PUCE
Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Diseño Gráfico

PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE HÁBITAT, INFRAESTRUCTURA Y CREATIVIDAD

EL TEATRO DE POCO

Diseño gráfico persuasivo para promover hábitos saludables en dueños de mascotas que incurren en comportamientos que las humanizan.

NOMBRE

Edwin Javier Lamiña Singo

TUTOR

Dis. Xavier Jiménez Álvaro, M.D

FECHA

Julio 2026

"No puedes compartir tu vida con un perro o un gato y no saber perfectamente que los animales tienen personalidades, mentes y sentimientos."

— Jane Goodall (1999)

Resumen

La humanización de las mascotas es un fenómeno cada vez más frecuente en contextos urbanos, caracterizado por la atribución de necesidades, emociones y comportamientos humanos a los animales de compañía. Aunque esta práctica surge del afecto y del fortalecimiento del vínculo humano-animal, diversos estudios advierten que puede generar consecuencias negativas para el bienestar físico y conductual de las mascotas cuando sus necesidades biológicas son interpretadas desde parámetros humanos. Entre estas prácticas se encuentran el uso innecesario de vestimenta, la sobreprotección, la restricción de conductas naturales, la alimentación inadecuada y la dependencia emocional excesiva.

La presente investigación se desarrolló en la clínica veterinaria VET CARE CENTER, sede Cumbayá, con el objetivo de analizar esta problemática y explorar una solución desde el diseño gráfico. Mediante revisión bibliográfica, aplicación de la escala Lexington Attachment to Pets Scale (LAPS) a propietarios de mascotas y entrevistas a profesionales veterinarios, se identificó un alto nivel de apego emocional hacia los animales y una brecha comunicacional entre el conocimiento técnico veterinario y la comprensión de los usuarios.

A partir de estos hallazgos se planteó una propuesta editorial denominada El teatro de Poco, concebida como una herramienta de comunicación visual orientada a promover prácticas de cuidado responsables. La propuesta adopta el formato de tira cómica ilustrada y utiliza recursos de humor absurdo, narrativa teatral e ilustración editorial para abordar situaciones de humanización de manera accesible y reflexiva. Cada historia presenta una práctica de riesgo y posteriormente incorpora una explicación fundamentada en criterios veterinarios y en las cinco libertades del bienestar animal.

Mediante el uso de la narrativa visual, la ilustración y el diseño editorial, la propuesta busca traducir información especializada en contenidos comprensibles para el público general. De esta manera, el proyecto demuestra el potencial del diseño gráfico como herramienta educativa capaz de fortalecer la comunicación veterinaria y promover el bienestar animal.

Abstract

The humanization of pets is an increasingly common phenomenon in urban settings, characterized by the attribution of human needs, emotions, and behaviors to companion animals. Although this practice stems from affection and the strengthening of the human-animal bond, various studies warn that it can have negative consequences for pets' physical and behavioral well-being when their biological needs are interpreted through a human lens. Among these practices are the unnecessary use of clothing, overprotection, the restriction of natural behaviors, inadequate feeding, and excessive emotional dependence.

This research was conducted at the VET CARE CENTER veterinary clinic in Cumbayá, with the aim of analyzing this issue and exploring a solution through graphic design. Through a literature review, the administration of the Lexington Attachment to Pets Scale (LAPS) to pet owners, and interviews with veterinary professionals, a high level of emotional attachment to animals and a communication gap between veterinary technical knowledge and owners' understanding were identified.

Based on these findings, an editorial proposal titled *El teatro de Poco* was developed, conceived as a visual communication tool aimed at promoting responsible pet care practices. The proposal takes the form of an illustrated comic strip and uses elements of absurd humor, theatrical narrative, and editorial illustration to address situations of anthropomorphism in an accessible and reflective manner. Each story presents a risky practice and then provides an explanation grounded in veterinary criteria and the Five Freedoms of animal welfare.

Through the use of visual narrative, illustration, and editorial design, the project aims to translate specialized information into content that is understandable to the general public. In this way, the project demonstrates the potential of graphic design as an educational tool capable of strengthening veterinary communication and promoting animal welfare.

Dedicatoria

A todos quienes me han dado la fuerza para seguir adelante.

A mi padre, a mi madre.

A mis queridas compañeras peludas.

Agradecimientos

A todas las personas que aportaron su acompañamiento durante el proyecto.

A todos los docentes que me han acompañado y guiado durante todos estos años.

CONTENIDO

P. INTRODUCCIÓN P.13

Antecedentes 14

Hipótesis 19

Objetivos 19

A1. DESCRIPCIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL CASO P.20

Presentación del caso 21

Diagnóstico del caso 23

Caracterización del usuario 29

Análisis tipológico 33

Definición del problema gráfico 40

Requisitos del proyecto 43

A2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

P.44

Generación de la idea 45

Propuesta 1 46

Propuesta 2 48

Propuesta 3 50

Exploración de la forma 52

Propuesta 1 53

Propuesta 2 55

Propuesta 3 57

Evaluación de concepto y estilo 59

Desarrollo de Prototipo 62

Evaluación de la propuesta 89

Conclusiones y Recomendaciones 92

Referencias bibliográficas 95

Anexos 98

Tablas y figuras

P.

Figura 1: Árbol de problemas 17

A.1

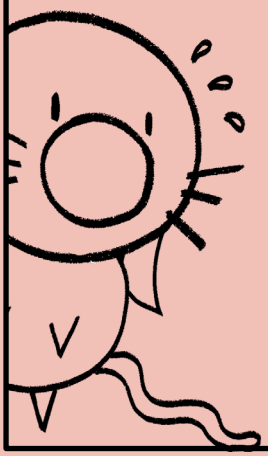


Figura 2: Exterior Veterinaria 22

Figura 3: Interior Veterinaria 22

Figura 4: Secciones clínicas 22

Figura 5: Galgo piñata 34

Figura 6: Foca golpeada 34

Figura 7: Escena: Chucky 35

Figura 8: Escena: El Resplandor 35

Figura 9: Escena: El Aro 35

Figura 10: Portadas de libros 36

Figura 11: Contenido (I) 36

Figura 12: Contenido (II) 36

Figura 13: Contenido del libro 37

Figura 14: Manejo de color 37

Figura 15: Variables de página 37

Figura 16: Contenido vertical 38

A.2

Figura 17: Conceptos clave 45

Figura 18: Bocetos propuesta 1 46

Figura 19: Bocetos propuesta 2 48

Figura 20: Bocetos propuesta 3 50

Figura 21: Exploración idea 1 54

Figura 22: Generación de cartas 54

Figura 23: Exploración idea 2 56

Figura 24: Archivos y foto de entidad 56

Figura 25: Exploración idea 3 58

Figura 26: Personaje y viñetas 58

Figura 27: Organización de información 64

Figura 28: Kishotenketsu 66

Figura 29: Narrativa y lectura 67

Figura 30: Variables de viñetas 68

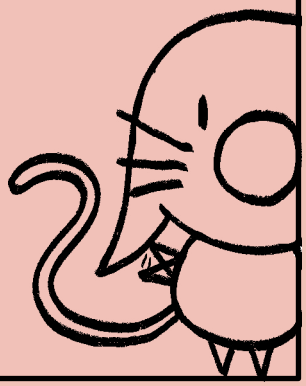
Figura 31: Bocetos de personaje 70

Figura 32: Desarrollo de personaje 72

Figura 33: Ilustración de Poco 73

Figura 34: Liniers 76

Figura 35: Bill Watterson 76



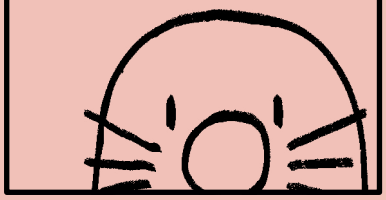


Figura 36: Keiichi Arawi 76

Figura 37: Bocetos de tira cómica 77

Figura 38: Colores 79

Figura 39: Trazos y texturas 80

Figura 40: Elementos de escenario 80

Figura 41: Tipografía Anime Ace 2 83

Figura 42: Tpigrafía Fraunces 72 pt 83

Figura 43: Distribución de viñetas 85

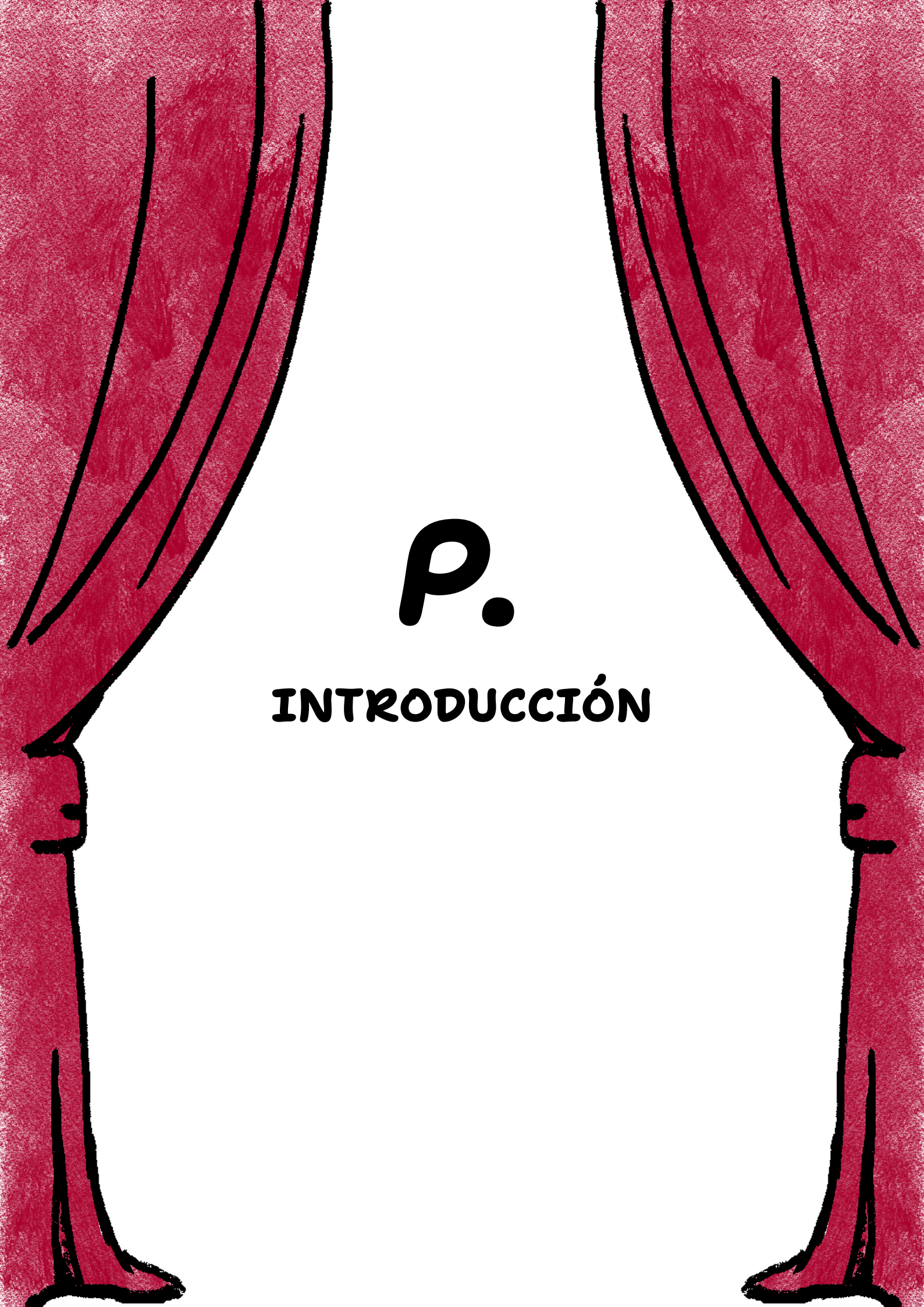
Figura 44: Retícula modular 85

Figura 45: Pieza editorial final 86

Tabla 1: Presupuesto de horas 87

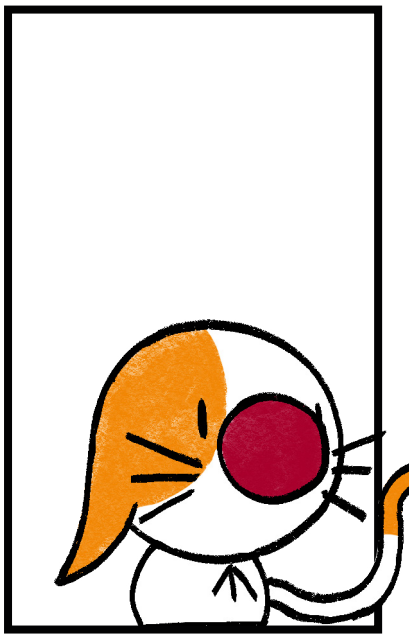
Tabla 2: Costos de prducción 88

Figura 46: Evaluación en clínica 91



P.

INTRODUCCIÓN



ANTECEDENTES

Desde inicios del siglo XXI, el rol de los animales dentro de los hogares ha experimentado una transformación significativa. Tradicionalmente, estos cumplían funciones utilitarias como el trabajo de tiro, la vigilancia (en el caso de los perros) y el control de plagas (en los gatos). En la actualidad, según señala Ramírez (2024), han pasado a ser considerados animales de compañía y miembros relevantes del núcleo familiar, lo que ha incrementado su valor simbólico y afectivo.

Esta transformación ha dado lugar a una resignificación de las mascotas, llegando en algunos casos a ser concebidas como personas, lo que refleja una transformación profunda en la relación humano-animal.

En este contexto, la conexión emocional entre los propietarios y sus mascotas se ha intensificado debido a transformaciones sociales, culturales y generacionales. Estos cambios han redefinido los

ANTECEDENTES

conceptos de familia, afecto y compañía, especialmente en entornos urbanos (Correa Duque et al., 2024).

Como resultado, las mascotas han adquirido un rol más cercano e íntimo dentro del hogar, consolidándose como figuras afectivas clave en la vida cotidiana de las personas.

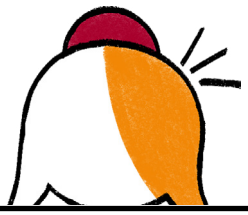
A nivel global, la presencia de mascotas refleja la magnitud de este fenómeno. Según HealthforAnimals (2024), existen más de 100 millones de mascotas en el mundo, tendencia que se evidencia principalmente en países como Estados Unidos, China y el Reino Unido, pero que también se replica en América Latina. En Ecuador, por ejemplo, se estima la existencia de más de cinco millones de mascotas, lo que representa aproximadamente el 30 % de la población total de ecuatorianos (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC], 2022).

De acuerdo con MARS (2018), en uno de los estudios más relevantes sobre mascotas realizado en 20 países, aproximadamente el 56 % de las personas poseen perros o gatos, y de este grupo cerca del 47 % corresponde a propietarios primerizos. Asimismo, las generaciones millennial (nacidos entre 1981 y 1996) y Z (nacidos entre 1997 y 2012) representan actualmente el mayor porcentaje de propietarios en la actualidad, caracterizándose por considerar a sus mascotas como miembros importantes de su hogar.

En el ámbito económico, Forbes (2018) señala que la humanización de las mascotas ha impulsado el crecimiento de un mercado orientado a productos y servicios especializados. Este fenómeno incluye servicios como peluquería, adiestramiento, guarderías y servicios funerarios, lo que incrementa los costos asociados a su mantenimiento. De este modo, las mascotas no solo adquieren un valor afectivo, sino también un lugar relevante dentro de las dinámicas de consumo, evidenciando su integración en diversos aspectos de la vida cotidiana. Esta creciente importancia de las mascotas en la vida familiar conlleva beneficios, pero también posibles riesgos. Diversos estudios han demostrado que:

ANTECEDENTES

"La convivencia con animales puede contribuir positivamente al bienestar mental, social y fisiológico de las personas" (Friedmann & Son, 2009)



Estos beneficios evidencian el impacto positivo del vínculo humano-animal en la calidad de vida de los individuos.

Este conjunto de beneficios se engloba dentro del concepto de zooeyia, el cual describe "los efectos positivos en la salud humana derivados de la interacción con animales" (Overgaauw et al., 2020). Sin embargo, Mota-Rojas et al. (2021) señalan que la humanización puede generar interpretaciones erróneas del comportamiento animal, afectando directamente el bienestar animal si no se reconoce la naturaleza propia de cada especie.

Mota-Rojas et al. indican que ciertas prácticas de cuidado como sobreprotección, dietas inadecuadas y restricción de movimiento afectan negativamente el bienestar físico y emocional del animal. Un ejemplo de estos riesgos se observa en mascotas que usan frecuentemente ropa, alterando la regulación térmica y causando problemas dermatológicos; mientras que una mala alimentación y falta de ejercicio pueden derivar en enfermedades como obesidad, diabetes, afecciones cardiovasculares y problemas ortopédicos.

Asimismo, tratar a una mascota como un niño puede generar consecuencias a nivel conductual y emocional. Videla (2021) señala que esta práctica puede provocar trastornos como ansiedad, fobias y problemas de comportamiento. Esto evidencia la importancia de respetar las necesidades naturales de movimiento y exploración de los animales.

Por otro lado, el trabajo de Overgaauw et al. (2020) advierte que el contacto estrecho entre humanos y mascotas puede incrementar el riesgo de transmisión de enfermedades

zoonóticas, como rabia, tiña, sarna o toxoplasmosis. En este sentido, el desconocimiento de los efectos negativos de la humanización, así como la falta de información adecuada, puede afectar la calidad de vida de las mascotas y los seres humanos.

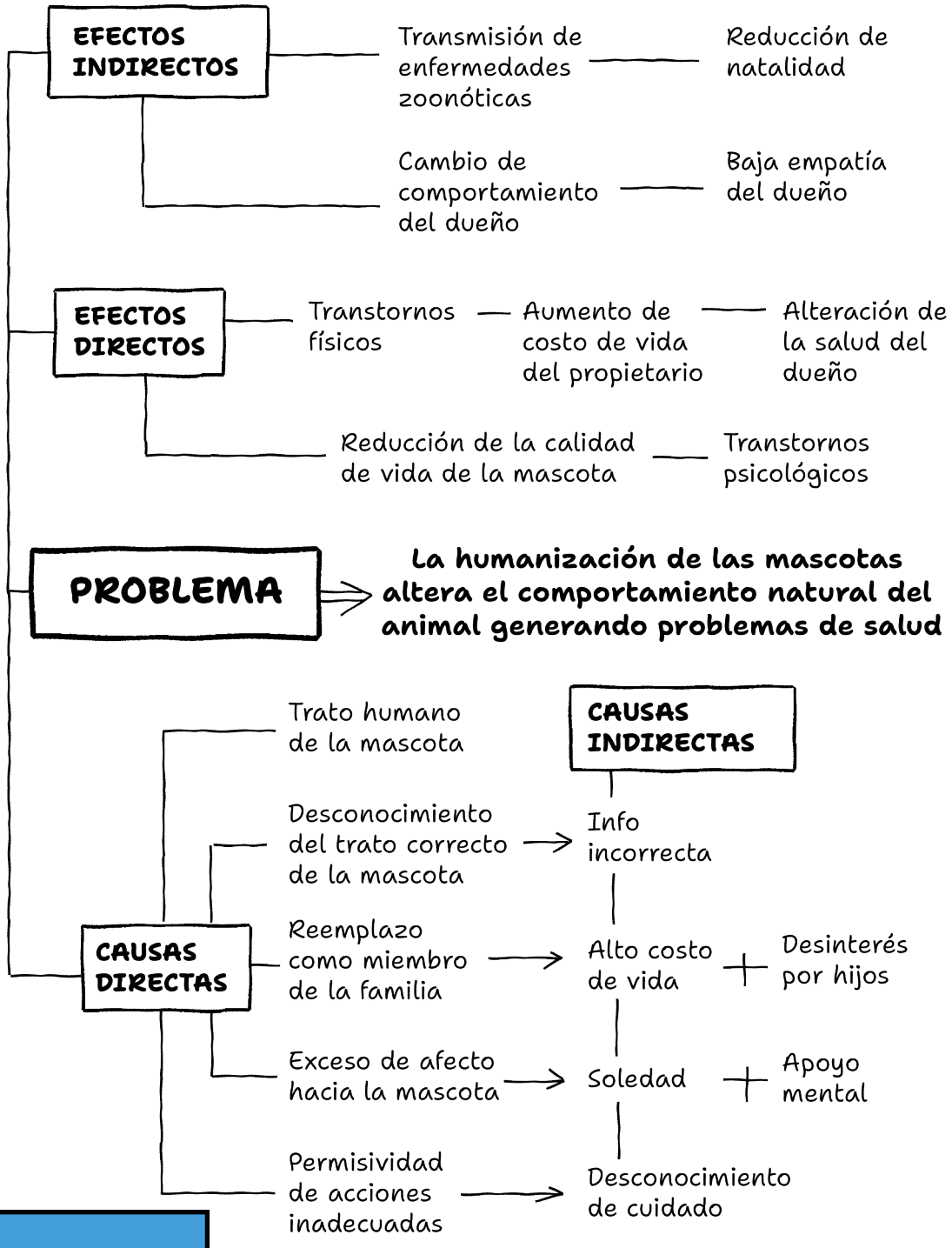


Figura 1:
Árbol de problemas del caso

ANTECEDENTES

Como señalan Mota-Rojas et al. (2021), la antropomorfización no puede ser completamente evitada; sin embargo, es necesario desarrollar programas orientados a difundir el conocimiento científico entre los propietarios sobre sus riesgos. Esta estrategia permitiría reducir prácticas inadecuadas mediante la educación y la concientización.

En consecuencia, el desafío actual consiste en equilibrar el vínculo afectivo con una tenencia responsable que respete las necesidades biológicas y comportamentales del animal, evitando prácticas que, aunque bien intencionadas, resulten perjudiciales tanto para la mascota como para el propietario.

HIPÓTESIS DE TRABAJO

La creciente humanización de las mascotas ha generado percepciones erróneas en los propietarios sobre las necesidades biológicas y comportamentales de los animales, lo que deriva en prácticas de cuidado inadecuadas. En este contexto, el desarrollo de un proyecto de comunicación visual informativo-persuasivo podría contribuir a un cambio de paradigma, promoviendo el cuidado responsable de las mascotas y favoreciendo una relación más equilibrada entre el afecto humano y el bienestar animal.

OBJETIVOS

Objetivo General

Promover prácticas de cuidado que respeten las necesidades biológicas, comportamentales y de bienestar de las mascotas en los propietarios de la clínica veterinaria VET CARE CENTER, mediante una propuesta de diseño que facilite la comprensión de los riesgos derivados de la humanización animal empleando recursos narrativos, visuales e informativos.

Objetivos específicos

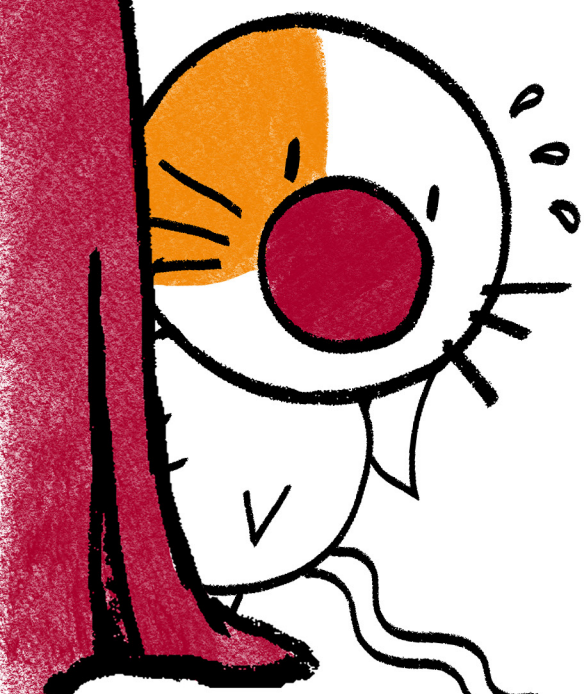
1. Investigar sobre los efectos de la humanización en las mascotas y sus consecuencias en el bienestar animal, con el fin de establecer criterios conceptuales y comunicacionales para el diseño del proyecto.

2. Diseñar una herramienta visual informativa-persuasiva que comunique las prácticas de cuidado de mascotas, evitando enfoques antropomorfistas.

3. Evaluar la comprensión y recepción del contenido en el público objetivo para determinar la efectividad comunicacional de la propuesta.

