpora una voz en *off* como recurso sonoro que enfatice el mensaje visual. En consecuencia, la dimensión escrita adquiere un rol fundamental dentro de la estrategia comunicativa e institucional, ya que toda la transmisión del contenido depende de su claridad, legibilidad y organización visual. La tipografía, por tanto, cumple funciones informativas dentro del discurso audiovisual.

Dado que el clip se construye como un tutorial visual paso a paso, el tratamiento tipográfico debe entenderse como diseño textual, pero también como componente esencial de una interfaz pedagógica que guía al usuario. Por tanto, el análisis de sus propiedades debe considerar tanto su comportamiento en reposo como su activación en sincronía con el montaje rítmico y los elementos visuales del entorno.

Static properties

La dimensión sintáctica de los *motion graphics* contempla el comportamiento dinámico de la tipografía y sus propiedades estáticas, cómo se mueve y cómo se lee cuando no, las cuales constituyen el fundamento estructural sobre el cual se organiza el mensaje escrito. El diseño tipográfico, previo al

movimiento, define las condiciones de legibilidad y jerarquía que posteriormente influirán en la precisión del discurso audiovisual:

- Familia tipográfica y estilo: la tipografía empleada corresponde a una familia *sans serif* de estilo geométrico y monolineal, lo que aporta una apariencia moderna, neutra y altamente legible. Se prioriza el uso de mayúsculas sostenidas en títulos y subtítulos, lo cual responde a una intención de claridad institucional. Esta elección se alinea con los criterios propuestos por Ruder (1967), quien destaca la utilidad de las mayúsculas en contextos donde se busca generar impacto inmediato.
- Peso tipográfico y énfasis: el peso *bold* es el predominante en casi la totalidad del discurso tipográfico, especialmente sobre verbos de acción como “ESCOGE”, “SELECCIONA”, “ESCRIBE” y “DA CLIC”. Esta estrategia actúa como marcador de ritmo visual y como generador de énfasis semántico. En términos de Lupton (2010), se trata de una aplicación intencionada del peso como jerarquizador discursivo, orientando la mirada hacia los puntos de decisión en el flujo del contenido.

Composición y jerarquía

La jerarquía visual interna se construye mediante peso y capitalización, pero carece de una diferenciación estructural entre niveles de información (por ejemplo, entre título, instrucción y explicación), lo que limita la progresión visual del mensaje. La disposición de los bloques textuales alterna entre alineación izquierda al principio y alineación centrada en la mayor parte del clip. Esta variación, sin embargo, no siempre está sustentada por una lógica visual o funcional, lo que genera momentos de tensión entre el texto y la imagen de fondo.

Legibilidad y contraste

El contraste cromático entre texto blanco y fondo rojo constituye un acierto desde la perspectiva sintáctica: garantiza visibilidad y legibilidad en la mayoría de los segmentos. En ciertos momentos, no obstante, el fondo incorpora gradientes, transparencias o texturas que debilitan esta relación figura-fondo, especialmente en fragmentos donde coinciden múltiples estímulos visuales (íconos, video base,

texto en movimiento). Esta pérdida de nitidez atenta contra la lectura fluida y puede interferir con la comprensión secuencial de las instrucciones.

Estructura tipográfica y repetición

La estructura compositiva del texto sigue un patrón repetitivo del tipo verbo de acción + contenido explicativo. Este modelo es funcional en términos de pedagogía visual, ya que permite secuenciar tareas de forma lógica. Sin embargo, la ausencia de variaciones estructurales o dinámicas en la presentación tipográfica a lo largo del clip genera una pérdida progresiva de impacto comunicativo. La repetición no codificada, en palabras de Eco, puede diluir la función signifiante del signo y reducir su capacidad de motivar la atención del espectador.

Temporal Typography

El análisis de la tipografía temporal se centra en cómo los elementos textuales interactúan con el tiempo y el movimiento en pantalla. Brownie (2015) menciona que el ritmo de aparición y duración del texto en movimiento incide directamente en la comprensión semiótica y en la eficacia comunicativa de un clip informativo. Esta dimensión adquiere particular relevancia en piezas sin narración en *off*, donde el texto animado es el vehículo primario del mensaje. Para verlo más claramente, se expone el análisis segmentado por Propositional Units (PU):

- PU 00:00–00:02. Intro: Título general: el título principal aparece de forma completamente estática, sin animaciones ni transiciones. Su falta de dinamismo limita su impacto visual y narrativo dentro del flujo general del clip.
- PU 00:03–00:07. Título 2: Conoce cuál es el monto y cobertura de tu banco, cooperativa o mutualista: el segundo título utiliza *scrolling typography* con dos bloques diferenciados por peso, uno en negrita y otro en regular. Esta división visual deja un ritmo acelerado, y no permite una lectura cómoda del texto completo.
- PU 00:08–00:11. Subidea 1: Ingresa: página web COSEDE: el texto animado aparece letra por letra con opacidad decreciente, técnica conocida como *elastic typography*. El verbo “INGRESA” está en

mayúsculas, marcando el inicio de un patrón visual que enfatiza las acciones.

- PU 00:12–00:17. Subidea 2: Escoge: COSEDE en línea: se repite el patrón tipográfico: verbo en mayúsculas seguido de un objeto en *bold*. El ingreso paulatino de las letras mantiene coherencia formal, pero hay saturación de elementos interactuando, lo que reduce.
- PU 00:18–00:20. Subidea 3: Selecciona Botón: Pago del Seguro de Depósitos: este segmento mantiene el mismo modelo visual, pero presenta el texto de la acción que promueve por sólo dos segundos, lo cual resulta insuficiente para procesar una instrucción funcional. La coherencia entre el texto y el componente visual se ve debilitada por la escasa duración.
- PU 00:21–00:36. Subidea 4: Ingresa: Cobertura entidad financiera: el texto se presenta con *elastic typography*, pero la animación verbal no coincide con lo que ocurre en pantalla. La instrucción escrita parece reiterar la unidad anterior, mientras el sitio web ya ha cambiado, por lo que se genera una ruptura temporal entre palabra e imagen.
- PU 00:37–00:48. Subidea 5: Escribe: Entidad Financiera: la tipografía sigue el mismo modelo formal, con énfasis en el verbo “ESCRIBE”. El equilibrio entre ritmo tipográfico y acción visual vuelve a fallar. Su aparición coincide con múltiples estímulos visuales, lo cual dificulta mantener el foco en la acción que se pide en esa instrucción.
- PU 00:49–01:01. Subidea 6: Selecciona y despliega: información de entidad financiera: esta unidad rompe la lógica de las anteriores. Primero aparece el objeto y luego el verbo de acción. El texto se introduce tarde (segundo 54) y tiene una permanencia breve. Esta inversión de orden y falta de sincronía reduce su claridad instruccional.

Tiempos de permanencia en pantalla para lectura

El clip establece un patrón tipográfico funcional, basado en una organización repetitiva que combina verbos en mayúsculas sostenidas

con sustantivos destacados en negrita. Esta configuración busca enfatizar la acción y facilitar la lectura secuencial. En particular, se observa una incongruencia entre la cantidad de caracteres y el tiempo de permanencia en pantalla, lo que repercute negativamente en la nitidez del mensaje y en la experiencia del usuario.

Esta problemática se evidencia desde el inicio del clip. En la *propositional unit* (PU) correspondiente al título general, “**MONTO Y COBERTURA DE ENTIDADES FINANCIERAS**”, la duración en pantalla es de apenas 2 segundos, cuando lo adecuado sería un mínimo de 3, considerando la extensión del texto y el tiempo promedio de lectura para garantizar comprensión. A esto se suma un problema de redundancia discursiva entre el PU1 y PU2. Mientras el primer título informa de manera general, el segundo, “**CONOCE CUÁL ES EL MONTO Y COBERTURA DE TU BANCO, COOPERATIVA O MUTUALISTA**”, introduce un llamado a la acción. Desde una perspectiva funcional y narrativa, sería más eficiente unificar ambos títulos en una sola aparición, priorizando el que incluye la acción verbal y asignándole el tiempo total combinado de ambas PUs, es decir, aproximadamente 4,5 segundos.

En relación con los PU 3, 4 y 5, la presentación simultánea de texto con elementos visuales dinámicos puede afectar negativamente la comprensión si el tiempo de exposición es limitado. Mayer y Moreno (2003) advierten que cuando múltiples estímulos compiten por la atención del espectador —como texto y acciones animadas—, se produce una sobrecarga en la memoria de trabajo, dificultando la integración efectiva de la información. Por ello, se recomendaría ajustar el tiempo de permanencia del texto para favorecer su procesamiento completo, especialmente en contextos visualmente activos.

Por su parte, los PU 6, 7 y 8 mantienen un ritmo más equilibrado entre texto y acción visual. El espectador dispone del tiempo suficiente para leer y apreciar la ejecución de las instrucciones. Sin embargo, en el caso particular del PU 6, puede comprenderse a partir del principio de coherencia semiótica, el cual sostiene que la sincronía entre el texto y la imagen es fundamental para una comunicación efectiva (Schnotz & Bannert, 2003). Cuando el contenido verbal y visual no coinciden en su mensaje o ejecución, se genera una disonancia que puede afectar la interpretación. Asimismo, algunos estudios sobre coherencia audiovisual en interfaces digitales destacan que la incongruencia entre mensaje

textual y acción visual puede inducir errores de interpretación o afectar la confianza del usuario en la interfaz (Hegarty, 2011) y eso tiene un impacto negativo en la forma de recibir los mensajes.

Siguiendo la perspectiva de la teoría cognitiva del aprendizaje multimedia (Mayer, 2009) y los principios de sincronización tipográfica en *motion graphics* (Brownie, 2015), es fundamental que la animación de textos respete el ritmo de procesamiento cognitivo del usuario. La aceleración del movimiento y la insuficiente duración de los bloques informativos dificultan la comprensión y debilitan la efectividad comunicativa del mensaje institucional.

Propiedades sonoras

En el clip “Monto y cobertura de entidades financieras”, las propiedades sonoras cumplen una función meramente ambiental y decorativa, sin asumir un rol estructural o funcional dentro del discurso informativo. Desde una perspectiva semiótica y comunicacional, la ausencia del componente de voz en *off* afecta negativamente la eficacia de la pieza, reduciendo su capacidad de acompañar, modular o jerarquizar el contenido visual. Esta limitación compromete el potencial comunicativo del componente sonoro, especialmente en un video que presenta un procedimiento técnico en formato tutorial paso a paso.

Narración en *off*

La ausencia total de voz humana elimina un recurso clave para orientar al espectador. En clips instructivos, la voz en *off* facilita la comprensión del mensaje y también aporta cercanía, ritmo y credibilidad. Como indica Chion (1994), la voz *over* no sólo transmite información, sino que direcciona la atención del receptor en el plano auditivo. También puede anclarla a un punto estático. En este caso, su omisión reduce el potencial explicativo de la secuencia.

Música de fondo

- Estilo: electrónico ambiental.
- Instrumentación: predominan los pads digitales suaves y los sintetizadores en texturas homogéneas.
- Tonalidad: se percibe un modo mayor, probablemente jónico, lo cual genera un clima de estabilidad institucional, acorde al tono oficial del mensaje.

- Ritmo: constante, sin progresiones armónicas ni modulaciones temporales.

La música funciona como fondo sonoro neutro, sin articulación directa con los segmentos informativos. En términos de Hindemith (1942), se trataría de una sonoridad horizontal, sin variación formal ni intención narrativa. No hay sincronía entre la evolución sonora y la estructura visual, lo cual debilita la capacidad de la música para enfatizar el contenido visual.

Efectos sonoros

No se registran efectos de sonido sincronizados con las acciones visuales (clics, transiciones, despliegue de información, etc.). Esta omisión disminuye el valor funcional del diseño sonoro, ya que se desaprovecha una dimensión esencial para reforzar la gestualidad técnica del clip.

El diseño sonoro del clip nos presenta un enfoque minimalista que, no contribuye de forma activa a la comprensión del mensaje. Se configura como un acompañamiento ambiental superficial, sin protagonismo rítmico. Desde la perspectiva comunicacional, el sonido carece de profundidad, operando más como fondo que como forma, lo que constituye en evidencia una oportunidad perdida para enriquecer la narrativa del contenido desde lo auditivo.

Segmentación por unidades

Rango temporal	Propositional Unit	Tipo (Yuxtaposición) - imagen	Jerarquía visual	Observación crítica
00:00–00:02	Intro: Título general	Simultánea	Media – Alta	La composición se abre con un plano detalle de billetes acompañado de un ligero movimiento de <i>truck out</i> . Aparece en la parte inferior sobre una franja roja, sin interacción con el fondo.
00:03–00:07	Título 2: Conoce cuál es el monto y cobertura de tu banco, cooperativa o mutualista	Simultánea	Alta	Se mantiene el plano anterior y se añade una capa translúcida roja que refuerza el contraste con el texto. Con el mismo video de la PU 1
00:08–00:11	Subidea 1. Ingresa: página web COSEDE	Simultánea	Alta	La acción de “Ingresar a la web” se representa con un plano detalle de manos sobre un

				teclado moderno. La franja sólida donde se sitúa el texto ayuda a jerarquizar la información.
00:12– 00:17	Subidea 2. Escoge: COSEDE en línea	Simultánea	Media	El plano muestra una sección recortada de la página de inicio de la web de COSEDE. La animación de la mano que hace clic aporta veracidad operativa, aunque la fragmentación visual podría dificultar el reconocimiento del entorno digital por parte del usuario.
00:18– 00:20	Subidea 3. Selecciona Botón: Pago del Seguro de Depósitos	Simultánea	Media	Se mantiene la misma lógica visual: fragmento de pantalla y presencia de una mano indicando el botón correspondiente. La repetición de esquema visual resulta redundante en ausencia de variación rítmica
00:21– 00:36	Subidea 4. Ingresa: Cobertura entidad financiera	Simultánea	Baja	Esta subidea presenta una ruptura entre lo que se lee (“Ingresa: Cobertura entidad financiera”) y lo que se muestra. Durante los primeros segundos (hasta el seg. 26), no se ejecuta acción alguna: sólo se desplaza el cursor. El clic efectivo aparece demasiado tarde, comprometiendo la convergencia entre texto y acción.
00:37– 00:48	Subidea 5. Escribe: Entidad Financiera	Simultánea	Media	Se representa la escritura del nombre de la entidad financiera con la señalización manual sobre el campo correspondiente. A nivel funcional, este fragmento mantiene buena correspondencia entre lo que se ve y lo que se lee.
00:49– 01:01	Subidea 6. Selecciona y despliega: información de	Simultánea	Baja	Esta unidad culmina el recorrido visual mostrando el listado de entidades y un recuadro rojo casi imperceptible que indica el

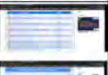
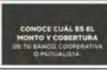
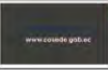
	entidad financiera			ícono del candado. Si bien aparece una ventana emergente con la información financiera, la mano no realiza acción alguna.
--	--------------------	--	--	---

Observaciones finales

El análisis sintáctico desde el punto de vista tipográfico, el uso constante de mayúsculas sostenidas y peso *bold* contribuye a una lectura jerarquizada, pero también genera rigidez discursiva. Esta rigidez se ve acentuada por un ecosistema de animación uniforme, donde la tipografía aparece letra por letra, de la misma forma y repetidamente, pero sin sincronía con las acciones mostradas. Como advierte Brownie (2015), la efectividad del *motion type* depende de su ritmo contextualizado y este clip tiende a perder esa cadencia. Esto representa un problema en cuanto a que dificulta la sincronización de varios recursos simultáneamente.

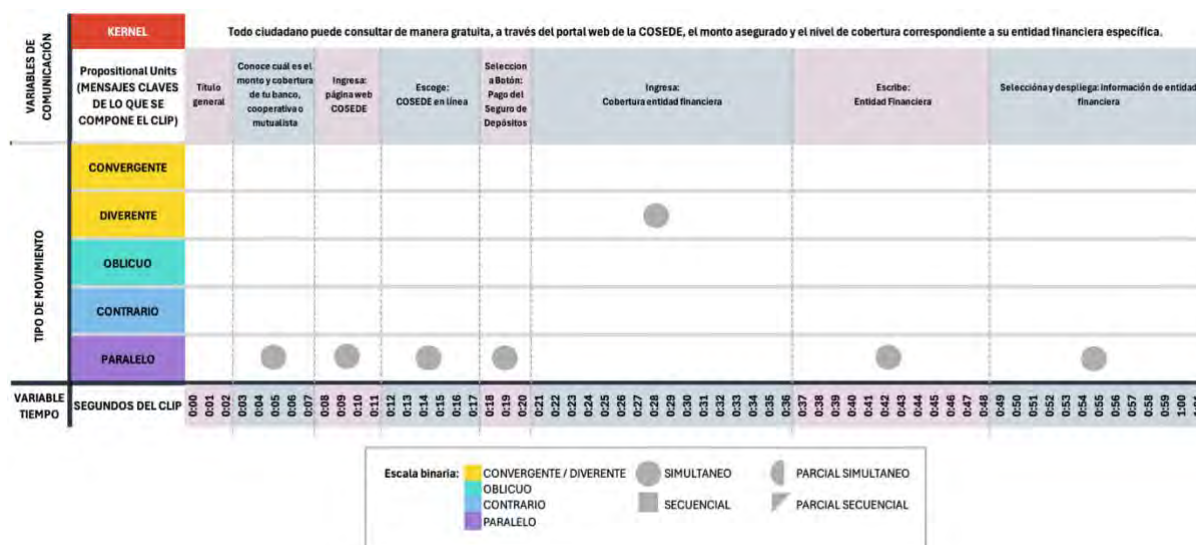
En cuanto a la estructura visual, el uso de planos detalle, manos señaladoras e interfaz recortada logra articular una narrativa técnica relativamente funcional. Sin embargo, la jerarquía visual media o baja en la mayoría de las *propositional units*, junto con la ausencia de progresión visual, debilita el principio de anclaje propuesto por Mayer (2009). Además, la recurrencia de estímulos similares sin modular sus formas o velocidades de aparición reduce el impacto pedagógico del discurso.

