



PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Cuidemos responsablemente a nuestros animales de compañía

TEMA:

**Estrategias visuales para promover la
tenencia y convivencia responsable de
perros en Quito**

NOMBRE:

Jordi Philip Pallasco Torres

FECHA:

Febrero 2024

TUTOR:

Mtr. María de Lourdes Montaña Huerta

Resumen

El abandono de perros es un problema global. A nivel de Sudamérica 700 millones de perros deambulan sin supervisión. Este fenómeno tiene múltiples causas, que van desde la falta de conciencia sobre la responsabilidad animal hasta la sobreproducción no controlada de cachorros. En muchas sociedades, los perros son considerados como mascotas desechables, lo que lleva a un ciclo de abandono continuo y a una población de animales sin hogar que lucha por sobrevivir en condiciones precarias.

El abandono de perros es una problemática social que afecta a Quito, Ecuador, donde miles de perros se encuentran en situación de calle debido a la falta de tenencia responsable. A pesar de los esfuerzos de organizaciones y activistas por concienciar sobre el tema, las campañas actuales carecen de un enfoque creativo y persuasivo que genere un impacto real en la sociedad.

Este proyecto busca contribuir a la reducción del abandono de perros mediante la creación de piezas gráficas informativas y persuasivas que promuevan la tenencia responsable. Se propone utilizar mini-historias con personajes de perros antropomórficos para conectar emocionalmente con la audiencia y comunicar de manera efectiva las responsabilidades y obligaciones que implica tener un perro.

A través de una investigación exhaustiva, se identificaron las principales causas del abandono y se caracterizó al público objetivo, lo que permitió diseñar una estrategia visual adaptada a sus necesidades e intereses. La validación con expertos y usuarios confirmó la efectividad de la propuesta, destacando su originalidad y capacidad para generar conciencia sobre el problema.

Las conclusiones de este proyecto resaltan el potencial del diseño gráfico para abordar problemáticas sociales y promover cambios positivos en la sociedad. La propuesta de mini-historias ofrece una alternativa innovadora y creativa para fomentar la tenencia responsable y reducir el abandono de perros en Quito. Se espera que esta investigación inspire a otros diseñadores a utilizar su creatividad y habilidades para crear soluciones visuales que contribuyan a un mundo más justo y compasivo para los animales.

Agradecimiento

Primero, quiero expresar mi agradecimiento y admiración a las personas que han contribuido a la realización de este Trabajo Final de Grado. En especial, me gustaría mencionar a aquellos que han brindado su valioso compromiso y esfuerzo en investigar en beneficio del bienestar de los animales. Como señala Mahatma Gandhi, "La grandeza de una nación y su progreso moral pueden ser juzgados según la forma en que tratan a sus animales." Por lo tanto, es fundamental que sigamos avanzando en la comprensión y mejora de esta cuestión social.

Índice

Resumen 2

Agradecimiento 3

INTRODUCCIÓN

Antecedentes 9

Hipótesis del trabajo 15

Objetivos 15

DESCRIPCIÓN DEL CASO Y DIAGNÓSTICO

Presentación del caso 17

Diagnóstico del caso 18

Caracterización del usuario 25

Análisis tipológico 27

Definición del problema gráfico 33

Requerimientos del proyecto 34

DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

Generación de la idea (concepto) 37

Exploración de la forma (Estilo) 43

Evaluación del concepto y estilo gráfico 45

Desarrollo del prototipo 51

Detalles técnicos y de producción 76

Evaluación de la propuesta.....	80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS	88

Índice de figuras

Figura 1. Sanciones en el DMQ contra animales	12
Figura 2. Árbol de problemas sobre el abandono de perros.	13
Figura 3. Mapa de empatía de una persona	26
Figura 4. Lluvia de ideas	39
Figura 5. Volcado de ideas	41
Figura 6. Moodboard 2 “La responsabilidad del hombre con su fiel y mejor amigo el perro” . .	44
Figura 7. Propuesta de perfiles	54
Figura 8. Storyboard, historia de Luna	55
Figura 9. Storyboard, historia de Max	56
Figura 10. Storyboard, historia de Zeus.	57
Figura 11. Moodboard para desarrollo de personaje (problemas comportamentales)	60
Figura 12. Moodboard para desarrollo de personaje (características morfológicas)	62
Figura 13. Mockup foto de portada de Facebook para “Luna”	67
Figura 14. Mockup foto de portada de Facebook para “Max”	68
Figura 15. Mockup foto de portada de Facebook para “Zeus”	69
Figura 16. Imágenes tipo portadas correspondientes a las historias.	69
Figura 17. Compilado mini-historias correspondientes a la historia de Luna (crías inesperadas). 70	
Figura 18. Compilado mini-historias correspondientes a la historia de Max (comportamiento).. 71	
Figura 19. Compilado mini-historias correspondientes a la historia de Zeus (características morfológicas).	72
Figura 20. Mockup de post final de Facebook para “Luna”	73
Figura 21. Mockup de post final de Facebook para “Max”	74
Figura 22. Mockup de post final de Facebook para “Zeus”	75
Figura 23. Captura de pantalla del Centro de Anuncios de Meta Business (Facebook).	79