A.1

DESCRIPCIÓN DEL CASO Y DIAGNÓSTICO





PRESENTACIÓN DEL CASO

El Hospital Veterinario VET CARE CENTER es una institución dedicada al cuidado integral de mascotas que cuenta con varias sedes en la zona metropolitana de Quito. Entre sus ubicaciones se encuentran la parroquia Capelo, el sector de La Coruña y Cumbayá, siendo esta última la sede seleccionada para el desarrollo del presente proyecto. Esta elección responde a la pertinencia del contexto y a la accesibilidad para la investigación aplicada.

La clínica se caracteriza por una filosofía centrada en el bienestar animal y en el fortalecimiento del vínculo afectivo entre el propietario y su mascota. En este sentido, promueve la idea de que el animal forma parte del núcleo familiar, lo que se refleja en sus valores institucionales basados en la empatía, la responsabilidad profesional, la confianza hacia el cliente y el compromiso con la salud animal como se describe en sus canales institucionales (VET CARE CENTER, 2025). Además de brindar

servicios veterinarios, la institución desarrolla un enfoque de atención personalizado, considerando a la mascota como un individuo con necesidades específicas. Este modelo de atención busca generar cercanía con el propietario y fortalecer la confianza en el servicio, lo que contribuye a una experiencia integral dentro de la clínica.

Esta visión, basada en el reconocimiento del animal como miembro de la familia, constituye un aspecto clave para la selección del caso de estudio. Su relevancia radica en que se relaciona directamente con el fenómeno de la humanización de las mascotas y el usuario que puede incurrir en estas prácticas, eje central del presente proyecto. Por lo tanto, el contexto de la clínica permite analizar de manera concreta cómo se manifiestan estas prácticas y cómo pueden ser abordadas desde el diseño gráfico.



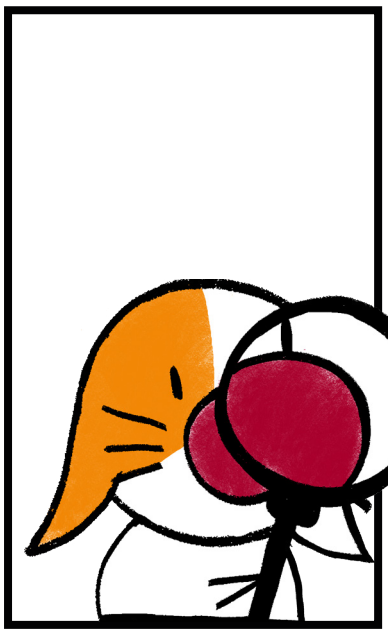
Figura 2:
Exterior Veterinaria



Figura 3:
Interior Veterinaria



Figura 4:
Secciones clínicas



DIAGNÓSTICO DEL CASO

Según Forbes (2018), el fenómeno de la humanización, entendido como la atribución de características emocionales, cognitivas y sociales propias de los seres humanos a entidades no humanas, incluyéndose aquí los animales, ha adquirido una relevancia creciente en las últimas décadas, especialmente en contextos urbanos. Este proceso se vincula con transformaciones socioculturales contemporáneas, como la reconfiguración de las estructuras familiares, el incremento de hogares unipersonales y la búsqueda de vínculos afectivos estables en entornos socialmente fragmentados.

En este contexto, Videla (2021) señala que muchos propietarios consideran a sus mascotas como miembros de la familia, atribuyéndoles derechos y necesidades emocionales comparables a las de un ser humano. Esta relación se manifiesta en prácticas cotidianas como la inclusión del animal en dinámicas familiares y la adopción de roles parentales por parte

DIAGNÓSTICO DEL CASO

del propietario. En el caso de estudio, esta tendencia se evidencia de manera particular en un perfil de usuarios compuesto principalmente por parejas y adultos jóvenes entre 25 y 50 años, quienes tienden a establecer vínculos afectivos intensos con sus mascotas, tratándolas como "hijos". Este aspecto resulta clave para comprender la intensidad del vínculo humano-animal en el contexto analizado.

Para analizar este fenómeno desde una perspectiva cuantificable, se empleó la Lexington Attachment to Pets Scale (LAPS), instrumento desarrollado por Johnson, Garrity y Stallones (1992), diseñado para medir el nivel de apego emocional entre humanos y mascotas. La escala está compuesta por 23 ítems y evalúa dimensiones como el apego general, la sustitución de relaciones humanas y la percepción del bienestar animal, lo que permite analizar el vínculo desde un enfoque psicométrico. Diversos estudios han demostrado su alta consistencia interna y validez en distintos contextos culturales, consolidándose como una herramienta ampliamente utilizada en la investigación sobre interacción humano-animal.

En el presente estudio, la escala LAPS fue aplicada a 10 propietarios de mascotas dentro de la clínica veterinaria objeto de análisis, como parte del levantamiento de información primaria. Su implementación permitió obtener datos cuantificables sobre el nivel de apego emocional en un entorno real de atención clínica, fortaleciendo el sustento metodológico del diagnóstico.

Los resultados obtenidos evidencian niveles elevados de apego emocional, con puntuaciones superiores a 50 puntos sobre un total de 69. Entre las afirmaciones descritas en el test LAPS con mayor valoración destacan:

- Considero a mi mascota parte de mi familia.
- Seguido beso a mi mascota.
- Considero que mi mascota debe tener los mismos derechos que el resto de miembros de mi familia.
- Estoy emocionalmente apegado a mi mascota.



Estos resultados confirman la existencia de un vínculo afectivo significativo; sin embargo, también sugieren la presencia de procesos de humanización que pueden incidir en la forma en que los propietarios interpretan las necesidades del animal.

En esta línea, Mota-Rojas et al. (2021) señalan que la antropomorfización puede generar efectos negativos en el bienestar animal, como estrés, frustración y alteraciones conductuales, especialmente cuando se limitan comportamientos naturales. Esto evidencia que el problema no radica en el vínculo afectivo en sí mismo, sino en la interpretación inadecuada de las necesidades etológicas de la mascota. Asimismo, desde el enfoque One Health, Overgaauw et al. (2020) destacan que ciertas prácticas asociadas a la humanización, como el contacto físico excesivo o la convivencia sin límites claros, pueden incrementar el riesgo de enfermedades zoonóticas. Este planteamiento amplía la problemática más allá del bienestar animal, evidenciando su impacto en la salud pública y en la relación integral entre humanos y animales. En relación con el contexto social y económico, Liu et al. (2024) indican que estos cambios han transformado la demanda de servicios, generando expectativas que van más allá de la atención clínica tradicional. Los propietarios buscan servicios integrales que incluyan bienestar, nutrición y atención personalizada, lo que posiciona a las mascotas como miembros del hogar.

En relación con el contexto clínico, se identificó que los profesionales veterinarios cuentan con formación en etología y disponen de información técnica y material audiovisual especializado sobre el comportamiento animal. Sin embargo, estos recursos no son compartidos de manera sistemática con los usuarios, lo que genera una brecha entre el conocimiento experto y la comprensión del propietario. Esta situación limita la correcta interpretación de las recomenda-

ciones médicas y afecta la toma de decisiones en el cuidado del animal. Adicionalmente, los profesionales señalan que los problemas conductuales son abordados inicialmente mediante estrategias etológicas basadas en ejercicios y regulación de comportamiento. No obstante, cuando estos procesos no generan resultados, se recurre a intervenciones farmacológicas como siguiente nivel de tratamiento. Estos procedimientos se desarrollan bajo los principios de bienestar animal establecidos en las "cinco libertades", que garantizan condiciones físicas y emocionales adecuadas para las mascotas, evidenciando un enfoque clínico estructurado y fundamentado.

No obstante, la humanización también implica riesgos si no se acompaña de información adecuada y de un enfoque responsable. En este sentido, Correa Duque et al. (2024) señalan que el antropomorfismo puede derivar en decisiones de cuidado erróneas y dificultades para distinguir entre el bienestar emocional del propietario y el bienestar real del animal. De manera complementaria, Friedmann y Son (2009) evidencian que, si bien el vínculo humano-animal genera beneficios emocionales como la reducción del estrés y el acompañamiento afectivo, también puede presentar desafíos cuando se interpreta de manera inadecuada.

Aspectos Claves

Se confirma la presencia de una tendencia creciente a la humanización, evidenciada en comportamientos como la sobreprotección, la alimentación inadecuada basada en dietas humanas y la dificultad para establecer límites.

Se reconoce que la falta de comprensión por parte de los usuarios constituye una de las principales barreras en la práctica clínica, afectando la adherencia a los tratamientos, en concordancia con lo planteado por Silva et al. (2025), la cual menciona influencia negativa en la salud animal por la falta de comprensión de conocimientos.

Se destaca la necesidad de contar con herramientas de comunicación más efectivas que permitan reforzar la información proporcionada durante la consulta, aspecto respaldado por Frey et al. (2025), quienes enfatizan la importancia de la comunicación clara en el ámbito veterinario.

DIAGNÓSTICO DEL CASO

En paralelo al levantamiento cuantitativo (escala LAPS), se realizó una encuesta dirigida a profesionales veterinarios de la clínica con el objetivo de contrastar los resultados obtenidos. A partir del análisis de sus respuestas, se identificaron tres aspectos clave.

La triangulación entre los datos cuantitativos obtenidos mediante la escala LAPS y la información cualitativa proporcionada por los profesionales permite identificar una problemática central: la existencia de un alto nivel de apego emocional que, en ausencia de información adecuada, puede derivar en prácticas de cuidado inadecuadas y riesgos para el bienestar animal. Esta situación pone en evidencia una brecha comunicacional entre el conocimiento técnico y su apropiación por parte del usuario.

En consecuencia, se identifica una oportunidad de intervención mediante el desarrollo de una propuesta de diseño orientada a mejorar la comunicación entre profesionales veterinarios y propietarios de mascotas. Esta estrategia permitiría reducir la brecha informativa, fortalecer la comprensión del usuario y promover prácticas de cuidado responsables, alineadas con el bienestar integral del animal.

En el caso de estudio, se identifica una brecha comunicacional entre la información técnica proporcionada por los profesionales y la comprensión del usuario. Tanto profesionales como propietarios coinciden en la necesidad de contar con materiales que faciliten la interpretación de la información veterinaria, ya que la consulta clínica no siempre permite profundizar en todos los aspectos relacionados con el cuidado del animal.

En este escenario, el diseño gráfico se posiciona como un mediador estratégico capaz de traducir contenidos técnicos en mensajes claros, accesibles y comprensibles. Desde la perspectiva de la comunicación visual, el diseño permite estructurar la información, jerarquizar contenidos y

facilitar su interpretación, promoviendo cambios en el comportamiento del usuario (Frascara, 2004). En consecuencia, se identifica una oportunidad de intervención mediante el desarrollo de una propuesta editorial que equilibre el rigor clínico con la empatía comunicacional.

En síntesis, el diagnóstico evidencia que la humanización de las mascotas, aunque responde a dinámicas afectivas contemporáneas, puede generar problemáticas cuando no está acompañada de información adecuada. Frente a este escenario, el diseño gráfico emerge como una herramienta clave para reducir la brecha informativa, fortalecer la comprensión del usuario y promover prácticas de cuidado responsables, alineadas con el bienestar integral de las mascotas.



CARACTERIZACIÓN DEL USUARIO

En el caso de estudio de VET CARE CENTER, resulta fundamental identificar y caracterizar al perfil de propietario con mayor propensión a la humanización de las mascotas. La comprensión de este segmento permite orientar la propuesta de diseño hacia estrategias comunicacionales que respondan a sus expectativas afectivas, sin comprometer el bienestar animal ni el rigor clínico. En este sentido, la caracterización del usuario no solo describe un perfil demográfico, sino que permite comprender sus motivaciones, comportamientos y necesidades informativas.

A partir del análisis teórico, los resultados obtenidos en el diagnóstico y la información proporcionada por los profesionales veterinarios, se identifica que el usuario corresponde principalmente a parejas y adultos jóvenes con edades comprendidas entre los 25 y 50 años, residentes en entornos urbanos y con acceso a servicios veterinarios especializados. Este grupo presenta niveles de

educación media y superior, así como una capacidad económica media y media-alta que facilita el acceso a productos y servicios orientados al bienestar animal. Esta caracterización coincide con lo planteado por Liu et al. (2024), quienes señalan que el crecimiento del mercado de servicios para mascotas está estrechamente vinculado con contextos urbanos y con consumidores con mayor capacidad adquisitiva.

En el caso específico de la clínica del caso, se observa una mayor concentración en el segmento de edades entre los 25 y 50 años, lo que evidencia una tendencia hacia generaciones que establecen vínculos más estrechos con sus mascotas. Además, según las observaciones del profesional veterinario, este grupo tiende a asumir roles parentales, considerando a sus mascotas como "hijos" y estableciendo relaciones altamente afectivas. Este comportamiento refuerza la idea de una transformación en la relación humano-animal, donde el componente emocional adquiere un rol central en la vida cotidiana del usuario.

Desde una perspectiva socioemocional, el usuario se caracteriza por presentar un alto nivel de apego hacia su mascota. Friedmann y Son (2009) destacan que el vínculo humano-animal puede generar beneficios emocionales significativos, como la reducción del estrés y el fortalecimiento del bienestar psicológico. No obstante, cuando este vínculo se intensifica, puede derivar en procesos de antropomorfización. En esta línea, Atherton et al. (2023) señalan que factores como la necesidad de compañía y la búsqueda de conexión emocional incrementan la tendencia a atribuir características humanas a los animales. Este aspecto resulta clave para comprender la forma en que el usuario interpreta las necesidades de su mascota.

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la Lexington Attachment to Pets Scale (LAPS) refuerzan

esta caracterización, evidenciando niveles elevados de apego emocional en los propietarios evaluados. Las puntuaciones superiores a 50 puntos sobre 69 indican una fuerte vinculación afectiva, manifestada en prácticas como la constante interacción física, la inclusión del animal en dinámicas familiares y la priorización de su bienestar desde una perspectiva emocional. Este nivel de apego, aunque positivo en términos afectivos, puede influir en la toma de decisiones relacionadas con el cuidado del animal.

En términos conductuales, se identifica que el usuario combina la consulta profesional con la búsqueda activa de información en plataformas digitales, redes sociales y foros. Este comportamiento genera una experiencia informativa fragmentada, en la que coexisten contenidos basados en evidencia con información no verificada. Según Wall (2024), esta exposición a múltiples fuentes influye en la toma de decisiones del propietario, generando en algunos casos tensiones con las recomendaciones veterinarias. En consecuencia, se evidencia la necesidad de contar con herramientas de comunicación claras y confiables que permitan orientar al usuario.

Desde la perspectiva clínica, los profesionales veterinarios señalan que uno de los principales desafíos en la atención es la dificultad del usuario para comprender y aplicar correctamente las recomendaciones médicas. Esta situación se relaciona con la alta carga emocional presente en la relación con la mascota, así como con la influencia de información externa. A pesar de que los profesionales cuentan con conocimientos en etología y disponen de recursos técnicos y audiovisuales, estos no son compartidos de manera sistemática con los propietarios, lo que limita la apropiación del conocimiento y refuerza la brecha comunicacional.

A nivel global, estudios como el desarrollado por MARS (2024) evidencian una transformación significativa en la

CARACTERIZACIÓN DEL USUARIO

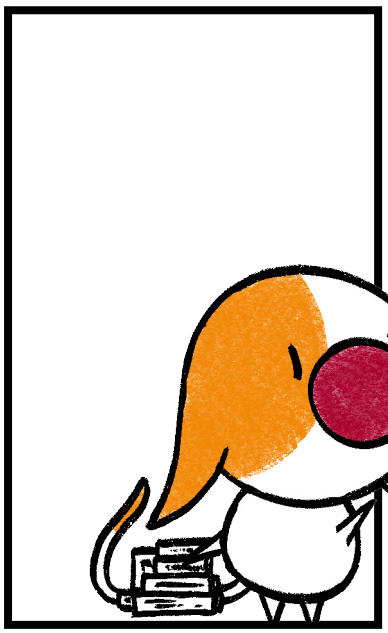
relación humano-animal, caracterizada por la creciente centralidad de las mascotas en la vida de las personas. Este estudio identifica que un alto porcentaje de propietarios considera a su mascota como un elemento fundamental en su vida cotidiana, lo que refuerza la tendencia hacia la "parentalidad de mascotas". Asimismo, se destaca que las generaciones más jóvenes presentan niveles más altos de apego emocional, lo que coincide con el perfil identificado en el caso de estudio.

A partir de la integración de estos elementos, se define que el usuario objetivo corresponde a propietarios urbanos de entre 25 y 50 años, pertenecientes a un nivel socioeconómico medio y medio-alto, con formación educativa media o superior y acceso a servicios veterinarios especializados. Este perfil se caracteriza por un alto nivel de apego emocional, una fuerte disposición a invertir en el bienestar de su mascota y una participación activa en la búsqueda de información relacionada con su cuidado.

Finalmente, este usuario presenta una dualidad clave: por un lado, demuestra un alto nivel de compromiso y preocupación por el bienestar de su mascota; por otro, es susceptible a prácticas de humanización desinformada debido a la influencia de factores emocionales y mediáticos. Esta condición lo convierte en un usuario estratégico para intervenciones desde el diseño gráfico, ya que requiere información clara, estructurada y visualmente accesible que le permita comprender las necesidades reales del animal y tomar decisiones informadas.

> Desde la perspectiva de la comunicación visual, "el diseño se posiciona como una herramienta capaz de mediar entre el conocimiento técnico y el usuario, facilitando la comprensión y promoviendo prácticas de cuidado responsables" (Frascara, 2004).





ANÁLISIS TIPOLÓGICO

Para desarrollar una propuesta de diseño más enriquecida, se analizaron referentes que permitan comprender cómo distintos recursos visuales, narrativos y comunicacionales han sido utilizados para abordar problemáticas relacionadas con el bienestar animal, la educación del usuario y la generación de impacto emocional. Este análisis se enfoca en identificar patrones recurrentes en piezas de diseño que abordan temáticas similares desde diferentes enfoques. A partir de esto, se busca reconocer estrategias visuales, retóricas y comunicacionales que puedan ser adaptadas al contexto del caso de estudio enfocándose en tres ejes clave: impacto emocional y concienciación, narrativa visual y retórica gráfica y educación e información.

ANÁLISIS TIPOLÓGICO

STOP THE PARTY

(AnimaNaturalis, 2016)

Esta campaña española utiliza una metáfora visual directa al representar animales (galgos y focas) como piñatas, estableciendo una relación simbólica entre el entretenimiento humano y la violencia animal.

Desarrollo: Uso de metáforas visuales para generar impacto emocional inmediato. La ausencia de texto extenso y el uso de una composición centrada refuerzan la claridad del mensaje. La elección de colores desaturados y la eliminación explícita de elementos como la sangre permiten que el mensaje sea fuerte sin recurrir a lo explícito.

Observación: Este recurso facilita la comprensión universal del mensaje y apela directamente a la empatía del espectador. Si bien logra un alto impacto emocional, la pieza no proporciona información adicional ni guía de acción, lo que limita su función educativa.



Figura 5:
Galgo piñata

Nota. Pinatas. AnimaNaturalis, 2016. Behance. https://www.behance.net/gallery/37603363/Pinatas



Figura 6:
Foca golpeada

Nota. Pinatas. AnimaNaturalis, 2016. Behance. https://www.behance.net/gallery/37603363/Pinatas

ANÁLISIS TIPOLÓGICO

HORROR SCENES
(Be Flamingo, 2025)

Esta campaña ecuatoriana utiliza referencias a películas de terror para representar las consecuencias del estrés en mascotas, trasladando el lenguaje del cine al contexto cotidiano.

Desarrollo: Uso de referentes culturales para generar identificación y comprensión. La estética visual basada en el terror (colores desaturados, iluminación dramática, escenarios caóticos) permite traducir el estrés animal en una experiencia visual comprensible para el usuario.

Observación: La narrativa conecta con el espectador al reinterpretar situaciones domésticas desde una perspectiva emocional. Aunque la campaña es efectiva en términos de atención y recordación, su objetivo está vinculado a la comercialización (venta de productos), lo que puede desviar el enfoque del bienestar animal hacia el consumo.

Figura 7:
Escena: Chucky



Nota. Horror Scenes. BeFlamingo, 2015. Ads of the World. https://www.adsoftheworld.com/campaigns/horror-scenes

Figura 8:
Escena: El Resplandor



Nota. Horror Scenes. BeFlamingo, 2015. Ads of the World. https://www.adsoftheworld.com/campaigns/horror-scenes

Figura 9:
Escena: El Aro



Nota. Horror Scenes. BeFlamingo, 2015. Ads of the World. https://www.adsoftheworld.com/campaigns/horror-scenes

ANÁLISIS TIPOLÓGICO

LILI CHIN BOOKS

(Doggy/Kitty Language, 2023)

Este referente internacional presenta una guía ilustrada orientada a la comprensión del lenguaje corporal de perros y gatos.

Desarrollo: Simplificación de información compleja mediante ilustración. El uso de ilustraciones claras, expresivas y acompañadas de texto breve permite traducir comportamientos animales en señales fácilmente interpretables. La organización en malla y el uso de tipografía legible favorecen la accesibilidad.

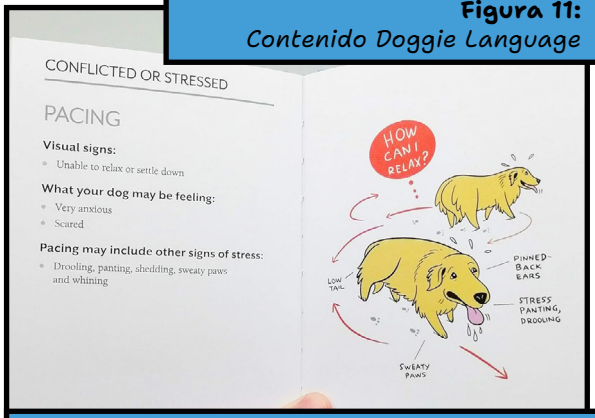
Observación: Se convierte en una herramienta educativa eficaz para propietarios sin formación técnica. Su enfoque didáctico es efectivo; sin embargo, se limita a la interpretación del comportamiento, sin abordar directamente problemáticas como la humanización o la toma de decisiones clínicas, no siendo ese su objetivo.

Figura 10:
Portadas de libros



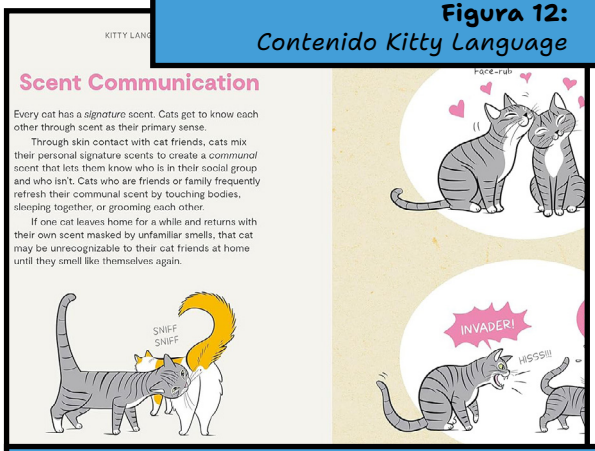
Nota. Adaptado de Doggie y Kitty Language. Lili Chin, 2023. Doggie Drawings. https://https://doggiedrawings.net/

Figura 11:
Contenido Doggie Language



Nota. Doggie Language. Lili Chin, 2023. Doggie Drawings. https://https://doggiedrawings.net/

Figura 12:
Contenido Kitty Language



Nota. Kitty Language. Lili Chin, 2023. Doggie Drawings. https://https://doggiedrawings.net/

ANÁLISIS TIPOLÓGICO

GUIDE TO TREES AND SHRUBS OF CENTRAL RUSSIA (Valgaeva, 2022)

La guía presenta un enfoque más técnico basado en ilustración científica.

Desarrollo: Representación estructurada y precisa de información morfológica. El uso de ilustración monocromática y organización sistemática prioriza la claridad y la rigurosidad.

Observación: Permite una lectura analítica y comparativa de la información. Aunque es clara en términos técnicos, su nivel de especialización reduce su accesibilidad para usuarios no expertos.

