



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO
CARRERA DE DISEÑO MULTIMEDIA**

**CREACIÓN DE UN PERSONAJE ANIMADO PARA REVITALIZAR LA
IMAGEN DEL PROYECTO LALA DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
SALESIANA, SEDE QUITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciatura en Diseño Multimedia

AUTORES: EMILY RAFAELA RODRÍGUEZ
FIGUEROA Y KATHY MARIBEL PAUCAR
VILLACÍS

TUTOR: DIEGO RICARDO PROAÑO
CEPEDA

Quito – Ecuador
2025

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Kathy Maribel Paucar Villacís con documento de identificación N° 1751437540 y Emily Rafaela Rodríguez Figueroa con documento de identificación N° 1756191407; manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 04 de febrero del año 2025

Atentamente,



Kathy Maribel Paucar Villacís

1751437540



Emily Rafaela Rodríguez Figueroa

1756191407

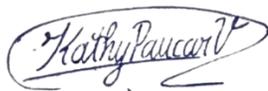
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, Kathy Maribel Paucar Villacís con documento de identificación No.1751437540 y Emily Rafaela Rodríguez Figueroa con documento de identificación No.1756191407, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del proyecto integrador: “Creación de un personaje animado para revitalizar la imagen del Proyecto LALA de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciatura en Diseño Multimedia, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 04 de febrero del año 2025

Atentamente,



Kathy Maribel Paucar Villacís
1751437540



Emily Rafaela Rodríguez Figueroa
1756191407

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Diego Ricardo Proaño Cepeda con documento de identificación N° 171983236-0, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: CREACIÓN DE UN PERSONAJE ANIMADO PARA REVITALIZAR LA IMAGEN DEL PROYECTO LALA DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, SEDE QUITO, realizado por Kathy Maribel Paucar Villacís con documento de identificación N° 1751437540 y por Emily Rafaela Rodríguez Figueroa con documento de identificación N° 1756191407, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de Proyecto Integrador que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 04 de febrero del año 2025

Atentamente,



Ing. Diego Ricardo Proaño Cepeda, Magister

1719832360

Quito, 27 de febrero de 2025.

Señores

Carrera de Diseño Multimedia

Universidad Politécnica Salesiana

Ciudad.-

El suscrito, Lcdo. José Eduardo Paucar Paucar PhD., con cédula de ciudadanía 0102481033, Coordinador del Proyecto LALA de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, tiene a bien **AUTORIZAR** que el trabajo de titulación, en la Carrera de Diseño Multimedia, de las señoritas Kathy Maribel Paucar Villacís con cédula de ciudadanía 1751437540 y Emily Rafaela Rodríguez Figueroa con cédula de ciudadanía 1756191407 cuyo título es CREACIÓN DE UN PERSONAJE ANIMADO PARA REVITALIZAR LA IMAGEN DEL PROYECTO LALA DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO, pueda utilizar el nombre del Proyecto LALA para los fines académicos vinculados al proceso de titulación de las mencionadas estudiantes. Además, se **AUTORIZA** la publicación y divulgación de la información recabada en el desarrollo del trabajo.

Aprovecho la oportunidad para agradecer por el valioso aporte que esta investigación ofrecerá en la motivación, información y difusión del Proyecto LALA dentro de la Comunidad Universitaria, especialmente con los estudiantes y los Docentes Consejeros Académicos involucrados en el proceso de acompañamiento que realiza el Proyecto LALA.



Atentamente,

Lcdo. José Eduardo Paucar Paucar PhD.

Coordinador del Proyecto LALA Sede Quito

PROYECTO LALA

DEDICATORIA

Yo, Kathy Paucar Villacís, dedico este trabajo de titulación a mi papá, quién es mi inspiración y me ha apoyado en cada momento de mi vida. Tu amor, dedicación, tiempo, paciencia y consejos siempre me han dado la fortaleza para seguir adelante y cumplir mis metas. Gracias por enseñarme que todo se puede lograr con esfuerzo y dedicación.

A mi mamá, quién me acompaña en cada paso desde el cielo y cuyo amor me da la fuerza para seguir adelante, con valor y perseverancia. Gracias por enseñarme a nunca rendirme y que los más grandes logros son las personas que están juntos a nosotros.

Yo, Emily Rodríguez dedico este trabajo de titulación a mis padres y a mi familia por ser mi apoyo incondicional durante mi vida y mi formación académica. Por cada consejo, afecto, palabra motivadora, por cada risa y por cada lágrima, espero llenarles de orgullo y aunque algunos no estén conmigo voy a llevarlos en mi corazón siempre.

A mis maestros y compañeros, por ayudarme a crecer como profesional, por enseñarme una cosa nueva cada día, por tenerme paciencia, por sus sugerencias y correcciones.

AGRADECIMIENTOS

Yo, Emily Rodríguez quiero agradecer a mis papas y a mi familia por nunca dejarme sola y siempre ser mi soporte en mi vida personal y académica. A mi abuelita que está en el extranjero, mil gracias por siempre ayudarme en lo que necesite, por darme esta oportunidad para estudiar una carrera y forjarme como una profesional. A mi abuelito, que me está cuidando desde el cielo, muchas gracias por inspirarme a seguir adelante y nunca rendirme, este trabajo, toda mi carrera es para ti.

Yo, Kathy Paucar Villacís, quiero agradecer a mis papás y a mi familia, quiénes me acompañaron y apoyaron incondicionalmente en cada momento de esta etapa académica. Gracias por estar a mi lado en los momentos difíciles y darme la fuerza para continuar. A mis profesores, quiénes me han enseñado grandes lecciones para la vida y por ser un gran apoyo en todos estos años en la universidad. A mis compañeros, quiénes me regalaron muchos momentos inolvidables e hicieron que esta experiencia fuera muy especial para mí. Los llevo en el corazón amigos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 1 |
| Aproximación teórica | 3 |
| Comunicación y cultura visual | 3 |
| El diseño | 4 |
| Creación de personajes | 6 |
| Proyecto LALA | 7 |
| Metodología..... | 9 |
| Resultados..... | 16 |
| Conclusiones..... | 27 |
| Referencias | 28 |
| Anexos | 31 |
| Anexo A Preguntas para la encuesta | 31 |
| Anexo B Resultados de la encuesta..... | 35 |
| Anexo C Preguntas segunda encuesta | 40 |
| Anexo D Preguntas para la entrevista..... | 41 |
| Anexo E Primeras propuestas del personaje animado..... | 42 |
| Anexo F Recomendaciones del grupo focal | 43 |
| Anexo G Mockups y aplicaciones del personaje animado | 44 |

Resumen

El siguiente documento recopila el proceso de creación de un personaje animado para revitalizar la imagen del Proyecto LALA de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito. Primero, se profundizan los fundamentos teóricos, dentro de la comunicación visual, el diseño, la creación de personajes, psicología del color y una introducción breve sobre el Proyecto LALA.

Para la recolección de datos se utilizó el método mixto junto con la aplicación de diferentes técnicas de investigación con el fin de analizar la aceptación de la propuesta dentro del Proyecto LALA y de esta manera, comenzar a esbozar el diseño del personaje animado. Para, finalmente, mostrar los resultados posteriores a la investigación, que se dividieron en dos partes: el personaje animado y una guía de estilo.

Como resultado, aplicando los fundamentos teóricos, el diseño del personaje se dividió en diferentes fases: boceto, lineart, colorización y arte final, en las cuáles, se detalla su procedimiento, conceptos fundamentales y las imágenes respectivas de este proceso. Para la guía de estilo, se trabajó en 28 páginas que van desde la construcción de un logotipo con el nombre del personaje, hasta la aplicación del personaje animado en diferentes medios y formatos, mediante mockups.

Para finalizar, se presentan tres conclusiones que cierran la investigación, cada una solventada, a partir de los objetivos planteados para la realización del presente proyecto académico.

Palabras clave: Comunicación visual, Diseño, Creación de personajes, Proyecto LALA.

Abstract

The following document compiles the process of creating an animated character to revitalize the image of *Proyecto LALA de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito*. First, the theoretical foundations are explored, including visual communication, design, character creation, color psychology, and a brief introduction to *Proyecto LALA*.

For data collection, a mixed method was used along with the application of different research techniques to analyze the acceptance of the proposal within *Proyecto LALA* and thus begin to outline the design of the animated character. To finally present the results following the research, which were divided into two parts: the animated character and a style guide.

As a result, applying the theoretical foundations, the character design was divided into different phases: sketch, lineart, coloring, and final art, in which its procedure, fundamental concepts, and the respective images of this process are detailed. For the style guide, 28 pages were worked on, ranging from the construction of a logo with the character's name to the application of the animated character in different media and formats, using mockups.

Finally, three conclusions are presented that wrap up the research, each one addressed based on the objectives set for the completion of this academic project.