La inexistencia de una banda sonora estructurante y de una voz en *off* o efectos de sonido limita la capacidad de convergencia del clip. Según Hindemith (1942), esta horizontalidad sonora muestra una falta de intención en la composición narrativa desde el diseño del sonido.

Rango temporal específico	Delimitación por segundos	00:00-00:02	00:02-00:07	00:08-00:11	00:12-00:17	00:18-00:20	00:21-00:26	00:27-00:48	00:49-01:01	01:02-01:09
Propositional Units		Intro	Título 2	Sub idea 1	Sub idea 2	Sub idea 3	Sub idea 4	Sub idea 5	Sub idea 6	Cierre
	Sub ideas	Título general	Conoce cuál es el monto y cobertura de la banca, cooperativas e mutualidad	Ingresar: página web COSEDE	Escoger: COSEDE en línea	Selecciona Banco: Pago del Seguro de Depósitos	Ingresar: Cobertura entidad financiera	Escribir: Entidad Financiera	Seleccionar y desplegar: información de entidad financiera	Cierre Institucional
Referential Units (CAV)	IMAGEN									
	TIPOGRAFÍA									
	SONIDO	1. Narración en off: Ausencia total 2. Música de fondo: Electrónica ambiental, Medio mayor: posiblemente clásico 3. Efectos sonoros: Ausencia completa								

4.7.2 Dimensión semántica

En esta dimensión se aborda la construcción de significados que emerge de la interacción entre los elementos visuales y sonoros del clip, a partir del análisis mediante la gráfica de Contrapunto Visual Temporal (CVT). Este recurso permite apreciar cómo se incorporan o no las voces audiovisuales (imagen, texto en movimiento y sonido) en la generación de sentido. Es el indicador de si el mensaje logra o no una cohesión semántica eficaz en el clip y su recepción.



Para evidenciarlo de manera textual, se presenta el análisis de cada *propositional unit*.

Conoce cuál es el monto y cobertura de tu banco, cooperativa o mutualista

- Contrapunto dominante: paralelo.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Análisis: la precisión visual del texto y el refuerzo institucional del fondo promueven una lectura cohesiva del mensaje. El texto animado coexiste con un fondo en movimiento (plano detalle con *truck out* sobre billetes) y una base musical continua. La simultaneidad de estos elementos genera un contrapunto paralelo, donde cada componente mantiene su autonomía expresiva, sin interferencias ni rupturas.

Ingresar: página web COSEDE

- Contrapunto dominante: paralelo.

- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Análisis: el gesto de teclear (video de fondo) funciona como refuerzo visual del texto “Ingresa”, estableciendo una relación directa entre acción y significante. La interacción entre texto animado, acción visual y música ambiental configura una articulación paralela funcional. La inclusión de una franja cromática de alto contraste fortalece la jerarquía tipográfica.

Escoge: COSEDE en línea

- Contrapunto dominante: paralelo.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Análisis: No se percibe una sincronía entre los elementos mano, ícono y texto, lo que dispersa el foco de atención. El paralelismo funciona, pero con un nivel de eficacia reducido por la saturación compositiva.

Selecciona Botón: Pago del Seguro de Depósitos

- Contrapunto dominante: paralelo.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Análisis: el contrapunto paralelo está correctamente articulado. Este segmento logra una buena integración espacial al recortar el entorno digital y concentrarse únicamente en el ícono relevante. La simultaneidad entre el texto y la acción visual potencia la lectura semántica. La escena es demasiado breve.

Ingresa: Cobertura entidad financiera

- Contrapunto dominante: divergente.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Análisis: este es el tramo más problemático del clip. Si bien los elementos se presentan dentro del mismo encuadre, la acción visual efectiva (el clic sobre la opción) no ocurre hasta el segundo 26, rompiendo la simultaneidad entre lo que se dice y lo que se muestra. La coexistencia de múltiples cursores (uno gráfico y otro del sistema) acentúa la confusión y diluye el sentido semántico de la unidad.

Escribe: Entidad Financiera

- Contrapunto dominante: paralelo.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Análisis: esta unidad establece un paralelismo adecuado entre el texto y la acción de escritura. La ejecución presenta inconsistencias: la mano ilustrada hace clic en un espacio que no está funcionalmente activo, lo que produce un refuerzo mal dirigido. La intención semántica se sostiene, pero con desajustes en la lógica operativa del paso a paso.

Selecciona y despliega: información de entidad financiera

- Contrapunto dominante: paralelo.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Análisis: la simultaneidad entre texto, aparición del recuadro y la interfaz web sugiere un cierre del proceso. Sin embargo, la señalización del elemento fundamental (candado) es débil y poco visible. Además, la mano ilustrada no realiza ninguna acción clara, lo que desarticula el vínculo entre instrucción textual y ejecución visual.

El clip mantiene una estructura semántica basada en el contrapunto paralelo, donde texto, imagen y música coexisten sin interferencias graves. No obstante, esta relación se ve interrumpida por tramos de contrapunto divergente, especialmente en unidades donde la acción visual no se sincroniza con la instrucción textual. La repetición estructural del modelo verbo+acción facilita el reconocimiento de patrones, pero que se repita sin poner ningún énfasis en la estructura narrativa limita la recepción de la información incluida en clip. Además, la falta de reforzadores auditivos y la escasa dinamización de los signos comprometen el rendimiento semántico de ciertas unidades clave.

En este clip, la semántica se sostiene en su linealidad, pero carece de mecanismos en el diseño de sonido, de temporalidad y de dinámicas visuales que permitan amplificar su eficacia comunicativa.

4.7.3 Dimensión pragmática

En este apartado analizaremos la dimensión pragmática del clip *Monto y cobertura de entidades financieras*, a partir de los criterios establecidos en la

matriz MUSA (Matriz de Unidades Semióticas Audiovisuales). Esta dimensión se enfoca en la relación entre el mensaje y su destinatario, considerando tanto el diseño de la propuesta como su alcance real; es decir, cómo la pieza es percibida, comprendida y eventualmente apropiada por el público objetivo.

Semiotic Units	13 clips	
Context Units	Número de clip	Clip 04
Units of numeration	Tiempo total del clip	1:09
	Visualizaciones	545
	No gusta	3
	No me gusta	0
	Número de comentarios	1
Thematic Units	Fecha de subida a YouTube	6-Oct-21
	URL	https://www.youtube.com/watch?v=6H5uAT72p9s
	Nombre del clip	PORTO Y COBERTURA DE ENTORNOS FINANCIEROS
	Idea central clip	Consulta en línea al monto y la cobertura de la entidad financiera

Alcance del mensaje: análisis cuantitativo

Si bien el clip ha sido replicado por diversas plataformas digitales, en su canal oficial de YouTube, el video presenta un nivel de alcance considerablemente bajo. Con tan sólo 547 visualizaciones desde su publicación en 2021, el video representa una penetración de apenas el 0,0097 % respecto a la población objetivo de ciudadanos bancarizados entre 19 y 60 años en Ecuador (5 620 608 personas, según el Banco Central del Ecuador, 2021).

Este dato plantea un dilema pragmático importante: ¿la baja visualización responde a una diseminación institucional insuficiente o, por el contrario, a una escasa eficacia comunicativa del mensaje en términos de diseño, claridad y atractivo? Lamentablemente, estas interrogantes exceden el marco de este estudio, ya que se vinculan a decisiones de gestión, política pública y estrategias de difusión adoptadas por los gobiernos en turno, muchas veces caracterizados por una alta rotación institucional que limita los procesos de seguimiento y evaluación de impacto.

Evaluación desde la semiótica pragmática

Desde una lectura semiótica, y considerando la convergencia de las matrices MUSA, CAV y CVT, se puede afirmar que este clip presenta una de las estructuras más coherentes dentro del corpus analizado en cuanto al propósito de guiar al espectador en un procedimiento técnico paso a paso.

A pesar de sus limitaciones formales, el clip logra una funcionalidad didáctica básica. La claridad en la secuencia de acciones, la repetición del modelo verbo+instrucción en los textos, y la asociación directa con elementos visuales del portal web, favorecen la comprensión.

Podríamos decir que el clip mantiene una relación semiótica funcional con su espectador, ya que los signos utilizados no se desvían de su intencionalidad comunicativa. Del mismo modo, desde la perspectiva de Mitry (1963), la viabilidad del mensaje está determinada por su contenido informativo y su adecuación a las capacidades perceptivas y cognitivas del receptor: algo que este clip, con sus limitaciones, logra sostener.

Si bien no alcanza una sofisticación formal destacada, la pieza logra, en términos pragmáticos, acercarse a su objetivo principal: transmitir un mensaje institucional útil y accionable para el ciudadano común, más aún el ciudadano bancarizado, aun cuando su bajo alcance y ciertas falencias en el diseño visual impiden una mayor efectividad y recordación.

Pertinencia gráfica e identidad institucional

Además de la precisión informativa y la coherencia narrativa, la dimensión pragmática también contempla el grado de alineación visual del mensaje con la identidad institucional vigente. Bajo esta perspectiva, el clip analizado muestra un nivel de pertinencia destacable respecto a las normativas gráficas del periodo gubernamental correspondiente al año 2021.

Durante dicho año, la administración nacional operó bajo el paraguas institucional del Gobierno del Encuentro: Juntos lo logramos, cuya línea gráfica oficial incluida en el manual de marca se articula a partir de una paleta cromática primaria (azul, rojo y amarillo), con un énfasis mayoritario del color azul. Paralelamente, el sistema gráfico sectorial asigna colores específicos a las distintas áreas temáticas del aparato estatal: en este marco, el rojo (se reserva para el eje de Social, Emprendimiento y Economía).

Al constatar el diseño cromático del clip 08, es evidente una predominancia del color rojo como fondo para los textos y elementos destacados. Esta elección, aunque varía ligeramente en matiz con respecto a los tonos definidos en los manuales, responde de forma funcional y coherente a la lógica cromática del eje temático institucional, dado que la COSEDE es una entidad vinculada al ámbito económico y financiero; es decir, se inserta directamente dentro del espectro gráfico reservado para ese color.

Asimismo, al contrastar los colores institucionales propios de la COSEDE (azul, amarillo, rojo, gris oscuro y gris claro) con la cromática aplicada en el clip,

se confirma una consistencia visual razonable, especialmente en el uso del rojo como tono dominante, lo cual refuerza la identidad institucional de forma indirecta, aunque efectiva.

El manual de marca del Gobierno del Encuentro contempla una gama de colores complementarios que, de haber sido incorporados como acentos o elementos secundarios (por ejemplo, en botones, íconos o transiciones), podrían haber potenciado la jerarquía visual, favorecido el ritmo del visionado y mejorado la eficacia comunicativa general del mensaje. Si bien el uso del rojo es adecuado desde la perspectiva de marca, su reiteración monocromática a lo largo de todo el clip limita la diferenciación visual entre segmentos y reduce el atractivo gráfico de la pieza.

El análisis de la aplicación cromática del clip evidencia la necesidad de conjugar coherencia institucional con estrategias de diseño visual más dinámicas y segmentadas, especialmente en productos audiovisuales destinados a la orientación ciudadana.

Primarios AZUL PANTONE 3581 C HEX #20295c R 32 G 41 B 92 C 100 M 93.57 Y 34.41 K 26.83	MANILLO PANTONE 1035 C HEX #fcd116 R 252 G 202 B 1 C 13.3 M 35.94 Y 95.72 K 0
ROJO PANTONE 1788 C HEX #e61e29 R 231 G 13 B 38 C 3.5 M 99.53 Y 94.92 K 0.24	

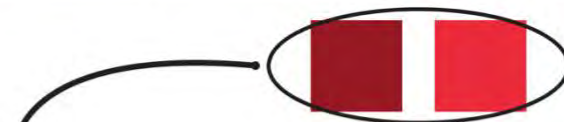


COSEDE

Corporación del Seguro de Depósitos,
Fondo de Liquidez y
Fondo de Seguros Privados



00:00 - 00:02	00:03 - 00:07	00:08 - 00:11	00:12 - 00:17	00:18 - 00:20	00:21 - 00:36	00:37 - 00:48	00:49 - 01:01
Intro	Título 2	Sub idea 1	Sub idea 2	Sub idea 3	Sub idea 4	Sub idea 5	Sub idea 6
Título general	Conoce cuál es el monto y cobertura de tu banco, cooperativa o mutualista	Ingresar: página web COSEDE	Escoge: COSEDE en línea	Selecciona Botón: Pago del Seguro de Depósitos	Ingresar: Cobertura entidad financiera	Escribe: Entidad Financiera	Selecciona y despliega: información de entidad financiera
MONTO Y COBERTURA DE ENTIDADES FINANCIERAS	CONOCE CUÁL ES EL MONTO Y COBERTURA DE TU BANCO, COOPERATIVA O MUTUALISTA	www.cosedo.gub.ec	COSEDE: Cópialo en línea	COSEDE: Pago del Seguro de Depósitos	COSEDE: Pago del Seguro de Depósitos	COSEDE: Cobertura de tu banco, cooperativa o mutualista	COSEDE: Selección y despliegue de la entidad financiera de tu banco, cooperativa o mutualista



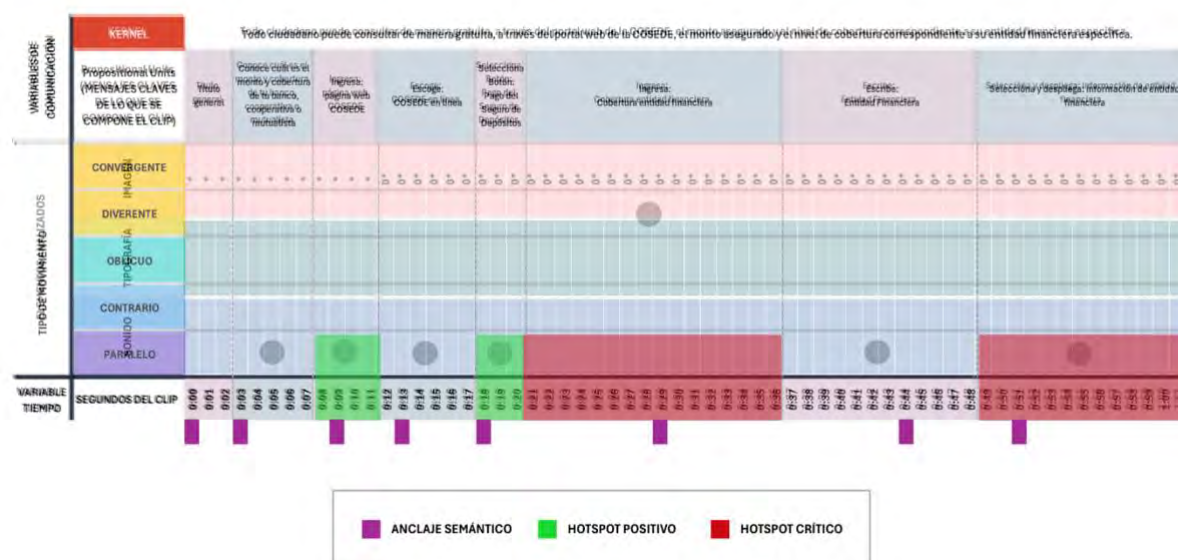
CROMÁTICA POR TEMAS PARA CADA INSTITUCIÓN

ECONOMÍA PANTONE 000 C HEX #ffffff R 255 G 255 B 255 C 0 M 0 Y 0 K 0	AGRICULTURA Y PESQUERÍA PANTONE 2985 C HEX #a6c9ec R 166 G 201 B 236 C 17.56 M 25.63 Y 90.91 K 8.52	CULTURA Y PATRIMONIO PANTONE 7583 C HEX #fcd116 R 252 G 202 B 1 C 13.3 M 35.94 Y 95.72 K 0
AMBIENTE Y AGUA, TURISMO PANTONE 2384 C HEX #008000 R 0 G 128 B 0 C 100 M 0 Y 0 K 0	INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN PANTONE 2985 C HEX #a6c9ec R 166 G 201 B 236 C 17.56 M 25.63 Y 90.91 K 8.52	ENERGÍA Y RECURSOS NO RENOVABLES PANTONE 2746 C HEX #0000ff R 0 G 0 B 255 C 0 M 100 Y 0 K 0
EDUCACIÓN PANTONE 4154 C HEX #0000ff R 0 G 0 B 255 C 0 M 100 Y 0 K 0	SAÚDE PANTONE 2985 C HEX #a6c9ec R 166 G 201 B 236 C 17.56 M 25.63 Y 90.91 K 8.52	DEPORTE PANTONE 000 C HEX #ffffff R 255 G 255 B 255 C 0 M 0 Y 0 K 0
PRESIDENCIA, VICEPRESIDENCIA, COMUNICACIÓN, RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO EXTERIOR PANTONE 3581 C HEX #20295c R 32 G 41 B 92 C 100 M 93.57 Y 34.41 K 26.83	DERECHOS HUMANOS PANTONE 2077 C HEX #693a97 R 105 G 63 B 151 C 71.6 M 90.3 Y 0.27 K 0	ESTADÍSTICA PANTONE 2985 C HEX #a6c9ec R 166 G 201 B 236 C 17.56 M 25.63 Y 90.91 K 8.52