Figura 13:
Contenido del libro



Nota. Illustrated guide to trees and shrubs. Valgaeba, 2022. Benahce. https://www.behance.net/gallery/136225627/Illustrated-guide-to-trees-and-shrubs

Figura 14:
Manejo de color



Nota. Illustrated guide to trees and shrubs. Valgaeba, 2022. Benahce. https://www.behance.net/gallery/136225627/Illustrated-guide-to-trees-and-shrubs

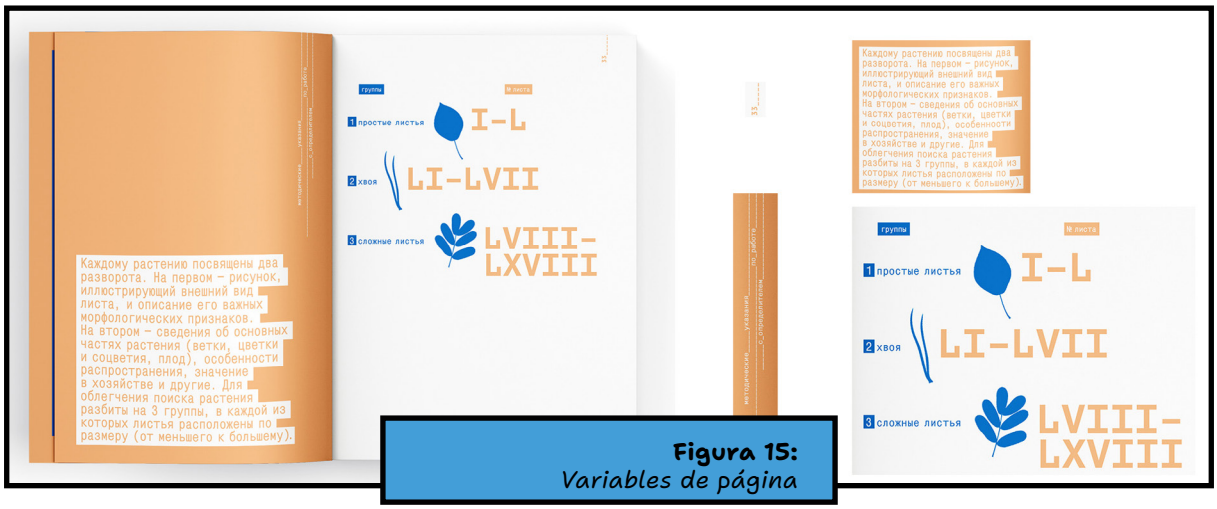


Figura 15:
Variables de página

Nota. Illustrated guide to trees and shrubs. Valgaeba, 2022. Benahce. https://www.behance.net/gallery/136225627/Illustrated-guide-to-trees-and-shrubs

ANÁLISIS TIPOLÓGICO

EASY & FUN GUIDE
"YOUR FIRST PLANT"
(Domrachev, 2024)

Esta guía de origen argentino propone un enfoque amigable e interactivo para el aprendizaje del cuidado de plantas.

Desarrollo: Educación accesible mediante narrativa visual simplificada. El uso de colores cálidos, ilustraciones amigables y formatos digitales interactivos facilita la comprensión progresiva del contenido.

Observación: Promueve la participación activa del usuario en el proceso de aprendizaje. El enfoque es altamente accesible, pero su simplificación puede limitar la profundidad de la información.



Figura 16:
Contenido vertical

Nota. Your first plant. Domrachev, 2024. Behance. https://www.behance.net/gallery/206290951/Easy-Fun-Guide-Your-first-plant

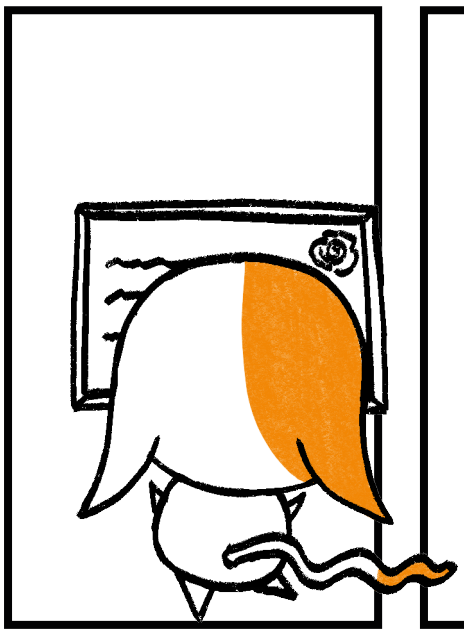
ANÁLISIS TIPOLÓGICO

El análisis evidencia que existen múltiples estrategias efectivas en el diseño gráfico para abordar temas relacionados con animales; sin embargo, estas suelen desarrollarse de manera aislada.

Por un lado, las campañas de impacto logran generar conciencia, pero carecen de profundidad informativa. Por otro, las guías educativas proporcionan conocimiento, pero con menor capacidad de captar la atención o generar recordación.

En este contexto, se identifica una oportunidad clara de diseño: integrar el impacto emocional con la claridad informativa, generando una propuesta que no solo sensibilice al usuario, sino que también lo guíe en la toma de decisiones responsables. Esta integración resulta especialmente relevante para el caso de estudio, donde el usuario presenta una alta carga emocional y una necesidad evidente de información clara, confiable y de fácil comprensión.

A partir de estos hallazgos, se justifica el desarrollo de una propuesta que integre recursos de narrativa visual, ilustración didáctica y organización editorial, con el objetivo de mejorar la comunicación entre el especialista y el usuario, contribuyendo así al bienestar animal y a una adecuada comprensión del cuidado de las mascotas.



DEFINICIÓN DEL PROBLEMA GRÁFICO

La definición del problema gráfico constituye una etapa fundamental dentro del proceso proyectual, ya que permite comprender las necesidades reales de comunicación antes de plantear una solución de diseño. En este proyecto se adopta el enfoque metodológico de Bruno Munari (1983), quien plantea que la calidad de una propuesta depende de la correcta definición del problema, entendiendo este proceso como una fase de análisis que orienta todas las decisiones posteriores del diseño. De manera complementaria, se retoma el planteamiento de Michael Johnson (2017), quien propone cuestionar críticamente el contexto, el comportamiento de los usuarios y la información disponible para identificar las verdaderas barreras de comunicación antes de desarrollar una respuesta gráfica. Este enfoque se articula con la perspectiva de Jorge Frascara (2004), para quien el diseño gráfico constituye una disciplina orientada a resolver problemas de comu-

nicación centrados en las personas, priorizando la comprensión, la utilidad y la efectividad del mensaje.

Bajo estos fundamentos, la investigación permitió establecer que el problema identificado en el caso de estudio no se limita a la ausencia de material gráfico, sino que responde principalmente a deficiencias en los procesos de comunicación de la información, las cuales inciden directamente en la manera en que los propietarios de mascotas comprenden, interpretan y aplican conocimientos relacionados con el bienestar animal.

En primer lugar, se evidencia una problemática asociada al acceso y comprensión de la información. Los contenidos sobre los riesgos de la humanización de mascotas se encuentran mayoritariamente en fuentes científicas caracterizadas por el uso de lenguaje técnico, estructuras extensas y un elevado nivel de especialización. Esta condición dificulta su apropiación por parte de los usuarios, quienes suelen rechazar este tipo de información o sustituirla por contenidos provenientes de redes sociales y plataformas digitales no especializadas. Como consecuencia, se genera una brecha entre el conocimiento científico y las prácticas cotidianas, favoreciendo procesos de desinformación.

En segundo lugar, se identifica una limitación en los formatos de comunicación existentes. Los materiales disponibles responden, en su mayoría, a esquemas informativos tradicionales que no logran captar la atención ni favorecer la recordación del contenido. Tal como se evidenció en el análisis tipológico, las propuestas más eficaces integran recursos narrativos, visuales y emocionales que facilitan la comprensión y fortalecen el vínculo entre el usuario y la información.

Finalmente, se reconoce una problemática relacionada con los procesos de aprendizaje del usuario. Actualmente, gran parte de la información se transmite de forma verbal durante

la consulta veterinaria, lo que limita su retención y aplicación posterior. La falta de materiales editoriales y recursos visuales de apoyo dificulta la consolidación del conocimiento y reduce la efectividad de la comunicación entre el profesional veterinario y el propietario de la mascota.

De manera complementaria, el análisis tipológico permitió identificar que las soluciones de diseño más efectivas integran tres dimensiones fundamentales: impacto emocional, claridad informativa y facilidad de comprensión. Sin embargo, estas características no se encuentran articuladas dentro del contexto analizado, lo que evidencia una oportunidad de intervención desde el diseño gráfico para transformar información especializada en contenidos accesibles, atractivos y significativos para los usuarios.

En síntesis, se concluye que no existe un recurso gráfico que permita comunicar de manera clara, atractiva y empática los riesgos asociados a la humanización de las mascotas. La información disponible continúa siendo predominantemente técnica y poco accesible para los propietarios, favoreciendo la desinformación, la dependencia de fuentes no especializadas y la adopción de prácticas inadecuadas. En este contexto, el diseño gráfico se posiciona como una herramienta estratégica para facilitar la comprensión del conocimiento científico, fortalecer la comunicación entre veterinarios y propietarios y promover decisiones orientadas al bienestar animal.

REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

Los requerimientos del proyecto constituyen el conjunto de condiciones que debe cumplir la propuesta gráfica para responder de manera efectiva al problema identificado durante la investigación. Estos permiten establecer la transición entre la situación actual y el escenario deseado, donde los contenidos sean accesibles, comprensibles y aplicables por los usuarios. Para su definición se tomó la clasificación de vectores del diseño propuesta por Rodríguez Morales (2004), quien plantea que todo proyecto debe responder de manera equilibrada a dimensiones conceptuales, funcionales, estéticas, de uso y técnicas, las cuales orientan las decisiones proyectuales desde una perspectiva estratégica.

Factor conceptual y persuasivo: El discurso visual debe comunicar de manera empática, evitando la tecnificación excesiva. El mensaje debe sensibilizar e informar, promoviendo concientización sobre las prácticas de cuidado, sin recurrir a estrategias moralizanztes. El diseño debe permitir que el usuario identifique claramente los riesgos de la humanización y las recomendaciones de cuidado adecuado, considerando las 5 libertades del bienestar animal.

Factor de función: El diseño debe priorizar la legibilidad, la claridad informativa y la correcta jerarquización de contenidos. La información debe organizarse de manera sintética, evitando la saturación de texto y acompañándola con el uso de recursos visuales que faciliten la comprensión inmediata. La selección de tipografía, color e imágenes debe garantizar que el mensaje sea comprendido a primera vista y recordado por el usuario.

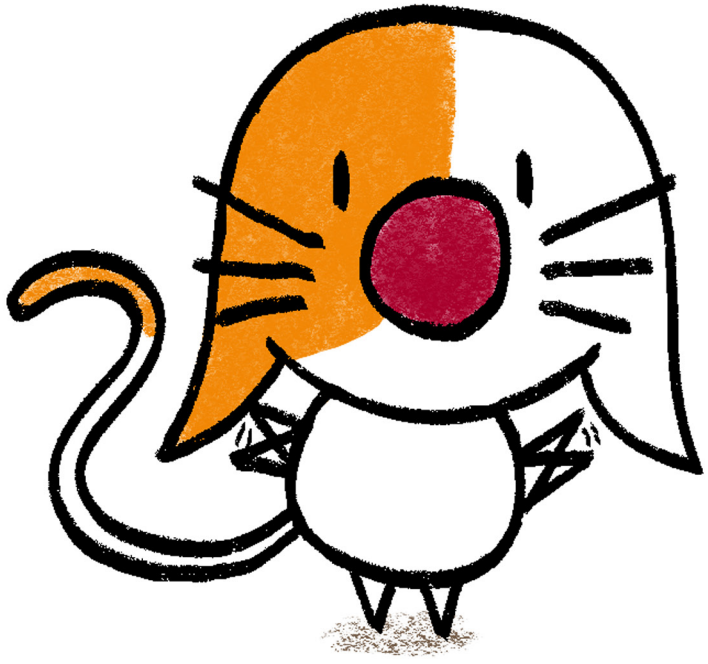
Factor estético: El estilo gráfico debe resultar atractivo para el usuario, alejándose de una estética estrictamente clínica o técnica. Se propone una aproximación visual amigable, ilustrativa y con posibilidades de incorporar humor, siempre que este refuerce el mensaje informativo-persuasivo. Se debe lograr un equilibrio entre cercanía visual y seriedad informativa

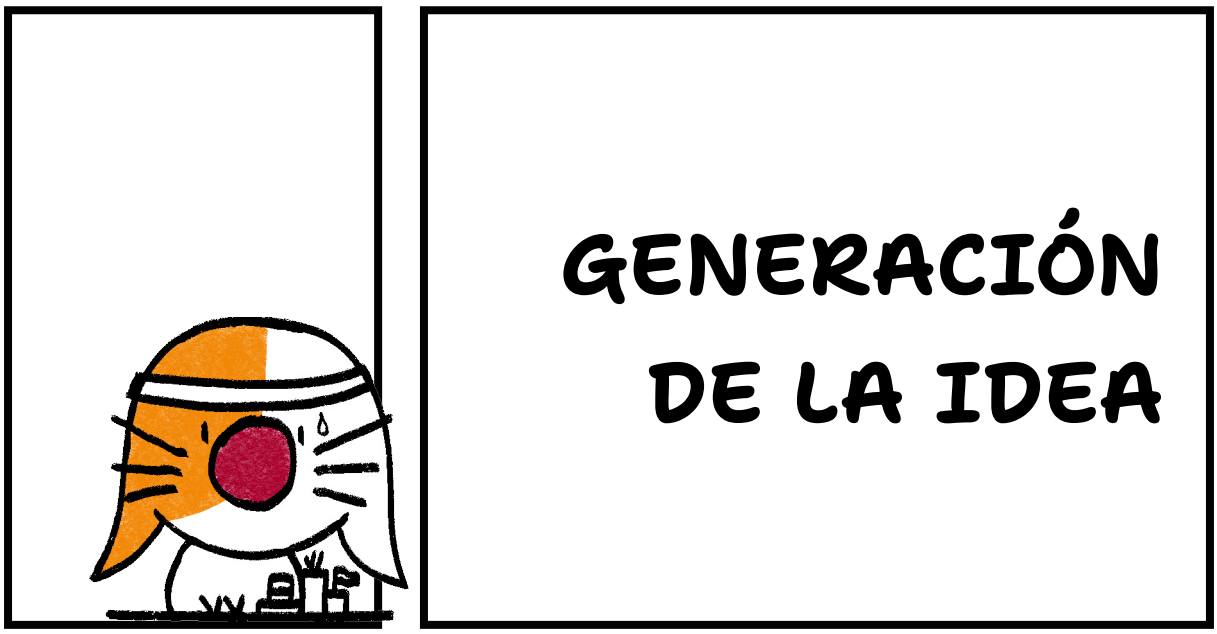
Factor de uso: La propuesta debe ser fácilmente utilizable tanto por los profesionales veterinarios como por los propietarios de mascotas. El material debe permitir su consulta autónoma por parte del usuario y su uso complementario durante o después de la consulta veterinaria y ser reutilizable por la clínica y durable para el uso de los usuarios.

Factor técnico: El proyecto debe contemplar formatos viables en términos de producción, costos y distribución dentro del contexto. Debe adaptarse a espacios clínicos (consultorios, sala de espera), ser cómodo para el usuario en entornos domésticos y mantener un formato compacto pero atractivo, que incentive su uso continuo.

A.2

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO





GENERACIÓN DE LA IDEA

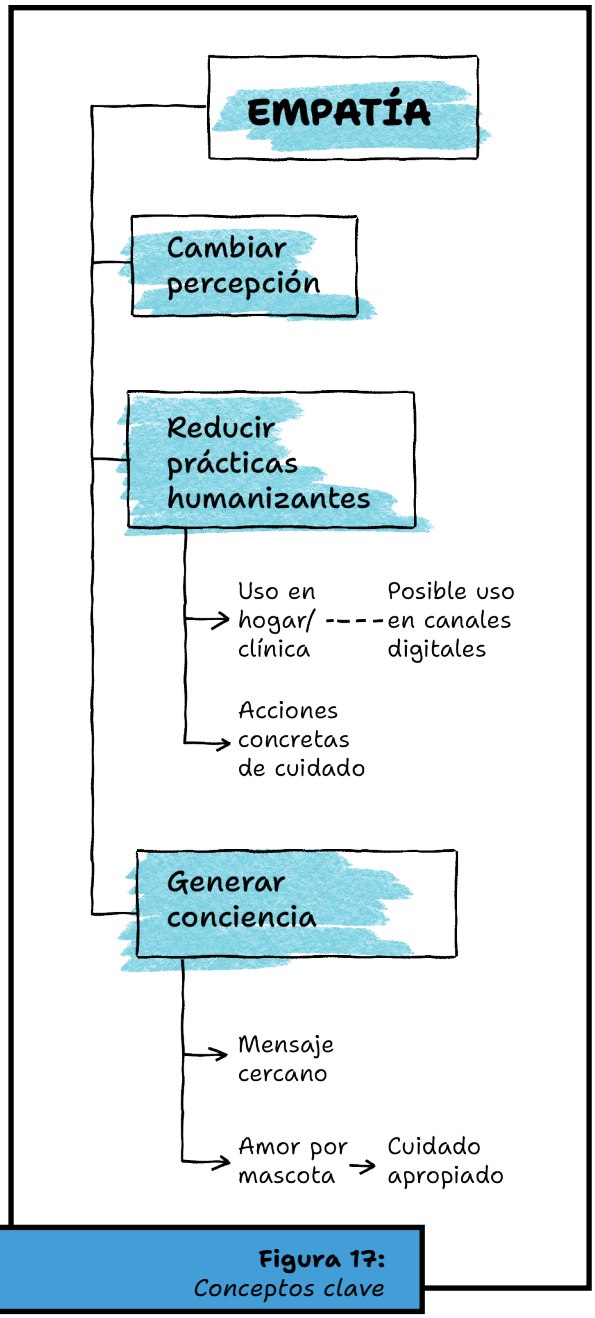


Figura 17:
Conceptos clave

A partir de la investigación desarrollada previamente, se plantearon tres propuestas de diseño que responden a los requerimientos definidos para el proyecto. Para su desarrollo, se emplearon técnicas de generación de ideas basadas en lo expuesto por Lupton (2012) en Intuición, acción, creación.

Como resultado de este proceso, se identificaron y jerarquizaron los principales puntos de intervención (ver gráfico 2), lo que permitió establecer tres ejes conceptuales fundamentales: persuasión, emoción e información. Estos ejes permiten desarrollar soluciones que no solo transmiten contenido, sino que también generan impacto y favorecen cambios en el comportamiento del usuario.

GENERACIÓN DE LA IDEA

Idea 1: Cartas de amor grotesco

Esta propuesta surge a partir de la técnica de asociaciones forzadas, vinculando dos conceptos opuestos: el amor y lo grotesco. Esta relación permite replantear la comunicación de la problemática de la humanización de mascotas, utilizando lo grotesco como recurso visual para evidenciar sus consecuencias., desarrollando un sistema compuesto por 10 cartas coleccionables, orientadas a informar sobre los efectos de la humanización y ofrecer recomendaciones prácticas. Cada carta presenta una doble estructura: el anverso presenta ilustraciones humorísticas, exageradas y grotescas que representan visualmente las consecuencias de tratar a una mascota como humano, mientras que el reverso, información basada en criterios veterinarios, redactada en un lenguaje accesible para facilitar su comprensión.

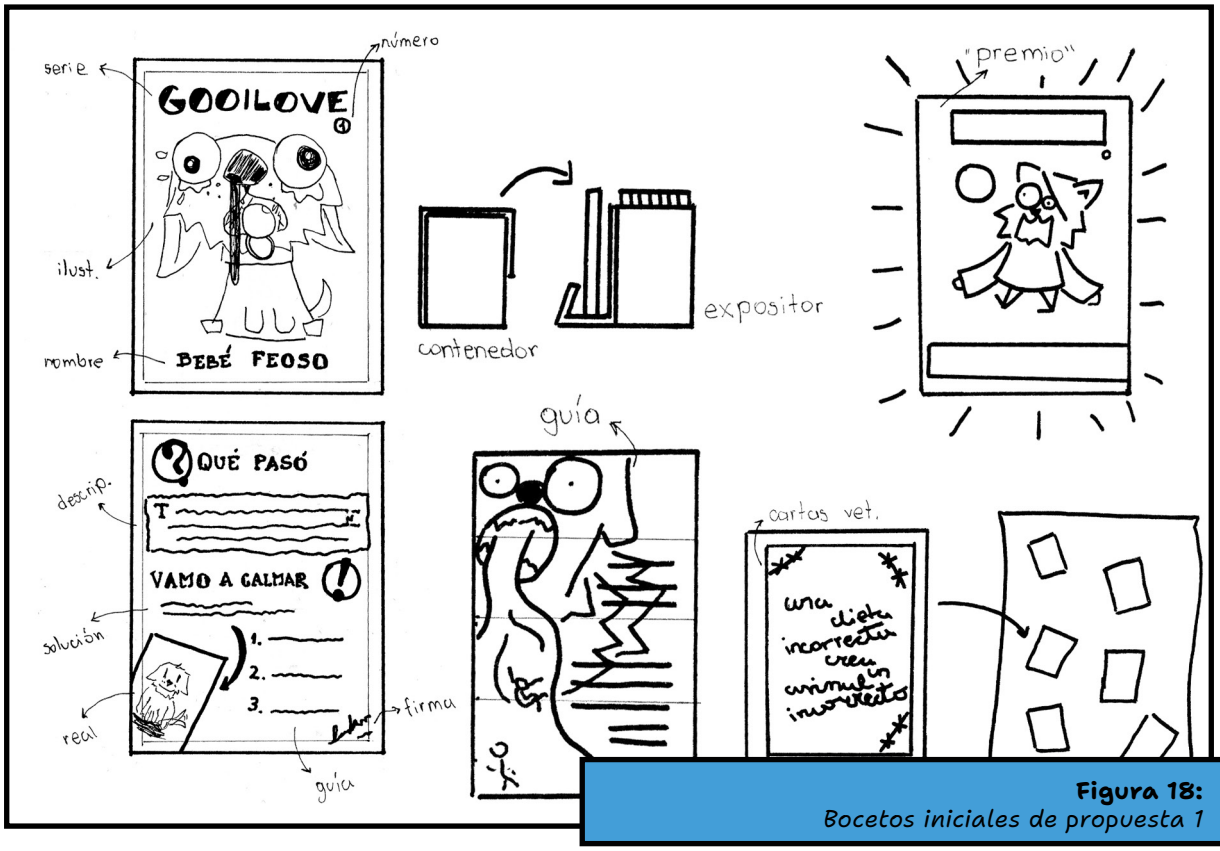


Figura 18:
Bocetos iniciales de propuesta 1

GENERACIÓN DE LA IDEA

Idea 1: Cartas de amor grotesco

El sistema se articula con la consulta veterinaria, donde los profesionales disponen de un set complementario que permite evaluar el nivel de comprensión del usuario mediante dinámicas de asociación y memoria. Las cartas incorporan frases vinculadas entre sí, promoviendo su uso como herramienta didáctica. Como incentivo, al completar el proceso de visita, el usuario recibe una "carta jumbo" en formato póster, que funciona como recordatorio visual del estado saludable y natural de la mascota. En síntesis, se incluyen:

Set de cartas propietario:
cartas de amor grotesco.

Guía de uso: comprensión
de lectura de cartas.

Set de cartas veterinario:
información detallada para evaluación.

Tablero: plano para evaluación
de memoria "karuta".

Expositor: guardar y exponer
cartas en el hogar.

Recompensa carta jumbo:
recompensa decorativa y recordativa.



Idea 2: Archivos de entes anómalos

Esta propuesta se desarrolla a partir del uso de verbos de acción, específicamente bajo la premisa de "enseñar a través del terror". Se plantea la creación de un archivo clasificado de entidades ficticias que representan las consecuencias de la humanización de las mascotas. Estas entidades son concebidas como versiones alteradas o deformadas de los animales, construyendo una narrativa que traduce prácticas inadecuadas en representaciones visuales impactantes.