Keywords: Visual Communication, Design, Character Creation, Proyecto LALA

INTRODUCCIÓN

Durante el año 2020, en la Universidad Politécnica Salesiana se incorporó una iniciativa conocida como Proyecto LALA, esta se aplicó primero en la matriz Cuenca y la sede de Guayaquil. Sin embargo, para el año 2021, también se implementó en la Sede Quito como una forma de acompañamiento académico, psicológico y espiritual disponible para los estudiantes que requieran de apoyo con miras a evitar su deserción y reforzar su proceso de formación integral mediante consejerías académicas. Es importante mencionar que, este proyecto no ha tenido la suficiente visibilidad que se pretendía debido a la falta de presencia en los medios digitales de la comunidad universitaria; lo que ha provocado que en estos últimos años los estudiantes no conozcan sobre el proyecto LALA y cómo éste podría ayudarlos.

Elaborar un personaje animado que represente la esencia del Proyecto LALA podría ser una estrategia innovadora para revitalizar su imagen y aumentar su presencia en los medios digitales. Según Cardona y Castellanos (2019), el desarrollo de personajes animados para propósitos de marketing digital y social simplifica la transmisión de mensajes fundamentales y facilita la creación de un vínculo emocional con el público meta, particularmente en contextos universitarios donde se persiguen métodos de comunicación creativos. Este personaje sería una figura que no solo promueva el Proyecto LALA, sino que también comunique sus valores de apoyo y acompañamiento académico.

Por tanto, en base a la problemática y la propuesta de investigación y desarrollo, se ha planteado como objetivo general, el cual es, crear un personaje animado que permita revitalizar la imagen del proyecto LALA, fortaleciendo su visibilidad y propósito con el fin de incrementar su alcance y la participación de los y las estudiantes en servicios de consejería académica y acompañamiento ofrecidos por la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.

Y para ello se necesita desglosar el trabajo de titulación, a partir de tres objetivos específicos, como, aplicar los conceptos teóricos de la estética, psicología del color, la identidad visual, la perspectiva teórica de la comunicación persuasiva y el significado del proyecto LALA, para la creación de un personaje animado y promocionar la participación estudiantil en sus servicios de acompañamiento académico; evaluar el impacto del personaje animado en la identidad visual del Proyecto LALA y el uso de sus servicios de consejería académica, mediante encuestas

y entrevistas a los y las estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito; y, conceptualizar el personaje desde el punto de vista visual tomando como referencia el significado del Proyecto LALA, estableciendo una conexión emocional con los y las estudiantes.

A partir de esto, la creación de un personaje animado para revitalizar la imagen del Proyecto LALA se encuentra dentro de un contexto educativo marcado por cambios constantes en el último tiempo, tanto con los avances tecnológicos como con el creciente uso de herramientas digitales, que han sido importantes para crear experiencias más personalizadas, significativas e innovadoras. Y la realidad actual en la que los estudiantes de hoy en día consumen mayor cantidad de contenido audiovisual e interactúan con personajes animados en diferentes formatos y plataformas. Todo esto da lugar a que, la utilización de un personaje animado como forma de comunicación visual, sea un elemento importante para llamar la atención de los jóvenes y a su vez, para promover su participación en los servicios que brinda la Pastoral Universitaria a través del Proyecto LALA.

A su vez, el personaje animado tiene el potencial de cumplir un papel esencial en la promoción de la salud mental y el bienestar estudiantil dentro de la comunidad universitaria, debido a que, el incremento de problemas de salud mental, más el estigma relacionado a buscar ayuda, hace que sea necesario crear nuevas formas de comunicación que conecten con el público objetivo, informen acerca de estos temas y que fomenten la búsqueda de apoyo. A partir de ello, el personaje animado, que presentará los servicios de consejería académica y acompañamiento de forma cercana y empática, puede ayudar a que los estudiantes se identifiquen y, en consecuencia, se integren en el Proyecto LALA para obtener ayuda y evitar su deserción, motivándolos a lograr sus metas profesionales en un espacio seguro y que sea de confianza.

Como proyección a futuro y más allá del impacto en la forma de comunicación, el personaje animado puede convertirse en un elemento importante de la identidad institucional de la Universidad Politécnica Salesiana, de la Pastoral Universitaria y del Proyecto LALA de la sede Quito, ya que representará los valores y principios de la institución universitaria, fortalecerá su identidad y generará un mayor sentido de pertenencia entre los estudiantes.

Asimismo, puede ser utilizado para promover la cultura institucional y transmitir los mensajes clave de la universidad.

Definitivamente, la iniciativa de la creación de un personaje animado para el proyecto LALA, posee el potencial de tener un impacto positivo en los stakeholders o grupos de interés, incluida la mejora de la comunicación institucional y la promoción del bienestar de los estudiantes. Este proyecto ofrece una oportunidad para innovar en la manera en que las instituciones educativas se relacionan con sus estudiantes y contribuir a la construcción de una comunidad universitaria más saludable y comprometida al combinar elementos de psicología, comunicación, diseño y educación.

Aproximación Teórica

Comunicación visual

Desde sus inicios, el ser humano ha buscado comprender el mundo que lo rodea, darle sentido e interpretarlo, plasmar su visión del mundo y, en consecuencia, comunicarse. Para ello, ideó distintas formas, como gestos, sonidos y representaciones gráficas sencillas dibujadas en las rocas y cuevas. La comunicación se volvió algo fundamental para sobrevivir y establecer relaciones sociales. Es así que, estos primeros intentos de comunicación fueron principalmente visuales, y estaban fuertemente relacionados con el concepto de la percepción visual, un proceso esencial para la interpretación de la información que se recibe, a través de la vista. Este proceso permitía captar imágenes, sencillas y complejas, con el fin de entender el entorno y los diferentes significados en cada representación y elemento alrededor.

Ambos conceptos, comunicación y percepción visual, dan forma a lo que se conoce como comunicación visual, un proceso que busca transmitir ideas e información a través de elementos visuales.

Es así como, según Branda y Cuenya (2014), el concepto de comunicación visual tiene como base a la comunicación y sus teorías, puesto que pretende resolver las necesidades y problemáticas comunicacionales de la sociedad. A partir de esto, su objeto de estudio es la construcción significativa del mensaje, tomando en cuenta la cultura y el contexto en el que se desarrolla. Entonces, se puede decir que, la cultura y el entorno son parte fundamental para la construcción de un mensaje coherente que no solo sea verbal, sino que se pueda transmitir por diferentes medios y en diferentes formatos.

A raíz de ello, surge el concepto de comunicación visual, que según Dondis (1973), es el uso de imágenes y otros elementos visuales para transmitir conceptos, sentimientos o información de manera que las personas que las reciben puedan interpretarlas utilizando un lenguaje visual en común, generando grupos de interés o stakeholders, que según Pérez (2022), se entiende también como “grupos de interés” o "grupos interesados". Es decir, los stakeholders son todas aquellas personas o colectivos que están interesados en nuestra empresa. Su perspectiva destaca la importancia de entender los componentes fundamentales que integran las imágenes, tales como las líneas, formas, texturas, colores, entre otros; y cómo estos elementos interactúan para crear un mensaje visual coherente.

Por tanto, la comunicación visual está fuertemente relacionada con el diseño gráfico, ya que, como afirma Rand (1947), el diseño gráfico es un medio de comunicación visual que debe emocionar al mismo tiempo y ser funcional. Destaca que es una forma de comunicación, puesto que creía que el diseño tenía el poder de comunicar a través de elementos visuales tales como la tipografía, las formas y los colores.

El diseño

El diseño es un escenario que abarca muchos campos, desde el diseño gráfico pasando por la arquitectura y llegando finalmente a la creación de marcas, en este caso humanizadas por personajes. Como proceso, implica la creación de soluciones visuales y funcionales que buscan satisfacer necesidades específicas. Esta disciplina se caracteriza por la combinación de varios elementos y su objetivo principal es simplificar el proceso creativo con una buena planificación y una toma de decisiones minuciosa para intercambiar ideas y mejorar la interacción del usuario y su entorno.

Una propiedad clave del diseño es su papel como una herramienta para resolver problemas. Debe ser visto como una respuesta práctica a las necesidades de las personas, según Dieter Rams (1995), el buen diseño es innovador, útil, estético, comprensible, discreto, honesto, duradero, consecuente hasta el último detalle y respetuoso con el medio ambiente. Resalta la idea de que debe centrarse en hacer las cosas más simples para los usuarios, quitando lo innecesario y manteniendo lo más importante a la vista. Este enfoque resulta favorable en varias ramas del diseño, desde la creación de productos hasta comunicar visualmente, y hace énfasis en la importancia de diseñar con un objetivo claro.