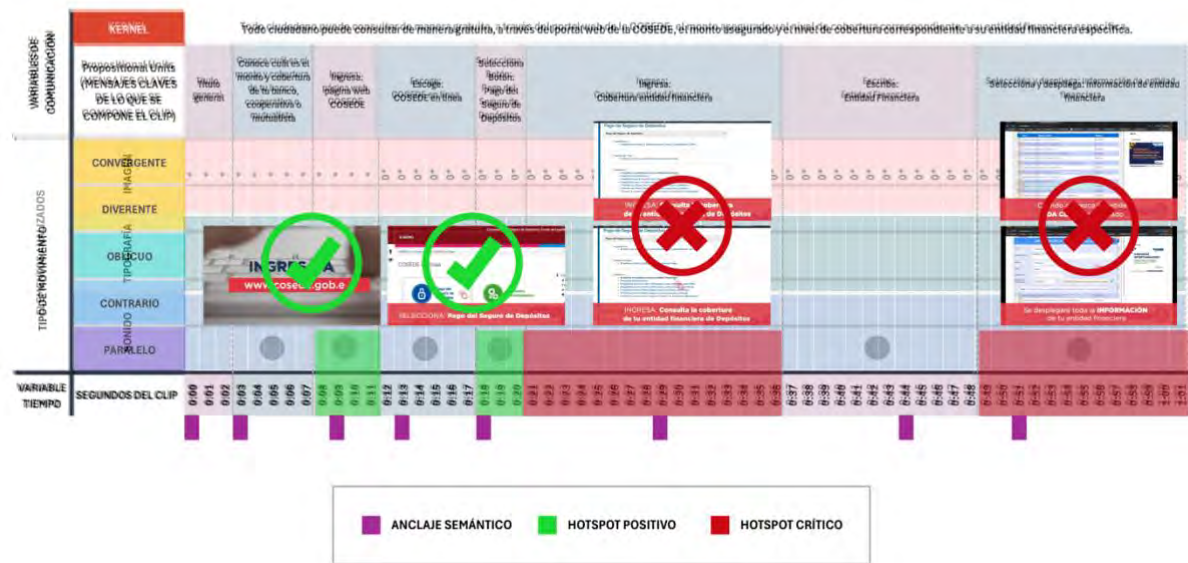
4.7.4 Hotspots como zonas de densidad significativa: síntesis entre MUSA, CAV y CVT

La identificación de los *hotspots* dentro del clip *Monto y cobertura de entidades financieras* se hizo por medio de las matrices MUSA (Matriz de Unidades Semióticas Audiovisuales), CAV (Convergencia Audiovisual) y CVT (Contrapunto Visual Temporal). Esta triangulación analítica permite localizar zonas de alta densidad comunicativa, tanto positivas como críticas, que impactan directamente en la eficacia del mensaje. El análisis se ha realizado en función del *kernel* semántico: “Todo ciudadano puede consultar de manera gratuita, a través del portal web de la COSEDE, el monto asegurado y el nivel de cobertura correspondiente a su entidad financiera específica.” y la *thematic unit* que ordena la progresión informativa del clip *Consulta en línea el monto y la cobertura de tu entidad financiera*.

ANÁLISIS INTEGRADO DE HOTSPOTS (CAV + CVT): MONTO Y COBERTURA DE ENTIDADES FINANCIERAS



ANÁLISIS INTEGRADO DE HOTSPOTS (CAV + CVT): MONTO Y COBERTURA DE ENTIDADES FINANCIERAS



Interpretación del análisis de *hotspots*

Hotspots críticos

- 00:21–00:36. Ingresar: Cobertura entidad financiera: las matrices convergen en el carácter poco funcional del clip. CVT lo tipifica como divergente, debido a la desincronización entre texto e imagen; MUSA indica un desfase temporal entre la aparición del texto y la acción efectiva en pantalla; CAV registra ausencia de puntos de anclaje visual. Se produce una saturación informativa que interrumpe el ritmo del aprendizaje.

Hotspots positivos

- 00:08–00:11. Ingresar: página web COSEDE: esta unidad presenta una sincronía destacada entre texto animado, acción visual de tecleo e inserción cromática jerarquizada. Las tres matrices coinciden en asignar a esta zona un carácter de alto rendimiento comunicativo: CAV indica convergencia de elementos visuales; CVT señala paralelismo temporal efectivo; y MUSA confirma equilibrio entre tipografía, imagen y sonido.

- 00:18–00:20. Selecciona Botón: Pago del Seguro de Depósitos: aquí se evidencia una clara relación entre instrucción verbal, recorte visual preciso del entorno digital y acción representada. El dinamismo gráfico es eficaz, reforzando la función instructiva. Esta zona articula un flujo informativo claro y directo entre signo y acción (Betancourt, 2017).

4.7.5 Análisis crítico de los hallazgos

El clip evidencia una estructura formal que, aunque coherente en sus intenciones pedagógicas, presenta limitaciones en su ejecución audiovisual. Si bien el modelo audiovisual está basado en verbo de acción+objeto+visualización de interfaz, genera un esquema instructivo estable, su repetición sin variaciones compositivas ni rítmicas disminuye progresivamente su fuerza comunicativa.

Las limitaciones identificadas en el clip *Monto y cobertura de entidades financieras* no sólo se manifiestan en errores de sincronía o escasa difusión digital, sino que reflejan una debilidad estructural en la construcción del mensaje institucional como acto comunicativo performativo. Aunque se trata de una pieza funcional desde el punto de vista operativo, su performatividad comunicativa se ve comprometida por varios factores. Un mensaje audiovisual eficaz debe funcionar como una máquina abierta de inferencias (Eco, 1990), que permita al espectador articular una lectura coherente entre lo que ve, lo que oye y lo que se le sugiere hacer. En este clip, la poca concordancia entre las acciones visuales y las instrucciones escritas produce un ruido semiótico, que reduce la nitidez inferencial del mensaje y obliga al espectador a reconstruir por su cuenta el sentido del paso a paso.

La falta de énfasis visual y la ausencia de narración, sumados al diseño sonoro, hacen que el espectador no encuentre puntos de anclaje que organicen la experiencia perceptiva. En consecuencia, la facilidad con la que se asimila el mensaje se ve mermada. En este clip, la repetición formal sin innovación gráfica, el abuso de tipografías estáticas y el subuso del diseño sonoro revelan una inercia visual que termina por cortar el potencial expresivo del formato animado.

Las limitaciones en la performatividad del mensaje no derivan exclusivamente de fallas técnicas, sino de una desarticulación entre intención

comunicativa, estrategia y ejecución. Para una institución que busca potenciar su relación con la ciudadanía a través de medios digitales, este tipo de limitaciones representan un desafío comunicacional.

4.8 Análisis del clip 09: ¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósito?

Este noveno clip representa una pieza importante dentro del corpus audiovisual de la COSEDE porque, hasta la fecha, constituye el último video publicado por la institución en formato de *motion graphics*. Fue difundido en diciembre de 2024, convirtiéndose en el más reciente intento institucional por comunicar contenidos financieros de manera audiovisual. En este sentido, adquiere un valor documental importante, tanto por su fecha de publicación como por las condiciones políticas y comunicacionales bajo las cuales fue producido. Desde el punto de vista formal, el clip tiene una duración de 30 segundos, centrados exclusivamente en la exposición de información. Su formato vertical responde a las demandas de las plataformas digitales contemporáneas, como TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts, lo que demuestra un intento de adaptación al ecosistema mediático actual y un proceso evolutivo a nivel de tecnologías de la comunicación. Esta configuración más reciente, enmarcada en la lógica de los clips breves y altamente visuales, privilegia la visualización en dispositivos móviles y facilita la circulación rápida del contenido, se nutre sobre todo de la viralidad. Siguiendo los postulados de Lev Manovich (2001) sobre la “nueva semiótica digital”, esta pieza puede entenderse bajo el principio de modularidad. Todos sus componentes han sido ensamblados digitalmente, integrando capturas de pantalla del portal institucional, animaciones gráficas, texto y tipografía en movimiento. La pieza se articula como una producción a demanda, diseñada para un formato adaptativo y multiplataforma. Asimismo, responde a una lógica de fragmentación semiótica: cada bloque de información (*propositional unit*) actúa como una unidad autónoma y modular, lo que habilita su reutilización en distintos contextos comunicativos.

Este clip cobra especial relevancia por ser el único material audiovisual informativo emitido al respecto durante el gobierno en funciones al momento de su publicación. Esta situación resulta paradójica considerando que la temática del Seguro de Depósitos mantiene plena vigencia y continúa siendo de alto interés

para la ciudadanía. La escasez de material informativo reciente sobre este tema orienta nuestra mirada hacia una desarticulación comunicacional institucional o como una falta de continuidad estratégica en la difusión pública de derechos financieros.

Por otra parte, este clip se inscribe dentro de una nueva identidad gráfica estatal. A finales de 2023, el gobierno ecuatoriano implementó una renovación de la imagen país, tanto para uso interno como para comunicación internacional¹³. Esta reestructuración visual incluyó la creación de un nuevo manual de marca que estableció directrices claras de colorimetría, iconografía y disposición gráfica. Por lo tanto, esta pieza audiovisual responde a las normativas visuales internas de la COSEDE y está diseñada con lineamientos estéticos y comunicacionales definidos a nivel estatal en mente.

La estructura narrativa del clip se organiza de la siguiente manera:

- 00:00–00:04. Intro: Título: *¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?*
- 00:05–00:08. Subidea: *Herramienta de consulta: Pago del Seguro de Depósitos*
- 00:09–00:13. Subidea 2: *Consulta Beneficiarios: Seguro de Depósitos*
- 00:14–00:18. Subidea 3: *Ingreso número de cédula*
- 00:19–00:27. Subidea 4: *Estado: Pendiente*
- 00:28–00:30. Subidea 5: *¿Cómo es el trámite?*
- 00:31–00:34. Cierre institucional: No será considerado en el análisis, por tratarse del cierre oficial del video emitido por el Gobierno Nacional.

Unidad temática (*thematic unit*): consulta digital personalizada a través del portal web para la verificación de beneficiarios del Seguro de Depósitos.

Núcleo semántico (*kernel*): todo ciudadano puede consultar gratuitamente si es beneficiario del Seguro de Depósitos accediendo a la web de la COSEDE e ingresando su número de cédula.

¹³ <https://es.scribd.com/document/806752562/MANUAL-CIERRE-NUEVO-ECUADOR-2023>

4.8.1 Dimensión sintáctica

En esta dimensión, la organización formal de los elementos visuales y sonoros adquiere un papel central, ya que define la estructura perceptiva del mensaje antes incluso de su interpretación semántica. La sintaxis en los sistemas de significación (Eco, 1990) no se refiere únicamente a las reglas gramaticales del lenguaje verbal, sino también a la disposición formal de los signos en un sistema visual o audiovisual. Por ello, resulta imprescindible abordar la sintaxis como la base estructural sobre la cual se organiza el discurso audiovisual. En el marco de esta investigación, la matriz CAV (Convergencia Audiovisual) aporta hacer posible un análisis técnico-formal, centrado en la disposición, jerarquía y comportamiento de los elementos visuales y sonoros que componen los clips de *motion graphics*. La matriz CAV se convierte así en el primer filtro de observación que permite distinguir las decisiones compositivas primarias, para luego profundizar en su eficacia comunicativa desde lo semántico y lo pragmático.

Particularmente en el caso del clip 09, el análisis sintáctico cobra una especial relevancia por la economía de recursos expresivos y la brevedad del formato (30 segundos), lo cual exige una optimización extrema de la información visual y auditiva. En este contexto, el análisis formal debe abordar, de manera diferenciada pero siempre interrelacionada, los tres componentes centrales de esta dimensión: sonido, tipografía e imagen. Esta descomposición posibilita percibir las reglas internas de organización que rigen el discurso y detectar zonas de alto o bajo rendimiento comunicativo. Este enfoque tripartito permite una observación detallada de las propiedades formales, pero también sienta las bases para una articulación rigurosa con las dimensiones semántica y pragmática que se abordarán posteriormente.

VARIABLES DE COMUNICACIÓN		Todo ciudadano puede consultar gratuitamente si es beneficiario del Seguro de Depósitos accediendo a la web de la COSEDE con su número de cédula.																														
KERNEL		Propositional Units (MENSAJES CLAVES DE LO QUE SE COMPONE EL CLIP)				¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?				Herramienta de consulta: Pago del Seguro de Depósitos				Consulta Beneficiarios: Seguro de Depósitos				Ingreso número de cédula				Estado: Pendiente				¿Cómo es el trámite?						
ELEMENTOS ANALIZADOS	IMAGEN	*	*	*	*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	0*	*	*	*
	TIPOGRAFÍA																															
	SONIDO																															
VARIABLE TIEMPO	SEGUNDOS DEL CLIP	0:00	0:01	0:02	0:03	0:04	0:05	0:06	0:07	0:08	0:09	0:10	0:11	0:12	0:13	0:14	0:15	0:16	0:17	0:18	0:19	0:20	0:21	0:22	0:23	0:24	0:25	0:26	0:27	0:28	0:29	0:30

Escala binaria:

PRESENCIA IMAGEN

SIN PRESENCIA

PRESENCIA TIPOGRAFÍA

PRESENCIA SONIDO

Claves específicas de clip

*

video de fondo

0*

video de fondo + imágenes lementos gráficos

Propiedades tipográficas generales

Este clip, al igual que otros previamente analizados, corresponde a una pieza audiovisual que no cuenta con locución en *off*. En consecuencia, la imagen y, particularmente, la tipografía, adquieren un rol protagónico en la construcción del significado, mientras que el componente sonoro opera únicamente como soporte atmosférico y rítmico. En este contexto, la tipografía cumple una función estética o decorativa, sino que se convierte en el principal vehículo semántico para la transmisión del mensaje informativo. Dado que el contenido textual constituye la vía directa para comunicar las ideas clave del clip, resulta fundamental examinar sus propiedades formales desde una perspectiva crítica.

La importancia de este apartado radica, por tanto, en determinar si el texto utilizado dentro del *motion graphics* logra comunicar con exactitud, énfasis y coherencia los contenidos deseados, considerando que, en ausencia de voz, el lenguaje escrito debe sostener la totalidad del discurso audiovisual.

Static Properties

En el clip analizado, la tipografía utilizada presenta una morfología *sans serif* de palo seco, probablemente vinculada a la familia Montserrat o una variante similar. Su uso predominante en caja alta (versales), acompañado ocasionalmente por combinaciones con caja baja, responde a un propósito claro de enfatizar lucidez. Según Ruder (1967), las tipografías, especialmente en contextos digitales, sin remates, facilitan la lectura en pantalla y posibilitan un reconocimiento inmediato de las unidades léxicas esenciales.

El peso tipográfico se convierte aquí en una manera de jerarquización semántica. Se destacan términos clave como “BENEFICIARIO”, “GRATUITO” y “PENDIENTE”, entre otros mediante un uso de peso *ultra bold*, lo que le da su centralidad discursiva dentro del encuadre. El resto del texto mantiene un peso medio o regular, construyendo una estratificación jerárquica que favorece la lectura guiada y el escaneo visual eficiente. En cuanto al espaciado y la alineación, se mantiene constante, pero en bloques de texto más extensos, como por ejemplo en la *propositional unit* referida al trámite gratuito, el *leading* (interlineado) se muestra ajustado.

El tamaño de fuente utilizado también refleja una estrategia de escalabilidad: los textos principales alcanzan dimensiones que capturan la atención y funcionan como anclajes visuales dentro del encuadre, mientras que los textos secundarios, frecuentemente vinculados a instrucciones o aclaraciones técnicas, se presentan en tamaños más reducidos, en algunos casos por debajo del umbral óptimo de legibilidad en pantalla móvil. Las propiedades tipográficas en este *motion graphics* establecen una base compositiva consistente, con intenciones claras de jerarquización. El interlineado en textos densos o la escala de fuentes secundarias requieren mayor atención para garantizar una comunicación visual plenamente efectiva.

Temporal Typography

El tratamiento de la *temporal typography* constituye un eje fundamental en la dimensión sintáctica de los *motion graphics*, particularmente en piezas informativas sin voz en *off*, donde la tipografía asume la responsabilidad plena de transmitir el mensaje. En esta línea, el análisis del clip 09 revela una serie de decisiones formales que afectan directamente la inteligibilidad del contenido.