Índice de tablas

Tabla 1. Compilación de datos	18
Tabla 2. Arte promocional Dragones Pet Friendly	20
Tabla 3. Infografía de Dragones Pet Friendly	22
Tabla 4. Arte promocional de Dragones Pet Friendly	24
Tabla 5. Caracterización del usuario	27
Tabla 6. App: Dog Decoder.....	28
Tabla 7. Colección de guías para el cuidado de los animales de compañía. Guía: Entiende a tu perro.....	30
Tabla 8. Ficha de tipología. Cuento: La salida de Rocky.....	32
Tabla 9. Recopilación comunicacional del proyecto	38
Tabla 10. Asociaciones forzadas	40
Tabla 11. Evaluación del concepto y estilo por el tutor	46
Tabla 12. Evaluación de concepto y estilo por profesional 1 del Diseño Gráfico	47
Tabla 13. Evaluación de concepto y estilo por profesional 2 del Diseño Gráfico	49
Tabla 14. Perfil 1	63
Tabla 15. Perfil 2	64
Tabla 16. Perfil 3	65
Tabla 17. Plan de comunicación	66
Tabla 18. Presupuesto del proyecto.....	78

INTRODUCCIÓN

a. Antecedentes

El proceso de domesticación del perro, *Canis lupus familiaris*, derivó del lobo gris, *Canis lupus*, a lo largo de un extenso período existieron cerca de 250.000 ejemplares que se remonta a unos 15.000 a.C. Aunque persiste cierta incertidumbre entre los científicos respecto al momento y lugar precisos en que ocurrió esta transición, prevalece una idea generalizada de que los perros han estado estrechamente vinculados con los seres humanos. Esta convivencia ha moldeado no solo la evolución física y comportamental de los perros, sino también su papel en las sociedades humanas, donde han desempeñado diversas funciones, desde compañeros leales hasta ayudantes en actividades de caza, pastoreo, seguridad y terapia (Boivin, 2021).

Los animales, a pesar de su presencia y relevancia en nuestras vidas, han sido relegados a un estatus de seres sin derechos ni protecciones legales. Esta falta de reconocimiento ha llevado a que los animales sean tratados muchas veces como meros objetos o recursos, sin considerar su capacidad para experimentar sufrimiento, dolor y emociones.

En contraste, en los últimos tiempos, se ha producido un cambio gradual en la percepción y el tratamiento de los animales en la sociedad. Según la definición de la Organización Mundial de Sanidad Animal (2023), el bienestar animal en términos generales, aborda las condiciones de vida que enfrenta un animal y asegurar que todas sus necesidades sean satisfechas de manera óptima en su entorno.

El etólogo y biólogo evolutivo Frans de Waal, en su estudio detectó la complejidad de la vida emocional y cognitiva de los animales, demostrando de manera contundente que son seres capaces de experimentar una amplia gama de emociones, desde el amor y la felicidad hasta el miedo y la angustia.

Al elegir un perro como compañero de vida, es fundamental considerar cuidadosamente una variedad de características de personalidad para garantizar una armoniosa convivencia.



Desde el temperamento y nivel de actividad hasta las necesidades de cuidado y compatibilidad con tu estilo de vida, cada aspecto juega un papel crucial en la elección del compañero canino adecuado. Estas características pueden influir en la experiencia de tener un perro y cómo tomar decisiones informadas puede conducir a una relación gratificante y duradera con tu nuevo amigo de cuatro patas (Almagro, 2023).

Según datos de Growth from Knowledge [GFK] (2016) muestra que aproximadamente el 33% de los hogares del mundo, tienen un perro (Cristancho et al., 2022). A nivel de Latinoamérica sobresalen Argentina (66%), México (64%) y Brasil (58%) por tener una alta densidad poblacional de perros (Petfood, 2019).

En Ecuador, según la Secretaría de Salud, en el Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) hay alrededor de 600.000 animales de compañía, de los cuales 100.000 son considerados callejeros, 400.000 permanecen con dueños irresponsables y solo 100.000 tienen una custodia responsable (Maldonado & Huilca, 2020).

Por otro lado, Cárdenas (2020) menciona que el número de perros abandonados/callejeros ha aumentado en la zona tanto rural como urbana, enmarcado dentro de los años 2013, 2018 y 2019. En la zona rural para el año 2019 se ha visto un mayor incremento aproximado de un perro por habitante. Según, La Hora (2021) en la pandemia las personas reportaban la presencia de un perro abandonado a diez por día.

El municipio de DMQ, mediante la Unidad de Bienestar Animal (UBA) han implementado diversas estrategias, como el método Atrapar, Esterilizar y Retornar (AER) y campañas de adopción, además de la aplicación de normativas municipales para condenar el abandono de animales. A pesar de ello, las estadísticas siguen reflejando una situación desfavorable.