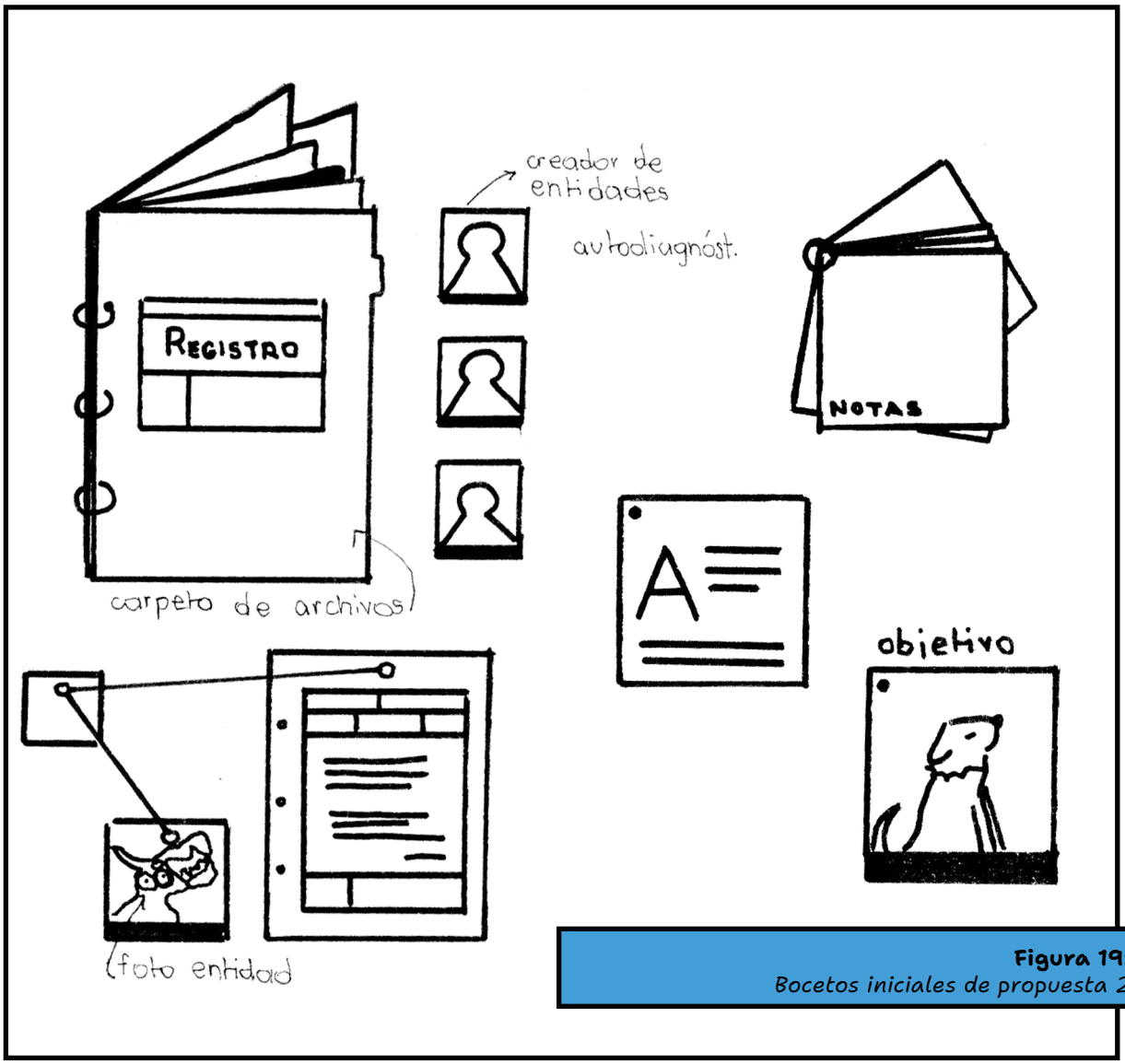


Figura 19:
Bocetos iniciales de propuesta 2

Idea 2: Archivos de entes anómalos

El documento incluye descripciones de cada "ente", sus características, su origen y las formas de "repararlos", que en realidad corresponden a recomendaciones para evitar prácticas inadecuadas en el cuidado de las mascotas. De esta manera, se genera una narrativa envolvente que transforma la información en una experiencia más atractiva y memorable.

El archivo está pensado para su uso en el hogar, promoviendo exploración del usuario, junto con un autodiagnóstico a modo de test para resolver estos errores o anomalías. A su vez, se integra con la consulta veterinaria mediante un sistema de validación, donde el profesional posee un set de anotaciones para informar y explicar términos adicionales al propietario y otorgar un set de "fotografías reales" tras verificar el cumplimiento de las recomendaciones, que mostrarán al animal real, conformándose esta propuesta de las siguientes partes:

Carpeta de archivos: datos e información de anomalías.

Guía de uso: explicación de partes de carpeta y test.

Anotaciones técnicas de veterinario: set de notas informativas.

Test de veterinario: evaluación a usuario con explicaciones de entes.

Foto de entidad y set de fotos reales: imágenes de anomalías y seres reales.



Idea 3: Tira cómica informativa

Esta propuesta surge a partir del volcado visual de datos, tomando como referencia recursos gráficos provenientes de libros anatómicos, imágenes de rayos X y representaciones estructurales del cuerpo animal.

Se plantea una narrativa en formato de tira cómica, cuyo objetivo es generar empatía y concientización mediante la representación de las experiencias de un personaje animal que enfrenta las consecuencias de comportamientos humanizados. Las historias presentan situaciones cotidianas abordadas desde el humor negro, evidenciando de manera clara y emocional las afecciones físicas y conductuales derivadas de estas prácticas.

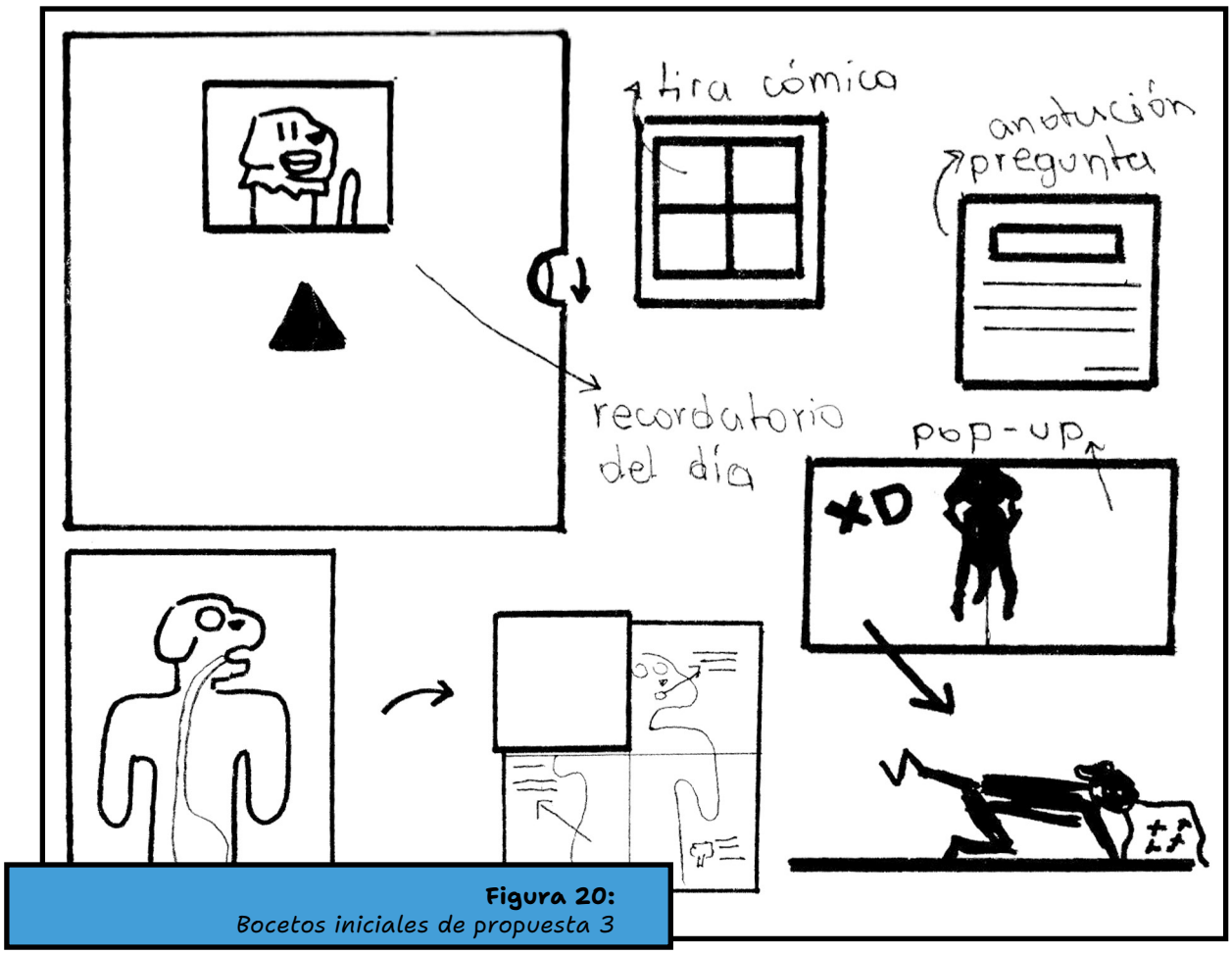
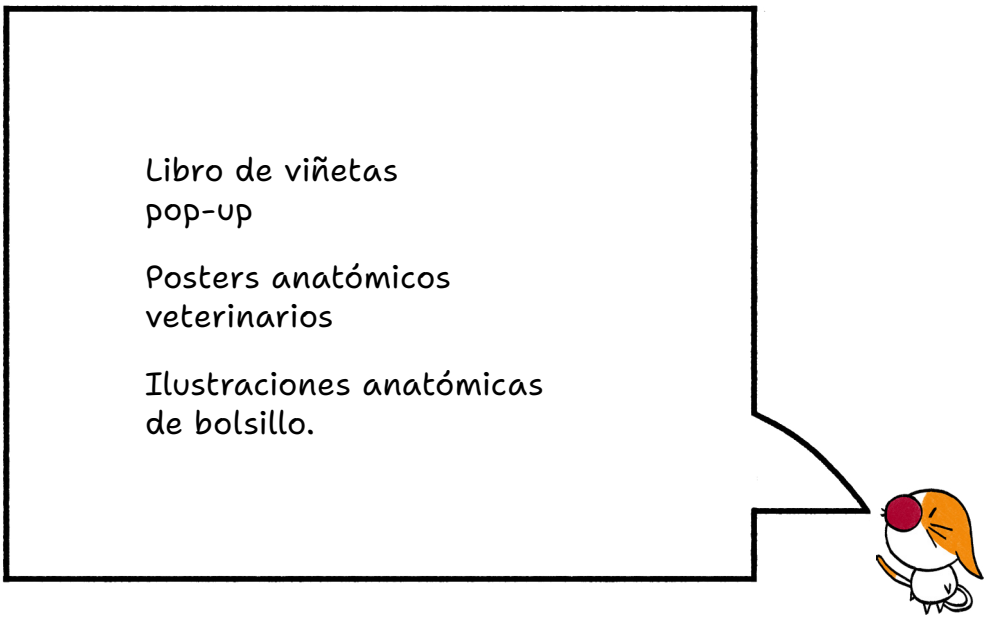


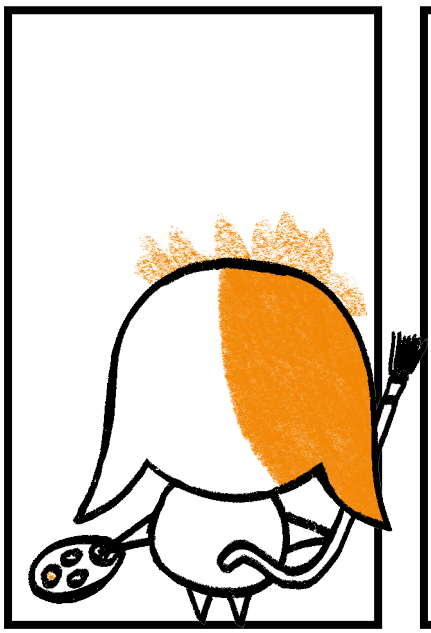
Figura 20:
Bocetos iniciales de propuesta 3

Idea 3: Tira cómica informativa

El formato presenta 3 partes: portada recordatoria, tira cómica y pop-up y consejos y preguntas. La historia se presenta a modo de historias cortas de 4 a 6 viñetas donde el desenlace se presenta a modo de pop-up para generar impacto en el mensaje, seguido de un espacio de preguntas sobre lo que se observó y un espacio para dudas del propietario.

Como material adicional, el veterinario poseerá posters "técnicos" que emplean al personaje para mostrar riesgos de la mascota que puede emplear en las consultas o como información adicional para los dueños, junto con una versión de bolsillo a modo de entregable y recordatorio para el propietario tras su siguiente visita.





EXPLORACIÓN DE LA FORMA

Tras la generación de ideas, se abordaron diferentes exploraciones para identificar el lenguaje gráfico adecuado para cada una de las propuestas. De acuerdo con las técnicas descritas en el mismo libro de Lupton empleado para la generación de ideas, se aplicó la exploración de la forma en las tres propuestas desarrolladas.

EXPLORACIÓN DE LA FORMA

Idea 1: Cartas de amor grotesco

La técnica de esprintar, descrita en el libro Intuición, acción, creación de Lupton, permitió encontrar soluciones visuales para la tipografía, color e imagen de la propuesta mediante periodos cortos de análisis enfocándose en cada uno de los aspectos señalados previamente.

A partir de esta exploración, se consiguieron formas preliminares tanto para la ilustración y color como la tipografía. Con el apoyo de una investigación tipológica paralela se tomaron influencias en cuatro materiales existentes: las cartas coleccionables Garbage Pail Kids, tarjetas TCG modernas, el arte de las revistas MAD y peluches tipo ragdoll. El motivo de estas fuentes radica en la necesidad de encontrar una manera de vincular los dos conceptos principales de la idea: el amor y lo grotesco.

Con estos materiales y la exploración de esprint empleadas se trabajó la propuesta formal para las cartas, detallando los aspectos formales de las mismas. Las tarjetas manejarán un tamaño estándar para cartas, tanto para las normales (63 x 88 mm) como para las jumbo (136 x 187 mm). Para el contenido, se empleará una tipografía decorativa redondeada para el nombre de la serie, acompañado de una tipografía serif monoespaciada para el nombre de las cartas. Para la información del anverso, acompañada de la tipografía serif para titulares, se manejará una fuente san serif de fácil lectura.

El esprint permitió detallar diversas formas de trazo y detalles para encontrar una imagen que responda a la idea de amor grotesco. Se desarrollarán ilustraciones de personajes adorables similares a peluches con detalles exagerados y grotescos que vinculen los dos términos opuestos, dando impacto a la propuesta y generando interés al observador. Acompañando la imagen, el color manejará tonos saturados de alta intensidad con detalles oscuros y fondos con tonos complementarios que den protagonismo tanto al personaje como su nombre.

EXPLORACIÓN DE LA FORMA

Idea 1: Cartas de amor grotesco

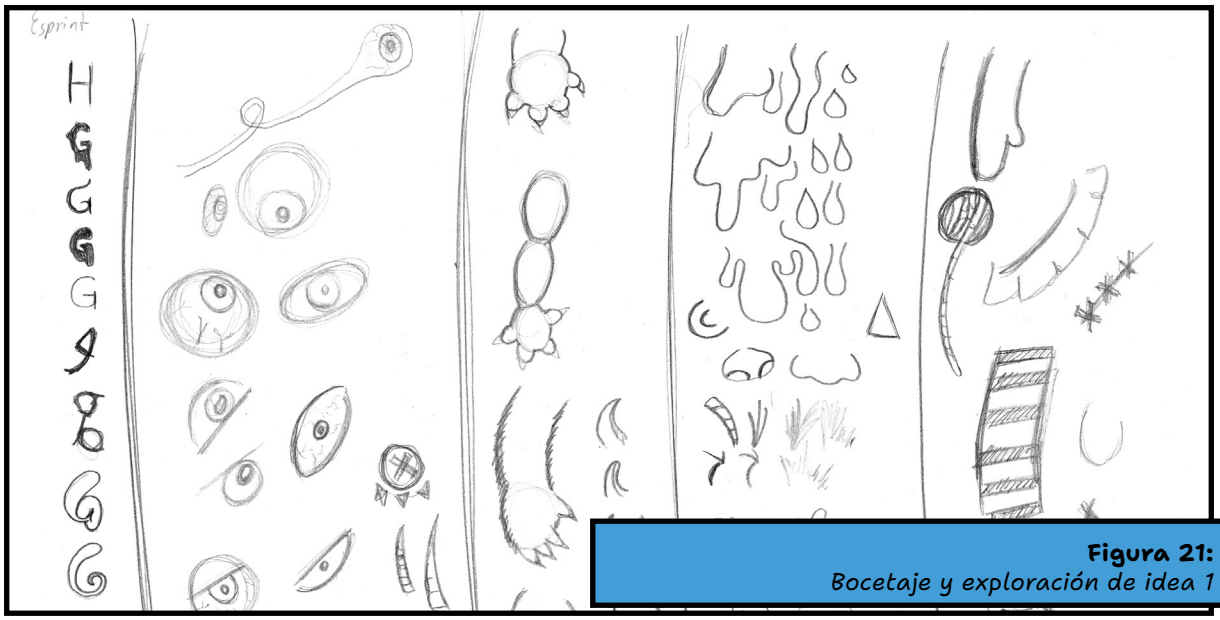


Figura 21:
Bocetaje y exploración de idea 1



Figura 22:
Generación de cartas

Idea 2: Archivos de entes anómalos

Para encontrar una imagen que se vincule con el concepto de terror, se empleó la técnica de reconstrucción con el fin de traducir obras exploradas para generar una propuesta acorde a la idea planteada. A través de la observación y fragmentación de detalles de la obra de Hieronymus Bosch, se exploraron los detalles de figuras, formas y animales en sus pinturas. Adicionalmente, al igual que en la exploración de la primera idea, se buscaron otras fuentes de inspiración adicional que expresen terror, siendo estos: los monstruos de Trevor Henderson, elementos de terror analógico y el diseño de seres del manga Jinmen.

Estos elementos permitieron plantear una propuesta visual que exprese terror y se puedan generar entes deformados que señalen de forma visual los errores de crianza y efectos en el cuerpo y mente del animal a modo de fotografías realistas. Junto con el desarrollo de los entes, se trabajó la composición y forma de la información. Al basarse en una serie de archivos clasificados, el contenido del material reflejará una diagramación similar a documentos censurados y con anotaciones adicionales. Se empleará una tipografía monoespaciada y trabajando en la jerarquización de esta fuente a través de sus distintos pesos. La fuente debe permitir una lectura fácil para propietarios y veterinarios.

Se incluirán elementos con formas de siluetas y detalles monocromos para señalar aspectos específicos de cada uno de los entes. Este trabajo será acompañado de tonos monocromos con tonos fríos, negro, azul y verde, acompañado por colores "RGB" en detalles de las fotografías a modo de glitch o error de visualización, reflejando los errores de visualización de VHS.

El conjunto de elementos proveerá de una imagen aterradora, de fácil lectura y persuasiva que ejemplifique los riesgos de la humanización en animales y una vinculación fácil entre la información visual y textual que se proveerá tanto al usuario como al profesional.

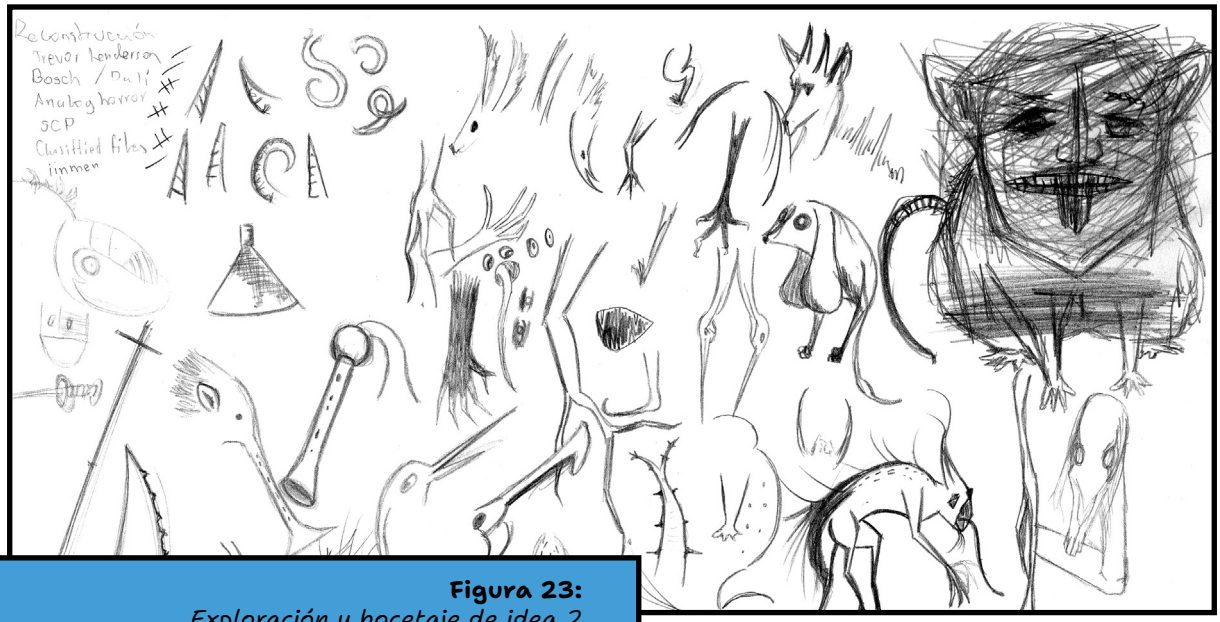


Figura 23:
Exploración y bocetaje de idea 2

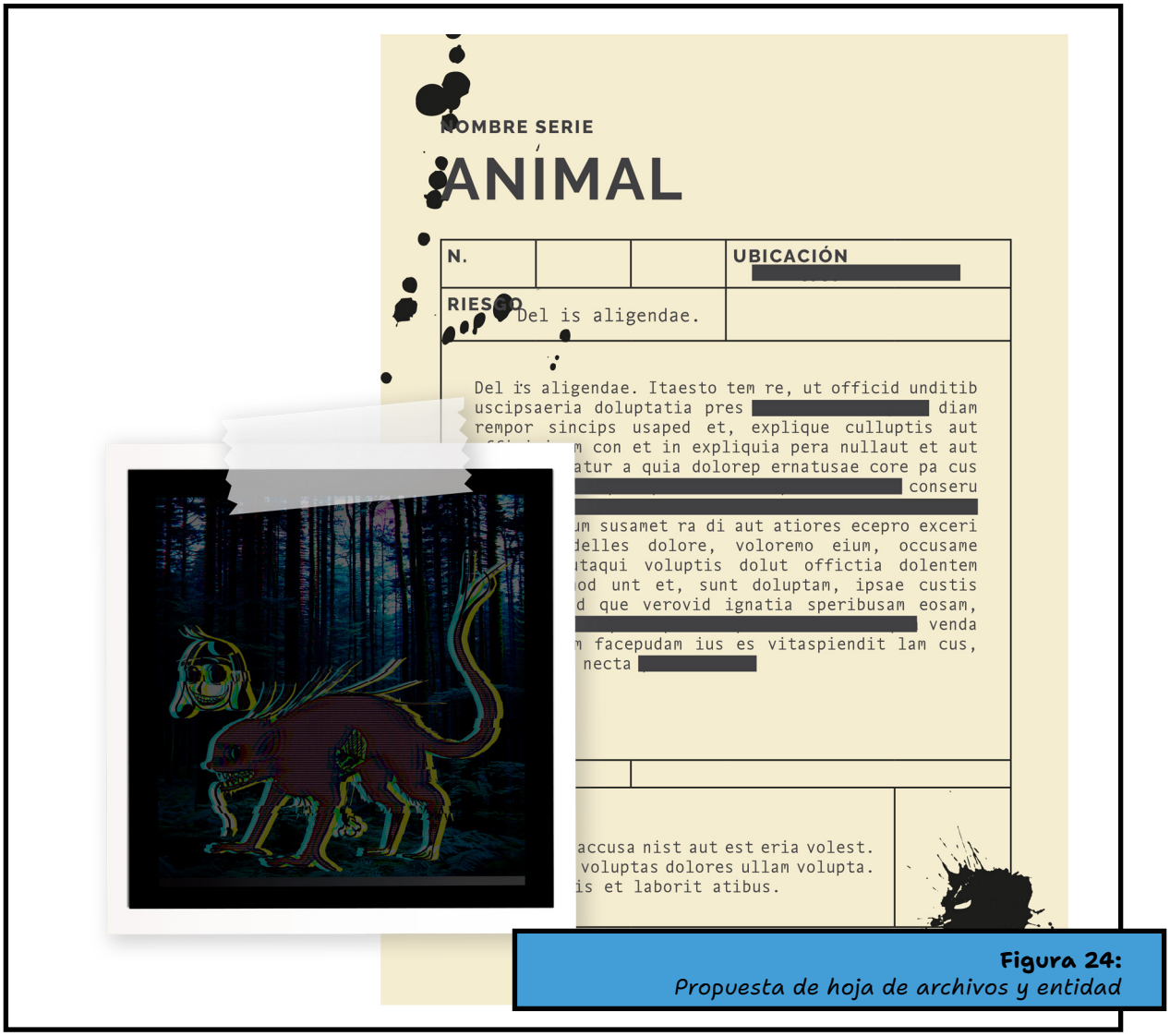


Figura 24:
Propuesta de hoja de archivos y entidad

EXPLORACIÓN DE LA FORMA

Idea 3: Tira cómica informativa

Mediante el empleo de un kit de piezas, se exploró generar un personaje para la tira cómica. Empleando líneas y trazos visibles en caricaturas de series como Peanuts y Calvin y Hobbes, se desarrollaron formas de rostros cuerpos y expresiones para crear un ser dinámico y expresivo que interactúe en las historias. Estas historias presentarán el día a día del personaje intentando actuar como humano y cómo esto afecta su salud física y mental.