- 00:00–00:04. Intro: Título: el título “¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?” aparece mediante *scrolling typography*, ubicado en el bloque central del encuadre. La palabra “beneficiario” adquiere mayor peso visual y funciona como eje de anclaje semántico. El tiempo de permanencia en pantalla (4 segundos) resulta apenas suficiente, considerando su extensión de 78 caracteres, que requeriría idealmente entre 6 y 7 segundos para su lectura fluida.
- 00:05–00:08. Subidea 1: Herramienta de consulta: este fragmento emplea *elastic typography* (animación de carácter en carácter mediante máscaras), aunque todos los cuerpos de texto aparecen de forma simultánea. La animación se torna caótica: mientras unas líneas ingresan de izquierda a derecha, otras lo hacen en sentido inverso, sin un orden claro en la jerarquía. Esta simultaneidad desorganizada, unida a una duración de sólo 4 segundos para un total de 86 caracteres, dificulta el procesamiento de la información por parte del espectador.
- 00:09–00:13. Subidea 2: Consulta Beneficiarios: repite la misma estrategia de *elastic typography*, con aparición simultánea de múltiples cuerpos textuales. Se incluye aquí un extracto visual de una interfaz web con aproximadamente 470 caracteres, cuya permanencia ideal, debería estar entre 25 y 28 segundos. Sin embargo, se limita a tan sólo 4 segundos de exposición, generando una incongruencia severa entre densidad textual y tiempo disponible.
- 00:14–0:18. Subidea 3: Ingreso número de cédula: continúa la técnica de *elastic typography* para el texto superior, mientras que el inferior aparece estático, sin animación de entrada. La falta de dinamismo en los elementos complementarios, sumada a la poca diferenciación jerárquica, reduce la viabilidad instructiva de este fragmento.
- 00:19–00:27. Subidea 4: Estado: Pendiente: en este caso se opta por un bloque textual con uso de pesos contrastantes: “PENDIENTE” aparece en mayúsculas y *bold*, mientras “seguro de depósitos”

mantiene un peso medio. Aunque esta estrategia genera una jerarquía más clara, el texto completo contiene 169 caracteres, lo que requeriría al menos 14 segundos en pantalla, pero sólo permanece durante 7 segundos, lo que representa el doble del tiempo esperado.

- 00:28–00:30. Subidea 5: ¿Cómo es el trámite?: cierra con *elastic typography* aplicada a todo el bloque textual, que enfatiza en *bold* y mayúsculas el término “GRATUITO”. Aunque visualmente se destaca el mensaje fundamental, su tiempo de exposición (3 segundos para 119 caracteres) también es insuficiente; debería extenderse a un mínimo de 10 segundos para permitir su completa decodificación.

Este clip muestra un diseño tipográfico que apuesta por la animación como recurso de dinamismo, pero que desatiende las normas de ritmo lector y jerarquía comunicacional.

Tiempos de permanencia en pantalla para lectura

Uno de los aspectos más críticos observados en este clip, desde la dimensión sintáctica, es la notoria disparidad entre la cantidad de texto desplegado en pantalla y el tiempo que se le asigna para su lectura. Este desequilibrio, reiterado a lo largo de varias *propositional units*, evidencia una planificación deficiente en términos de *temporal typography*, tal como lo han planteado autores como Brownie (2015) y Reynolds (1996).

El análisis gráfico mediante la herramienta CAV revela que los textos, aunque breves en apariencia, suelen estar presentados en bloques densos, acompañados por animaciones y elementos visuales simultáneos que incrementan la carga perceptual del material. De acuerdo con las recomendaciones de Reynolds (1996), un bloque textual de entre 120 y 150 caracteres debe permanecer al menos 10 a 12 segundos en pantalla para garantizar su adecuada lectura. Sin embargo, en el clip analizado, fragmentos con más de 100 caracteres desaparecen en menos de 4 segundos. Este desfase puede generar frustración o ambigüedad, sobre todo considerando que el video está dirigido a públicos generales que requieren comprensión inmediata.

Es imperativo subrayar que la planificación de los tiempos de exposición tipográfica no responde solamente a criterios estéticos o de duración, sino también a principios técnicos que aseguran una experiencia comunicacional efectiva.

Propiedades sonoras

El análisis sonoro del clip revela una estrategia auditiva mínima y funcional, donde la sonoridad cumple un rol ambiental antes que estructural. En términos sintácticos, esto limita el potencial comunicativo del sonido como elemento organizador del discurso.

Narración en *off*

No se incluye voz en *off* humana. Esto elimina una de las principales herramientas de jerarquización y acompañamiento narrativo, dejando vacíos en la modulación rítmica y afectiva del mensaje.

Música de fondo

Estilo electrónico ambiental, carente de progresiones armónicas complejas o transiciones temáticas, construida a partir de *pads* suaves y sintetizadores.

Probablemente el modo es jónico o lidio, tonalidades culturalmente asociadas con emociones positivas, precisión institucional y transparencia.

Tiene un ritmo uniforme y sin variaciones, lo cual contribuye a un entorno sonoro constante, pero poco expresivo.

Desde una perspectiva formal, la música no actúa como segmentadora ni enfatizadora del discurso. Este comportamiento sonoro puede describirse como horizontal (Hindemith, 1942), es decir, no estructurante, ya que no presenta picos, silencios estratégicos ni articulaciones temáticas que acompañen las unidades de contenido audiovisual.

Efectos sonoros

El clip prescinde completamente de efectos sonoros. La ausencia de efectos limita la posibilidad de generar una experiencia auditiva interactiva o de reforzar visualmente acciones específicas (clics, entradas, transiciones). Esto reduce las oportunidades de segmentación informativa, enfatización de

microacciones o creación de microclimas sonoros que acompañen la navegación por el portal web.

Tal como advierte Hindemith, una pieza audiovisual que no evoluciona sonoramente ni articula jerarquías internas incurre en una pobreza estructural significativa. En este caso, la música permanece estática y no hay presencia de recursos que modulen el ritmo discursivo. No existe un diseño sonoro que colabore con la estructura narrativa del mensaje, lo que limita su eficacia comunicativa desde la dimensión sintáctica.

Segmentación por unidades

En el análisis sintáctico de la imagen del clip 09, se evidencia una particular complejidad visual respecto a otros videos analizados previamente:

- Video en plano detalle como fondo del clip.
- Elementos gráficos animados e iconográficos superpuestos.
- Capturas reales (*screen recording*) del portal web institucional.

Esta combinación convierte al clip en una pieza de *motion graphics* híbrida por el uso variado de recursos visuales. El recurso visual del sitio web adquiere un peso central, dada su función demostrativa en la ejecución del paso a paso para la consulta digital del Seguro de Depósitos.

Eje 1: Videos base

Estos clips funcionan como fondo visual sobre el cual se montan los elementos informativos. Su análisis sintáctico considera plano, encuadre, ángulo y función expresiva:

- PU 00:00–00:04 (Intro):
 - Video base: plano detalle, ángulo cenital de dólares.
 - Genera contexto financiero desde el primer encuadre. Su neutralidad narrativa se subordina al impacto gráfico del título.
- PU 00:05–00:18 (Subideas 1, 2 y 3):
 - Video base: plano detalle lateral (ángulo normal).
 - Mano femenina contando y separando dinero.
 - Genera una continuidad visual entre distintas *propositional units*, pero no aporta diferenciación semántica entre ellas.
- PU 00:19–00:27 (Subidea 4):

- Video base: plano medio, ángulo frontal.
- Hombre colocando dinero sobre una mesa.
- No tiene refuerzo simbólico de la idea de “PENDIENTE” como estado financiero.
- PU 00:28–00:30 (Subidea 5):
 - Video base: plano medio, ángulo frontal.
 - Mano introduciendo moneda en una alcancía.
 - Contradice visualmente el mensaje textual sobre la gratuidad del trámite.

Eje 2: Elementos gráficos adicionales

Estos elementos sobre impuestos cumplen funciones tanto señaléticas como estéticas. Su análisis se detalla por unidad:

- PU 00:00–00:04 (Intro):
 - Recuadros superior e inferior: cumplen función compositiva y de anclaje gráfico para el título. Sin valor directo.
- PU 00:05–00:08 (Subidea 1):
 - Captura de pantalla del portal COSEDE.
 - Círculo rojo para énfasis de la locación del elemento en la página web.
 - Animación de mano señalando zona de clic en un destacado del elemento de la página web.
 - Evaluación: yuxtaposición múltiple sin jerarquía clara. Riesgo de saturación visual.
- PU 00:09–00:13 (Subidea 2):
 - Captura web+ícono de mano sobredimensionado.
 - Duplicación del gesto (clic) genera redundancia visual.
 - No hay focalización efectiva; el énfasis se dispersa entre íconos y texto.
- PU 00:14–00:18 (Subidea 3):
 - Inclusión de ícono de monedas apiladas (ajeno a la acción).
 - Confusión entre el *input* esperado (número de cédula) y el refuerzo visual con gráfico de pila de monedas. Imagen accesoria que distorsiona el foco del mensaje.

- PU 00:19–00:27 (Subidea 4):
 - Captura web con cursor en movimiento, que no dirige a una acción específica, se entiende como distractor.
 - Cambio de pantalla en el segundo 23 sin transición clara.
 - Ruptura de continuidad visual con respecto al PU 3. La acción aparece tardíamente respecto a la *proposicional unit* que se inscribe.
- PU 00:28–00:30 (Subidea 5):
 - Recuadro para alojar el texto e ícono de campanita animada en la parte superior izquierda.
 - Su función no es clara su relación directa con el concepto de “trámite gratuito”.

Rango temporal específico	Delimitación por segundos	00:00 - 00:04	00:05 - 00:08	00:09 - 00:13	00:14 - 00:18	00:19 - 00:27	00:28 - 00:30	00:31 - 00:34
Propositional Units		Intro - Título	Sub idea 1	Sub idea 2	Sub idea 3	Sub idea 4	Sub idea 5	Cierre Institucional
	Sub ideas	¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?	Herramienta de consulta: Pago del Seguro de Depósitos	Consulta Beneficiarios: Seguro de Depósitos	Ingreso número de cédula	Estado: Pendiente	¿Cómo es el trámite?	X
	IMAGEN							

A lo largo de todo el clip, se evidencia una jerarquía visual deficiente, ya que los distintos elementos compiten entre sí por la atención del espectador, sin lograr establecer un orden claro de lectura o priorización informativa. A pesar de no existir superposiciones directas entre los componentes gráficos, la disposición simultánea de múltiples estímulos sensoriales y semióticos, como texto animado, íconos señaléticos, capturas de pantalla y video base, genera una yuxtaposición constante y sincrónica dentro del mismo encuadre, lo que complica la comprensión del mensaje. Esta saturación visual impide que el mensaje se articule con precisión, fragmentando la comprensión del contenido y debilitando la eficacia comunicativa del clip desde su estructura sintáctica.

Observaciones finales

El análisis integral del clip 09 desde la dimensión sintáctica evidencia una organización formal visual y sonora desequilibrada, donde las intenciones comunicativas de los *motion graphics* no logran ejecutarse plenamente debido a

decisiones técnicas poco ajustadas a los principios fundamentales del diseño audiovisual. Si bien se reconoce una intención explícita de jerarquizar información mediante el uso de peso tipográfico, elasticidad en la animación textual, y elementos gráficos de refuerzo; estas estrategias se ven debilitadas por problemas de permanencia insuficiente del texto en pantalla, yuxtaposiciones simultáneas sin jerarquías y ausencia de diseño sonoro articulador. El clip se apoya en una base tipográfica sólida desde el punto de vista estético (*sans serif* legible), pero esta base se ve socavada por una temporalidad inadecuada que pone en riesgo la lectura por la poca exposición.

En el plano sonoro, la música ambiental cumple una función meramente decorativa, sin segmentar ni reforzar las unidades discursivas, mientras que la omisión de voz en *off* o efectos limita el potencial sintáctico del audio.

Esto se lo puede identificar en la matriz MUSA, como se muestra a continuación:

Thematic Units	Nombre del clip		¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?					
	Idea central clip		Consulta digital personalizada a través del portal web para la verificación de beneficiarios del Seguro de Depósitos.					
Rango temporal específico	Delimitación por segundos		00:00 - 00:04	00:05 - 00:08	00:09 - 00:13	00:14 - 00:18	00:19 - 00:27	00:28 - 00:30
Propositional Units	Intro - Título		Sub idea 1		Sub idea 2		Sub idea 3	
	Sub ideas		Sub idea 4		Sub idea 5		Sub idea 6	
Referencial Units (CAV)	IMAGEN		¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?	Herramienta de consulta: Pago del Seguro de Depósitos	Consulta Beneficiarios: Seguro de Depósitos	Ingreso número de cédula	Estado: Pendiente	¿Cómo es el trámite?
	TIPOGRAFÍA							
	SONIDO							

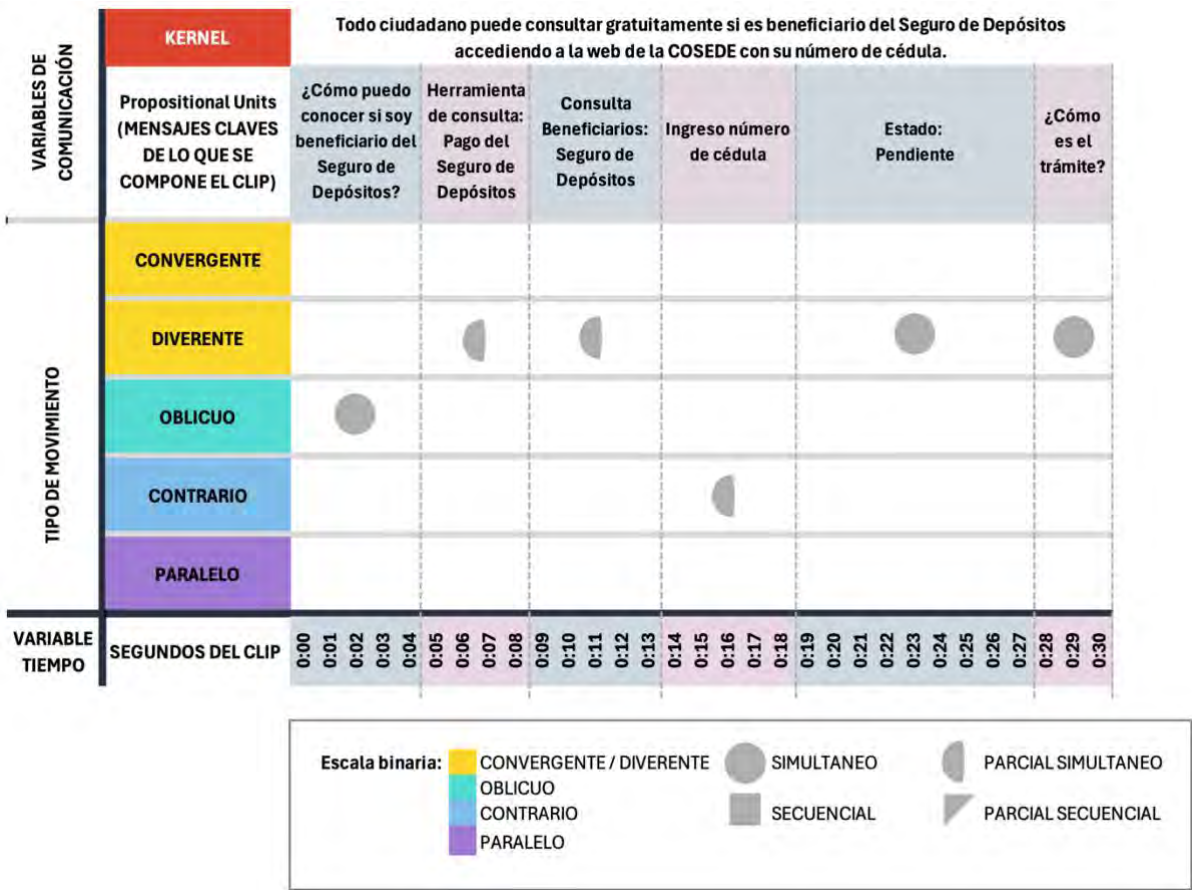
Como se ve de manera conjunta, la organización visual presenta una saturación perceptiva constante, producto de la presencia simultánea de múltiples capas de video, con íconos, capturas de pantalla y texto animado, pero sin una estructura jerárquica definida.

La dimensión sintáctica del clip revela limitaciones considerables en su capacidad para estructurar y guiar el discurso informativo de forma efectiva y cognosciblemente accesible. Estos hallazgos fueron imprescindibles para

contrastar la coherencia de la pieza en las dimensiones semántica y pragmática que se abordan a continuación.

4.8.2 Dimensión semántica

La dimensión semántica aborda la construcción de significados a partir de la interacción entre los elementos visuales y sonoros del mensaje. Este nivel de análisis se sustenta en la propuesta metodológica del Contrapunto Visual Temporal (CVT), que mide cómo se articulan las estructuras visuales y sonoras en la producción de sentido. Esta herramienta permite clasificar las relaciones entre imagen, texto y sonido en términos de convergencia, oblicuidad, divergencia o contradicción, para la correcta y minuciosa identificación de aciertos y disonancias en la representación audiovisual del mensaje.



A continuación, se presenta el análisis de cada *propositional unit* (PU) del clip 09, contrastando el diseño visual y auditivo con la intención semántica del contenido:

PU 00:00–00:04: ¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?

- Contrapunto dominante: oblicuo.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Figura retórica: hipérbole.
- Evaluación: este segmento establece el tono general del clip. El fondo de billetes en pausa actúa como una plataforma visual neutra pero connotativamente fuerte, sobre la cual se superpone el texto animado. La palabra “BENEFICIARIO”, destacada mediante mayor peso tipográfico, se convierte en el núcleo semántico del mensaje. La relación oblicua se evidencia en cómo el fondo se mantiene estático mientras el texto ingresa dinámicamente, generando un leve desfase que acentúa la entrada del mensaje sin generar conflicto. La figura de la hipérbole se manifiesta en la exageración tipográfica del término crucial, dotándola de relevancia dentro del encuadre, pero en un periodo de tiempo demasiado breve como para facilitar la recepción semántica.