El diseño como medio de comunicación visual juega un rol fundamental. Bruno Munari (1996), aporta que el diseñador es un planificador con sentido estético, capaz de organizar la forma y el espacio de una manera que comunique mensajes claros y visualmente atractivos. Entonces el diseño debe ser comunicativo y práctico, capaz de mostrar mensajes complejos de forma comprensible. El autor establece que la creatividad no debe entrar en conflicto con la claridad, ya que se deben encontrar sinergias que den lugar a una solución visual eficaz. En este sentido, los elementos del diseño interceden dentro de la denotación y connotación del público objetivo. Los diseñadores actúan en la interpretación de los mensajes visuales a partir del uso estratégico de formas, colores e imágenes. Este principio es importante para construir interfaces, rótulos y publicidad que sean claros, concisos y estéticos permitiendo generar gran impacto en los consumidores.

Don Norman (2013), crea el concepto del diseño centrado en la experiencia del usuario, señala que tener una comprensión profunda de la persona con la que te estás comunicando es un acto de comunicación. La empatía es la clave del buen diseño. Se debe considerar no sólo el aspecto y el uso del producto, sino también la forma en la cual los usuarios interactúan con el mismo. Los diseñadores deben adquirir la habilidad de comprender las necesidades, deseos y demandas de los consumidores para desarrollar un producto que sea innovador y, sobre todo funcional. Desde esta perspectiva, para que un diseño tenga éxito requiere de la capacidad para cumplir con las expectativas del cliente, de manera que la experiencia con el producto final sea satisfactoria.

La psicología del color es otra parte importante dentro de la teoría del diseño porque los colores poseen un efecto notable sobre las emociones y comportamientos humanos. La autora Eva Heller (2004), destacada especialista en psicología explica que los colores y su significado no dependen de los gustos, sino de las experiencias y asociaciones culturales compartidas. El color rojo puede representar tanto el amor como el peligro, mientras que el azul representa la seguridad y la tranquilidad. Cada color tiene un propósito mental y emocional. Por lo cual, los colores no solo transmiten sentimientos, sino que también transmiten actitudes, valores y asociaciones simbólicas. De este modo, cuando el color se utiliza de forma adecuada dentro de un diseño afecta como se representa un producto o mensaje, además de tener influencia en las propias emociones del espectador. Es fundamental en la concepción de personajes y marcas, ya que ayuda a determinar la personalidad, así como su identidad.

El proceso de creación de personajes debe tener en cuenta cada uno de los principios mencionados. En primer lugar, la creación del personaje debe ser funcional y tiene que atender el modo en que se busca contar su historia y qué rol va a desempeñar en ella; en segundo lugar, el personaje debe estar bien construido para que la audiencia conecte emocionalmente con él, lo que implica tener una buena comprensión de la experiencia del usuario; como último punto está el uso del color que ayuda a caracterizar al personaje y despertar emociones en la audiencia. Es decir, el proceso de creación de personajes pasa a ser un acto de comunicación visual y solución de problemas, donde lo que se pretende es que el usuario se identifique y empatice con los personajes.

Creación de personajes

Es un proceso relevante en la narración de historias visuales y orales, ya que permite establecer una conexión emocional con el público. R. A. Smith (2016), afirma que un personaje bien desarrollado agrega profundidad a la historia y permite al espectador conectarse con sus experiencias y emociones. La creación de personajes es un factor primordial dentro de la animación, por lo cual es necesario que los personajes estén representados de forma atractiva y fáciles de recordar. Este proceso interpreta la combinación de múltiples elementos visuales, psicológicos y narrativos que permite la funcionalidad del personaje para la historia que se desea contar.

Para construir un personaje eficiente, el aspecto más relevante es su diseño visual. EM O'Connor (2018), asegura que el diseño de un personaje debe reflejar su personalidad y su papel en la historia. Por ejemplo, un personaje heroico puede tener líneas y colores fuertes, mientras que un antagonista puede tener sombras y colores oscuros. Esto no significa que solo debe ser atractivo para la audiencia, sino que también debe estar alineado con el mensaje que se quiere transmitir. Por esta razón al crear un personaje animado para fortalecer la imagen del proyecto LALA, hay que tener en cuenta de qué forma transmite los valores y objetivos del proyecto y, a su vez, pueda generar un lazo con la comunidad universitaria y todos los actores que en ella intervienen.

C. C. Schwartz (2020), sostiene que la complejidad psicológica de un personaje puede hacer que la audiencia se interese más. Esto implica darle al personaje un trasfondo, motivaciones y deseos claros, así como desafíos que deben superar a lo largo de la historia. Un personaje bien definido puede no sólo divertir, sino también comunicar mensajes significativos y estimular la relación con el público. El personaje animado se puede convertir en el representante de los valores

del proyecto, incentivar la creatividad, la innovación y promover la participación de los estudiantes en los servicios de apoyo académico.

De esta forma, la creación de personajes dentro del contexto en que se produzca es un proceso complicado que une elementos visuales y narrativos para elaborar una figura que conecte con la audiencia correspondiente. El desarrollo de un personaje animado para el proyecto LALA debe enfocarse en cómo se puede utilizar esta figura para revitalizar la imagen del proyecto y su percepción dentro y fuera de la universidad.

Proyecto LALA

En sus inicios, esta experiencia conocida como LALA, que significa “Learning Analytics in Latin America”, surge como proyecto para desarrollar capacidades que se puedan utilizar para mejorar la educación superior en América Latina a través del análisis del aprendizaje (Ordóñez et ál., 2024, p. 121).

Para ello, siete diferentes universidades, cuatro latinoamericanas y tres europeas, se unen para desarrollar un pilotaje en dónde se apliquen “metodologías y herramientas de consejería académica y de predicción de abandono” (Ordóñez et ál., 2024, como se citó en Centro Interuniversitario de Desarrollo, 2024, p. 121).

Poco después, como punto de partida en Ecuador, la Universidad Politécnica Salesiana, se une a esta iniciativa y asume el Proyecto LALA entre los años 2019-2020. En el que, en mayo del 2020, se integra el proyecto con un plan piloto en la sede Guayaquil, posteriormente, en noviembre del mismo año en la sede Cuenca y finalmente, en el año 2021, en la sede Quito. (Ordóñez et ál., 2024, p. 122)

A partir de esto, el Proyecto LALA, también conocido como Consejería Académica, se define como “un espacio de acompañamiento integral para los estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana” que tiene como objetivo principal el ayudar al estudiante en su proceso de formación mediante la detección de sus fortalezas y necesidades para poder brindar soluciones y un acompañamiento acertado para evitar su deserción académica (Ordóñez et ál., 2024, como se citó en Instructivo LALA, 2020, p. 122).

A través de las consejerías académicas, los distintos actores y equipos conformados por docentes-consejeros académicos, Direcciones de Carrera, Dirección de Pastoral, Bienestar Universitario, el proyecto Tutoría entre pares, también conocido como TEPES, y el apoyo psicológico, son clave para el desarrollo integral del estudiante en situación de riesgo, no sólo desde un aspecto académico sino también personal. En este contexto, el papel del educador o docente es acompañar a los estudiantes con el fin de que puedan alcanzar sus metas académicas y personales, a través de la consejería académica, brindando un espacio de escucha, cercanía, confianza y diálogo (Ordóñez et ál., 2024, p. 123). De esta manera, según Ordóñez et al. (2024) se busca garantizar el fortalecimiento académico, la permanencia y la continuidad, esto visto desde un ámbito pedagógico, ya que se parte desde los datos académicos a través de una herramienta informática llamada Sistema de Consejería Académica. Sin embargo, cabe resaltar que el Proyecto LALA no sólo se centra desde el punto de vista académico-pedagógico, sino que busca el crecimiento integral del estudiante universitario.

La consejería académica se fundamenta y trabaja con el rasgo distintivo del espíritu salesiano, que se distingue por vínculos educativos de familiaridad, proximidad, confianza, prevención, cordialidad, trascendencia y escucha. (Ordóñez, 2024, p. 124). Así, todas estas características son parte de la identidad de la Universidad Politécnica Salesiana y son fundamentales para un acompañamiento y comunicación asertiva al estilo salesiano. Por tanto, la creación de un personaje animado pretende reflejar la identidad salesiana que está profundamente relacionada con el Proyecto LALA de la Dirección de Pastoral y que se fundamenta en orientaciones educativas basadas en el estilo de acompañamiento que Don Bosco llamó “asistencia”, donde el educador salesiano sale al encuentro del joven y establece una relación personal y educativa que se base en la escucha, el encuentro y la cercanía animadora.

De esta manera, el diseño de un personaje animado es un símbolo que representa todo lo que el Proyecto LALA significa, desde su historia, organización, fundamentos, valores y objetivos. Es decir, busca fortalecer su identidad a partir de la aplicación de elementos visuales que reflejen su significado.