Mediante el empleo de trazos irregulares que imiten lápiz y pluma se desarrollará al personaje, acompañado de tonos pasteles cálidos saturados que contrasten con la historia de humor negro y generen empatía e interés por lo que sucede con el personaje quien a través de estas viñetas ejemplificará estas prácticas con el mínimo uso de diálogos.

Tanto los diálogos como textos breves explicativos emplearán una tipografía script sin exceso de detalles decorativos, primando siempre la fácil lectura de estos textos.

Como material adicional, los plegables presentarán al personaje a modo de modelo anatómico, donde se detallarán las partes del cuerpo áreas afectadas con una forma más realista que contraste con la caricatura para que el profesional tenga una mayor facilidad de explicar términos complejos mediante una gráfica sencilla e impactante.

Idea 3: Tira cómica informativa

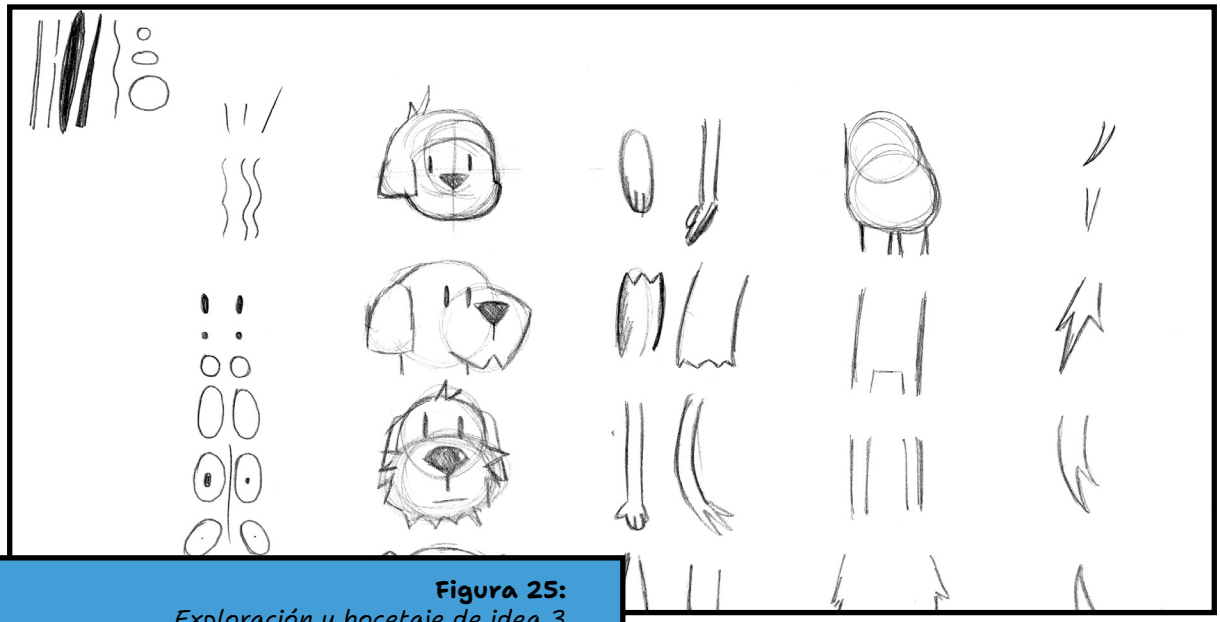


Figura 25:
Exploración y bocetaje de idea 3

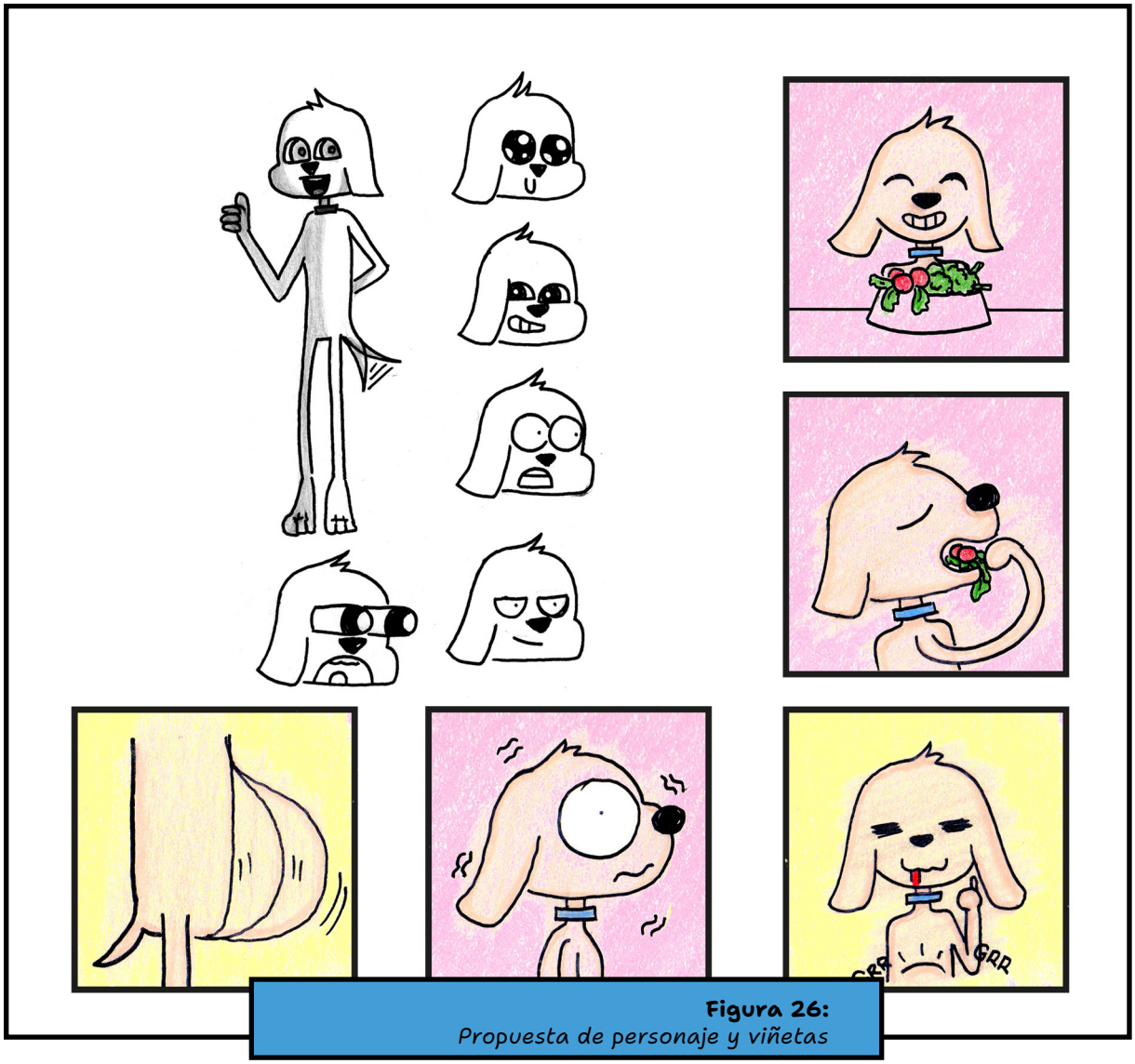
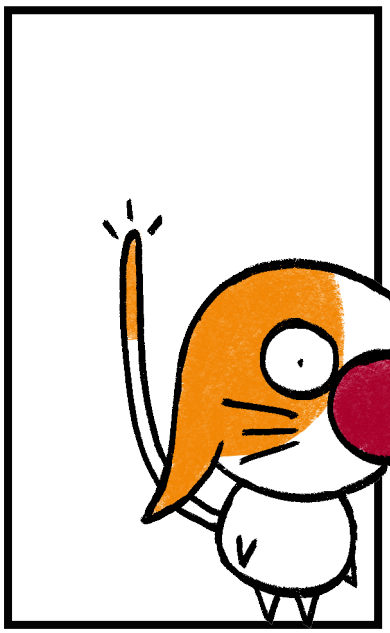


Figura 26:
Propuesta de personaje y viñetas



EVALUACIÓN DEL CONCEPTO Y ESTILO GRÁFICO

Para la evaluación del concepto y estilo gráfico, se compartieron los bocetos visuales preliminares que permitieron representar las tres propuestas planteadas, incorporando sus respectivas lógicas de funcionamiento y estilos formales. Esto facilitó la visualización de las posibles soluciones y permitieron someterlas a un proceso de validación con distintos perfiles: el Dr. Gabriel Márquez, médico veterinario de VET CARE CENTER, en calidad de comitente y experto en el área clínica; Soraya Quelal, docente y diseñadora de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Sebastián Cevallos, ilustrador y docente de la misma institución, con experiencia en narrativa gráfica. Esta selección de evaluadores permitió obtener una retroalimentación general, diferenciando los aspectos técnicos de diseño (como estructura, composición, estilo gráfico y complejidad del sistema) de aquellos relacionados con la experiencia del usuario, tales como legibilidad, impacto, claridad del mensaje y nivel de aceptación emocional.

EVALUACIÓN DEL CONCEPTO Y ESTILO GRÁFICO

En este contexto, la primera propuesta: cartas de amor grotesco, plantea una dinámica interactiva basada en ilustraciones de carácter grotesco y humorístico que representan prácticas de humanización en mascotas, acompañadas de información veterinaria en su reverso. Incluye elementos como tablero de seguimiento, cartas coleccionables y recompensas, configurando una experiencia lúdica entre usuario y veterinario. Desde el análisis técnico, los docentes destacan su riqueza visual, uso del color y potencial interactivo; sin embargo, desde la perspectiva del Dr. Gabriel Márquez, puede resultar excesiva en su nivel de exageración, generando incomodidad o rechazo en los usuarios debido a su tono confrontativo y a la posibilidad de inducir sentimientos de culpa. Asimismo, el docente Sebastián Cevallos indica que el manejo de personajes a modo de peluches podría alejar la intención empática de la propuesta al separarse de la forma real del animal.

Por otro lado, la segunda propuesta: archivos de entes anómalos, presenta una narrativa más compleja construida a partir de la analogía con expedientes de criaturas ficticias.

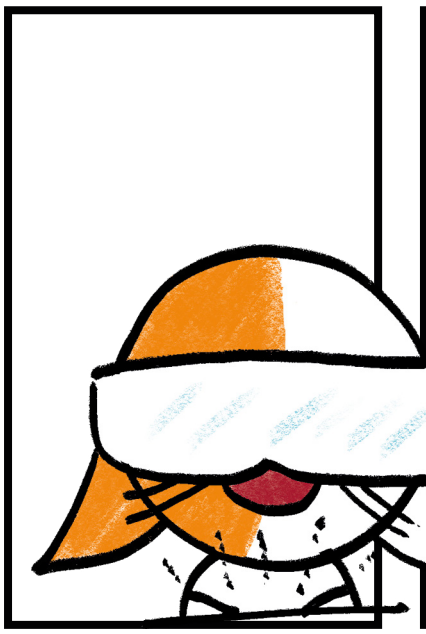
En este caso, cada "ente" representa una consecuencia de la humanización, incluyendo descripciones, características, niveles de afectación y posibles soluciones, además de materiales complementarios como anotaciones clínicas y registros visuales. Desde el diseño, Soraya Quelal reconoce su carácter innovador y conceptual, aunque presenta problemas con el estilo que resulta demasiado visceral y aterrador, mientras que Sebastián Cevallos sugiere explorar referentes gráficos más interpretativos y replantear el estilo visual, pues al presentar un carácter más fotorrealista este generaría aversión excesiva al aspecto visual.

No obstante, tanto desde el ámbito del diseño como desde la visión del comitente, se identifica que su com-

plejidad estructural y carga simbólica dificultan su comprensión, interacción y adaptación a distintos públicos.

Finalmente, la tercera propuesta: tira cómica de humor negro, presenta una narrativa secuencial protagonizada por un personaje animal que evidencia las consecuencias de la humanización a través de situaciones cotidianas. Esta propuesta integra recursos como viñetas que abordan los temas vinculados a los 10 tópicos vinculados a la humanización, elementos desplegables con preguntas de reflexión que se integran como desenlace a cada viñeta y un poster descriptivo de apoyo para veterinarios, facilitando una experiencia de lectura más directa y accesible. En este caso, los tres evaluadores coinciden en que se trata de la alternativa más equilibrada: el Dr. Gabriel Márquez resalta que resulta menos acusatoria y más adecuada para el contexto clínico; Soraya Quelal señala que se ajusta mejor a las expectativas del usuario y permite una comunicación más clara; y Sebastián Cevallos destaca su potencial narrativo, recomendando fortalecer el guion (siendo este el factor más importante de la propuesta) y el desarrollo del humor aunque recomiendo considerar la implementación y costos de producción de este material.

En síntesis, la evaluación permitió identificar que, si bien las tres propuestas son válidas y responden al objetivo del proyecto, existen diferencias significativas en cuanto a su viabilidad, complejidad y nivel de aceptación. En este sentido, la propuesta de la tira cómica se posiciona como la opción más adecuada para continuar el desarrollo, al cumplir de mejor manera con los criterios de claridad, accesibilidad, impacto y relación con el usuario, sin dejar de lado el potencial expresivo y crítico del lenguaje gráfico.



DESARROLLO DE PROTOTIPO

Como resultado del proceso de investigación, conceptualización y validación, se decidió adaptar la proupuesta de la tira cómica a una pieza gráfica titulada El Teatro de Poco: Humanización en nueve actos. La propuesta reemplaza el uso de humor negro por un humor absurdo que resultó más acorde al usuario y las necesidades del comitente. Mediante el desarrollo de esta propuesta se consolidó una pieza editorial que complementa la narrativa empática con información veterinaria de fácil comprensión a través de sus nueve historias.

En este contexto, esta serie de tiras cómicas se plantea como un soporte capaz de integrar contenidos informativos, recursos narrativos e ilustración dentro de una estructura organizada equilibrando dos objetivos complementarios: informar y generar involucramiento emocional.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Concepto Final

La propuesta emplea una metáfora teatral que organiza la totalidad del contenido. El libro presenta a Poco como protagonista de una obra dividida en nueve actos, donde cada historia representa una práctica de humanización identificada durante la investigación. Esta estructura permite construir una narrativa continua que conecta las diferentes situaciones abordadas y genera una experiencia de lectura más dinámica que la de un manual informativo convencional.

El contenido editorial se organiza en tres secciones principales. La primera corresponde a una introducción que presenta el contexto general de la obra y las Cinco Libertades del Bienestar Animal, las cuales funcionan como eje conceptual para interpretar las situaciones representadas posteriormente. La segunda sección contiene los nueve actos ilustrados protagonizados por Poco, donde se representan distintas acciones de humanización mediante relatos breves desarrollados en formato de tira cómica. La última sección corresponde a los espacios denominados "Tras bambalinas", en los cuales se explica cada situación desde una perspectiva veterinaria mediante textos breves. La articulación de contenidos narrativos e informativos dentro de un mismo sistema visual, permiten que el lector transite de la experiencia emocional a la comprensión técnica de manera progresiva.

A diferencia de materiales veterinarios centrados en la exposición de información científica, El Teatro de Poco incorpora elementos de la ilustración narrativa y la tira cómica para favorecer la empatía, el interés y la recordación, respondiendo al problema gráfico identificado y contribuyendo a la promoción de prácticas de cuidado responsables fundamentadas en el bienestar animal.

Desarrollo conceptual y narrativo

Frente a la problemática identificada, se optó por desarrollar una estrategia narrativa basada en el humor, la metáfora y la representación teatral. En lugar de señalar directamente errores de comportamiento o responsabilizar al propietario, la propuesta construye una experiencia de observación donde el lector puede identificar situaciones cotidianas desde una perspectiva externa y reflexiva. De esta manera, la información deja de percibirse como una corrección directa y pasa a convertirse en una invitación a cuestionar ciertas prácticas naturalizadas dentro de la convivencia con las mascotas.

La metáfora teatral se seleccionó debido a su capacidad para representar conflictos humanos a través de personajes y situaciones simbólicas. Desde la antigüedad, el teatro ha sido utilizado como una herramienta de reflexión social capaz de abordar problemáticas complejas mediante la



Figura 27:
Organización de información de propuesta

representación, la sátira y la exageración. Pavis (1998) señala que la teatralidad permite construir realidades simbólicas que facilitan la observación crítica de comportamientos sociales, mientras que Carlson (2010) sostiene que el teatro funciona como un espacio donde las acciones humanas pueden ser reinterpretadas y cuestionadas desde nuevas perspectivas.

Bajo esta lógica, la propuesta se plantea como una obra compuesta por actos, permitiendo fragmentar la información en unidades narrativas breves y fácilmente comprensibles, facilitando la lectura y evitando la saturación de contenidos.

La estructura narrativa se inspira en los principios del *kishotenketsu*, modelo narrativo ampliamente utilizado en la historieta y el manga japonés. Este sistema organiza la historia en cuatro momentos: introducción, desarrollo, giro y conclusión. A diferencia de las narrativas tradicionales basadas en el conflicto, el kishotenketsu permite generar interés mediante cambios de perspectiva y asociaciones inesperadas, característica que resulta especialmente adecuada para la construcción de humor absurdo y situaciones surrealistas (Hayot, 2014).

Cada una de las tiras cómicas presenta una situación aparentemente cotidiana que evoluciona progresivamente hacia una consecuencia inesperada para el personaje. El humor surge precisamente de la contradicción entre las buenas intenciones humanas y los efectos que estas acciones generan sobre la mascota. Esta estrategia busca evitar discursos acusatorios, favoreciendo una reflexión basada en la observación de las consecuencias más que en la imposición de juicios morales.

Durante las primeras etapas del proyecto se exploró el uso del humor negro como recurso principal. Sin embargo, los procesos de validación realizados con el profesional veterinario evidenció que ciertos niveles de exageración podían resultar incó-

modos para los usuarios, generando rechazo hacia el mensaje. Como resultado, la propuesta evolucionó hacia un enfoque basado en el humor absurdo y surrealista, manteniendo la crítica social, pero reduciendo los elementos de confrontación directa.

Esta decisión se encuentra alineada con los referentes visuales seleccionados para el proyecto, particularmente las obras de Liniers, Bill Watterson y Keiichi Arawi. En estos autores el humor no depende de la agresión o la ridiculización del personaje, sino de la construcción de situaciones inesperadas, imaginativas y aparentemente ilógicas que permiten observar la realidad desde perspectivas alternativas. Esta característica resulta especialmente relevante para abordar una temática sensible como la humanización de las mascotas sin generar sentimientos de culpa o ataque hacia los propietarios.

La narrativa se complementa con la sección "tras bambalinas", ubicada



Figura 28:
Estructura narrativa kishotenketsu

después de cada acto. Mientras la tira cómica muestra la situación desde una perspectiva humorística, esta segunda sección explica lo ocurrido mediante información veterinaria científica. La metáfora teatral se mantiene al presentar estos contenidos como el panfleto de la obra, estableciendo un paralelismo entre la escena visible y las consecuencias reales de cada práctica.

De esta manera, la estructura narrativa articula entretenimiento e información dentro de una misma experiencia de lectura. El lector observa inicialmente una situación humorística protagonizada por Poco y posteriormente accede a una explicación técnica que contextualiza los riesgos asociados a dicha práctica. Esta transición permite transformar la curiosidad generada por la historia en una oportunidad para informar sobre la problemática.

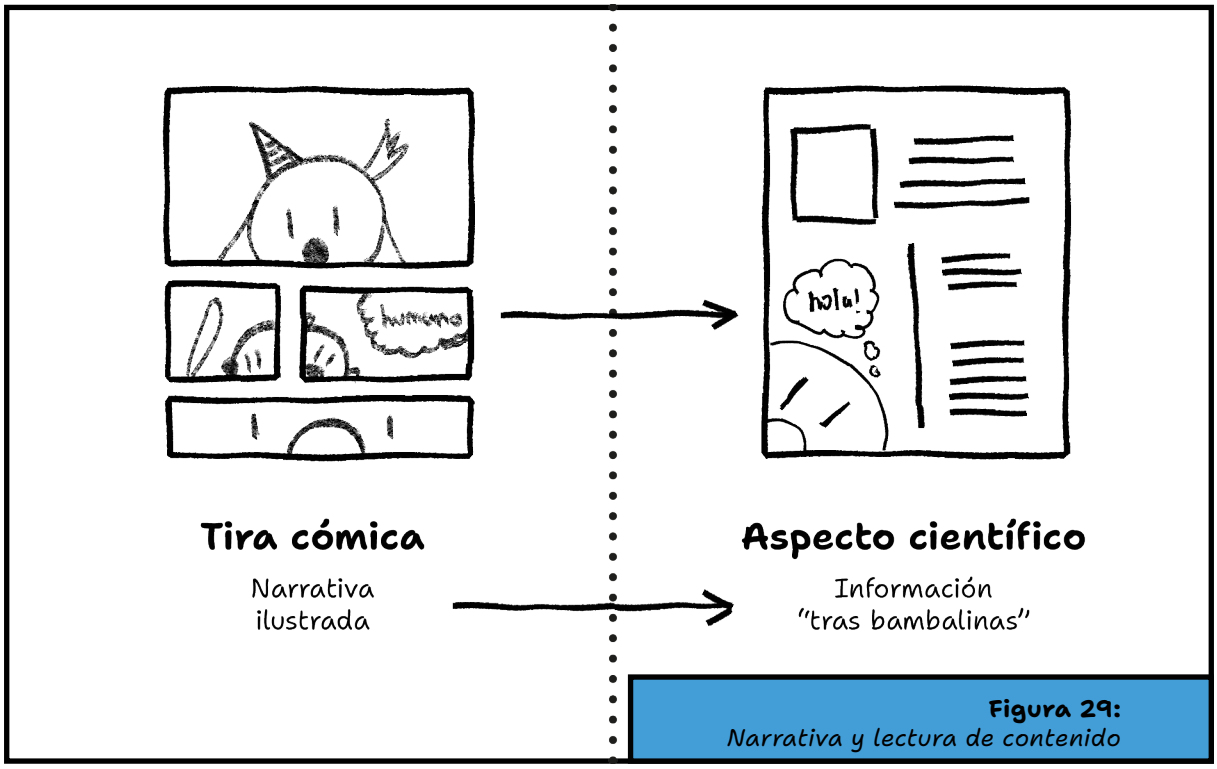


Figura 29:
Narrativa y lectura de contenido

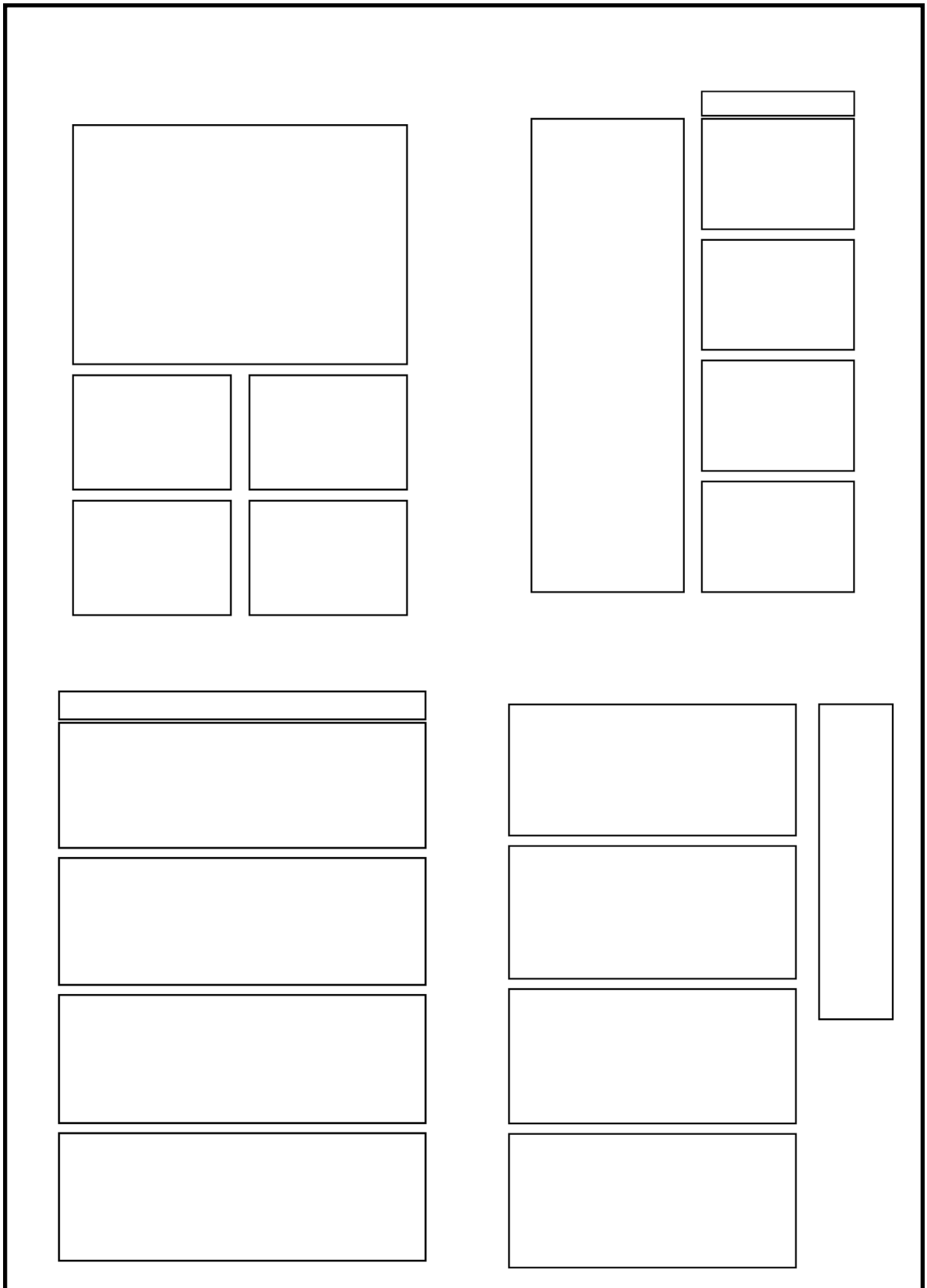


Figura 30:
Variables de viñetas para cuatro paneles. Se seleccionó la opción superior izquierda.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Desarrollo del personaje principal

El personaje principal de la propuesta editorial, denominado Poco, constituye el eje narrativo y comunicacional de El teatro de Poco. Su diseño responde tanto a necesidades funcionales de comunicación como a criterios conceptuales vinculados con la problemática investigada. Más que representar una especie animal específica, Poco fue concebido como un personaje capaz de sintetizar las experiencias comunes de las mascotas dentro del fenómeno de la humanización animal.