PU 00:05–00:08: Herramienta de consulta: Pago del Seguro de Depósitos

- Contrapunto dominante: divergente.
- Tipo de yuxtaposición: parcialmente simultáneo.
- Figuras retóricas: cliché y catacresis.
- Evaluación: aquí se produce una saturación visual por la convivencia simultánea de texto, íconos, indicadores, animaciones y un fondo reiterativo con billetes. La ausencia de jerarquía entre estos elementos impide una lectura organizada y fragmenta el mensaje. La figura del cliché emerge en el uso redundante de recursos como el círculo rojo y la mano apuntando, estrategias sobreutilizadas en piezas institucionales similares. La catacresis se presenta en el uso simbólico del dinero como elemento conductor, lo cual desvía la atención del paso a paso funcional que propone el clip. Estas figuras se repiten también en las unidades 2 y 3, contribuyendo a una experiencia semántica confusa y poco diferenciada.

PU 00:09–00:13: Consulta Beneficiarios: Seguro de Depósitos

- Contrapunto dominante: divergente.
- Tipo de yuxtaposición: parcialmente simultáneo.
- Figuras retóricas: cliché y catacresis.
- Evaluación: la densidad textual, de alrededor de 470 caracteres, supera ampliamente el tiempo estimado de lectura (idealmente 25–28 segundos). La lectura simultánea de varios bloques textuales, íconos redundantes y animaciones genera una sobrecarga semiótica.

PU 00:14–00:18: Ingreso número de cédula

- Contrapunto dominante: contrario.
- Tipo de yuxtaposición: parcialmente simultáneo.
- Figuras retóricas: cliché y catacresis.
- Evaluación: en este segmento, la oposición entre el mensaje funcional (ingresar número de cédula) y la imagen secundaria de monedas apiladas produce una metáfora visual disonante. Aunque se introduce un gesto claro mediante la mano que señala, la falta de jerarquía entre los elementos y la ambigüedad del ícono añadido genera confusión semántica. La superposición no produce cohesión, sino contradicción, por lo que se clasifica como contrapunto contrario.

PU 00:19–00:27: Estado: Pendiente

- Contrapunto dominante: divergente.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Figura retórica: antítesis.
- Evaluación: el término “PENDIENTE” en la página web, central a la unidad, aparece tardíamente (segundo 23), mientras que el segmento comienza en el segundo 19. Esta diacronía temporal entre texto crucial e imagen arriesga la comprensión secuencial. La figura de la antítesis se revela en la contradicción entre el contenido textual —Estado pendiente— y el refuerzo visual, que continúa priorizando

el ingreso de datos previos, sin enfatizar adecuadamente el nuevo estado.

PU 00:28–00:30: ¿Cómo es el trámite?

- Contrapunto dominante: divergente.
- Tipo de yuxtaposición: simultáneo.
- Figura retórica: metáfora.
- Evaluación: el término “GRATUITO” se destaca tipográficamente, pero la imagen de una mano depositando monedas en una alcancía sugiere una operación económica contraria al mensaje textual. Esta metáfora visual, entra en conflicto con la literalidad del mensaje (“trámite gratuito”), produciendo una ambigüedad semántica. La escasa permanencia del texto (2,5 segundos) impide la decodificación correcta del mensaje, reforzando su carácter divergente.

El uso reiterado de recursos visuales como íconos de manos, círculos señaléticos o metáforas financieras genéricas, lejos de reforzar el mensaje, tiende a debilitarlo al volverse redundante o contradictorio frente al contenido textual. Se evidencia una desconexión recurrente entre la intención comunicativa y la ejecución visual. A pesar de que el mensaje general busca facilitar la consulta ciudadana sobre el Seguro de Depósitos, los múltiples contrapuntos divergentes y contrarios registrados a lo largo de las *propositional units* revelan una saturación simbólica y una falta de alineación entre los signos visuales.

Desde el enfoque metodológico del Contrapunto Visual Temporal (CVT), este clip se caracteriza por un predominio de estructuras divergentes, donde la coexistencia simultánea de múltiples estímulos visuales arriesga la construcción de sentido. Además, el uso de figuras retóricas como la catacrexis, la hipérbole o la antítesis, lejos de aportar profundidad conceptual, produce tensiones semióticas innecesarias cuando no están articuladas con precisión al mensaje.

4.8.3 Dimensión pragmática

La dimensión pragmática posibilita evaluar el grado de eficacia comunicativa del mensaje audiovisual, atendiendo a la relación entre el discurso construido y sus posibles efectos sobre el receptor en un contexto sociocultural

determinado. Como menciona Umberto Eco (1976), lo pragmático no reside únicamente en la intención del emisor, sino en el encuentro, nunca garantizado, además, entre el texto y la competencia interpretativa del lector-espectador. Así, el sentido se actualiza en la interacción entre el texto, sus condiciones de emisión y el marco contextual que lo rodea: toda imagen conlleva una promesa de inteligibilidad que debe ser cumplida mediante su forma de presentación (Mity, 1963).

Alcance del mensaje: análisis cuantitativo

La matriz MUSA permite incorporar datos cuantitativos que contextualizan el alcance real del clip. En este caso, el video fue publicado el 16 de diciembre de 2024 y tiene una duración útil de 30 segundos (sin contar el cierre institucional), alcanzando hasta la fecha un total de 2 162 visualizaciones en YouTube. Este número, al ser comparado con la población objetivo, evidencia una limitación significativa en su capacidad de difusión:

Context Units	Número de clip	Clip 05
Units of numeration	Tiempo total del clip	0:34
	Visualizaciones	2.162
	Me gusta	10
	No me gusta	0
	Número de comentarios	0
	Fecha de subida en Youtube	16 diciembre 2024
Thematic Units	URL	https://www.youtube.com/watch?v=0Wm72N8is
	Nombre del clip	¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?
	Idea central clip	Consulta digital personalizada a través del portal web para la verificación de beneficiarios del Seguro de Depósitos.

- Población Ecuador (2023): 17 700 000 habitantes
- Rango 19–60 años (62 % del total): 10 974 000 personas
- Tasa de bancarización (Banco Central del Ecuador 2021): 51,2%
- Personas bancarizadas entre 19–60 años: 10 974 000 x 0,512 =5 620 608
- Views del video: 2 162

Cálculo de porcentaje de *views*: (2 162/5 620 608) x 100 ≈ 0,038%

Este porcentaje ubica al clip como el de menor alcance relativo dentro de los materiales analizados, pese a haber sido compartido en varias plataformas digitales. Además, es prudente añadir que se toma información del 2021, debido a que no se han sacado estadísticas para el 2023 y 2024. La baja penetración del mensaje pone en cuestión su estrategia de distribución, además de su nitidez

comunicativa y pertinencia gráfica. Desde la lógica de modularidad, este tipo de producto audiovisual debería estar diseñado para adaptarse a diversos entornos mediáticos, por lo que la escasa recepción sugiere que la mera adaptación formal (como el encuadre vertical) no es suficiente para asegurar alcance si no se garantiza una organización informativa eficaz y accesible.

Evaluación desde la semiótica pragmática

Desde la pragmática de la forma activa en que se presenta el clip al espectador, es posible realizar una visión global del clip por medio del análisis de todas las matrices MUSA y gráficas CAV y CVT.

Desde un enfoque semiótico-pragmático, este clip presenta múltiples obstáculos para activar en el espectador una acción concreta: verificar su estatus como beneficiario del Seguro de Depósitos. El diseño audiovisual no logra establecer una guía clara ni accesible para cumplir con el objetivo eminentemente instructivo que persigue. El uso reiterado de imágenes de dinero (billetes, monedas, etc.) genera un sesgo visual que desdibuja el propósito real del clip: explicar un procedimiento digital. Esta insistencia icónica configura un marco semántico ambiguo que puede inducir a lecturas erróneas, desviando la atención de los pasos operativos que el usuario debe seguir.

El empleo de recursos gráficos como manos señaladoras, resaltados o íconos genéricos no siempre está asociado a acciones concretas o intuitivas. En lugar de orientar e instruir, actúan como distractores que aumentan la carga perceptual sin aportar precisión. Esto crea una disonancia efectiva entre el objetivo pragmático (instruir) y la organización visual (confundir) del clip.

Pertinencia gráfica e identidad institucional

Otro factor relevante en la evaluación pragmática es la relación entre el mensaje y su contexto institucional. Este clip forma parte de la nueva línea gráfica promovida por el gobierno de turno, la cual pretende unificar visualmente la comunicación de las entidades públicas. Sin embargo, la implementación es inconsistente: aunque al inicio se perciben elementos cromáticos institucionales (como el color morado), su uso contradice el manual de marca, donde dicho color está reservado para la Presidencia. La categoría correspondiente a economía, a

la que pertenece COSEDE, se representa con tonalidades verdes que no están presentes en el clip.

EL NUEVO ECUADOR

Primarios	AZUL	
	HEX #000083 R 45 G 45 B 147 C 99% M 97% Y 0% K 0%	
AMARILLO	ROJO	
	HEX #FF342D R 238 G 20 B 43 C 0% M 96% Y 80% K 0%	
	MORADO	
	HEX #4C3DA8 R 76 G 61 B 166 C 67% M 82% Y 0% K 0%	



COSEDE

Corporación del Seguro de Depósitos,
Fondo de Liquidez y
Fondo de Seguros Privados



CROMÁTICA PARA INSTITUCIONES USO EXCLUSIVO PARA PRODUCTOS DIGITALES Y PANTALLAS

ESTE COLOR ES EXCLUSIVO DE PRESIDENCIA Y SEGCOM #4C3DA8		
GOBIERNO PÚBLICO, INTERIOR, TRABAJO #E8582D	DEFENSA #30506E	CULTURA Y PATRIMONIO, DEPORTE, TURISMO, PUEBLOS Y NACIONALIDADES #F2F2F9
ECONOMÍA #053006	AGRICULTURA Y GANADERÍA #008783	ENERGÍA Y RECURSOS NO RENOVABLES, TELECOMUNICACIONES #2D2083
EDUCACIÓN, SALUD #EEEE93	TRÁFICO #00C3E8	AMBIENTE #0098FC
MUL, EPS #ED25AE	VICEPRESIDENCIA, RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO EXTERIOR, GOBERNACIONES #322868	DERECHOS HUMANOS #8061F0

*Las instituciones que no se encuentren detalladas en la paleta de color, deberán utilizar el color de Presidencia para su comunicación en redes sociales.

Además, la ausencia del logotipo de COSEDE al cierre del audiovisual refuerza una sensación de desapego institucional. El clip termina con el eslogan general del gobierno “El Nuevo Ecuador”, sin referenciar a la entidad responsable del mensaje. Esto puede generar desconfianza en el receptor y debilita el reconocimiento de la fuente emisora, lo que contradice la claridad visual y la transparencia que debe tener un mensaje institucional.

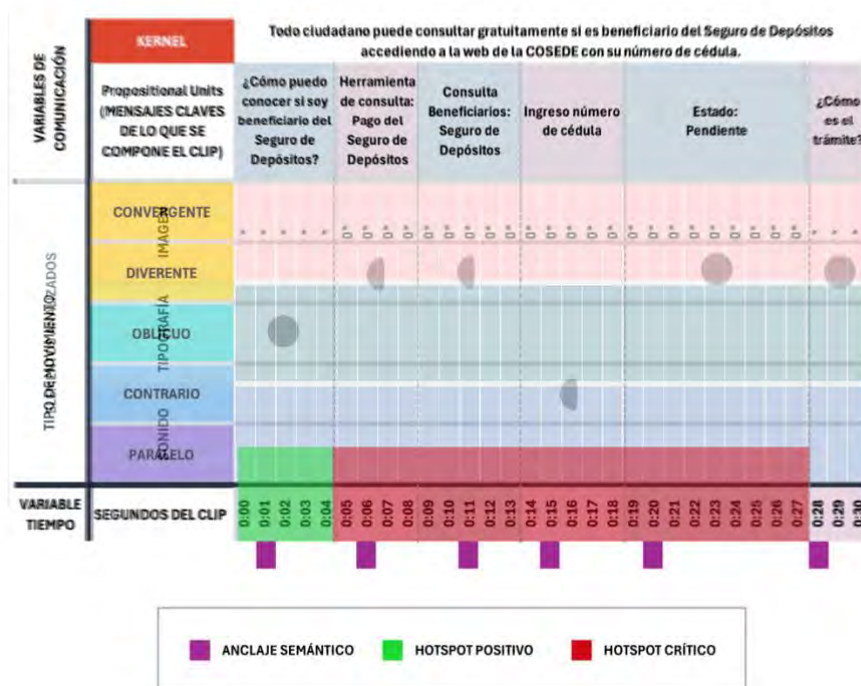
Limitaciones en la performatividad del mensaje

El objetivo principal de la dimensión se ve comprometido ya que la escasa visualización, el débil reconocimiento institucional y la sobrecarga gráfica sin guía narrativa configuran un mensaje de baja performatividad comunicativa, con consecuencias directas en su alcance e impacto social. En este caso, la intención comunicativa de orientar al ciudadano para consultar su estatus en el Seguro de Depósitos no se traduce en una experiencia clara o accesible. Aunque el clip adopta un formato vertical, breve y dinámico, supuestamente adecuado para las plataformas digitales contemporáneas, la densidad informativa y la sobrecarga visual generan el efecto contrario: dificultan la comprensión y disuaden de la acción. La estructura narrativa no jerarquiza adecuadamente los pasos a seguir, no acompaña al espectador en la navegación digital y, en su lugar, prioriza elementos decorativos genéricos.

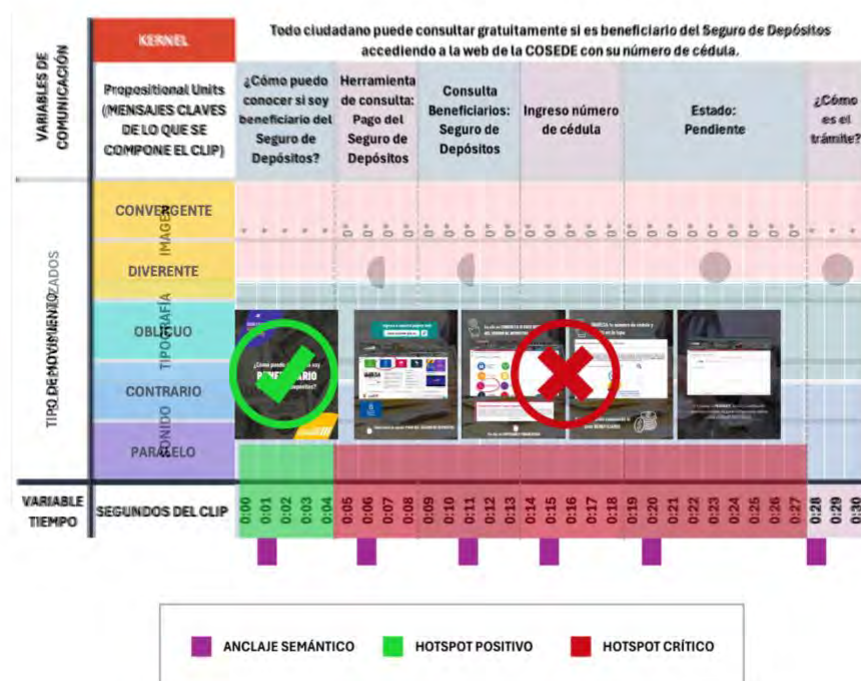
4.8.4 Hotspots como zonas de densidad significativa: síntesis entre MUSA, CAV y CVT

La identificación de *hotspots* es el resultado de una triangulación metodológica entre la matriz MUSA (estructura cuantitativa y cualitativa), la gráfica CAV (Convergencia Audiovisual) y la gráfica CVT (Contrapunto Visual Temporal).

ANÁLISIS INTEGRADO DE HOTSPOTS (CAV + CVT):
¿COMO PUEDO CONOCER SI SOY BENEFICIARIO DEL SEGURO DE DEPÓSITO?



ANÁLISIS INTEGRADO DE HOTSPOTS (CAV + CVT):
¿COMO PUEDO CONOCER SI SOY BENEFICIARIO DEL SEGURO DE DEPÓSITO?



Interpretación del análisis de *hotspots*

En este caso, el clip 09 tiene como unidad temática principal:
“Consulta digital personalizada a través del portal web para la verificación de beneficiarios del Seguro de Depósitos”, anclada al *kernel* semántico
“Todo ciudadano puede consultar gratuitamente si es beneficiario del Seguro de Depósitos accediendo a la web de la COSEDE con su número de cédula.”

A partir de esta premisa, los *hotspots* se interpretan como zonas críticas (por su impacto negativo en la comprensión del mensaje) o zonas positivas (por su claridad, foco y coherencia visual).

Hotspots críticos

00:05–00:08: “Herramienta de consulta: Pago del Seguro de Depósitos”

- Falta de jerarquía visual: múltiples estímulos (línea fucsia animada, ícono de mano, etc.) compiten sin un orden definido.
- El espectador carece de un foco visual claro.
- Alta sobrecarga perceptual, dilución del mensaje principal.

00:09–00:13: “Consulta Beneficiarios: Seguro de Depósitos”

- Texto extenso y de tamaño reducido, con escasa permanencia temporal.
- El uso de resaltadores y señaladores compite con el contenido, reduciendo su legibilidad.
- Saturación semiótica+lectura deficiente, barrera comunicacional evidente.