METODOLOGÍA

El proyecto de titulación definido con el siguiente tema: Creación de un personaje animado para revitalizar la imagen del Proyecto LALA de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito; entra dentro de la línea de investigación conocida como diseño experimental de nuevos medios, que se basa en trabajar desde la aplicación de nuevas formas de comunicar a partir de la utilización de nuevos medios y herramientas que permitan tener una experiencia significativa desde la perspectiva del diseño.

Dentro de esta línea de investigación, el presente proyecto entra en la subcategoría de Impacto social y cultural, debido a que tiene como objetivo el provocar un impacto positivo en la percepción y comunicación del Proyecto LALA; por lo que, a partir de la creación de un personaje animado, se busca revitalizar la imagen del mismo, crear un fuerte vínculo emocional con el público objetivo y transmitir adecuadamente los valores que el Proyecto LALA representa.

Para ello, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo un personaje animado puede mejorar la identidad del Proyecto LALA y fomentar la participación de los estudiantes en sus servicios de consejería académica?

Según Berganza y Ruíz (2005), un estudio catalogado como exploratorio debe abordar un tema desconocido, poco explorado o innovador (p. 54). Por lo tanto, este proyecto entra en este tipo de investigación, debido a que se va a crear un producto nuevo, que no existe en la Universidad Politécnica Salesiana y mucho menos dentro de sus iniciativas, como lo es el Proyecto LALA.

Para la investigación que requiere el trabajo de titulación, se decidió utilizar el enfoque mixto o cuali-cuantitativo, ya que permite obtener una perspectiva más precisa, profunda y amplia de las necesidades y expectativas de la audiencia, así como el impacto que tendrá el personaje animado. Así también, como menciona Otero (2018), el procedimiento de investigación mixta conlleva la recopilación, estudio e interpretación de datos tanto cualitativos como cuantitativos que el investigador haya estimado pertinentes para su análisis. (p. 19). En consecuencia, se ha tomado la decisión de utilizar tres técnicas de investigación para recopilar información que resulta necesaria en el marco de la investigación:

Primero, aquellas técnicas cualitativas, tales como la entrevista a profundidad, que, como mencionan Yuni y Urbano (2014):

Las investigaciones basadas en entrevistas son pertinentes para la investigación cultural y social debido al hecho de que dan acceso a las informaciones que son suministradas por los propios sujetos y, de este modo, se obtiene un acceso inmediato a los significados que los sujetos les atribuyen a sus realidades. (p.82)

En base a ello, se busca comprender a fondo las percepciones, valores y expectativas de aquellas personas que forman parte de la comunidad universitaria, tales como estudiantes, profesores y personas que forman parte del Proyecto LALA, sobre el personaje que se va a crear.

Otra técnica por utilizar son los grupos focales, con los que se tomarán como centro a un grupo selecto de personas dentro de la comunidad universitaria para conocer y explorar sus reacciones ante distintos personajes animados, con el fin de obtener retroalimentación sobre los diferentes aspectos del diseño y sí este representa claramente al Proyecto LALA.

Por último, se usará la técnica de investigación cuantitativa de la encuesta, una herramienta de gran alcance para llegar a un mayor número de personas dentro del público objetivo. Siendo clave para medir la efectividad y la percepción del personaje animado, ya que ayudará a obtener datos numéricos que pueden ser analizados estadísticamente.

Análisis e interpretación de los datos

Encuesta

Esta técnica se plantea para la recolección de datos previa al diseño del personaje animado. Se realizaron dos encuestas, con preguntas cerradas y abiertas. Para la ejecución de la primera, se tomó una muestra de 58 encuestados, en su mayoría estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, personal administrativo, docentes y personas relacionadas con el Proyecto LALA, de entre 18 a 64 años, y donde una parte considerable pertenecen a la carrera de Diseño Multimedia. La muestra entra de acuerdo con el número correspondiente al tipo de investigación de este proyecto ya antes mencionada, la investigación exploratoria, que estipula la cantidad de encuestados que se debe obtener. En este caso, según Berganza y Ruíz (2005) debe ser de entre 30 a 50 personas.

Luego de tres preguntas para recolectar información de los encuestados, se continúa con un total de diez preguntas sobre el personaje animado y su impacto en el Proyecto LALA.

Según los resultados de la primera pregunta (Ver Anexo A) realizada para determinar el tipo de personaje que va a representar la imagen del proyecto LALA y representados en la Figura 1

(Ver Anexo B), se evidenció que el 47% de los encuestados optó por elegir que la apariencia de este sea animal, siendo la mayoría. Por tanto, se trabajará el diseño del personaje con esta apariencia.

En base al resultado anterior, es importante determinar el estilo visual más adecuado para el diseño del personaje, por lo que, según los resultados representados en la Figura 2 (Ver Anexo B), respondiendo a la pregunta dos (Ver Anexo A), el 36% de los encuestados opina que es más adecuado el estilo caricaturesco, el 33% difiere eligiendo el estilo minimalista, el 24% cree que es mejor utilizar el estilo anime o manga y el 7% eligió el estilo realista.

Como el personaje debe representar y revitalizar la imagen del proyecto LALA que es parte de una institución universitaria nacional, es fundamental que refleje rasgos particulares de la localidad, por tanto, se plantea esta idea en la pregunta tres (Ver Anexo A). Según los resultados representados en la Figura 3 (Ver Anexo 2), entre el 43% y el 41% opinan que sí es importante, siendo mayoría.

Igualmente, es importante que el personaje represente actitudes para generar un sentimiento de empatía en los espectadores. Por lo que, se planteó la cuarta pregunta (Ver Anexo A), una pregunta abierta para conocer las recomendaciones de los encuestados. Los resultados se recopilaron en la Figura 4 (Ver Anexo B), los cuáles reflejaron que la característica que más se repite es “alegre”, seguido por otras respuestas, tales como: confianza, valentía, jovial, optimista, motivador, etc. Por consiguiente, se concluye que el personaje animado debe mostrar una actitud alegre, para que pueda conectar con el público.

Otro factor importante, que se busca comprender desde la pregunta cinco (Ver Anexo A) es el impacto y utilidad que puede tener la creación de un personaje animado para revitalizar la imagen del Proyecto LALA. Es así como, según los resultados de la Figura 5 (Ver Anexo B), el 55% y el 34% estiman que el personaje animado es útil para mejorar la imagen del proyecto LALA y el 9% se mantiene neutral ante la pregunta. Por esta razón la creación de un personaje animado es una propuesta viable y útil para mejorar la imagen del proyecto.

A su vez, se planteó la pregunta seis de selección múltiple (Ver Anexo A), con el fin de determinar que valores salesianos debe reflejar el personaje animado, para esto, se investigó previamente los valores más representativos que son parte de la identidad salesiana. Como se

representó en la Figura 6 (Ver Anexo B), un 28% de los encuestados eligió el valor de la amabilidad, otro 28% escogió el optimismo y la alegría, siendo estos los valores más escogidos.

Se planteó la pregunta ocho (Ver Anexo A) para comprender el nivel de importancia sobre el impacto que podría tener el personaje animado en la imagen del Proyecto LALA, en esta se aplicó la escala de Likert, una escala de valoración psicométrica que evalúa las opiniones y reacciones de una población a partir de categorías cerradas sobre un determinado tema (Hammond, 2019). Como se retrata en la Figura 8 (Ver Anexo B), un 48% y 40% de las personas encuestadas respondieron que estaban de acuerdo.

Además, se determinó que la creación de un eslogan sería importante para fortalecer el mensaje que se busca proyectar a través del personaje animado, por tanto, se planteó la pregunta nueve (Ver Anexo A) para obtener posibles propuestas sugeridas por los encuestados. Como se señala en la Figura 9 (Ver Anexo B), varios destacaban la amabilidad, confianza, el acompañamiento y la empatía como parte fundamental para salir adelante y superar los problemas.

Para finalizar, se planteó la décima pregunta (Ver Anexo A) para comprender, desde la perspectiva del público objetivo, que mensaje debería transmitir el personaje animado. Como se retrata en la Figura 10 (Ver Anexo B), la mayoría de las personas encuestadas destacó la confianza, otros, la empatía, cercanía, positividad, el esfuerzo, la motivación, el apoyo y la seguridad.

La segunda encuesta se realizó una vez obtenidos los datos la primera, con ella se busca definir, que tipo de animal será el personaje animado que representará al Proyecto LALA, ya que la opción de que sea un animal fue la escogida en la encuesta anterior. Para esto, se eligieron posibles animales en base a una investigación previa donde se analizaron tres factores principales: que pertenezca a la fauna ecuatoriana, su simbología en la cultura andina y los valores que representa, ya que deben alinearse a aquellos que posee el Proyecto LALA. Por tanto, se escogieron cuatro opciones de animales.