Uno de los principales desafíos del proyecto consistía en evitar la representación exclusiva de una especie determinada. Si el personaje hubiera sido únicamente un perro o únicamente un gato, parte de los usuarios podría interpretar que la problemática abordada se limita a esa especie específica, pese a que la humanización es predominante en perros.

Por esta razón se optó por desarrollar un personaje híbrido que combina rasgos morfológicos de perros y gatos. Esta decisión permite construir una representación simbólica de la mascota doméstica contemporánea, facilitando que distintos propietarios puedan identificarse con el personaje independientemente de la especie.

Desde la teoría de la caricatura y el diseño de personajes, Scott McCloud (1993) explica que la simplificación gráfica favorece procesos de identificación más amplios, ya que mientras más específico es un personaje, más restringida se vuelve la proyección del lector sobre él. En cambio, las representaciones simplificadas y simbólicas permiten que diferentes públicos se reconozcan en una misma figura narrativa.

En este sentido, Poco no busca representar un perro o un gato concreto, sino funcionar como una metáfora visual de las mascotas afectadas por prácticas de humanización.

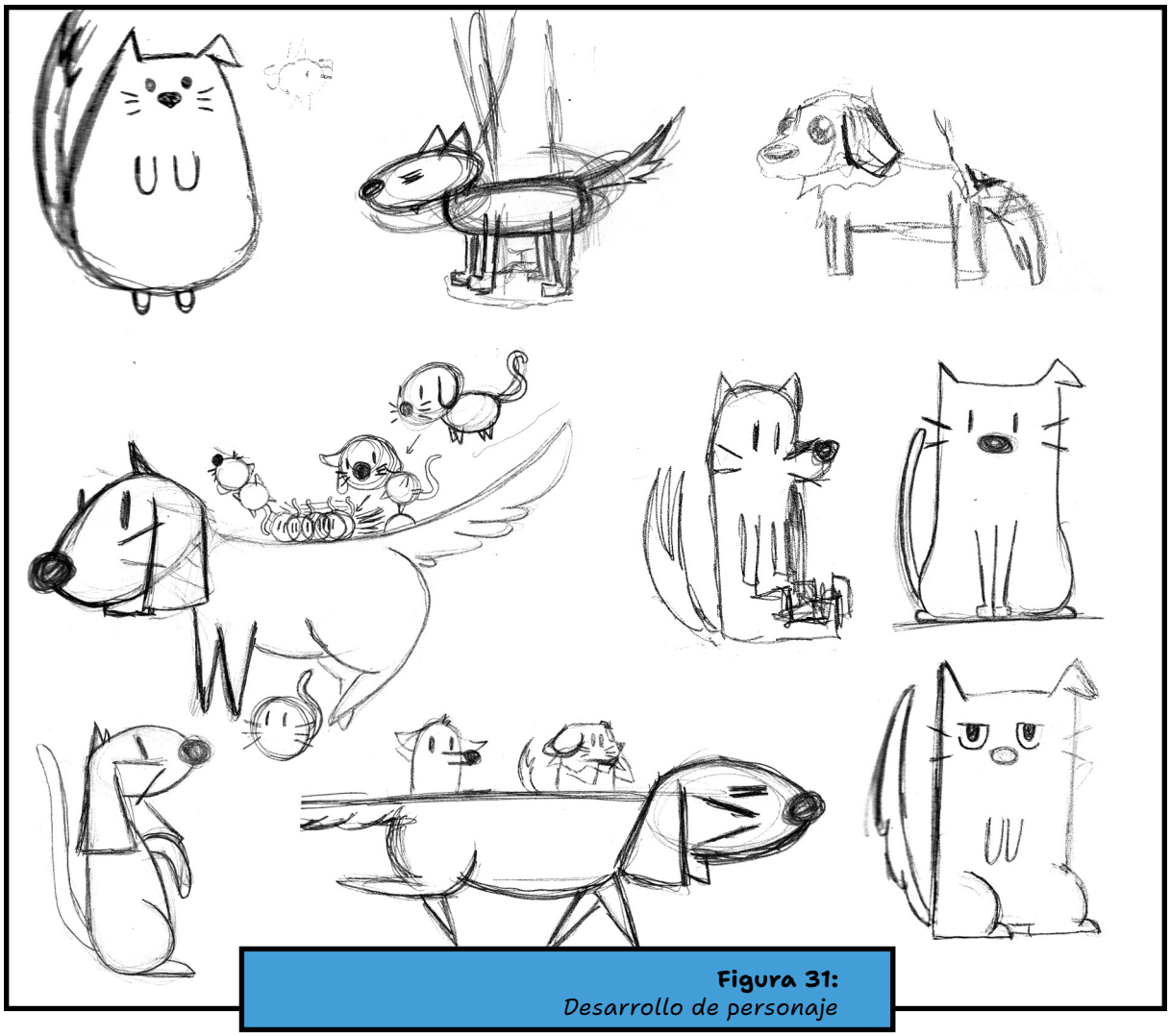


Figura 31:
Desarrollo de personaje

Origen del nombre "Poco"

El nombre del personaje surge de la combinación conceptual de su naturaleza híbrida: un poco perro y un poco gato.

Esta decisión busca reforzar la identidad del personaje mediante un nombre sencillo, breve y fácilmente recordable. Al mismo tiempo, el nombre mantiene coherencia con el tono lúdico y humorístico del proyecto.

La simplicidad fonética permite además una rápida memorización y facilita su incorporación dentro de la narrativa editorial.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Diseño formal y silueta

Poco fue diseñado a partir de circunferencias simples, redondeadas y fácilmente reconocibles.

Las formas curvas y orgánicas predominan sobre las formas angulares con el objetivo de generar cercanía y empatía. Según Lidwell, Holden y Butler (2010), las formas redondeadas suelen ser percibidas como amigables, seguras y accesibles, mientras que las formas agresivas o puntiagudas tienden a generar respuestas de alerta o rechazo.

Esta característica resultaba importante considerando que el proyecto aborda una problemática potencialmente sensible para los propietarios, dando como resutado tres principios:

Silueta clara y reconocible.

Lectura visual inmediata.

Capacidad de adaptación a múltiples situaciones narrativas.

Estos principios permiten que Poco mantenga su identidad visual incluso cuando es representado desde diferentes ángulos, expresiones o acciones dentro de la historieta.

Como uno de sus rasgos notables, Poco presenta una expresividad relativamente limitada. Esta decisión responde a una intención narrativa específica. Durante la investigación se identificó que gran parte de las prácticas de humanización surgen precisamente de la tendencia humana a proyectar emociones complejas sobre los animales.

Por esta razón, se evitó dotar al personaje de expresiones excesivamente humanas que pudieran reforzar el mismo fenómeno que la propuesta busca cuestionar. En lugar de ello, Poco mantiene expresiones sutiles y ambiguas que transmiten principalmente calma, desconcierto, incomodidad o incertidumbre frente a las situaciones que experimenta.

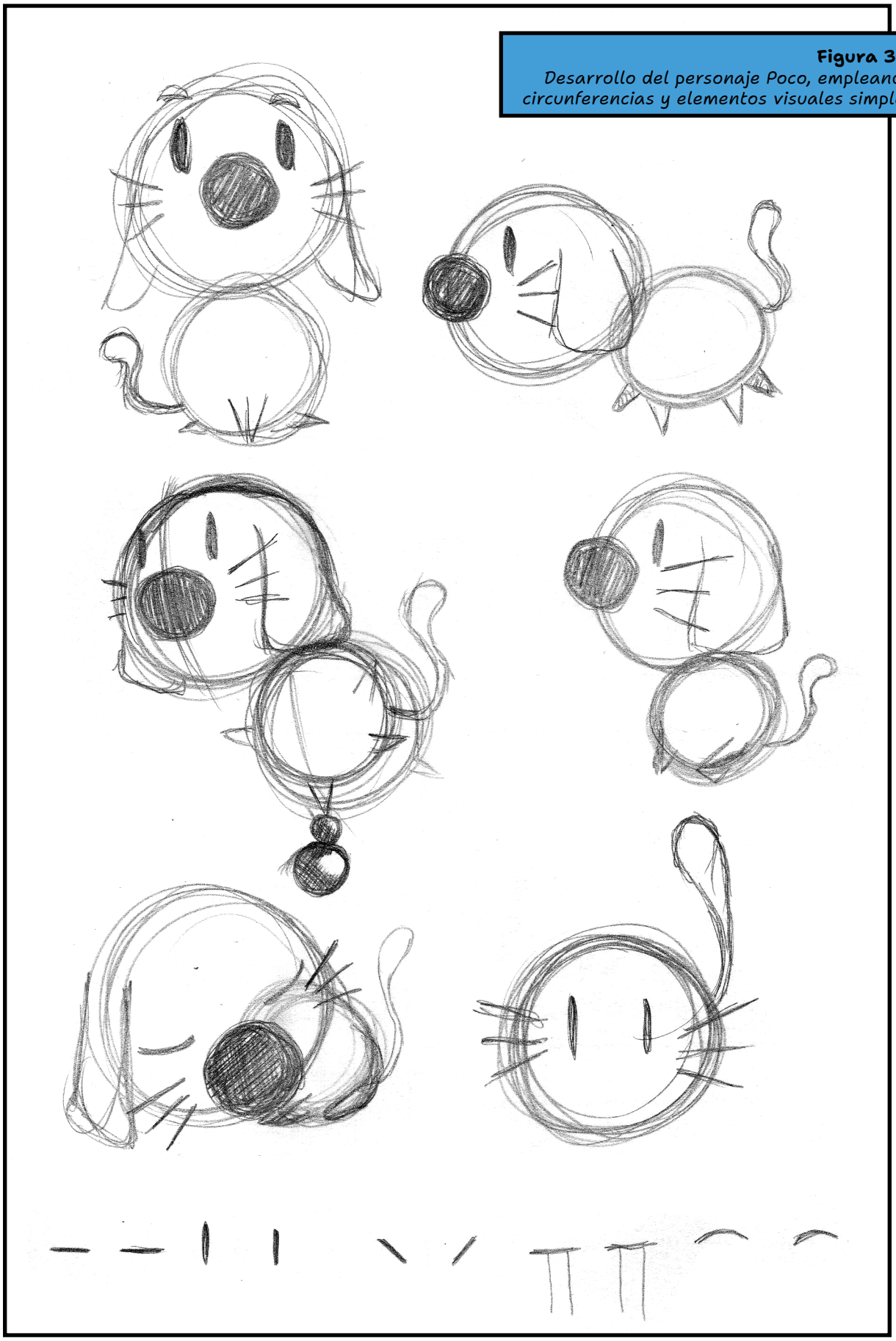
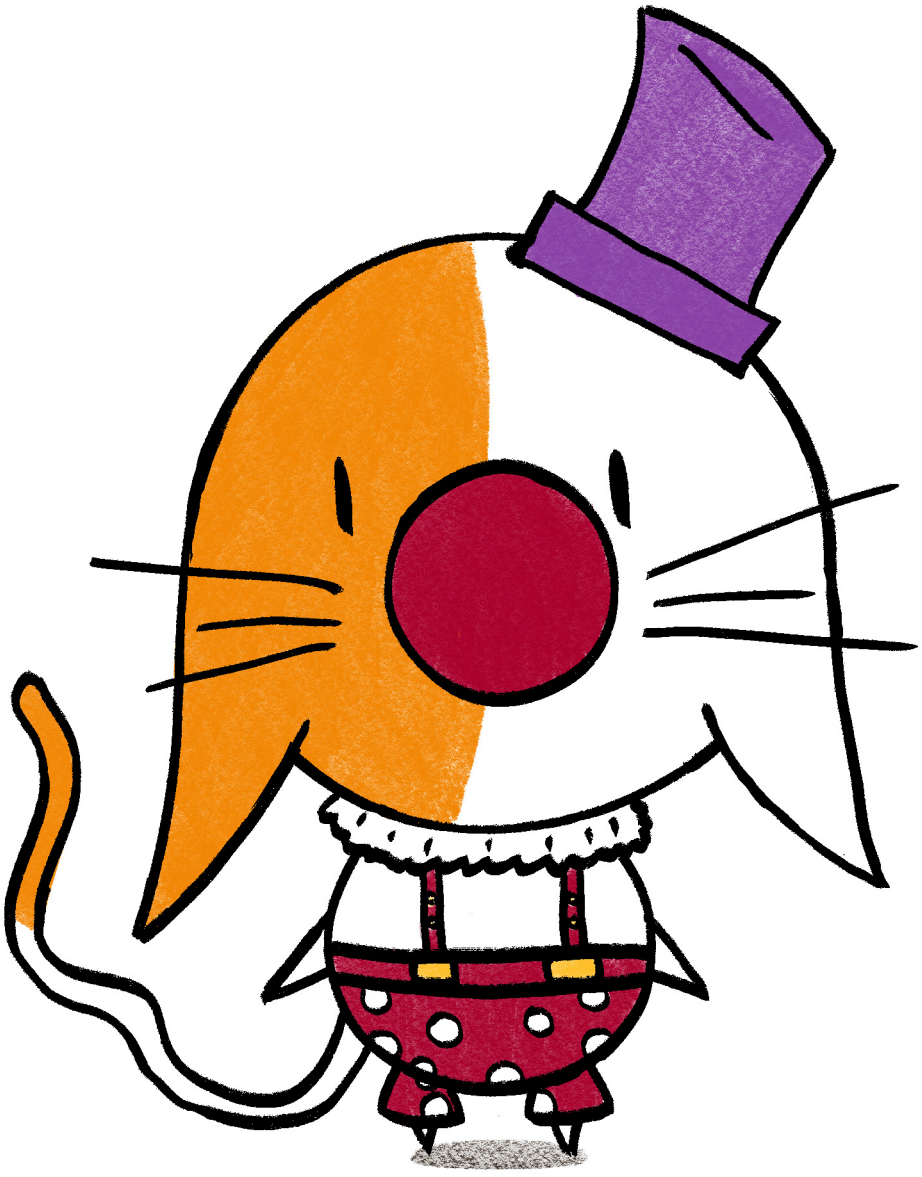


Figura 32:
Desarrollo del personaje Poco, empleando circunferencias y elementos visuales simples

Figura 33:
Ilustración de Poco detallada con ropas teatrales



DESARROLLO DE PROTOTIPO

Influencia del clown teatral

La construcción conceptual de Poco se inspira directamente en la figura del clown teatral. A diferencia del payaso tradicional asociado al entretenimiento infantil, el clown contemporáneo se caracteriza por utilizar el humor para revelar contradicciones humanas, exponer comportamientos sociales y generar procesos de reflexión crítica.

Autores como Lecoq (2002) señalan que el clown funciona como una figura vulnerable que evidencia las absurdidades del comportamiento humano mediante el error, el fracaso y la exageración de situaciones cotidianas.

Del mismo modo, Wright (2006) explica que el clown no busca únicamente provocar risa, sino generar empatía mediante la exposición de conflictos humanos reconocibles.

Esta función coincide directamente con los objetivos comunicacionales del proyecto. Poco actúa como un intérprete dentro de una obra teatral que experimenta las consecuencias de decisiones humanas sobre las cuales no posee control. Su vulnerabilidad permite visibilizar prácticas de humanización sin recurrir a discursos moralizantes o acusatorios.

Relación entre clown y tira cómica

La selección del clown como base conceptual también guarda relación con la tradición histórica de la tira cómica. Tanto el clown teatral como la historieta humorística comparten mecanismos narrativos similares:

- Uso de la sátira.
- Observación crítica de comportamientos cotidianos.
- Construcción de humor a partir del error.
- Exageración de situaciones comunes.
- Reflexión social mediante recursos humorísticos.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Autores como Eisner (2008) y McCloud (1993) señalan que la historieta permite abordar problemáticas complejas mediante narrativas visuales accesibles, transformando situaciones cotidianas en experiencias de aprendizaje y reflexión.

Por esta razón, Poco fue concebido como una figura que combina características propias del clown y de los protagonistas clásicos de las tiras cómicas. Al igual que personajes como Calvin (Calvin and Hobbes), Enriqueta (Macanudo) o los protagonistas de las obras de Keiichi Arawi, Poco observa y experimenta un mundo absurdo que funciona como reflejo de comportamientos reales.

Desarrollo de lenguaje visual

La ilustración constituye el principal recurso comunicacional de El teatro de Poco. En este contexto, la imagen no funciona únicamente como un complemento decorativo del contenido, sino como un elemento narrativo capaz de transmitir conceptos, emociones y situaciones complejas mediante recursos gráficos fácilmente interpretables por el usuario.

La selección del lenguaje visual se desarrolló a partir del análisis de referentes provenientes del cómic, la ilustración editorial y el humor gráfico. Durante la fase exploratoria se identificó que las propuestas más cercanas a los objetivos comunicacionales del proyecto compartían características recurrentes como el uso de humor absurdo, personajes simplificados, narrativas breves, colores cálidos y una fuerte carga expresiva basada en situaciones cotidianas reinterpretadas desde perspectivas inesperadas.

A partir de este análisis se seleccionaron tres referentes principales que influyeron directamente en el desarrollo visual del proyecto: Liniers, Bill Watterson (Calvin and Hobbes) y Keiichi Arawi (Nichijou y City).

Influencia clave de Liniers

Utilización de líneas orgánicas, trazos aparentemente espontáneos y una estética cercana al dibujo manual, elementos que contribuyen a generar cercanía y calidez en la lectura.

Figura 34:
Viñeta de Macanudo, por Liniers



Nota. Macanudo (p. 78), por Liniers, 2013, La Editorial Común.

Influencia de Bill Watterson

Capacidad para utilizar la imaginación como una herramienta narrativa que amplifica situaciones cotidianas y las transforma en experiencias visualmente memorables.

Figura 35:
Tira de despedida "Calvin y Hobbes"

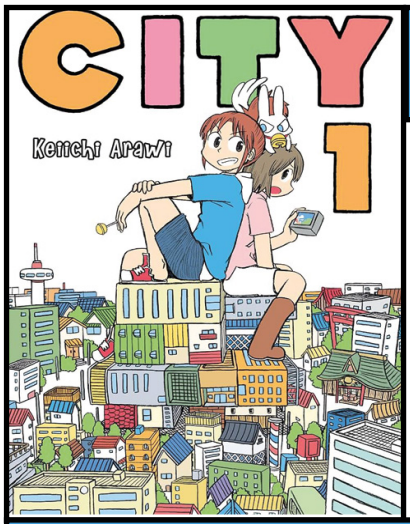


Nota. Última tira. Bill Watterson, 1995. Go Comics. https://www.gocomics.com/extras/

Influencia de Keiichi Arawi

Uso del humor absurdo y surrealista aplicado a situaciones ordinarias. Construye escenas donde eventos aparentemente normales evolucionan hacia situaciones completamente ilógicas sin abandonar la coherencia interna de la narración.

Figura 36:
Portada de Vol. 1 de manga "CITY"



Nota. CITY 1. Keiichi Arawi, 2018. Amazon. https://www.amazon.com/-/es/CITY-1-Keiichi-Arawi/dp/1945054786

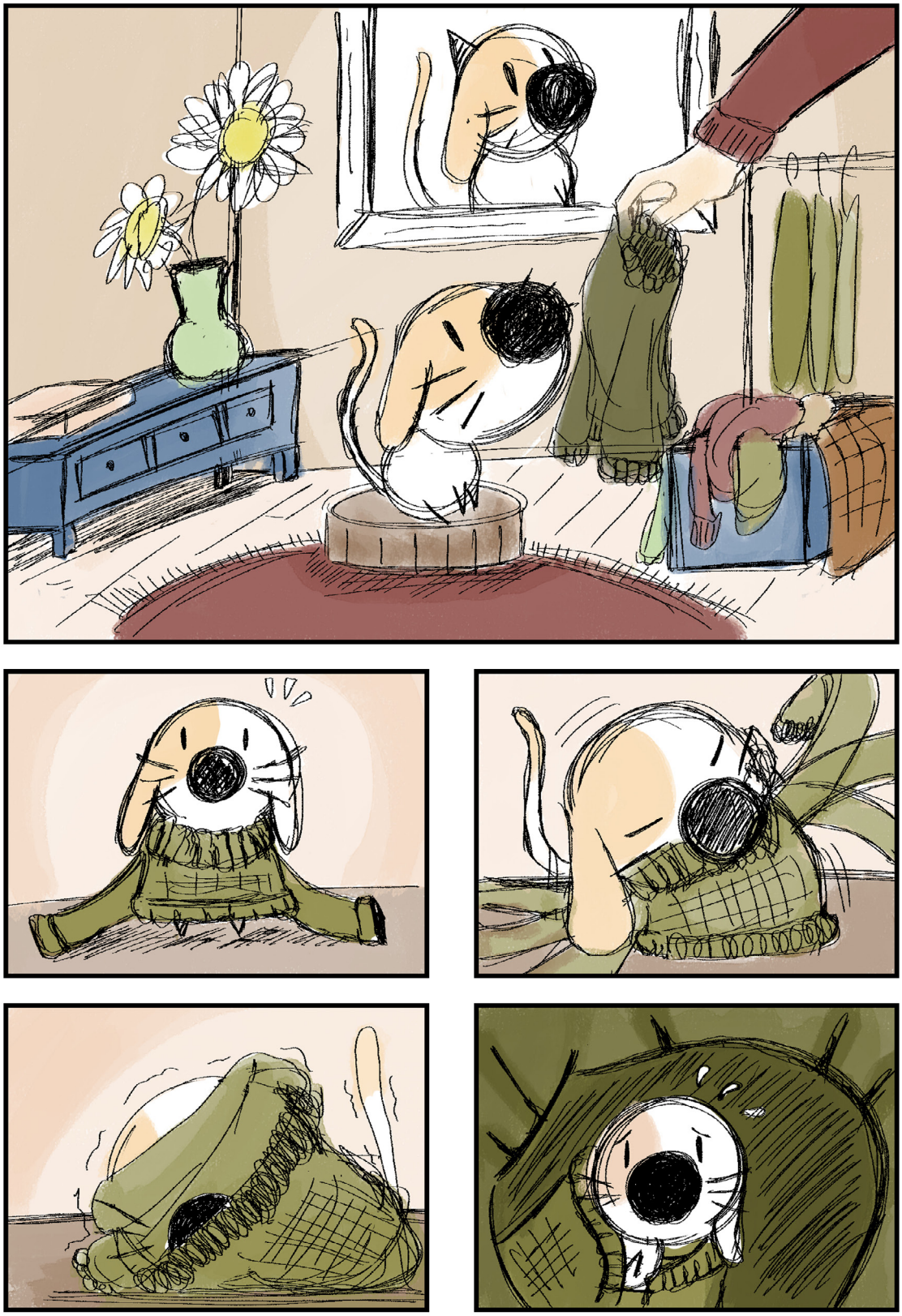


Figura 37:
Boceto de tira cómica con el personaje en una situación absurda

DESARROLLO DE PROTOTIPO

A partir de la síntesis de estos referentes se desarrolló un lenguaje visual propio para el proyecto. El objetivo no consistía en replicar ninguno de los estilos analizados, sino en identificar principios visuales compatibles con las necesidades comunicacionales detectadas durante la investigación.