00:14–00:18: “Ingreso número de cédula”

- Presencia innecesaria de elementos (monedas apiladas).
- Distracción simbólica que interfiere con la ejecución de la acción esperada.

00:19–00:27: “Estado: Pendiente”

- La información crucial (“pendiente” y “agente de pago”) aparece tardíamente y con brevedad excesiva (1 segundo).
- Se produce una asincronía entre el mensaje visual y la progresión narrativa.

- Desfase temporal+énfasis insuficiente, riesgo de incomprensión o desinformación.

Hotspots positivos

00:00–00:04: “¿Cómo puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósitos?”

- Uso efectivo del peso tipográfico (énfasis en “BENEFICIARIO”) que orienta la lectura.
- El fondo en pausa contribuye a focalizar la atención en el mensaje textual.
- Articulación clara entre composición visual y eje semántico central.

4.8.5 Análisis crítico de los hallazgos

A partir del cruce entre las matrices y herramientas de análisis semiótico desarrolladas en esta tesis (MUSA, CAV y CVT), se detallan las principales observaciones críticas sobre el clip 09:

1. Deficiencias textuales desde la publicación: un dato aparentemente menor, pero revelador desde la perspectiva institucional, es la ausencia de tilde en la palabra “Cómo” en el título del video publicado en YouTube (¿Como puedo conocer si soy beneficiario del Seguro de Depósito?). Aunque el error se corrige en la pieza audiovisual, esta omisión en la plataforma socava la credibilidad del contenido y refleja falta de control de calidad en la publicación, especialmente porque se trata de una fuente oficial.
2. Inconsistencia gráfica con la identidad institucional: según el *Manual de Identidad Visual “Nuevo Ecuador”* (2024), las entidades económicas como COSEDE deben emplear el color verde como tonalidad principal. Sin embargo, el clip utiliza una paleta cromática predominante de morado, turquesa y amarillo, colores que, según el mismo manual de marca, están reservados para otras funciones gubernamentales o para la Presidencia. Esta elección gráfica contraviene los lineamientos oficiales e impide la identificación inmediata del clip como parte de la estrategia comunicacional de COSEDE.
3. Inestabilidad visual y diseño no funcional: los íconos utilizados carecen de unidad estilística (variaciones de forma, tamaño y ubicación sin patrón

consistente) y, en muchos casos, su función semántica no queda del todo clara. Elementos como la mano que indica, monedas, o campanitas animadas, en lugar de guiar o reforzar el contenido, generan ruido visual al no estar claramente anclados a acciones comprensibles para el espectador. Esta discrepancia entre forma y función genera lo que Eco (1976) denomina un “exceso de expresión sin destinatario eficaz”, es decir, una manifestación visual que no encuentra su correlato interpretativo en el receptor.

4. Bajo rendimiento performativo: pese a adoptar un formato “moderno” orientado a plataformas digitales (video corto, orientación vertical, animaciones dinámicas), el clip no logra un impacto comunicacional efectivo. Como muestra el análisis cuantitativo, su alcance es mínimo (0,038 % de la población objetivo) y la experiencia del usuario no se ve facilitada, sino fragmentada por una organización deficiente y una sobrecarga de estímulos. Esta pieza audiovisual presenta una performatividad limitada: no genera en el espectador la acción concreta que persigue (consultar su estatus en el portal de COSEDE), sino que se convierte en una experiencia confusa, estéticamente saturada y conceptualmente debilitada.

Capítulo V. Interpretación crítica y validación estructural del modelo MUSA–CAV–CVT

5.1 Análisis transversal: sentidos emergentes entre dimensiones

A partir del análisis individual de los nueve clips del corpus, es posible reconocer patrones discursivos transversales que revelan tanto regularidades como fracturas en el comportamiento comunicativo institucional en el uso de *motion graphics* como estrategia de difusión financiera.

Desde la dimensión sintáctica, se percibe un fenómeno paradójico: mientras los clips más antiguos (2016–2018) presentan limitaciones técnicas en el tratamiento visual y cierta rigidez compositiva, conservan una mayor coherencia estructural en la disposición de los elementos visuales y sonoros que los demás. De lo que podemos inferir que la presencia de voz en *off*, una mayor precisión tipográfica y un uso más equilibrado del ritmo visual permiten una lectura más ordenada del mensaje. En cambio, los clips más recientes (2021–2024), pese a contar con mayores recursos tecnológicos y gráficos, dejan ver una involución formal: se incrementa la saturación perceptiva, se debilita la jerarquía visual y se descuidan aspectos esenciales como la permanencia adecuada del texto en pantalla. Este deterioro de la precisión sintáctica afecta directamente la decodificación semántica del mensaje, pues la forma no acompaña ni potencia el contenido, sino que, en muchos casos, lo entorpece. El análisis gráfico de *hotspots* confirma esta tendencia. Mientras los clips antiguos presentan puntos críticos puntuales y que se pueden mejorar, los más recientes acumulan inconsistencias formales y semánticas en zonas crucial del mensaje, lo que sugiere una pérdida de foco comunicativo. Se rompe la economía del signo: los elementos formales ya no están al servicio del contenido, sino que se autonomizan o se aplican sin una lógica narrativa clara.

En el plano semántico, el modelo de Contrapunto Visual Temporal (CVT) permitió identificar configuraciones recurrentes de tipo divergente y oblicuo, en las que las capas visual, textual y sonora no mantienen una relación de refuerzo mutuo, sino de disociación. Los aciertos son fragmentarios y no logran cohesionar el mensaje como un todo. En varios casos, las decisiones estéticas no funcionales provocan una fragmentación del discurso audiovisual, debilitando la función orientadora del mensaje. La disonancia entre lo que se dice, lo que se muestra y

lo que se escucha, interfiere con la construcción de sentido. Como advierte Betancourt (2017), cuando el movimiento gráfico no está subordinado a una lógica semántica, se corre el riesgo de que el diseño se vuelva ruido.

Desde la dimensión pragmática, los resultados son aún más significativos. El nivel de *engagement* de los clips es extremadamente bajo en relación con la población objetivo (personas bancarizadas entre 19 y 60 años). Incluso en las versiones más recientes, pensadas para ser difundidas en plataformas digitales, el número de visualizaciones es menor al esperado, lo que pone en duda su capacidad de interpelar al público. Aunque se ha incluido subtítulos y se ha incorporado el cambio de formato a pantallas verticales, no se traducen en una mejora efectiva del alcance ni en una mayor apropiación del mensaje. Este fenómeno deja entrever una escasa performatividad comunicativa, entendida como la capacidad del mensaje para inducir acciones concretas o generar comprensión operativa.

A esto se suma una preocupación institucional: la falta de consistencia visual y gráfica entre los clips, así como la contradicción con los lineamientos de marca gubernamentales vigentes al momento de su publicación. La inestabilidad en la identidad visual, la ausencia de logos en algunos casos, el uso arbitrario de colores institucionales e incluso errores ortográficos en los títulos de los videos (como la omisión de tildes) deterioran la confianza del receptor. Como señala Mitry (1963), la construcción del sentido audiovisual depende del contenido explícito, pero también de la credibilidad de su fuente y del respeto por los códigos de enunciación.

El cruce de las matrices MUSA–CAV–CVT evidencia un déficit transversal: la ausencia de una planificación comunicacional integrada. Los clips no logran alinear forma, contenido y función. Esta falta de articulación debilita el potencial del formato como herramienta para la educación financiera, convirtiéndolo, en varios casos, en una barrera más para su comprensión. En lugar de aprovechar las posibilidades de los *motion graphics* como lenguaje visualmente potente y narrativamente claro, se cae en una aplicación superficial de recursos técnicos.

El análisis interdimensional posibilita visibilizar que el problema no reside en las limitaciones tecnológicas o gráficas, sino en la falta de una estrategia comunicacional que articule el diseño y la experiencia del usuario. Este hallazgo

refuerza la pertinencia del modelo propuesto en esta tesis y su capacidad para diagnosticar con precisión los puntos de falla y proponer rutas de mejora en la producción de piezas institucionales en *motion graphics*.

5.2 Validación operativa del modelo metodológico

La aplicación del modelo metodológico compuesto por las matrices MUSA, CAV y CVT, junto con la herramienta analítica de *hotspots*, ha demostrado una alta eficacia operativa para el análisis crítico de piezas de *motion graphics* informativos. Este dispositivo no se limita a describir técnicamente los clips, sino que permite descomponer el mensaje audiovisual en sus distintas capas y ponerlas en diálogo, revelando cómo interactúan entre sí y con el espectador.

Uno de los logros más importantes del modelo es su capacidad para reconocer con precisión zonas de densidad significativa o *hotspots*. Lo que resultó especialmente relevante en los análisis de los clips de COSEDE fue que, una vez completada la matriz MUSA y realizada la convergencia entre las gráficas CAV y CVT, los puntos problemáticos o acertados se reiteraban de forma consistente en ambas herramientas. Esta validación cruzada confirmó que los *hotspots*, tanto críticos como positivos, son zonas donde convergen múltiples capas de significado y donde se visualizan con nitidez los desajustes o aciertos comunicacionales.

La estructura de análisis permitió verificar cómo decisiones gráficas como el uso inadecuado del color, la falta de jerarquía visual o la baja legibilidad tipográfica afectan directamente la dimensión semántica del mensaje. Esta articulación entre forma y contenido se hizo especialmente visible en la interrelación entre lo observado en la CAV (desequilibrio visual, tipografías mal empleadas) y en la CVT (contrapuntos divergentes, paralelos mal ejecutados), lo cual reforzó la potencia crítica del modelo al evidenciar las disonancias entre intención institucional y ejecución formal.

Ahora bien, en este punto es necesario subrayar que el modelo no se limita a señalar errores. Mediante su aplicación, se pudo reconocer buenas prácticas comunicacionales, como el uso reiterado de estructuras verbo+complemento, o la aplicación estratégica de peso tipográfico para guiar la atención del espectador. Estas decisiones acertadas también fueron registradas como *hotspots* positivos,

lo que confirma que el modelo es igualmente eficaz para detectar recursos funcionales que podrían proyectarse a futuras producciones institucionales.

Otro aporte fundamental del modelo es su versatilidad metodológica. A pesar de la heterogeneidad técnica, visual y composicional de los nueve clips analizados, el sistema MUSA–CAV–CVT se mostró adaptable y coherente. Incluso en clips con bajo desarrollo técnico o con múltiples versiones institucionales (como el de 2016), el modelo mantuvo su capacidad diagnóstica. Esta adaptabilidad se fundamenta en el enfoque metodológico inspirado en Krippendorff, que facilita fragmentar el contenido audiovisual en unidades significativas analizadas desde diferentes dimensiones. Es importante reformular una afirmación previa respecto a la capacidad del modelo para evidenciar una estructura modular en los clips: los productos analizados no aplican de forma efectiva la modularidad planteada por Lev Manovich (2001). Sin embargo, el modelo demuestra que, si los *motion graphics* fueran concebidos desde un principio con una lógica informativa clara y segmentada, serían una herramienta ideal para su aplicación.

En otras palabras, las matrices desarrolladas permiten fragmentar una idea general en bloques semánticos específicos, abriendo la posibilidad de construir contenidos modulares —eficientes, replicables y adaptables— especialmente en el marco de una comunicación pública orientada a la educación ciudadana. De allí que se refuerce la transferibilidad del modelo a otras piezas de *motion graphics* informativos, siempre que respondan a una lógica de construcción discursiva basada en la claridad, el enfoque temático y la estructura audiovisual coherente.

En suma, el modelo metodológico propuesto ha demostrado ser una herramienta consistente, flexible y epistemológicamente validada para el análisis y evaluación de piezas de *motion graphics* informativos. Su principal fortaleza reside en articular teoría, método y práctica a través de una lectura interdimensional que facilita identificar zonas de eficacia comunicativa, puntos de fractura y oportunidades de mejora, constituyéndose como un aporte metodológico y disciplinar con alto potencial de transferencia y aplicación.

5.3 Reflexiones sobre el lenguaje audiovisual institucional

El lenguaje audiovisual institucional, especialmente cuando se despliega mediante *motion graphics*, cumple una importante función informativa y construye

ciudadanía simbólica, genera confianza institucional y propone formas de pedagogía pública. Su capacidad no se limita a transmitir datos, sino que reside en la posibilidad de establecer vínculos culturales y emocionales con el espectador, que condicionan su forma de leer y relacionarse con lo público.

Siguiendo a Jacques Aumont (1990), el movimiento audiovisual transforma la percepción estática en flujo narrativo, abriendo un campo temporal que puede ser aprovechado para organizar jerarquías visuales, distribuir la atención del espectador y reforzar el sentido. Krasner (2008), por su parte, menciona que cuando el movimiento está correctamente aplicado, actúa como un operador semántico que guía la mirada hacia los elementos clave de la composición, estableciendo estructuras narrativas que se alinean con el mensaje. Sin embargo, no basta con poner los elementos en pantalla. El uso apropiado del movimiento, la imagen y el sonido exige una planificación rigurosa que conjugue lo técnico con lo comunicativo. Esta dimensión integradora se evidencia cuando, por ejemplo, se utiliza una voz en *off* clara y confiable, se integran efectos sonoros que anclan el sentido y se emplean músicas institucionales que aportan continuidad emocional. La capacidad de recordar el mensaje, fundamental para que haya un aprendizaje ciudadano efectivo, proviene de la repetición y de la síntesis sensible entre forma y contenido.

En el caso de los *motion graphics* gubernamentales, el significado socialmente codificado implica que cada elemento visual —colores, personajes, tipografías, paisajes— debe estar diseñado de forma coherente con el contexto cultural del espectador. Si se habla de población ecuatoriana, es necesario que las imágenes representen la diversidad étnica del país. Si se pretende generar confianza, los códigos visuales deben respetar la lógica institucional y ser legibles, coherentes, accesibles. Esto aplica incluso a la dimensión tipográfica: una tipografía ilegible, saturada o mal jerarquizada debilita la intención pedagógica del mensaje.

Desde una mirada crítica, Michael Betancourt (2017) precisa que muchas instituciones reducen el *motion graphics* a una secuencia lineal de *slides* animados, y que desperdician su potencial como lenguaje de síntesis, metáfora y economía narrativa. Se prioriza la estética superficial por sobre el contenido significativo, convirtiendo el movimiento en un adorno, y no en un recurso

expresivo. Esta crítica pone señal a una tensión estructural entre forma y fondo: a mayor sofisticación técnica, menor atención al mensaje, lo que genera una paradoja peligrosa para el público.

El resultado es una disonancia entre la intención institucional (educar, informar, generar confianza) y la ejecución formal (desalineada, estética pero vacía). Esto interpela una pregunta crucial: ¿cuánto de la institucionalidad se filtra en la estética del mensaje y cuánto de la estética determina la percepción de lo institucional? La respuesta a esta pregunta es central para repensar los *motion graphics* como un dispositivo semiótico que puede construir o desarticular confianza cívica.

Como afirma Bohórquez (2019), la codificación semántica refuerza la conexión entre los elementos gráficos y los conceptos que representan. Es decir, la estética institucional no puede ser accidental. Todo mensaje público, si pretende ser eficaz, debe ser también significativo, coherente y sensible al contexto. Los *motion graphics* tienen la capacidad de convertir datos fríos en experiencias vivas y memorables, siempre que se respete la lógica de la narración, la precisión comunicativa y el compromiso social que toda pieza institucional debería asumir.

5.4 Hacia una semiótica aplicada del diseño audiovisual

A partir de la experiencia analítica de esta tesis, se propone que el modelo MUSA–CAV–CVT y *hotspots* trasciende su función instrumental y puede ser comprendido como el germen de una semiótica aplicada del diseño audiovisual. Este instrumento, que integra lectura sintáctica, semántica y pragmática, permite evaluar, construir, rediseñar y dar seguimiento a mensajes audiovisuales de carácter informativo con una lógica comunicacional robusta.

La semiótica, históricamente, ha sido vista como una ciencia interpretativa. Sin embargo, esta investigación demuestra que puede adquirir una dimensión operativa, al servir de insumo metodológico para el diseño estratégico de contenidos digitales en contextos institucionales. La semiótica no se queda en la superficie del signo, sino que se activa en su praxis, identificando puntos de fricción entre intención y ejecución, entre diseño y lectura. Al aplicar esta semiótica a los *motion graphics* informativos, se reconoce que el mensaje no se

construye sólo con palabras o imágenes, sino con la interacción orquestada de múltiples códigos en el tiempo. Esto nos devuelve a Eco y a su idea de que la comunicación visual es una operación abierta, pero regulada por estructuras de previsibilidad. El modelo aquí propuesto permite mapear esa previsibilidad, detectar rupturas y hacer visible lo invisible: la lógica interna que rige la viabilidad (o ineficacia) de un mensaje audiovisual.

Así, se plantea que esta propuesta, además de ser un modelo de evaluación, es una herramienta proyectiva, adaptable a distintos planos informativos, plataformas y necesidades comunicacionales; particularmente útil para el diseño de servicios públicos, estrategias de alfabetización digital, campañas educativas o productos audiovisuales gubernamentales. Esta “semiótica de lo útil” facilita que el análisis crítico se convierta en guía de producción, estableciendo un puente real entre teoría y práctica.