El primero fue el puma andino, que es uno de los grandes felinos de América, y su subespecie reside principalmente en algunos territorios de Sudamérica, entre ellos Ecuador (“La Trilogía Inca: El Cóndor, El Puma Y La Serpiente”, 2016). Se menciona que representa el “Kay Pacha”, es decir, el mundo de los vivos; también simboliza fuerza, sabiduría, inteligencia, paciencia, protección, equilibrio, y responsabilidad Valores y actitudes que están dentro del proyecto.

Como segunda opción está el colibrí o quinde. Un ave representativa de la capital del Ecuador, que según Endara (2016), el colibrí zamarrito pechinegro, mediante una resolución municipal, fue reconocido como el ave representativa del Distrito Metropolitano de Quito.

Es un ave bastante atractiva para la mayoría de los ecuatorianos, debido a las veces tan reducidas en las que puede ser visto volando de flor en flor. Representa el amor, valor y alegría. Algunas de las actitudes que sobre salieron en la primera encuesta.

Tercero, la zarigüeya, un animal de la fauna silvestre de la sierra ecuatoriana. Según establece Corazón (2023), en la cosmovisión de pueblos originarios americanos, la zarigüeya ocupaba un papel importante. Se les consideraba animales inteligentes, prudentes, astutos y estratégicos. Este marsupial representa ingenio, adaptabilidad, resiliencia, e inteligencia.

Por último, el jaguar. Un animal típico de la Amazonía ecuatoriana. El término jaguar se deriva de los idiomas tupí y guaraní de América del Sur, del término yaguareté, que significa una bestia feroz y mortal de un solo salto. Para numerosas culturas de Latinoamérica, representa la fuerza de la naturaleza y se le reconoce como guardián de la selva. (WWF, 2016). Resiliente, fuerte, protector, capaz de adaptarse a cualquier ambiente y condición.

Se colocaron dos preguntas, una para determinar qué animal debería ser el personaje animado, junto con una fotografía respectiva y una descripción breve de los valores que cada animal representa. Y la segunda, opcional, donde los encuestados pudieran dar otra sugerencia y su justificación.

Como resultado representado en la Figura 11 (Ver Anexo B) de la primera pregunta (Ver Anexo C), el 49% de los encuestados prefiere al colibrí como el animal que debe ser diseñado, el 31% escogió al jaguar, el 11% eligió el puma, el 6% optó por la zarigüeya, y una minoría pusieron otras recomendaciones como el cóndor. En base a estos datos se llega a la conclusión de que el animal que personificará y representará al Proyecto LALA va a ser el colibrí.

Entrevista a profundidad

Es una técnica que se basa en el diálogo a partir de preguntas exploratorias que permitirán comprender la experiencia y percepción de la persona respecto al proyecto de investigación que se está planteando y su papel dentro del mismo (Gerea, 2021). Para ello, se creó un listado de

10 preguntas, todas destinadas a entender la importancia de la creación de un personaje animado para revitalizar la imagen del Proyecto LALA.

El entrevistado fue Eduardo Paucar Ph.D, Coordinador de la Pastoral Universitaria, campus El Girón y Coordinador del Proyecto LALA de la sede Quito. La entrevista duró 45 minutos. A continuación, se resaltan las respuestas importantes que servirán para el desarrollo del proyecto.

Según las preguntas uno, dos y siete (Ver Anexo D), Eduardo Paucar considera que la iniciativa es importante, ya que el personaje animado puede darle vida al Proyecto LALA y llegar al estudiante de manera más directa, esto debido a que puede ser un plus con los objetivos de promoción y motivación, es decir, da apertura a nuevas posibilidades de difusión, no sólo con las técnicas tradicionales que siempre utilizaron, sino con la aplicación de la tecnología y nuevos medios digitales.

Sin embargo, menciona que el Proyecto LALA tiene una gran falencia, el bajo impacto que ha tenido en los estudiantes, porque una gran cantidad desconoce del mismo. Enfatiza que la mejor forma de aumentar el impacto sería a través del uso de las redes sociales y la incorporación del personaje animado en estos medios, como complemento a los materiales impresos y buscando despertar el interés de los y las estudiantes para participar en el Proyecto LALA.

Por consiguiente, se preguntó sobre las características que debe reflejar el personaje con la pregunta tres (Ver Anexo 4), a esto mencionó que resaltaría los valores salesianos, ya que el personaje cumple un papel de acompañamiento con los estudiantes.

Con respecto al diseño, respondiendo a la pregunta cuatro y seis (Ver Anexo D), Eduardo cree que el estilo debería estar alineado a lo que está en tendencia con la comunidad juvenil actual, en lo personal recomienda que fuera minimalista o caricaturesco porque puede llamar la atención de los estudiantes.

Además, menciona que los colores que se han estado utilizando en los medios de difusión impresos del Proyecto LALA, podrían ser nuevamente usados en el personaje animado ya que representan al proyecto y varias personas de la Universidad los asocian con el mismo. No obstante, expresa que está abierto a cambios sí es necesario.

Por otro lado, respondiendo a las preguntas 5 y 8 (Ver Anexo D), el entrevistado cree que cualquier interacción del personaje debe direccionarse desde el tema de la cercanía, buscando conectar con los estudiantes en base a ciertos factores como el color y actitudes. Este debe ser un mediador entre consejeros y estudiantes.

Por último, respondiendo a las preguntas 9 y 10 (Ver Anexo D), el Proyecto LALA está dirigido a todos los estudiantes de la Universidad, sin importar sus notas o desempeño académico. Por lo que, el personaje animado, su forma de representarse y lo que va a decir, ayudará a reducir los estigmas asociados a buscar ayuda académica.

Igualmente, menciona que, a través de lo que realiza el Proyecto LALA y prontamente, con el personaje animado, se podría ayudar a que el estudiante tome consciencia de que el proceso de aprendizaje no es individual, sino que es una construcción colectiva y comunitaria. Es así como, el personaje puede motivar a que el estudiante piense en su proceso de aprendizaje, como algo que puede hacer acompañado y en el que va a aprender con otros.

RESULTADOS

Como primer paso, para la construcción del personaje animado, se realizaron tres propuestas iniciales de posibles colibríes (Ver Anexo E), cada uno con diferentes características, de los cuáles sólo se escogió uno. El colibrí elegido será la base para crear otros dibujos del personaje animado en diferentes poses, vistas y con una variedad de expresiones.

Para seleccionar una única propuesta, se realizó un grupo focal compuesto por 4 personas, todas relacionadas con el Proyecto LALA, entre ellos, dos coordinadores del proyecto, un consejero académico y un estudiante.

Primero, se eligió la siguiente propuesta para posteriormente hacer correcciones en cromática y diseño, en base a las recomendaciones del grupo focal (Ver Anexo F).

Figura 12

Tercera propuesta de colibrí



Nota: Colibrí colorizado sin vestimenta.

Boceto

Este sketch ha sido desarrollado en el programa de ilustración digital para dispositivos móviles llamado Infinite Painter, se ajustaron los detalles faltantes que ayudarán a representar de forma más clara, el mensaje y los valores del Proyecto LALA. Todos retratados en un primer boceto corregido.

Figura 13

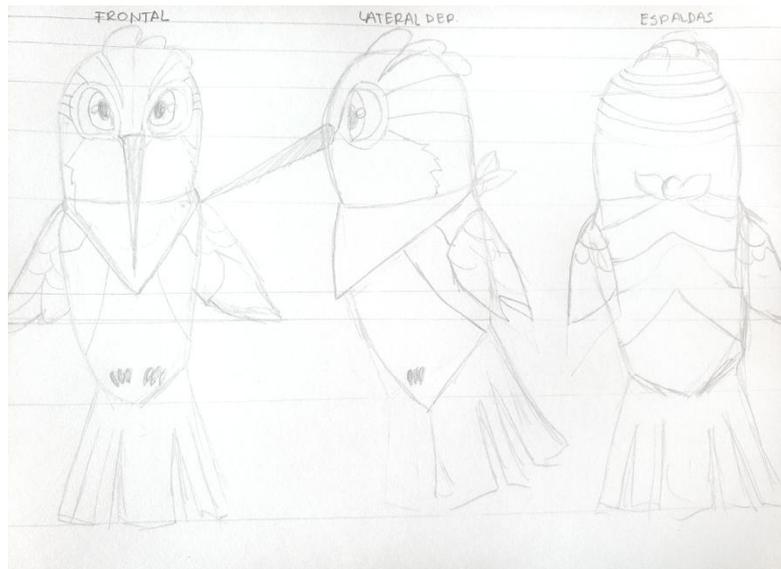
Primer boceto digital corregido



Además, se plasmaron las diferentes vistas del personaje animado (sprites), frontal, de perfil y posterior, con el fin de facilitar la aplicación futura del mismo en distintas poses.