El estilo final se caracteriza por la integración de elementos absurdos dentro de contextos cotidianos, el empleo de formas simplificadas y fácilmente reconocibles, un personaje con una expresividad corporal predominante en su cola y el uso limitado de detalles innecesarios, generando escenarios atractivos pero sobrios y con pocos elementos.

Esta simplificación visual responde a lo planteado por McCloud (1993), quien señala que los personajes estilizados facilitan la identificación del lector y permiten concentrar la atención en la experiencia narrativa.

Cromática y textura

Se estableció una paleta de colores cálidos y fríos, estableciendo una jerarquía cromática compuesta por colores dominantes, subordinados y de énfasis empleados tanto en la tira cómica como en el contenido editorial.

Para el personaje, predominan el naranja y rojo, generando una sensación de calidez, donde este último alude al clown y genera una contradicción humorística entre la calidez y energía de los colores con la expresión taciturna de Poco.

La decisión de emplear fontos predominantemente negros no responde únicamente a una preferencia estética, sino a una función narrativa específica.

Desde la teoría de la percepción visual, Dondis (1973) señala que el contraste constituye uno de los mecanismos más efectivos para dirigir la atención del observador. Al utilizar fondos oscuros y colores altamente saturados, los personajes y elemen-

tos narrativos adquieren una presencia visual dominante que facilita la lectura inmediata de cada escena. Esto contrasta con los personajes y escenarios, mientras que guían la lectura hacia la tira cómica empleando una selección de los colores emplea-dos en tonos desaturados para las zonas informativas, misma que emplea el color rojo teatral creando una sensación elegante y limpia del contenido y un azul clínico para las 5 libertades .

Adicionalmente se empleó una serie de colores fríos para esce-narios y utilería, combinando de azules y verdes para estos ele-mentos, mientras que se complementan con el tono marrón del escenario que aporta peso, cercanía y solidez.

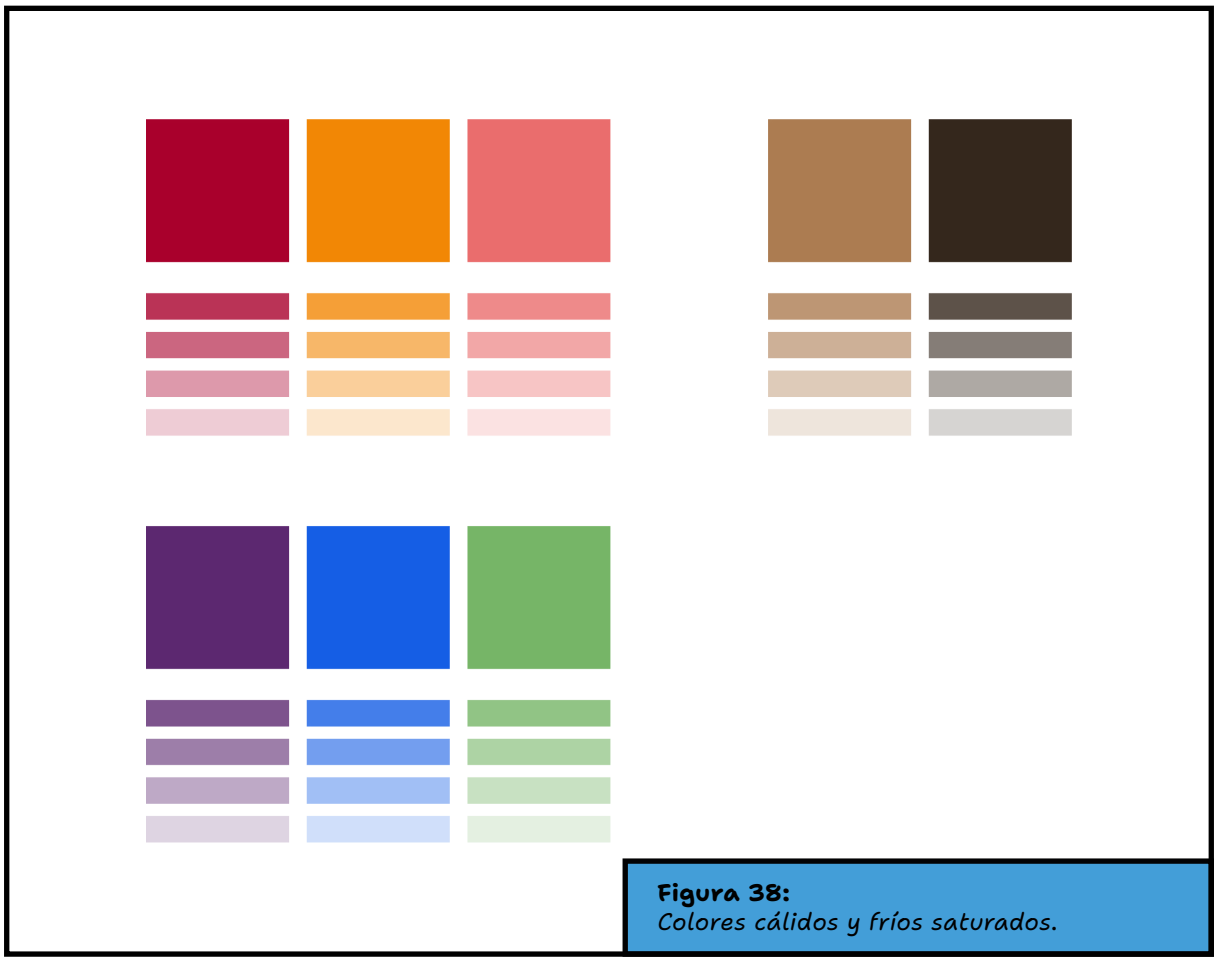


Figura 38:
Colores cálidos y fríos saturados.

Desarrollo de texturas

A pesar de tratarse de una ilustración digital, se buscó evitar una apariencia excesivamente limpia o artificial.

Durante la exploración visual se identificó que una estética completamente digital podía reducir la sensación de cercanía y espontaneidad que se buscaba transmitir. Por esta razón se incorporaron texturas visibles inspiradas en técnicas pictóricas tradicionales.

Las ilustraciones presentan superficies irregulares, pequeñas variaciones tonales y marcas que simulan la aplicación manual de pintura sobre escenografías teatrales.

Esta decisión responde a lo planteado por Lupton y Phillips (2016), quienes señalan que las texturas permiten enriquecer la experiencia visual al introducir variaciones perceptivas que incrementan la sensación de materialidad de una composición.

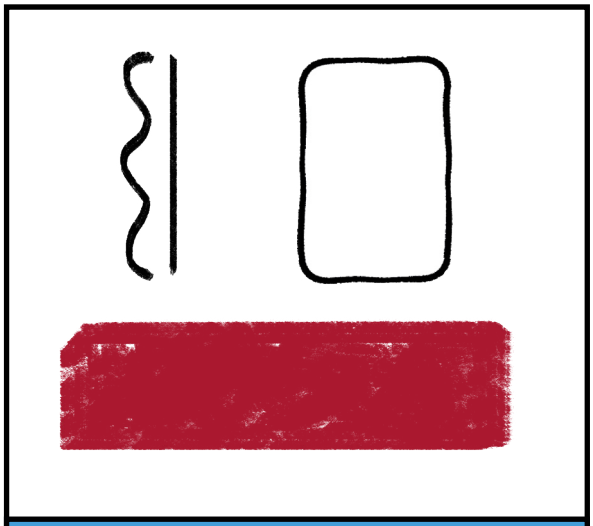


Figura 39:
Trazos y texturas empleados

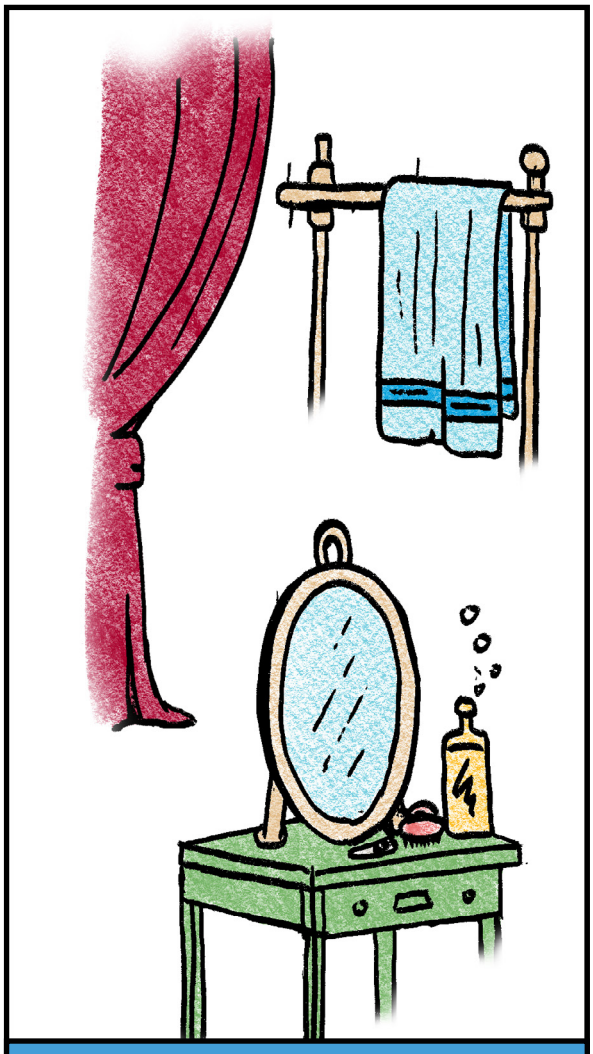


Figura 40:
Elementos de escenarios ilustrados

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Recursos digitales

La totalidad de las ilustraciones fue desarrollada mediante el software Clip Studio Paint.

La selección de esta herramienta responde a sus características especializadas para la producción de historietas, manga, e ilustración digital.

A diferencia de programas orientados principalmente a la edición fotográfica, Clip Studio Paint incorpora sistemas específicos para creación de viñetas, manejo de globos de diálogo y bibliotecas de pinceles para comic y manga creada por artistas y compartidos dentro del mismo programa.

Para la construcción de las ilustraciones se utilizaron principalmente pinceles digitales con textura de pastel seco. La elección de estos pinceles responde a dos objetivos principales.

El primero consistía en conservar una apariencia manual y expresiva dentro de un entorno digital.

El segundo buscaba recrear visualmente las superficies pintadas que suelen encontrarse en escenografías teatrales tradicionales.

Las texturas generadas por estos pinceles producen bordes ligeramente irregulares y superficies con pequeñas variaciones cromáticas que aportan riqueza visual a las ilustraciones, dando como resultado una apariencia artesanal que dialoga con la temática teatral de la propuesta.

En conjunto, estos elementos contribuyen a construir una experiencia visual que combina entretenimiento, narrativa e información científica, reforzando los objetivos educativos y comunicacionales planteados para El teatro de Poco.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Selección tipográfica

Debido a que la propuesta combina elementos propios de la tira cómica, libro ilustrado y el material informativo, se optó por un sistema tipográfico compuesto por dos familias complementarias: Anime Ace 2 y Fraunces.

Esta selección busca generar un equilibrio entre expresividad y funcionalidad, permitiendo diferenciar claramente los espacios narrativos de los informativos, al mismo tiempo que refuerza la atmósfera teatral y caricaturesca que caracteriza a la propuesta.

Anime Ace 2: lenguaje de cómic

La tipografía principal utilizada en los diálogos y recursos narrativos es Anime Ace 2, una fuente ampliamente empleado en diálogos y textos para cómic y manga. Su estructura emula el rotulado manual tradicional empleado en historietas, conservando un alto nivel de legibilidad incluso en tamaños reducidos.

Fraunces: teatralidad editorial

Fraunces es una tipografía serif que emplea contrastes pronunciados y detalles ornamentales que le otorgan una personalidad expresiva y distintiva. Estas características permitieron vincular visualmente el proyecto con el imaginario del teatro, los programas escénicos y los carteles de espectáculos, sin perder legibilidad.

Lupton (2014) señala que la combinación de tipografías resulta efectiva cuando cada una cumple funciones claramente diferenciadas dentro del sistema visual. En este caso, Fraunces aporta contraste formal respecto a la estética caricaturesca de Anime Ace 2, permitiendo organizar la información sin perder coherencia gráfica.

La presencia de serifas y variaciones de grosor también aporta una sensación de material editorial más elaborado, ayudando a equilibrar el tono humorístico de las ilustraciones con el carácter educativo de los contenidos científicos.

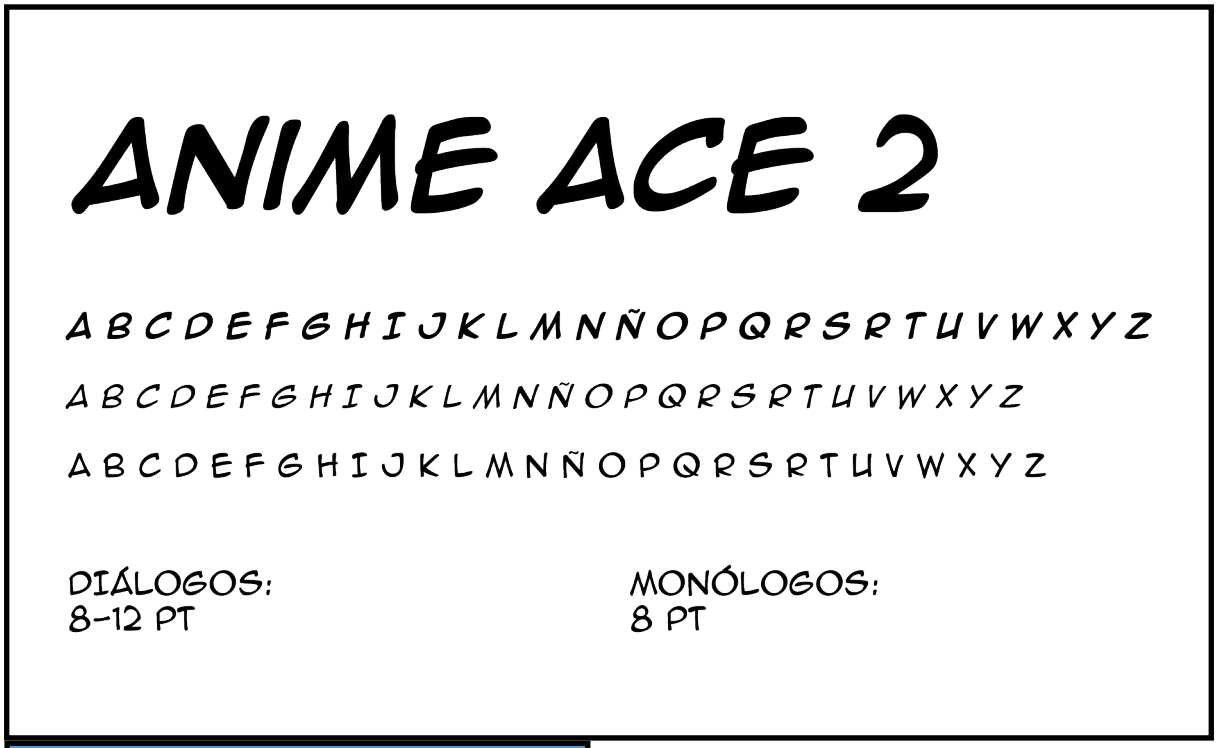


Figura 41:
Tipografía comic para diálogos

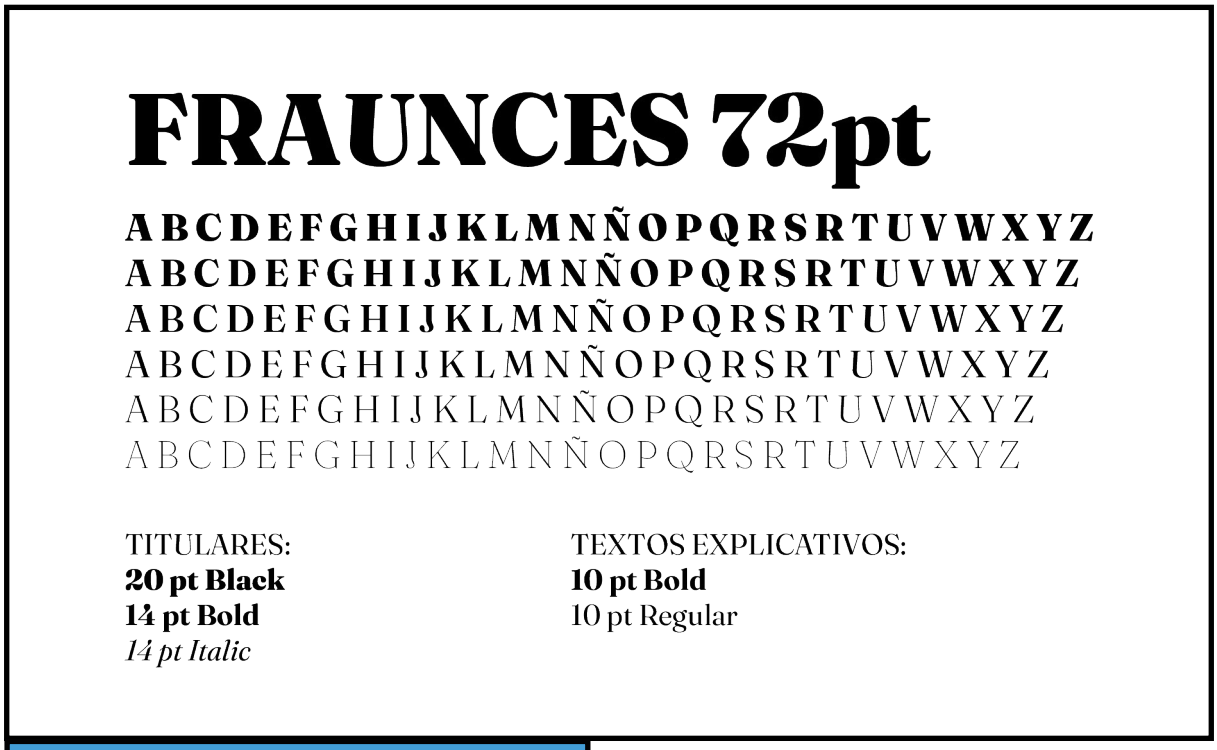


Figura 42:
Tipografía para textos explicativos

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Retícula

Al contensar todo el proyecto en una única pieza editorial, el contenido fue estructurado en base a una retícula modular tomando como base la distribución de viñetas empleada para las tiras cómicas.

Mediante la distribución de elementos en base a estas viñetas, se estructuró la retícula modular con 8 columnas y 8 filas.

Esto permitió que la composición pueda segmentarse en cuadrículas, asimilando las viñetas de las tiras cómicas y dando espacios para las cajas de texto y la estructuración de títulos, subtítulos y contenido, rompiendo brevemente la estructura con un elemento ilustrativo adicional que asemeja un monólogo del personaje en el área inferior derecha del área de texto informativo aledaño a las tiras cómicas.

Detalles técnicos

Al presentar un único elemento, se priorizó la calidad de lectura, durabilidad y replicabilidad del proyecto.

Tira cómica informativa

La colección de tiras cómicas se desarrolló en un formato A5, con 32 páginas generando un material de fácil manejo para el lector. La portada impresa en cartulina marfil laminada, protege la misma contra ralladuras, humedad y el desgaste por fricción, asegurando la longevidad del libro. Las hojas internas fueron impresas en papel couché, mismo que evita que la tinta se expanda o sea absorbida en exceso, garantizando nitidez en los bordes de los textos y una reproducción de color vibrante, fiel a las ilustraciones digitales originales. Se rechazó la impresión en papeles satinados que podrían haber reducido la tonalidad de los colores vivos presentes en las tiras cómicas.

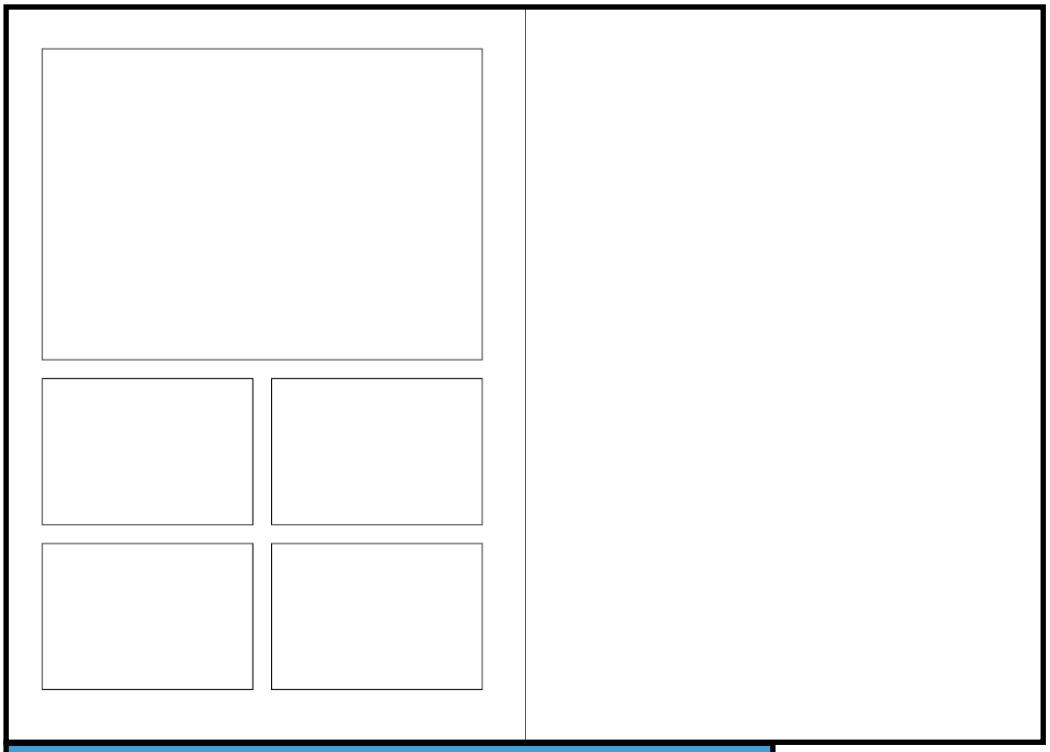


Figura 43:
Ditribución de viñetas en el espacio de documento A5.