Conclusiones

Las piezas audiovisuales informativas, particularmente aquellas desarrolladas bajo la técnica de los *motion graphics*, constituyen hoy un lenguaje estratégico de alto impacto para la transmisión de mensajes institucionales en contextos digitales. A lo largo de esta investigación se ha demostrado que la eficacia comunicativa de estos productos radica en su capacidad estética, pero sobre todo en su estructura semiótica interna, en la coherencia entre las dimensiones sintáctica, semántica y pragmática que conforman su discurso, y en la manera en que el movimiento articula dichas dimensiones para convertirlas en un mensaje claro, comprensible y funcional.

Desde el inicio de este estudio, la hipótesis general plantea que la eficacia estructural de los *motion graphics* informativos depende de la interacción coherente entre estas las tres dimensiones mencionadas. A lo largo del desarrollo teórico, el diseño metodológico y el análisis de un corpus variado de piezas audiovisuales producidas por la COSEDE entre 2016 y 2024, dicha hipótesis ha sido validada de manera sólida. Se evidenció que cuando los elementos visuales, sonoros y tipográficos se disponen de forma coherente, cuando el movimiento secuencial guía la mirada y organiza el contenido, y cuando se consideran las particularidades del público y el contexto institucional, el mensaje audiovisual se vuelve memorable.

Las matrices desarrolladas —MUSA, CAV, CVT y HOTSPOTS— permitieron operativizar este enfoque desde una perspectiva interdimensional. La matriz MUSA dispuso las observaciones por dimensiones, funcionando como un eje de síntesis analítico. La CAV permitió mapear la estructura de cada clip, observando cómo los elementos se organizan y coexisten visual y sonoramente. Por su parte, la CVT —inspirada en el concepto musical del contrapunto— trasladó este principio al análisis audiovisual: al igual que en la música, donde varias voces independientes cada una con su propia dirección, intensidad y forma convergen sin perder su individualidad, en el audiovisual, imagen, sonido y tipografía pueden coexistir en una relación armónica a lo largo del tiempo. Esta lectura diacrónica permitió identificar fortalezas de ciertas decisiones compositivas y rupturas comunicativas que deterioran el mensaje final. El análisis de *hotspots*,

por otro lado, surgido del cruce entre gráficas, produjo un enfoque diagnóstico de alta precisión.

A través de estos puntos de inflexión se detectaron tanto aciertos como errores reiterativos en la estructura: el uso de verbos de acción en tipografía destacada o pausas visuales bien administradas, saturación de información, ausencia de jerarquía visual, baja legibilidad tipográfica o inserciones sonoras no articuladas al clip. Lo interesante fue comprobar que, en cada clip, una vez mapeadas las matrices y aplicadas las herramientas de convergencia, los hallazgos se repetían y confirmaban entre sí. Esto valida el diseño de las herramientas y asegura un análisis preciso.

El modelo metodológico cumplió con los objetivos específicos planteados y se mostró flexible y acertado frente a lo heterogéneo del corpus, en términos técnicos y estilísticos. La diversidad de piezas enriqueció el análisis y reafirmó la capacidad de adaptación del enfoque. Lo mismo ocurrió con los distintos niveles de sofisticación técnica: existen clips más simples en diseño, mejor estructurados comunicacionalmente, y piezas más complejas en su propuesta visual, pero deficientes en la organización del mensaje. Esta diferencia saca a relucir que no es la cantidad de recursos técnicos lo que define la calidad comunicativa de los *motion graphics*: es la articulación coherente de sus elementos.

Uno de los hallazgos inesperados más reveladores fue la relevancia del tiempo, tanto en la duración del clip, como en el tiempo interno de exposición de los elementos. Es imperativo considerar el ritmo narrativo como un componente fundamental, y no sólo como una dimensión estética. Se observó cómo un texto puede perder todo su valor informativo si permanece en pantalla por menos de dos segundos, o cómo una voz en *off* apresurada puede hacer ininteligible una explicación importante.

Las matrices se revelan como herramientas tanto diagnósticas como proyectivas: pueden utilizarse antes de producir un clip, ayudando a estructurar la narrativa, o después, permitiendo evaluar la eficacia del producto final. Este doble uso amplía su doble propósito y capacidad de aplicación: es un recurso útil para la academia y para el entorno de la aplicación industrial.

En términos de contribución disciplinar, esta tesis ofrece un aporte sustantivo a la escasa teorización en torno a los *motion graphics* en español,

particularmente en contextos informativos e institucionales. En muchos ámbitos profesionales, los *motion graphics* han sido relegados a una categoría menor, vistos como una simple suma de efectos visuales o una animación ligera sin densidad conceptual. Este trabajo se distancia de esa mirada reduccionista y plantea: que los *motion graphics* constituyen un lenguaje de síntesis de alta potencia comunicacional, capaz de condensar ideas complejas en formatos breves y visualmente atractivos. Esta mirada abre la posibilidad de resignificar su uso en ámbitos educativos, institucionales, científicos o culturales.

Un aspecto fundamental para esta resignificación y cambio de perspectiva ha sido la influencia teórica y transversal de Umberto Eco. Su enfoque semiótico permitió entender que las categorías de análisis aplicadas en esta tesis son componentes profundamente interconectados del discurso audiovisual. Eco operó como catalizador para comprender cómo los signos se codifican y decodifican culturalmente, y cómo, al ser aplicados al lenguaje audiovisual, posibilitan revelar el funcionamiento interno del mensaje y su capacidad de generar sentido. En ese marco, esta tesis propone una lectura crítica de lo audiovisual, además de una forma de intervenir activamente en su diseño, específicamente de los *motion graphics* de información, desde una base semiótica coherente y bien aplicada.

En cuanto a la transferencia del conocimiento, los hallazgos de esta investigación tienen un potencial de aplicación muy alto. El modelo metodológico puede ser replicado para analizar piezas de otras instituciones, de otras temáticas y campos del saber, e incluso puede adaptarse a productos de animación más extensos o a formatos híbridos para redes sociales. La modularidad del análisis, inspirada en la noción de Manovich sobre los nuevos medios, permite segmentar el discurso en unidades significativas que facilitan la mejora o reestructuración de los contenidos.

A partir del desarrollo del análisis, se abren múltiples líneas futuras de investigación. Un primer camino podría centrarse en estudiar comparativamente los *motion graphics* informativos y publicitarios, evaluando diferencias de estructuración, retórica y eficacia comunicativa. Otra línea posible puede aplicar el modelo en contextos de formación académica, como parte de programas de diseño o comunicación social, para desarrollar competencias críticas en el análisis audiovisual. También podría explorarse su uso en la producción colaborativa con

equipos interdisciplinarios, integrando diseñadores, comunicadores y especialistas en contenido para optimizar la creación de mensajes complejos.

En términos prácticos, se recomienda a quienes producen piezas de *motion graphics* informativos incorporar procesos de reflexión estructural antes de la ejecución visual. Esto implica pensar en los elementos visuales aislados y también en la articulación funcional de cada componente en un sistema comunicativo integrado. Es fundamental preguntarse primero qué se quiere comunicar, a quién, y cómo cada decisión formal contribuye o entorpece esa intención y búsqueda primaria. La comprensión profunda del público y el contexto es esencial. Y es justamente allí donde esta propuesta metodológica puede ser un puente entre la intuición creativa y la responsabilidad comunicativa.

En suma, esta investigación confirma que los *motion graphics* informativos deben entenderse como un discurso audiovisual con estructura, intención, recursos, modalidades y efectos comunicacionales concretos. La posibilidad de articular las múltiples dimensiones de los clips a través de herramientas de análisis como las matrices MUSA, CAV, CVT y HOTSPOTS nos permite analizar con mayor precisión y potenciar su impacto. En una era donde la rapidez y precisión del mensaje son vitales, este trabajo ofrece una brújula para navegar con rigor entre las formas, los tiempos y los sentidos.

Recomendaciones

El presente trabajo ha permitido construir un marco teórico y metodológico robusto para el análisis de los *motion graphics* informativos, además de también generar insumos aplicables a distintos niveles del ecosistema comunicacional digital y audiovisual. A partir de los hallazgos obtenidos y del modelo MUSA–CAV–CVT y HOTSPOTS propuesto, salen a flote una serie de recomendaciones que buscan optimizar la producción, evaluación y circulación de piezas audiovisuales e informativas de *motion graphics*. Estas recomendaciones se dirigen a cuatro públicos principales:

- a) instituciones públicas
- b) diseñadores y productores
- c) equipos de comunicación y marketing,
- d) entornos académicos y de investigación.

Para finalizar con la investigación, proponemos recomendaciones específicas para cada uno de ellos.

1. Instituciones públicas que comunican mediante *motion graphics*

En un contexto donde la confianza ciudadana en los organismos públicos depende, en gran parte, de su capacidad para informar de forma transparente y eficiente, resulta fundamental cuidar los procesos de producción audiovisual desde su etapa inicial. Una recomendación central es incorporar una voz en *off* clara, profesional y bien modulada, que actúe como acompañamiento y como guía narrativa. En clips instructivos o explicativos (por ejemplo, aquellos que enseñan al usuario a realizar trámites en línea), la locución no puede ser improvisada ni delegada a perfiles no capacitados. Una voz poco clara o apresurada puede desvirtuar completamente la intención comunicativa, por lo que la voz debe sincronizarse con el texto y la imagen, evitando contradicciones que comprometan la credibilidad institucional, como se evidenció en uno de los clips analizados, donde se mencionaba “20 días” en el audio, mientras en pantalla aparecía “4 días”. Este tipo de disonancias mina la comprensión del mensaje e incluso puede provocar rechazo o generar desinformación en el público que lo está recibiendo.

De igual forma, se sugiere que, después del ejercicio reflexivo previo, cada pieza audiovisual pase por un proceso de validación comunicativa interna, antes

de su publicación. Así como existen protocolos jurídicos para aprobar normativas, deberían establecerse revisiones narrativas que garanticen la coherencia semiótica del producto. Esto puede incluir pruebas de comprensión rápida con usuarios reales, revisiones cruzadas por diferentes departamentos o la utilización de las matrices MUSA y CVT para verificar la articulación funcional entre componentes.

2. Diseñadores, animadores y productores

El presente estudio demuestra que el diseño audiovisual de *motion graphics* institucionales no puede abordarse únicamente desde criterios estéticos o técnicos por separado. Los diseñadores y animadores de *motion graphics* deben incorporar criterios de análisis semiótico desde el inicio del proceso creativo hasta su evaluación después de su publicación. Bajo esta perspectiva, se recomienda utilizar modelos como MUSA–CAV–CVT incluso en fases tempranas, como el prototipado o el *testing* de concepto. Estas herramientas posibilitan anticipar posibles problemas narrativos, incoherencias visuales, saturaciones sonoras o ambigüedades semióticas que, si bien pueden parecer mínimas en etapa de edición, tienen efectos profundos en el grado de comprensión del mensaje.

Otra recomendación que no puede pasar desapercibida es la consideración del tiempo de lectura de los elementos textuales. El tiempo mínimo de exposición de un texto debe garantizar una lectura cómoda por parte del espectador. Incluir textos extensos o ponerlos en pantalla por menos de dos segundos menoscaba esa comodidad comunicativa: la lectura se ve interrumpida y el mensaje pierde viabilidad.

Asimismo, se debe evitar la simultaneidad caótica de elementos como texto, imagen, voz y efectos sonoros para que no compitan entre sí por la atención del espectador; por el contrario, deben ser coreografiados, deben pensarse previamente y diseñarse de manera óptima, antes de llevarse a producción.

La noción de “contrapunto visual-temporal” que se desarrolló en esta investigación puede ser una guía para pensar la composición como una danza de elementos que se potencian entre sí, sin perder su individualidad. En términos

más operativos, se sugiere emplear los puntos de convergencia o *hotspots* visuales para que orienten la atención del espectador en momentos fundamentales. El objetivo es hacer evidente lo que debe ser procesado cognitivamente, sin necesidad de saturar la pantalla.

3. Equipo de marketing y/o comunicación digital

Los hallazgos de esta tesis también revelan que una buena pieza audiovisual pierde efectividad si no está acompañada de una estrategia de difusión adecuada. Se recomienda que cada clip institucional vaya acompañado de un plan de circulación multiplataforma, que considere canales como YouTube, redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn), correo institucional y páginas web oficiales. Publicar el video no es, ni remotamente, la totalidad del trabajo: es necesario pensar en cómo será visto, por quién, en qué momento y bajo qué condiciones y conducir el proceso de producción del contenido audiovisual con esos parámetros claros.

Esta planificación debe contemplar los hábitos de consumo digital del público objetivo, estrategias de reimpacto (*retargeting*), segmentación de públicos y formatos adaptados (corte horizontal o vertical, con subtítulos, con voz en *off*, sin voz en *off*, con versión breve o extendida). Es importante que los equipos de comunicación implementen indicadores claros para evaluar la eficacia comunicativa. No se trata únicamente de contar reproducciones, sino de interpretar patrones de retención, tasa de rebote, comentarios, compartidos o clics en enlaces anexos. Estas métricas pueden cruzarse con los puntos críticos detectados por las matrices analíticas del modelo, para ayudarnos a reconocer ciertos momentos del clip coinciden con una baja de atención, confusión o una respuesta emocional. En función de eso, se puede ajustar el contenido, aplicar pruebas A/B o generar subproductos, así como reformular el *storytelling*.

También se recomienda a este grupo que la estrategia de comunicación esté articulada con una narrativa institucional consistente. En lugar de producir clips aislados, debe pensarse en series temáticas que refuercen una identidad audiovisual específica y proyectable en el tiempo. De este modo, los *motion graphics* dejan de ser artefactos decorativos o puntuales, y se convierten en una herramienta estratégica y permanente dentro del ecosistema institucional.

4. Organismos académicos o investigadores

Esta investigación busca también abrir camino hacia una formalización académica del análisis de los *motion graphics* desde una perspectiva semiótico-audiovisual. Por tanto, se recomienda a universidades, centros de estudio o investigadores independientes considerar la adopción del modelo MUSA–CAV–CVT y HOTSPOTS como marco analítico replicable y adaptable para sus estudios propios. Este modelo permite abordar con profundidad productos audiovisuales que, hasta ahora, han sido evaluados bajo parámetros demasiado generales (por ejemplo, estética o duración), obviando su complejidad estructural.

Una línea futura relevante podría ser el desarrollo de proyectos de investigación aplicada, donde se ponga a prueba el modelo en contextos educativos y publicitarios. Por ejemplo, analizar los *motion graphics* utilizados en campañas escolares, materiales de alfabetización digital, videos explicativos en salud pública o política, venta y promoción de productos o servicios, y para analizar intenciones comunicacionales. Otra línea enriquecedora consistiría en trabajar en proyectos de diseño curricular que integren el análisis estructural de los *motion graphics* en asignaturas de comunicación visual, diseño gráfico, periodismo, marketing, animación, psicología, lingüística o multimedia.

Otra posible línea de investigación futura relevante podría centrarse en explorar con mayor profundidad la capacidad del modelo analítico propuesto, no sólo para estudiar productos terminados, sino también para proyectar mejoras desde las etapas iniciales del diseño de *motion graphics*. Esta aplicabilidad diagnóstica y prospectiva podría fortalecer su utilidad como herramienta metodológica en contextos de producción audiovisual y diseño de información en *motion graphics*.

Desde lo metodológico, la combinación de teoría semiótica con UX audiovisual puede abrir nuevas vías para el estudio del comportamiento del espectador frente a estímulos visuales dinámicos. Se recomienda la generación de bancos de datos y corpus comparables que permitan evaluar tipologías de *motion graphics* según tipo de institución, país, estilo gráfico o temática. Esto facilitaría estudios sobre la evolución del lenguaje visual institucional, así como investigaciones comparativas locales, regionales o internacionales.

Como reflexión final, es importante precisar que tenemos la obligación, desde el idioma español, de visibilizar este tipo de estudios teóricos y complementarlos con las investigaciones en inglés, en donde se ha desarrollado más ampliamente el tema. Cada contribución, tanto teórica como práctica, ayuda a solidificar estas técnicas modernas, que merecen ser reconocidas por su verdadero potencial comunicativo. El lenguaje de los *motion graphics* informativos es, por naturaleza, flexible, evolutivo y experimental: esta tesis ha intentado sistematizar este lenguaje sin restarle creatividad o rigor.

Estas recomendaciones no constituyen un cierre, sino una apertura. En esta tensión entre forma y función, entre teoría y práctica, se sitúa la verdadera potencia del modelo propuesto: permitir mirar, diseñar, evaluar y repensar el audiovisual informativo con criterios críticos, éticos y comunicacionalmente eficaces.

ataraxia

Referencias

- Abu-Lughod, L. (2006). Interpretando la(s) cultura(s) después de la televisión: sobre el método. *Íconos Revista de Ciencias Sociales*, (24), 119-141.
<https://doi.org/10.17141/iconos.24.2006.148>
- Abu-Lughod, L. (2005). *Dramas of nationhood: The politics of television in Egypt*. University of Chicago Press.
- Abu-Lughod, L. (2011). Anthropology and the problems of the modern. *Cultural Anthropology*, 20(3), 431–432.
- Ahmed, R., & Mao, Y. (Eds.). (2017). *Culture, migration, and health communication in a global context*. Routledge.
- Aumont, J. (1990). *La imagen*. Paidós.
- Arnheim, R. (1969). Art and visual perception: The new version. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 34(3), 361-364.
<https://philpapers.org/rec/ARNAAV-2>
- Alonso, C. (2016). Qué es motion graphics. *Con A de animación*, (6), 104-116.
<https://polipapers.upv.es/index.php/CAA/article/view/4799>
- Andreau, C. G. (2010). *Cuando el diseño gráfico se mueve, aparece el Motion Graphics* [Conferencia]. V Encuentro Latinoamericano de Diseño “Diseño en Palermo”. Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Palermo, Argentina.
- Aumont, J. (2013). *La imagen*. Buenos Aires: Paidós.
- Babic, N., Pibernik, J., and Mrvac, N. (2008). Media study: Motion graphics. *Proceedings Elmar - International Symposium Electronics in Marine*, 2, 499 - 502.
https://www.researchgate.net/publication/224370723_Media_study_Motion_grap
- Barnes, S. (2016). Studies in the Efficacy of Motion Graphics: How the Presentation of Complex Animation Implicates Exposition. *Journal of*

Entertainment and Media Studies, 2(1), 37-76. <http://jems.okstate.edu/wp-content/uploads/2016/03/Studies-in-the-Efficacy-of-Motion-Graphics.pdf>

Bazin, A. (2008). *¿Qué es el cine?* (H. Rosenberg, Trad.). Rialp.