Figura 14

Diferentes vistas del personaje animado



Lineart

Posterior a la construcción del boceto, se procedió a depurarlo y dejar sólo las líneas más importantes para hacer una correcta colorización del mismo.

Figura 13

Lineart del personaje animado



Colorización

Para colorizar el personaje animado, se utilizó la paleta de colores del Proyecto LALA como base, junto con distintas tonalidades de estos colores, para mantener la línea gráfica ya establecida.

En base a la teoría del color, se utilizó una combinación de colores cálidos (amarillo y rosado) y colores fríos (azul y verde), variando en su saturación y luminosidad. Esto para crear un equilibrio visual y transmitir diferentes sensaciones.

Esta combinación se conoce como fórmula de colores cuadrado, debido a que utiliza cuatro colores, espaciados uniformemente formando un cuadrado en el círculo cromático y dónde uno de ellos predomina (azul) y los otros son acentos (Vargas, 2021).

Por otro lado, según la psicología del color, que es un campo de estudio enfocado en analizar como las personas perciben y se comportan ante diferentes colores, y las emociones que causan en ellas (García, 2016). Los colores que se utilizaron para la construcción del personaje

fueron pensados en base a su significado, simbolismo y las emociones que se busca causar en el público objetivo.

Primero, se utilizaron los colores amarillo y azul debido a que forman parte de la línea gráfica de la Universidad Politécnica Salesiana. Sin embargo, para su elección, se basó en su significado. Por ejemplo, el color amarillo tiene connotaciones positivas, simboliza optimismo, felicidad, acción y vitalidad, cualidades clave que destacaron los encuestados. El color azul en cambio representa confianza, seguridad y tranquilidad (García, 2016), asociados a lo que el Proyecto LALA busca transmitir a los jóvenes.

Por otro lado, se eligieron también colores como el verde y tonalidades derivadas de este porque representa juventud, esperanza y armonía. Y, el color rosado fue escogido debido a que transmite calidez, amistad, encanto y puede ser llamativo si se usan tonalidades más fuertes del mismo (García, 2016). Cabe destacar que todos estos colores predominan en el animal escogido para ser el personaje animado, el colibrí.

Figura 14

Personaje colorizado sin sombras



A partir de esto, se dibuja al personaje desde diferentes vistas: frontal, perfilada, izquierdo y derecho y de espaldas.

Figura 15

Model sheet del personaje animado



Arte final

A partir de la construcción base del personaje y una correcta colorización, se trabajaron los detalles finales, como la aplicación de la luz y sombra, para darle profundidad, volumen, realismo y perspectiva a la ilustración.

Figura 16

Dibujo final del personaje animado



Como el personaje animado va a ser aplicado en diferentes formatos y contextos, se lo dibujó en varias poses, realizando diferentes acciones, las cuáles se mostrarán a continuación:

Se consideró importante diseñar al personaje con atuendos más formales, como el de la pañoleta, y otros más informales y juveniles, con chaquetas, gorros o bufandas, esto debido a que se tomaron en cuenta las recomendaciones de las personas que participaron en el grupo focal (Ver Anexo F).

Figura 17

Personaje animado en una pose alegre



Figura 18

Personaje animado explicando



Figura 19

Personaje animado saludando y animando



Figura 20

Personaje animado estudiando



Figura 21

Personaje animado volando



Debido a que, más del 40% de los encuestados respondieron que era importante que el personaje animado refleje características culturales locales y ecuatorianas, se decidió crearlo con vestimenta tradicional del pueblo indígena de Otavalo, en el que se resalta su vestimenta (poncho y sombrero) y actitud alegre.

Figura 22

Personaje animado con vestimenta tradicional del Ecuador



Además, sabiendo que existen ciertas fechas importantes dentro de la universidad y en las que el Proyecto LALA también se ve involucrado, se decidió dibujar al personaje animado con motivo navideño, siendo un evento lleno de significado en el que el personaje puede conectar con los estudiantes.

Figura 23

Personaje animado con vestimenta navideña

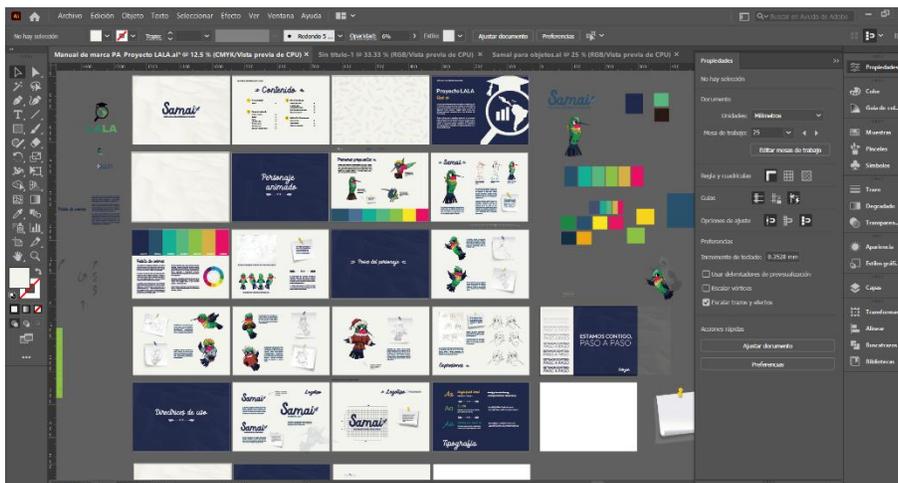


Construcción de la Guía de estilo

Todo el proceso de creación del personaje animado y las diferentes ilustraciones de este, fueron recopiladas en un documento conocido como Guía de estilo, la cual fue realizada en el programa Adobe Illustrator, un programa vectorial de diseño que permite la creación de distintas piezas gráficas para diferentes formatos. Se trabajó en un documento base de 28 páginas o áreas de trabajo en las que se colocaron aspectos importantes referentes al personaje, tales como: bocetos, proceso de dibujo, artes finales, model sheet, poses, expresiones, paleta de colores, tipografía y contexto del nombre, aplicaciones en diferentes formatos a través de mockups y las directrices del correcto uso del personaje animado.

Figura 24

Creación de la guía de estilo del personaje animado



Como parte de este proceso, resultó importante darle un nombre al personaje animado, con el fin de que las personas lo identifiquen, conecten con él y, por tanto, lo sientan más cercano. Es así como, se le dio el nombre de *Samai*, originario de la cultura Kichwa, que significa alegría. Se lo escogió debido a que se buscaba resaltar la cultura e historia que también representa el personaje animado, puesto que el Proyecto LALA es parte de una universidad ecuatoriana que se caracteriza por el respeto a la diversidad, la igualdad e inclusión de personas de culturas nativas y ancestrales en la comunidad universitaria. Además, se tomó en cuenta la opinión de las personas encuestadas, quienes resaltaron que el personaje debía representar alegría, apertura y optimismo.

Para complementar la imagen e identidad del personaje animado, se creó un logotipo del nombre de este, basándose en las características que distinguen al personaje (alegría, vitalidad, acción) y al mensaje que se desea transmitir a través de este. Es así como, la tipografía *Jungle Giant Script* fue elegida porque denota movimiento, versatilidad, optimismo y se asocia con lo juvenil.

Además, se creó un eslogan característico para *Samai*, con la finalidad de reforzar el mensaje que se desea transmitir y los objetivos del Proyecto LALA. El cuál es el siguiente: “Estamos contigo, paso a paso”. Este se eligió en base a las propuestas que mencionaron en la encuesta.

Figura 25

Logotipo del nombre del personaje animado y su eslogan



Como parte final, se crearon distintos mockups para representar como se vería el personaje animado, aplicado en varios formatos digitales, impresos y en algunos objetos físicos, tales como afiches, trípticos, posts para redes sociales, presentaciones, diapositivas, stickers, tazas, ropa, entre otros (Ver Anexo G). Esto es importante para mostrar que el personaje animado ofrece distintas posibilidades, adaptándose a las preferencias del público objetivo.