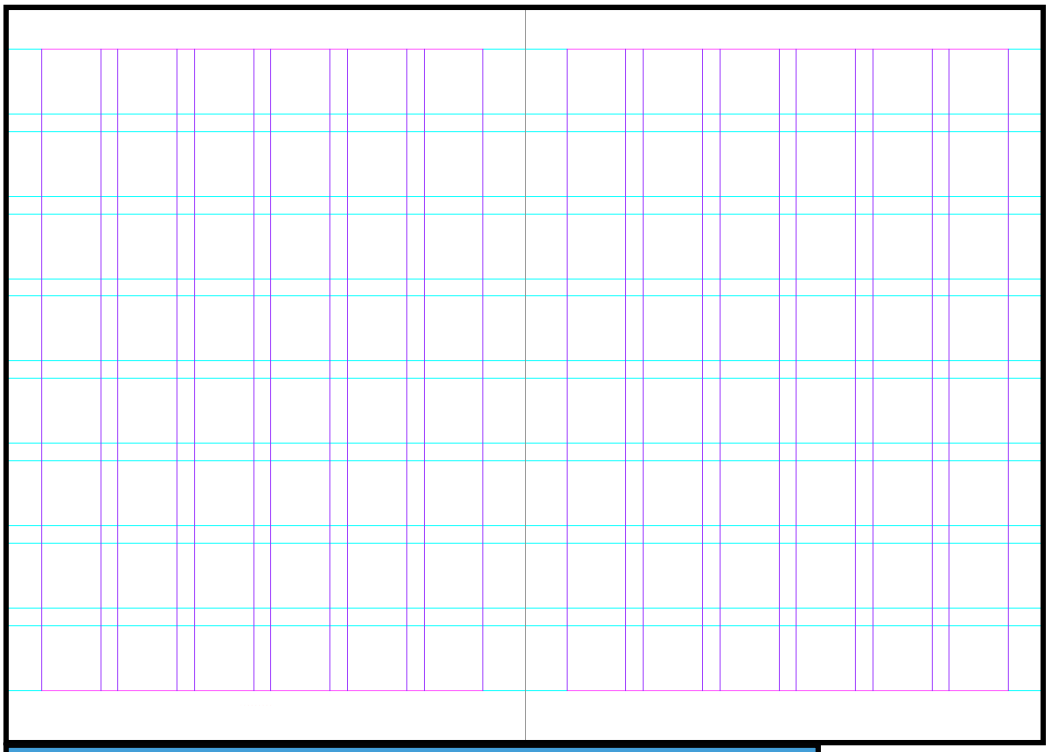


Figura 44:
Retícula modular adaptada de la organización de viñetas.



Figura 45:
Pieza editorial final.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Tabla 1:
Presupuesto de horas de trabajo.

Gestión	
Concepto	**Valor**
Total horas laborables al mes	160
Valor por hora	$ 6,41
Horas estimadas de gestión	30
Valor bruto por gestión	$ 192,30
Creativo	
Concepto	**Valor**
Total horas laborables al mes	160
Valor por hora	$ 4,81
Horas estimadas de trabajo creativo	150
Valor bruto por diseño creativo	$ 721,50
Operativo	
Concepto	**Valor**
Total horas laborables al mes	160
Valor por hora	$ 3,21
Horas estimadas de trabajo operativo	30
Valor bruto por diseño operativo	$96,30
Proyecto	
Concepto	**Valor**
Gestión	$192,30
Creativo	$721,50
Operativo	$96,30
Valor bruto del proyecto	$1010,10

Tabla 2:
Costos de prototipo y producción offset.

Prototipo de El Diario de Poco		
Descripción	**Valor Unitario**	
Libro tamaño A5 en pasta suave con laminado mate con armado encolado	$4,00	
Páginas internas en papel couché 150 g	$19,00	
Valor total	**$23,00**	
Descripción	**500 ud (offset)**	**1000 ud (offset)**
Libro tamaño A5 en pasta suave con laminado mate con armado encolado	$0,60	$0,40
Páginas internas en papel couché 150 g	$1,60	$1,10
Valor unitario	**$2,20**	**$1,50**
Valor total	**$1.100,00**	**$1.500,00**

Tras el cambio de formato, la propuesta enfocó la innovación dentro de la narrativa y el manejo de la información, misma que permite comunicar de forma clara y sin conceptos técnicos veterinarios que confundan al usuario. Poco guía las historias y la información con respecto a la humanización de una forma creativa que no existe dentro de la clínica y que está presente fuera de la misma mayoritariamente en estudios y análisis científicos veterinarios y antropológicos. En este sentido El Teatro de Poco acerca al usuario a estos conceptos mediante historias cortas acompañadas de explicaciones breves que buscan la reflexión de los propietarios de mascotas.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Evaluación de la propuesta

Validación con lectores

Los resultados obtenidos evidenciaron una valoración favorable de la propuesta por parte de los lectores. El 90 % de los criterios evaluados alcanzó la puntuación máxima, aunque se identificaron observaciones puntuales susceptibles de mejora. Estos resultados permiten afirmar que la propuesta responde adecuadamente al objetivo general planteado y que, pese al cambio significativo de dirección conceptual durante el proceso de diseño, la problemática fue abordada de manera efectiva mediante una solución atractiva, comprensible y pertinente.

Asimismo, los participantes destacaron la viabilidad de la propuesta y su potencial de expansión hacia otros medios y formatos. En particular, señalaron la posibilidad de desarrollar nuevas experiencias narrativas alrededor del personaje Poco, ampliando el alcance del proyecto mediante recursos multimedia que podrían integrarse a los distintos canales de comunicación de VET CARE CENTER.

En términos generales, la evaluación permitió reconocer el valor comunicacional y visual de la propuesta, así como su capacidad para transmitir contenidos especializados de manera accesible. No obstante, se identificaron aspectos susceptibles de optimización relacionados con la lectura de la narrativa y la articulación de algunos elementos informativos complementarios.

Entre las principales observaciones se encuentra la necesidad de reforzar visualmente determinadas páginas ilustradas, especialmente aquellas relacionadas con la apertura y cierre del telón, con el fin de enfatizar de manera más clara el concepto teatral que estructura la obra. De igual manera, se sugirió revisar la organización de ciertas páginas para favorecer una lectura más fluida y reducir posibles momentos de confusión durante la experiencia de lectura.

DESARROLLO DE PROTOTIPO

Validación con comitente

El Dr. Gabriel Márquez, médico veterinario especialista en medicina interna de VET CARE CENTER, valoró positivamente la propuesta editorial desarrollada. Entre los aspectos más destacados señaló la incorporación de las cinco libertades del bienestar animal como eje conceptual, considerando que este recurso fortalece significativamente el carácter informativo del proyecto.

Por otra parte, indicó la necesidad de realizar verificaciones adicionales en determinados contenidos informativos, particularmente en el apartado relacionado con enfermedades zoonóticas, correspondiente al acto titulado "Durmiendo con los enemigos".

A pesar de estas observaciones puntuales, el comitente considera que la propuesta constituye una herramienta valiosa para la sensibilización de tutores y profesionales veterinarios respecto a las implicaciones de la humanización de mascotas y sus posibles efectos sobre el bienestar animal.

Validación con usuarios

Los resultados de la validación con cinco usuarios encuestados presentes en las instalaciones de VET CARE CENTER evidenciaron que El Teatro de Poco cumple con su propósito principal de comunicar de manera clara y accesible los riesgos asociados a determinadas prácticas de humanización.

Uno de los hallazgos más relevantes fue el interés generado por el concepto de las cinco libertades del bienestar animal, identificado por varios participantes como uno de los contenidos más significativos y memorables de la lectura. Este resultado demuestra la efectividad de integrar conceptos técnicos dentro de una estructura narrativa accesible.

De igual manera, los usuarios destacaron el papel de las ilustraciones como uno de los elementos más atractivos de la propuesta. La calidad visual y expresiva de los recursos gráficos fue percibida como un

factor determinante para despertar interés, facilitar la comprensión de los contenidos y mantener la atención durante la lectura.

Por otro lado, los resultados mostraron que no existió una historia o acto que sobresaliera de manera unánime sobre los demás. Si bien cada una de las narrativas fue recordada por distintos participantes, no se identificó un episodio particularmente dominante, lo que sugiere una distribución equilibrada del interés generado por las diferentes historias.

Finalmente, aunque la síntesis de la información fue valorada positivamente por facilitar la comprensión de los contenidos, algunos participantes manifestaron interés en acceder a explicaciones más amplias sobre determinados temas. Esto sugiere la posibilidad de complementar futuras versiones de la propuesta con recursos informativos adicionales que profundicen ciertos aspectos veterinarios especializados.

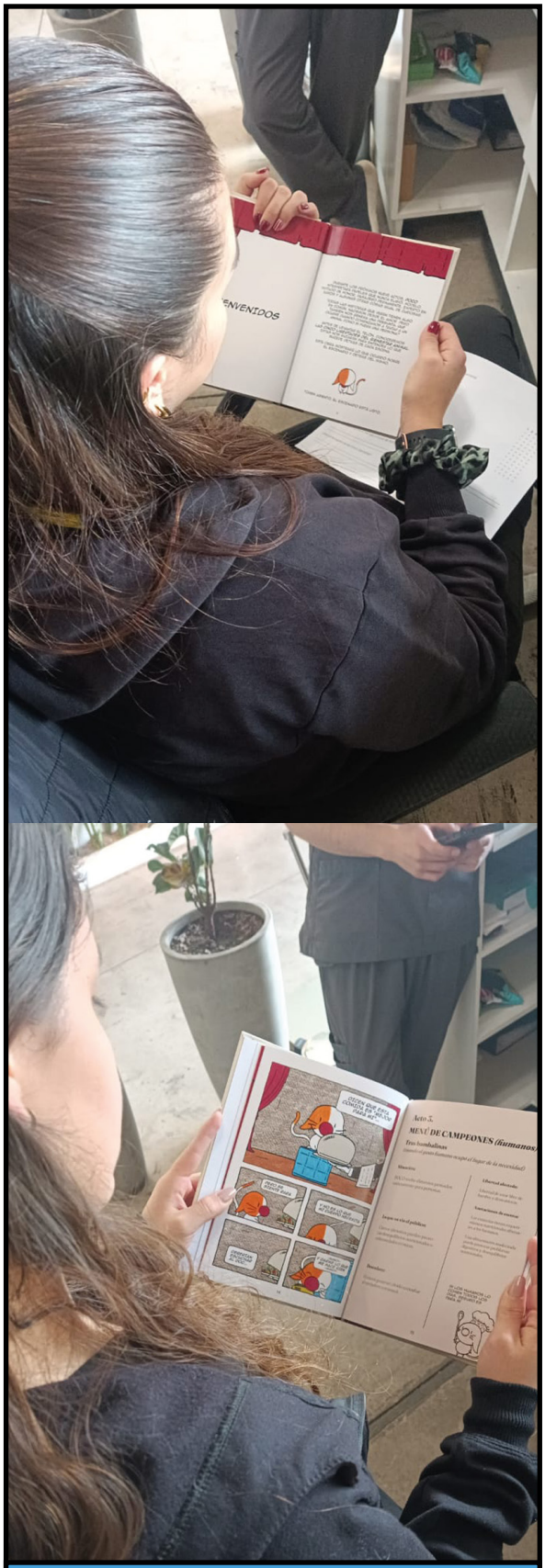
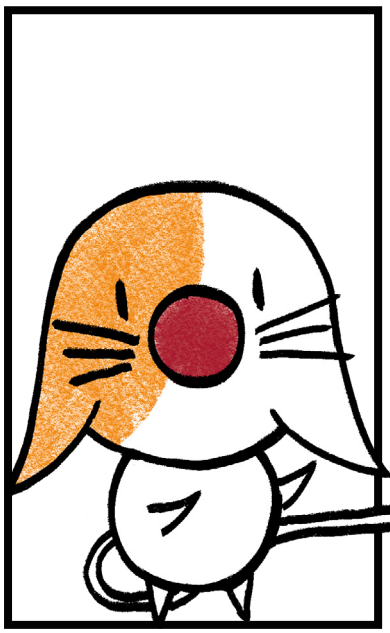


Figura 46:
Evaluación en clínica VET CARE CENTER



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo de la propuesta permitió cumplir el objetivo general del proyecto, al diseñar un producto editorial que promueve prácticas de cuidado respetuosas con las necesidades biológicas, comportamentales y de bienestar de las mascotas mediante una estrategia de comunicación basada en recursos narrativos, visuales e informativos. Los resultados obtenidos durante la validación evidencian que la combinación entre ilustración, narrativa secuencial y humor facilitó la comprensión de los riesgos asociados a la humanización, incrementando el interés del público por la información.

Con relación al primer objetivo específico, la investigación permitió identificar las principales prácticas de humanización presentes en el contexto de estudio y analizar sus implicaciones sobre el bienestar animal desde fundamentos científicos y veterinarios. Este proceso proporcionó los criterios conceptuales y comunicacionales que orientaron el

desarrollo de la propuesta gráfica y permitieron establecer una relación coherente entre el contenido técnico y las estrategias narrativas, ilustrativas y editoriales del proyecto.

Respecto al segundo objetivo específico, se desarrolló una herramienta editorial de carácter informativo-persuasivo que integra ilustración, narrativa teatral y estructura de tira cómica como recursos para comunicar prácticas de cuidado responsable. La construcción del personaje Poco, concebido como un clown teatral, permitió establecer un vínculo cercano con el lector y presentar situaciones cotidianas desde una perspectiva crítica, favoreciendo la reflexión sin recurrir a discursos moralizantes o culpabilizadores.

Finalmente, el proceso de validación permitió verificar el cumplimiento del tercer objetivo específico al evidenciar una adecuada recepción de la propuesta por parte de los usuarios y profesionales participantes. Los resultados mostraron que la combinación entre narrativa gráfica, recursos teatrales e información científica favorece la comprensión del contenido, mejora la recordación de los mensajes y fortalece la efectividad comunicacional del producto editorial como herramienta informativa para cuidar el bienestar animal.

En conjunto, la investigación demuestra que el diseño gráfico puede desempeñar un papel clave en la divulgación de información científica cuando transforma contenidos especializados en experiencias visuales significativas y emocionalmente cercanas para los usuarios. En este sentido, El teatro de Poco constituye una propuesta editorial que evidencia el potencial de la narrativa ilustrada como medio para promover prácticas de cuidado responsable.

Recomendaciones

A partir de las observaciones obtenidas durante la evaluación final del proyecto, se plantean las siguientes recomendaciones para futuras etapas de desarrollo:

1. Reforzar la presencia de los recursos teatrales dentro de la publicación, especialmente en los elementos de apertura, transición y cierre, con el propósito de reforzar el concepto teatral y potenciar la experiencia narrativa del lector.

2. Considerar materiales y acabados editoriales de mayor calidad en futuras producciones, particularmente en la encuadernación y los sistemas de impresión, con el fin de incrementar la resistencia física y la vida útil del producto.

3. Optimizar la composición editorial y la secuencia de lectura para fortalecer la transición entre las tiras cómicas y los apartados de información científica, favoreciendo una integración más fluida entre narrativa e información técnica.

4. Refinar el proceso de adaptación del lenguaje científico empleado en algunos contenidos, para garantizar una comprensión más accesible para públicos no especializados.

5. Explorar el desarrollo del universo narrativo de **El teatro de Poco** en otros soportes editoriales y digitales, como redes sociales, contenidos digitales, merchandising o productos derivados, aprovechando el potencial y la aceptación obtenida por el personaje y su narrativa.

REFERENCIAS

Arawi, K. (2017). *City (Vol. 1)*. Kodansha Comics.

Ambrose, G., y Harris, P. (2005). *Bases del diseño: Color*. Parramón Ediciones.

Ambrose, G., y Harris, P. (2014). *Fundamentos del diseño gráfico*. Parramón Ediciones.

Atherton, G., Piovesan, A., & Cross, L. (2023). *Autism, pets, and the importance of seeing human*. Autism Research, 16(9), 1765–1774. https://doi.org/10.1002/aur.2975

Bierut, M. (2015). *How to use graphic design to sell things, explain things, make things look better, make people laugh, make people cry, and (every once in a while) change the world*. Harper Design. https://archive.org/details/howtousegraphicd0000bier

Bouma, E. M. C., Dijkstra, A., & Rosa, S. A. (2023). *Owner's anthropomorphic perceptions of cats' and dogs' abilities are related to the social role of pets, owners' relationship behaviors, and social support*. Animals, 13(23), Article 3644. https://doi.org/10.3390/ani13233644

Carlson, M. (2014). *Theatre: A very short introduction*. Oxford University Press. https://dokumen.pub/theatre-a-very-short-introduction-9780199669820-9780191781322-0191781320.html

Cohn, N. (2013). *The visual language of comics: Introduction to the structure and cognition of sequential images*. Bloomsbury Academic. https://archive.org/details/visuallanguageof0000cohn

Correa Duque, M. C., Posada Hoyos, V., & Gómez Tabares, A. S. (2024). *The anthropomorphization of the human–animal bond in family dynamics: A documentary review*. Revista Pensamiento Americano, 17(33), 618. https://doi.org/10.21803/penamer.17.33.618

Cosgrove, N. (2025). *How does pet humanization affect the pet industry? (Positive & negative impacts)*. Hepper. https://articles.hepper.com/how-does-pet-humanization-affect-the-pet-industry/

Eisner, W. (2008). *Comics and sequential art: Principles and practices from the legendary cartoonist*. W. W. Norton. https://archive.org/details/comicssequential0000eisn_c1q9

Farm Animal Welfare Council. (2009). *Farm animal welfare in Great Britain: Past, present and future*. Department for Environment, Food & Rural Affairs. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7d89fe40f0b64fe6c24508/Farm_Animal_Welfare_in_Great_Britain_-_Past__Present_and_Future.pdf

Forbes, S. L. (2018). *Pet humanisation: What is it and does it influence purchasing behaviour?* Journal of Dairy & Veterinary Sciences, 5(2). https://doi.org/10.19080/jdvs.2018.05.555659

Frascara, J. (2004). *El diseño de comunicación*. Ediciones Infinito.

Frascara, J. (2004). *Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de masa y cambio social*. Ediciones Infinito.

Frey, E., Kedrowicz, A. A., & Hedgpeth, M.-W. (2025). *Veterinary students acknowledge the importance of competent communication to enhance client adherence to antimicrobial recommendations*. Journal of Veterinary Medical Education, e20240147. https://doi.org/10.3138/jvme-2024-0147

Friedmann, E., & Son, H. (2009). *The human–companion animal bond: How humans benefit*. Veterinary Clinics of North America: Small Animal Practice, 39(2), 293–326. https://doi.org/10.1016/j.cvsm.2008.10.015

Gobierno del Ecuador. (n.d.). *Censo de población y vivienda 2022: Mascotas*. https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/05/2022_CPV_Mascotas.xlsx

Haslam, A. (2006). *Book design*. Laurence King Publishing.

Hayot, E. (2014). *On literary worlds*. Oxford University Press. oup.com

HealthforAnimals. (2024). *Global trends in the pet population*. https://healthforanimals.org/reports/pet-care-report/global-trends-in-the-pet-population/#worldwide

Heller, E. (2009). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.

Johnson, M. (2017). *Problem Solved: A Primer in Design and Communication*. Phaidon Press.

Kraus, B. L. H., & Cazlan, C. (2019). *Assessment of dog owner concern regarding peri-operative nausea and vomiting and willingness to pay for anti-emetic treatment*. Frontiers in Veterinary Science, 6, Article 264. https://doi.org/10.3389/fvets.2019.00264

Lecoq, J. (2002). *The Moving Body: Teaching Creative Theatre*. Routledge. https://www.routledge.com/The-Moving-Body-Teaching-Creative-Theatre/Lecoq/p/book/9780415371541

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal principles of design (2nd ed.)*. Rockport Publishers. https://people.engr.tamu.edu/pcr/courses/csce431/winter20/Universal-PrinciplesOfDesign.pdf

Liniers. (2006). *Macanudo 1*. Ediciones de la Flor.

Liu, Y., Chang, X., Yang, S., Li, Z., & Wu, Y. (2024). *"Pets make you spend more!" Impact of pet ownership on consumer purchase decisions*. Journal of Business Research, 183, Article 114838. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114838

Lupton, E. (2011). *Pensar con tipos: Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores*. Editorial Gustavo Gili.

Lupton, E. (2012). *Intuición, acción, creación: Graphic Design Thinking*. Editorial Gustavo Gili. https://archive.org/details/intuicionaccionc0000unse

Lupton, E., & Phillips, J. C. (2016). *Diseño gráfico: Nuevos fundamentos*. Editorial Gustavo Gili.

Lupton, E. (2019). *El diseño como storytelling*. Editorial Gustavo Gili.

Mars, Incorporated. (n.d.). *Mars unveils world's largest pet parent study*. https://www.mars.com/news-and-stories/press-releases-statements/mars-unveils-worlds-largest-pet-parent-study

McCloud, S. (1993). *Understanding Comics: The Invisible Art*. HarperCollins. https://www.harpercollins.com/products/understanding-comics-scott-mccloud

Mota-Rojas, D., Mariti, C., Zdeinert, A., Riggio, G., Mora-Medina, P., Reyes, A. del M., Gazzano, A., Domínguez-Oliva, A., Lezama-García, K., José-Pérez, N., & Hernández-Ávalos, I. (2021). *Anthropomorphism and its adverse effects on the distress and welfare of companion animals*. Animals, 11(11), Article 3263. https://doi.org/10.3390/ani11113263

Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili.

Overgaauw, P. A. M., Vinke, C. M., van Hagen, M. A. E., & Lipman, L. J. A. (2020). *A One Health perspective on the human–companion animal relationship with emphasis on zoonotic aspects*. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(11), Article 3789. https://doi.org/10.3390/ijerph17113789

Pavis, P. (1998). *Dictionary of the theatre: Terms, concepts and analysis*. University of Toronto Press. https://archive.org/details/dictionaryofthea0000pavi

PetfoodIndustry. (2015) *Humanization driving trends in pet food*. PetfoodIndustry. https://www.petfoodindustry.com/pet-food-market/article/15461243/humanization-driving-trends-in-pet-food

Pet population continues to increase while pet spending declines. (n.d.). American Veterinary Medical Association. https://www.avma.org/news/pet-population-continues-increase-while-pet-spending-declines

Ramírez, K. (2024). *Humanizar a los animales: ¿Cuáles son las consecuencias?* Conexión PUCE. https://conexion.puce.

edu.ec/humanizar-a-los-animales-cuales-son-las-consecuencias/

Rodríguez Morales, L. (2004). *Diseño: estrategia y táctica*. Siglo XXI Editores.

Samara, T. (2004). Diseñar con y sin retícula. Editorial Gustavo Gili.

Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño: Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Editorial Gustavo Gili.

Samara, T. (2014). *Design elements: Understanding the rules and knowing when to break them*. Rockport Publishers. archive.org

Silva, V. B. da, Brito, P. L., Brito, R. L., Costa-Neto, J. M. da, Ribeiro, L. G. R., Solcà, M. da S., Rodrigues, G. M., Silva, L. P., Rocha, M. A. N., Barrouin-Melo, S. M., & Estrela-Lima, A. (2025). *Impact of owners' perception and socioeconomic status on the treatment and clinical outcome of mammary neoplasms in female dogs*. Preventive Veterinary Medicine, 245, Article 106690. https://doi.org/10.1016/j.prevetmed.2025.106690

Stern, J. (2025). *How the humanization of pets influences food choice*. PetfoodIndustry. https://www.petfoodindustry.com/pet-ownership-statistics/article/15772230/how-the-humanization-of-pets-influences-food-choice

Videla, M. D. (2021). *Proximidad en el vínculo humano–perro: El rol del antropomorfismo y el antropocentrismo*. Revista Latinoamericana de Psicología. https://www.redalyc.org/journal/396/39670741012/

Wall, T. (2024). *Human demographics influence dog food choice*. PetfoodIndustry. https://www.petfoodindustry.com/nutrition/research-notes/article/15710319/human-demographics-influence-dog-food-choice

Watterson, B. (1995). *The Calvin and Hobbes tenth anniversary book*. *Andrews McMeel Publishing*. https://www.scribd.com/document/453135255/The-Calvin-Hobbes-Tenth-Anniversary

Wilhelm, D. (2017). *Humanización animal: Los peligros de tratar a tu mascota como un humano*. BioBioChile. https://www.biobiochile.cl/noticias/sociedad/animales-y-mascotas/2017/01/21/humanizacion-animal-los-peligros-de-tratar-a-tu-mascota-como-un-humano.shtml

Wright, J. (2006). *Why is that so funny? A practical exploration of physical comedy*. Nick Hern Books. https://archive.org/details/whyisthatsofunny0000wrig

Wykeham, O., Hamilton-Maclaren, S., & Gaffney, A. (2022). *Why "pet parents" could be doing more harm than good, according to animal behaviouralists*. ABC News. https://www.abc.net.au/news/2022-07-09/why-treating-your-pet-like-a-child-might-be-bad-for-them/101198624

ANEXOS

bitly