Berger, J. (2006). *Modos de ver*. Gustavo Gili.

Betancourt, M. (2013). *The history of Motion Graphics: from Avant-Garde to Industry in the United States*. Wildside Press.

Betancourt, M. (2017). Title sequences as paratexts: Narrative anticipation and recapitulation. en *The theory and practice of motion design*. Routledge.

Bettetini, G. (1973). *The language and technique of the Film*. Mouton.

Black, B. y García, M. R. (1986). *Professional Video Graphic Design*. Prentice Hall.

Bohórquez, M. (2017). *La naturaleza discreta de la imagen en los motion graphics*. XII Encuentro Latinoamericano de Diseño “Diseño en Palermo”. VIII Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. [http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/80133/ACTAS+DE+DISEÑO+\(1\)-RI.pdf;jsessionid=3AA97A3717205EDF68D82DA24304EC21?sequence=3](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/80133/ACTAS+DE+DISEÑO+(1)-RI.pdf;jsessionid=3AA97A3717205EDF68D82DA24304EC21?sequence=3)

Bohórquez Nates, M. A. (2019). *Manifestaciones de la hibridación en la forma y la representación dentro de los motion graphics como lenguaje audiovisual* (Tesis doctoral, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo). Repositorio UBA. https://repositorioubasib.uba.ar/gsd/collect/aaqtesis/index/assoc/HWA_7069.dir/7069.PDF

Bohórquez, M. A. (2017). *Narrativas visuales en la comunicación contemporánea*. Universidad Nacional de Colombia.

Bohórquez, M. A. (2017). *Diseño, interfaz y experiencia: narrativas visuales para la pantalla*. Universidad Nacional de Colombia.

- Boncippe, J. (2007). *Diseño de piezas animadas informativas*. Editorial Nueva Imagen.
- Bonsiepe, G. (1999). *Interface: An approach to design*. Jan van Eyck Akademie.
- Bordwell, D. and Thompson, K. (2009). *Film Art: An introduction*. Mc Graw Hill.
- Brarda, M. C. (2016). *Motion Graphics Design: La dirección creativa en branding de TV* (1ra ed.). Editorial Gustavo Gili.
- Brownie, B. (2015). *Transforming type: New directions in kinetic typography*. Bloomsbury Academic.
- Brownie, D. (2010). *Typographic design and visual hierarchy in motion graphics*. Routledge.
- Burke, K. (1945). *A Grammar of Motives*. Prentice-Hall.
- Burke, K. (1969). *A Rhetoric of Motives*. University of California Press.
- Camerano, M. (2014). *Una era en movimiento. Motion Graphics: un nuevo género de diseño y comunicación audiovisual*. Universidad de Palermo.
- Carubin, C. E. (2017). *Motion Graphics, Una disciplina emergente del diseño vista a través del análisis de sus planes de estudio en la educación superior de los Estados Unidos* [Tesis de Doctorado, Universitat de Barcelona].
http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/115685/1/CARUBIN_TESIS.pdf
- Carroll, M., & Ivarsson, J. (1998). *Subtitling*. TransEdit.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Plaza & Janés Editores.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Celms, V. (1994). The Dialectic of Motion and Stasis in Kinetic Art. *Leonardo*, 27(5), 387- 390. <https://doi.org/10.2307/1576092>
- Chion, M. (1990). *La Audivisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Paidós Comunicación.
- Chion, M. (1994). *Audio-Vision: Sound on Screen*. Columbia University Press.

- Cohn, N. (2012). Visual narrative structure. *Cognitive Science*, 34(3), 413–452.
<https://doi.org/10.1111/j.1551-6709.2011.01210>
- Crook, I. y Beare, P. (2016). *Fundamentos del Motion Graphics: Principios y prácticas de la animación gráfica* (1ra ed.). Promopress.
- Da Silva, J. (2015). Motion Graphics. *La evolución del diseño y la comunicación audiovisual* [Tesis de grado, Universidad de Palermo].
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc///proyectorgraduacion/archivos/3451.pdf
- Da Silva, R. (2015). *Diseño gráfico para la información: Estrategias visuales para contenidos complejos*. Ediciones Infinito.
- Da Silva, R. (2019). *Comunicación visual: Claves para una transmisión efectiva del mensaje*. Ediciones FADU.
- Deleuze, G. (1984). *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*. Paidós.
- De Saussure, F. (1916). *Curso de Lingüística General*. Editorial Losada S.A
- Fernández Díez, F. y Martínez, J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Ediciones Paidós.
- Di Lullo, S. (2015). *El poder de los Motion Graphics (Influencia en la marca de un canal de televisión)* [Tesis de grado, Universidad de Palermo].
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc///proyectorgraduacion/archivos/3702.pdf
- Dondis, D. A. (1976). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Editorial Gustavo Gil, SL.
- Dondis, D. A. (1974). *A primer of visual literacy*. First MIT Press paperback edition.
- Eco, U. (1968). *La estructura ausente*. Lumen.
- Eco, U. (1976). *Tratado de semiótica general*. Lumen.
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula*. Lumen.

- Eco, U. (1990). *Semiótica y filosofía del lenguaje*. Lumen.
- Eco, U. (1990). *The Limits of Interpretation*. Indiana University Press.
- Eco, U. (1990). *Los límites de la interpretación*. Lumen.
- Elam, K. (2001). *Grid systems: Principles of organizing type*. Princeton Architectural Press.
- Elkins, J. (2010). *The concept of visual literacy, and its limitations*. Routledge.
- Finke, T., & Manger, S. (2012). *Informotion: Animated infographics*. Gestalten.
- Fontanier, P. (2009). *Le traité des Figures du discours*. Editeur Flammarion.
- Fontanier, P. (1830). *Les figures du discours*. Flammarion. [Ed. moderna]
- Foucault, M. (1973) *The Order of things: An archaeology of the human Science*. Random House.
- García, C. N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Gedisa.
- Gardies, R. (2014). *Comprender el Cine y las Imágenes*. La Marca Editora.
- Garfield, S. (2010). *Es mi tipo. Un libro sobre fuentes tipográficas*. Santillana Ediciones Generales.
- Guerri, C. (2014). *Nonágono semiótico. Un modelo operativo para la investigación cualitativa*. EUDEBA.
- Hapsari, A., Hanif, M., Gunarhadi, y Roemintoyo. (2019). Motion Graphic Animation Videos to Improve the Learning Outcomes of Elementary School Students. *European Journal of Educational Research*, 8(4), 1245-1255.
<https://www.eu-jer.com/motion-graphic-animation-videos-to-improve-the-learning-outcomes-of-elementary-school-students>.
- Hegarty, M. (2011). The cognitive science of visual-spatial displays: Implications for design. *Topics in Cognitive Science*, 3(3), 446–474.
<https://doi.org/10.1111/j.1756-8765.2011.01150>.

- Heller, S., & Dooley, M. (Eds.). (2008). *Teaching motion design: Course offerings and class projects from the leading undergraduate and graduate programs*. Allworth Press.
- Herráiz, J. (2008). *Diseño gráfico en la comunicación audiovisual*. Gustavo Gili.
- Hindemith, P. (1942). *The craft of musical composition*. Schott Music.
- Hyndman, S. (2018). *Why Fonts Matter*. Gingko Press, Inc.
- Instituto de Arte Americano (IAA - FADU - UBA). (28 de enero de 2014). *Claudio Guerri, El Nonágono Semiótico como herramienta de investigación* [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=172q-5jRsSM>
- Jakobson, R. (1960). Closing Statements: Linguistics and Poetics. En T. A. Sebeok (Ed.), *Style in Language* (pp. 350-377). MIT Press.
- Jardí, E. y Costa, J. (2012). *Pensar con imágenes*. Gustavo Gili.
- Jones, B. J. (1990). Computer Graphics: Effects of Origins. *Leonardo*, 3, 21-30. <https://www.jstor.org/stable/1557890>
- José, C. (2017). *Motion Graphics aplicados a Backdrops en la era Pop*. Universidad de Palermo.
- Kaya, N., & Epps, H. H. (2004). Relationship between color and emotion: A study of college students. *College Student Journal*, 38(3), 396-405.
- Krasner, J. (2008). *Motion graphic design: Applied history and aesthetics*. Focal Press.
- Krasner, J. (2013). *Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics* (3ra ed.). Focal.
- Krause, J. (2004). *Design basics index: A graphic designer's guide to designing effective compositions, selecting dynamic components and developing inspired designs*. How Books.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*.

Sage Publications, Inc. <https://methods.sagepub.com/book/content-analysis-4e>

- Kubasiewicz, J. (2016). The education of dynamic media: DMI concept, experience, community [Keynote presentation]. In *Retrospective: 15 years of the Dynamic Media Institute at MassArt*. Symposium conducted at the Atrium of the Design and Media Center, Boston, MA.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lapichino, R. (2011). *La composición audiovisual. Dimensiones narrativas del sonido y la música en la imagen*. Nobuko.
- Laughton, R. (1966). *TV Graphics*. Studio Vista Limited.
- Lester, P. M. (1995) *Visual Communication: Images with messages*. Wadsworth Publishing Company.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach Through Design*. Rockport Publishers.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2010). *La pantalla global: Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama.
- Lupton, E., & Phillips, J. C. (2008). *Graphic design: The new basics*. Princeton Architectural Press.
- Machado, A (2015). *Pre-Cine y Post-Cine en diálogo con los nuevos medios digitales* (1ra ed.). La Marca Editora.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Mayer, R. E. (2001). *Multimedia learning*. Cambridge University Press.
- Mayer, R. E., & Moreno, R. (2003). Nine ways to reduce cognitive load in multimedia learning. *Educational Psychologist*, 38(1), 43–52.
https://doi.org/10.1207/S15326985EP3801_6

- Mazzeo, C. (2017). *Diseño y sistema: bajo la punta del iceberg*. Ediciones Infinito.
- McBride, P. C. (2016). Narrating in Three Dimensions: László Moholy-Nagy's "Vision in Motion". En McBride, P. (Ed). *The Chatter of the Visible: Montage and Narrative in Weimar Germany* (pp. 83-110). Michigan: University of Michigan Press.
- McCarthy, K. F., and Heneghan Ondaatje, E. (2002). The Development of The Media Arts. En K, McCarthy y E, Heneghan (Eds), *From Celluloid to Cyberspace: The Media Arts and the Changing Arts World* (pp. 23-32). Rand Corporation.
- McCorry K, Maniatopoulos G, Errington L, Land E, Craig M, Vijaykumar S, Bärnighausen T, O'Brien N. Animations to communicate public health prevention messages: a realist review protocol. *BMJ Open*.
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1967). *El medio es el mensaje: un inventario de efectos*. La Marca Editora.
- Meppelink, C., van Weert, J., Haven, C., & Smit, E. (2015). The effectiveness of health animations in audiences with different health literacy levels: An experimental study. *Journal of Medical Internet Research*, 17(1), e11. <https://www.jmir.org/2015/1/e11>
- Metz, C. (1974). *Film Language: A Semiotics of the Cinema*. University of Chicago Press.
- Meyer, L. B. (1956). *Emotion and meaning in music*. University of Chicago Press.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y Junta de Castilla y León. (s.f.). *Breve Introducción al Lenguaje Audiovisual*. http://www.educa.jcyl.es/educacyl/cm/gallery/leer-la-imagen/6_P_Realidad_o_ficcion_El_vendedor_de_humo/assets/anexo.-breve-introduccion-al-lenguaje-audiovisual.pdf
- Mirzoeff, N. (2016). *Cómo ver el mundo. Una nueva introducción a la cultura visual*. Editorial Planeta.

- Mitchell, W.J.T. (2009). *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual*. Ediciones Akal.
- Mitchell, W. J. T. (2009). *Picture theory: Essays on verbal and visual representation*. University of Chicago Press.
- Mitry, J. (1986). *Estética y psicología del cine: Las estructuras* (Vol. 1). Ediciones Universidad de Valencia.
- Mitry, J. (1963). *The aesthetics and psychology of the cinema*. Indiana University Press.
- Mitry, J. (1965). *Esthétique et psychologie du cinéma*. Éditions Universitaires.
- Moholy-Nagy, L. (1947). *Vision in motion*. Paul Theobald and Company.
- Morris, C. (1938). *Foundations of the Theory of Signs*. In O. Neurath, R. Carnap, & C. Morris (Eds.), *International Encyclopedia of Unified Science* (Vol. 1, No. 2, pp. 1–59). University of Chicago Press.
- Munari, B. (1985). *Diseño y Comunicación Visual* (2da ed.). Editorial Gustavo Gili, SL.
- Peng, Yuh-Yun. (1998). *Motion in graphic design* [Tesis de grado, Rochester Institute of Technology]. <https://repository.rit.edu/theses/6266>
- Peirce, C. S. (1932). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (Vol. II, C. Hartshorne & P. Weiss, Eds.). Harvard University Press. (CP 2.228, 2.274–2.277)
- Ràfols, R. y Colomer, A. (2006). *Diseño audiovisual*. Gustavo Gili.
- Rameau, J.-P. (1722). *Traité de l'harmonie réduite à ses principes naturels*. Ballard.
- Ribeiro, B. (2018). Figures of speech and motion design. In *The theory and practice of motion design* (pp. 28–33). California State Polytechnic University.
- Rivera, J. (2014). *Diseño emocional en medios digitales: Teoría y práctica*. UOC.

- Rivera, L. A. (2014). *Ensayos sobre retórica y diseño*. Universidad Autónoma Metropolitana
- Roa Gómez, J. (s.f.). *Eric Rohmer: Una Aproximación al Color*.
<https://xdoc.mx/documents/1-eric-rohmer-una-aproximacion-al-color-5f7e911dbf75c>
- Rodríguez-López, J. y Aguaded, I. (2016). *Creando una tipología clip*. Telos Fundación Telefónica.
[https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero103/creando-una-tipologia- clip/](https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero103/creando-una-tipologia-clip/)
- Ruder, E. (1967). *Typography: A manual of design*. Niggli Verlag.
- Sáenz, R. (2008). *Arte y técnica de la animación clásica, corpórea, computada para juegos o interactiva*. Ediciones la Flor.
- Schenker, H. (1979). *Free composition* (E. Oster, Trans. & Ed.). Longman.
- Schnotz, W., & Bannert, M. (2003). Construction and interference in learning from multiple representation. *Learning and Instruction*, 13(2), 141–156.
[https://doi.org/10.1016/S0959-4752\(02\)00017-8](https://doi.org/10.1016/S0959-4752(02)00017-8)
- Scurci, A. (2010). *Motion graphics. Pensar en movimiento*. V Encuentro Latinoamericano de Diseño “Diseño en Palermo”. Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño.
- Schlittler, J. P. (2015). Motion Graphics and Animation. *Animation Studies Online Journal*, 10.
https://www.researchgate.net/publication/284437924_Motion_Graphics_and_Animation
- Sontag, S. (1970). *El Afiche: Publicidad, Arte, Instrumento Político, Mercancía*. McGraw-Hill.
- Sorlin, P. (2010). *Estética del cine*. Gedisa.
- Sorlin, P. (2010). *Estéticas del audiovisual*. La Marca Editora.

- Syah, M. F. J. y Harsono, E. R. L. (2020). The Development of Motion-Graphic Media in Learning: An Advanced Use of Powerpoint in Schools for Baby Boomer, X and Y Generation Teachers. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(2).
https://www.google.com/url?sa=t&drct=j&dq=and&src=s&source=web&ndcd=and&ved=2ahUKEwiUz5_4utyJAXUUQzABHbLYIUyQFnoECBUQAQa&ndurl=https%3A%2F%2Fwww.ijicc.net%2Fimages%2Fvol12%2Fiss2%2F12225_Syah_2020_E_R.pdf&usq=AOvVaw02XXx_pyMpYuvHftLw3GuXa&ndopi=89978449
- Vox. (2015, noviembre 24). Why we say “OK” [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=1UnIDL-eHOs>
- Wazarus, I. (2019). Morfología de la no-narrativa en la animación. *Con A de animación*, (9), 144-157. <https://doi.org/10.4995/caa.2019.11340>
- Weingart, W. (2000). *My way to Typography*. Lars Müller Publishers.
- Wong, W. (1993). *Principles of form and design*. Wiley.
- Wong, W. (1995). *Principles of form and design*. Wiley.
- Woolman, M. (2004). *Motion design: Moving graphics for television, music video, cinema, and digital interfaces*. RotoVision.
- Woolman, M., & Bellantoni, J. (1999). *Moving type: Designing for time and space*. RotoVision.

CUERPO