CONCLUSIONES

- En base a todo lo trabajado, se puede concluir que, el diseño del personaje animado refleja los conceptos tratados dentro del marco teórico, puesto que se parte desde la comunicación visual y su relación con la cultura, tomando a estas como base para crear un personaje que sea atractivo para los stakeholders. A su vez, para su creación y conceptualización, se relaciona con los fundamentos del diseño, las bases para la creación de personajes, la psicología del color y el significado y objetivos del Proyecto LALA.
- A partir de las técnicas de investigación aplicadas, encuestas, entrevistas y grupo focal, se pudo conocer que el personaje animado es una propuesta viable e importante, que puede establecerse de manera firme y oficial como parte del Proyecto LALA; con gran acogida y potencial para seguirlo trabajando, mejorando y aplicando en nuevas ideas, propuestas, formatos, soportes y medios, que ayuden a que este proyecto siga teniendo cada vez más impacto en la comunidad universitaria, y por tanto, que se pueda seguir ayudando a los jóvenes desde un acompañamiento integral.
- Finalmente, la creación de un personaje animado es una herramienta fundamental para incrementar la visibilidad del Proyecto LALA, debido a que puede ser un actor que construya una relación entre los consejeros académicos y los(las) estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana, que motive a los alumnos a ser parte de este proyecto, que conecte con ellos, transmita los valores y objetivos del proyecto y que tenga un impacto positivo en la forma de cómo lo ven, sabiendo que Samai es un personaje que transmite confianza, cercanía, amor y alegría, cualidades fuertemente relacionadas a la identidad salesiana. Es así como, para el diseño del personaje, se utilizaron colores, estilos de dibujo, elementos gráficos y tipografías, basados en todas las ideas antes mencionadas, para reflejar correctamente el propósito y la esencia del Proyecto LALA.

REFERENCIAS

- Berganza, R., & Ruíz, J. (2005). Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación (1st ed., pp. 3–303). McGRAWHILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U.
- Branda, M., y Cuenya, A. (2014). *Comunicación Visual Reflexión y práctica de la enseñanza*. Editorial de la Universidad de La Plata. <https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/254/1/comunicacion-visual.pdf>
- Cardona, J. A., & Castellanos, L. (2019). Estrategias de marketing digital para el entorno universitario: La eficacia de los personajes animados en la comunicación institucional. *Revista de Comunicación y Marketing Digital*, 12(2), 45-57.
- Dondis, D. A. (1973). *A primer of visual literacy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Munari, B. (1966). *Design as Art*. Penguin Books.
- Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*. Basic Books.
- O'Connor, E. M. (2018). *The Art of Character Design: A Comprehensive Guide to Creating Memorable Characters*. New York, NY: Animation Press.
- Ordóñez Jara, V., Plasencia Llanos, V. y Briones Yela, R. (2024). *La Universidad en Pastoral 30 años, historia, retos y desafíos*. Ediciones Abya - Yala
- Otero, A. (2018). ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN. https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf
- Rams, D. (1995). *Less But Better: The Design Ethos of Dieter Rams*. Gestalten.
- Rand, P. (1947). *Thoughts on Design*. New York: Wittenborn, Schultz, Inc.
- Schwartz, C. C. (2020). *Character Development: Crafting Unique Personalities for Animation*. Los Angeles, CA: Animation Studies Press.

Smith, R. A. (2016). *Creating Characters: A Practical Guide to Character Design*. London, UK: Creative Publishing.

Yuni, J., y Urbano, C. (2014). *Técnicas para investigar: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Editorial Brujas.

Webgrafías

Corazón, A. (2023, November 17). *Zarigüeya: Claves de su Significado Espiritual y Mensajes Ocultos*. My WordPress. <https://espiritualidadysimbolismo.com/significado-espiritual-zarigueya/>

Endara, V. (2016). *El colibrí: ave emblemática de la capital de los ecuatorianos*. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-colibri-ave-emblematica-de-la-capital-de-los-ecuatorianos>

García, J. (2016). *Psicología del color: significado y curiosidades de los colores*. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

Gerea, C. (2021). *Entrevista en profundidad: del diseño al análisis (con ejemplos)*. FREED TOOLS. <https://freed.tools/blogs/ux-cx/entrevistas-profundidad>

Hammond, M. (s.f.). *Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla (incluye ejemplos)*. Blog.hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>

La trilogía inca: el cóndor, el puma y la serpiente. (2016). Boletín Machu Picchu. <https://www.boletomachupicchu.com/trilogia-inca-condor-puma-serpiente/>

Pérez, A. (2022). *Stakeholders, ejemplos para entender el concepto*. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/stakeholders-ejemplos-para-entender-el-concepto>

Sikimira. (2024). Sikimira. "Colibrí" Ecuador. Sikimira.com. <http://www.sikimira.com/eshop/en/colibr%C3%AD-monedero>

Vargas, S. (2021). *Descubre como la teoría del color puede llevar tu creatividad al siguiente nivel*. My Modern Met En Español. <https://mymodernmet.com/es/teoria-color-basica/>

WWF. (2016). *Jaguar*. World Wildlife Fund. <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/historias/jaguar>

Anexos

Anexo A.- Preguntas para la Encuesta

La siguiente encuesta tiene la finalidad de recolectar información para realizar una investigación previa sobre la creación de un personaje animado para reforzar la imagen del Proyecto LALA de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito.

El Proyecto LALA es una propuesta de acompañamiento y consejería académica que tiene como objetivo ayudar a los estudiantes en su proceso de formación, a través de la detección de sus fortalezas, dificultades y necesidades (emocionales, espirituales, académicas) con el fin de brindar soluciones, derivar a tutorías o apoyos que se requiera (Centro Psicológico, Bienestar Estudiantil, Pastoral Universitaria) y dar un acompañamiento acertado para evitar la deserción académica.

Por favor, tómate unos minutos para reflexionar cada pregunta y trata de ser lo más sincero posible. ¡Gracias por tu cooperación!

¿Qué edad tienes?

Actualmente, siendo parte de la comunidad universitaria ¿Qué rol desempeñas?

(Opciones para elegir)

- Estudiante
- Docente
- Directivo
- Otro (especificar)

¿De qué carrera eres?

1. ¿Qué apariencia física te gustaría que tuviera el personaje animado? (poner muestras/imágenes referenciales)

a) Humano



b) Animal



c) Objeto



d) Otro (especificar)

2. ¿Qué estilo visual te parece más adecuado para el diseño de un personaje animado? (poner muestras)

a) Realista



b) Caricaturesco/Cartoon



c) Minimalista



d) Anime/Manga



e) Otro (especificar)

3. ¿Qué tan importante consideras que el personaje animado refleje características culturales locales - ecuatorianas (ej. vestimenta tradicional, idioma, etc.)?

- a. Muy importante
- b. Importante
- c. Poco importante
- d. No es importante

4. ¿Qué actitudes debería reflejar el personaje animado? (Ejemplo: alegre, jovial, motivado, etc).

(Escriba su respuesta)

5. En una escala del 1 al 5, ¿qué tan útil crees que sería el personaje animado para mejorar la imagen del Proyecto LALA?

- 1. Nada útil
- 2. Poco útil
- 3. Neutral
- 4. Útil
- 5. Muy útil

6. ¿Qué valores salesianos debería reflejar el personaje animado? (puede seleccionar múltiples opciones)

- A. Preventividad
- B. Amabilidad
- C. Familiaridad
- D. Trascendencia
- E. Optimismo y alegría

7. ¿En qué tipo de entornos te imaginas al personaje animado del Proyecto LALA? (seleccionar varias opciones)

- a) Biblioteca
- b) Cafetería
- c) Aula
- d) Patio
- e) Oficina
- f) Otros

8. ¿Crees que la creación de un personaje animado podría impactar positivamente en la imagen del Proyecto LALA?

- a. Completamente de acuerdo
- b. De acuerdo
- c. Neutro
- d. Desacuerdo un poco
- e. Totalmente en desacuerdo

9. Si tuvieras que crear un eslogan o frase para el personaje animado, ¿cuál sería y por qué?

10. ¿Qué mensaje debería transmitir el personaje animado?

Anexo B.- Resultados de la Encuesta

Figura 1

Resultados de la pregunta N° 1 de la encuesta (Ver Anexo A)



Nota: Se representa con un gráfico pastel, las elecciones de los encuestados sobre el tipo de personaje que se va a manejar para representar al Proyecto LALA.

Figura 2

Resultados de la pregunta N° 2 de la encuesta (Ver Anexo A)



Nota: Representación en gráfico de pastel sobre el estilo visual que se va a utilizar en el diseño del personaje.

Figura 3

Resultados de la pregunta N° 3 de la encuesta (Ver Anexo A)



Nota: Resultados representados en un gráfico pastel de acuerdo con el nivel de importancia de que el personaje refleje características locales.

Figura 4

Representación de las respuestas en la pregunta N°4 (Ver Anexo A)



Nota: Lluvia de ideas de todas las respuestas dadas por los encuestados.

Figura 5

Respuestas a la pregunta 5 de la encuesta (Ver Anexo A)



Nota: Representación gráfica de las respuestas sobre el nivel de utilidad del personaje animado para la imagen del Proyecto LALA.

Figura 6

Resultados a la pregunta seis de la encuesta (Ver Anexo A)



Nota: Gráfico de pastel de los valores escogidos que debe reflejar el personaje animado.

Figura 7

Resultados a la pregunta siete (Ver Anexo A)



Nota: Gráfico de barras que representa los lugares de la Universidad escogidos para adecuar el personaje animado

Figura 8

Resultados a la pregunta ocho de la encuesta (Ver Anexo A)



Nota: Gráfico de pastel para representar el nivel de acuerdo o desacuerdo respecto al impacto del personaje animado en la imagen del Proyecto LALA.

Figura 9

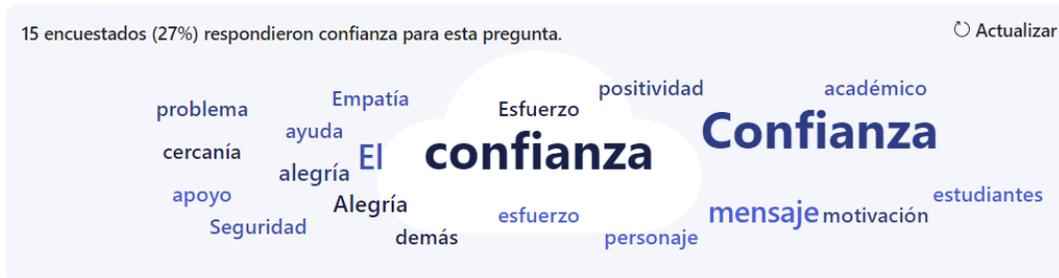
Respuestas a la pregunta nueve (Ver Anexo A)



Nota: Diferentes propuestas para un eslogan que acompañe al personaje animado del Proyecto LALA.

Figura 10

Respuestas a la pregunta abierta 10 (Ver Anexo A)



Nota: Diferentes respuestas respecto al mensaje que debería transmitir el personaje animado del Proyecto LALA.

Figura 11

Resultados a la pregunta uno de la segunda encuesta (Ver Anexo C)



Nota: Elección del animal más adecuado para ser el personaje animado que representará al Proyecto LALA.

Anexo C.- Preguntas segunda encuesta

Elección del animal para el personaje animado que va a representar al Proyecto LALA de UPS

En relación con la anterior encuesta sobre la creación de un personaje animado para revitalizar la imagen del Proyecto LALA, buscamos definir qué tipo de animal lo va a representar de mejor manera. A continuación, se presentan varias opciones de animales, junto a su significado.

Por favor, tómese su tiempo para pensar, elija con detenimiento y tome en cuenta lo que simboliza cada animal y sí esto se alinea con lo que representa el Proyecto LALA. ¡Gracias por su colaboración!

1. ¿Cuál animal sería el más adecuado para ser el personaje animado que represente al Proyecto LALA de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito?

- **Puma** (Representa fuerza, sabiduría, inteligencia, paciencia, protección, equilibrio, responsabilidad)
- **Colibrí** (Representa amor, valor, alegría)
- **Zarigüeya** (Representa ingenio, adaptabilidad, resiliencia, inteligencia)
- **Jaguar** (Representa resiliencia, fortaleza, adaptabilidad, protección)

2. Sí tiene otra propuesta, por favor escríbala en esta sección y explique por qué.

Anexo D.- Preguntas para la entrevista

1. ¿Cómo ve la propuesta de incorporar un personaje animado al proyecto LALA?
¿Cree que se alinea con los objetivos del proyecto?
2. ¿Qué beneficios cree que podría aportar un personaje animado al Proyecto LALA?
¿Cómo podría mejorar la experiencia de los estudiantes?
3. ¿Qué características cree que debería tener el personaje para representar adecuadamente al Proyecto LALA y a la comunidad universitaria? ¿Por qué cree que esas características son importantes?
4. ¿Qué tipo de estilo visual le gustaría que tuviera el personaje (por ejemplo, moderno, tradicional, caricaturesco) y por qué? ¿Cree que este estilo sería atractivo y representativo para el público del proyecto LALA?
5. ¿Cómo imagina que este personaje animado podría interactuar con los/las estudiantes y el público en general? ¿Le gustaría que el personaje animado tuviera presencia en redes sociales, eventos, o en material educativo del proyecto?
6. ¿Tiene alguna recomendación específica o idea creativa sobre cómo debería ser este personaje?
7. ¿Qué preocupaciones tiene sobre la implementación de un personaje animado? ¿Qué desafíos podrían surgir?
8. ¿Cómo cree que se podría involucrar el equipo del Proyecto LALA en el desarrollo y la implementación del personaje animado? ¿Cómo comunicaría la existencia y las funciones del personaje animado a los estudiantes?
9. ¿Cómo cree que un personaje animado podría ayudar a reducir los estigmas asociados a buscar ayuda académica?
10. ¿Qué papel podría jugar el personaje animado en la promoción de una cultura de aprendizaje colaborativo?

Anexo E.- Primeras propuestas del personaje animado

Figura 26

Primera opción del personaje animado



Nota: Colibrí dibujado en una pose alegre con mochila y gorro.

Figura 27

Segunda opción del personaje animado



Nota: Colibrí volando, utilizando una chaqueta y gorro, dándole un aspecto juvenil.

Anexo F.- Recomendaciones del grupo focal

Los miembros del grupo focal proponen que a futuro la carrera de Diseño Multimedia pueda establecer un convenio con ellos para mantener el uso del personaje actualizado, mediante la participación de los estudiantes de la carrera, el grupo ASU de arte, las pasantías, prácticas de vinculación y prácticas preprofesionales, para evitar que vuelva a reducirse su visibilidad y a su vez, se abran nuevas oportunidades de colaboración y trabajo en equipo.

Además, sugirieron que el personaje puede ser utilizado en futuros proyectos como: cortos animados, publicidad, series, un mural, merchandising, etc. A su vez, se puede crear a futuro, una bandada de colibríes, cada uno con sus propias características y aspectos, para que puedan ser utilizados en varios storytelling y publicidad relacionados con el Proyecto LALA. Por último, se propuso la creación de redes sociales exclusivas para el Proyecto LALA donde el personaje sea el protagonista en los posts y videos.

Anexo G.- Mockups y aplicaciones del personaje animado

Figura 28

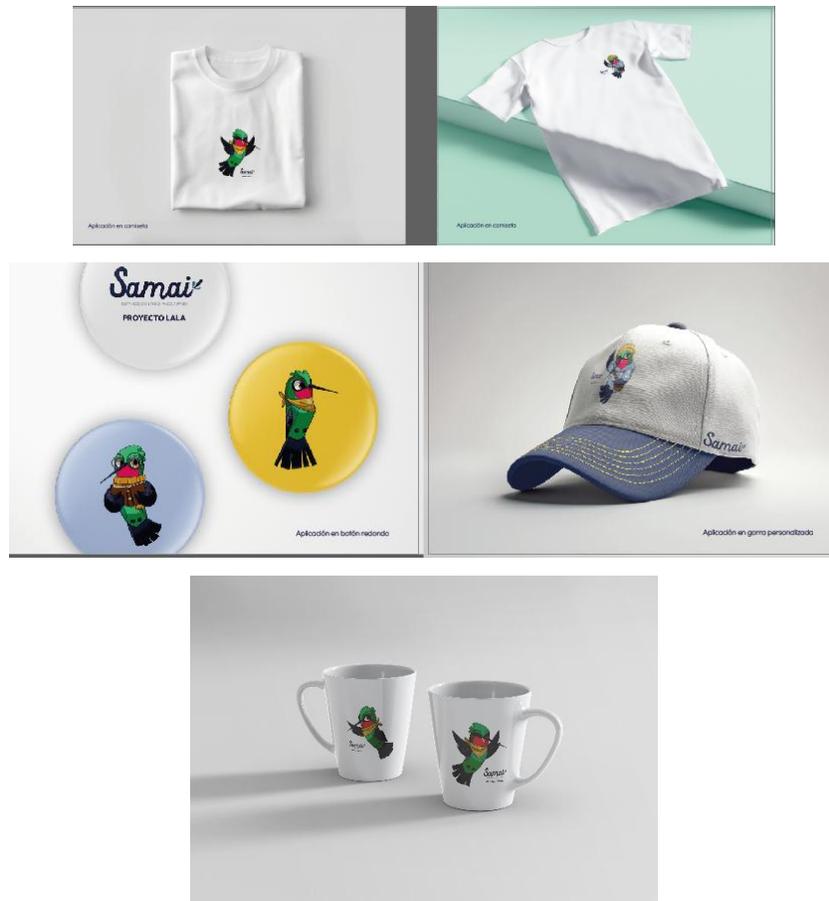
Aplicación de Samai en diferentes medios impresos



Nota: Captura de pantalla de la guía de estilo.

Figura 29

Otras aplicaciones de Samai en distintos objetos (Merchandising)



Nota: Samai aplicado en gorras, camiseta, tazas y pines.