El abandono de perros es un problema global. A nivel de Sudamérica 700 millones de perros deambulan sin supervisión según Wildlife Conservation Society (2021). Este fenómeno tiene múltiples causas, que van desde la falta de conciencia sobre la responsabilidad animal hasta la

sobreproducción no controlada de cachorros. En muchas sociedades, los perros son considerados como mascotas desechables, lo que lleva a un ciclo de abandono continuo y a una población de animales sin hogar que lucha por sobrevivir en condiciones precarias (Armijos, 2021).

En el DMQ se calcula que más de un millón de perros y gatos habitan en las calles de la ciudad, esta problemática se presenta porque las personas los han abandonado, se han reproducido y no fueron esterilizados (Primicias, 2023).

Según la unidad de Bienestar Animal (UBA) del municipio de Quito, en total 1.3 millones de animales se encuentran en las calles del Distrito Metropolitano de Quito. Exactamente son 775.005 perros. Es decir que hay 183 perros por cada kilómetro cuadrado (Primicias, 2023).

Una de las consecuencias de que los animales se encuentren en la calle es que son propensos a ser atropellados, tener hambre, problemas de salud y ser agredidos por las personas ya que se encuentran en lugares donde las personas botan la basura y al tener hambre ensucian el espacio público provocando insalubridad.

Además, a pesar de la problemática mencionada que es el abandono animal también se presenta el maltrato animal, según el Código Orgánico Integral Penal (COIP) en Ecuador la persona que cause daño temporal o deterioro grave de la salud o integridad física de un animal que forme parte del ámbito de fauna urbana, sin causarle lesiones o muerte, será sancionada con trabajo comunitario de 50 a 100 horas (Código Orgánico Integral Penal, 2021) . Las infracciones contra animales en el DMQ se presentan en la figura:

Figura 1

Sanciones en el DMQ contra animales

¡Cuida a tu animal de compañía y evita estas sanciones!

INFRACCIONES GRAVES

- Deambular sin collar, sin trailla, ni identificación.
- No recoger los excrementos.
- No cumplir con sus vacunas y desparasitaciones.
- No socializar a los animales para que interactúen.

\$135,00

INFRACCIONES GRAVES

- Incumplir con la esterilización de animales de compañía.
- Causar molestias a los vecinos por ruidos o malos olores.
- No mantener a los animales dentro de los predios privados.
- Dejar a los animales solos en los vehículos estacionados.
- Vender animales de compañía en espacios públicos.
- No buscar la atención veterinaria preventiva y curativa.

\$450

INFRACCIONES MUY GRAVES

- Abandonar animales en espacios públicos o privados.
- Encadenar o atar animales como método habitual.
- No asumir los daños y perjuicios provocados.
- Criar, entrenar y reproducir animales para peleas.
- Permitir que se practiquen en los animales mutilaciones innecesarias o estéticas.
- Provocar daño o sufrimiento intencional.
- Causar la muerte de animales de compañía.

\$4 500

Fuente: Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito - Libro IV: del Eje Territorial Libro IV 3: del Ambiente

Unidad de Bienestar Animal | Quito | Quito renace

Nota: De “Más de un millón de perros y gatos habitan en las calles de Quito,” por Primicias, 2023 (<https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/millon-perros-gatos-calles-quito/>).

Los animales terminan en las calles por diversas razones, siendo el abandono la más común. Este fenómeno puede ser resultado de varios factores, como mudanzas, problemas de comportamiento o de salud en las mascotas, o simplemente falta de compromiso por parte de sus dueños. Los criaderos también contribuyen a esta situación cuando descartan camadas que no cumplen con sus expectativas comerciales. Otros factores incluyen problemas económicos en los hogares y, en general, la falta de interés y cuidado por parte de los propietarios.

El abandono de perros en el espacio público tiene varias causas. Por ejemplo, irresponsabilidad del tutor, falta de espacio físico, falta de recursos económicos, atención limitada, desinterés en informarse entorno a la convivencia con el perro y la incompatibilidad can-tutor (Fundación Affinity, 2024).

A continuación, se presenta un árbol de problemas en la Figura 2 con el fin de comprender la situación y la problemática en cuestión.

Figura 2

Árbol de problemas sobre el abandono de perros



Nota: El árbol de problemas identifica las causas, en la parte inferior, y las consecuencias, en la parte superior, del abandono de perros.

El abandono de perros en Quito, Ecuador, plantea un desafío complejo que requiere un abordaje interdisciplinario. En respuesta a esta problemática, diversas organizaciones y activistas han llevado a cabo campañas de concienciación para educar al público sobre la importancia de la adopción responsable, conocer las responsabilidades y obligaciones que implican la tenencia de un perro. Sin embargo, la efectividad de estas campañas depende en gran medida de su capacidad para comunicar el mensaje de manera clara y persuasiva.

El Diseño Gráfico es importante para concientizar sobre el abandono de perros. A lo largo de los años, se ha demostrado que el diseño visual puede tener un impacto significativo en la forma en que percibimos y respondemos a los problemas sociales (Ledezma et al., 2023). La capacidad del Diseño Gráfico para transmitir emociones, contar historias y captar la atención del espectador lo convierte en un recurso poderoso para la promoción de la responsabilidad animal.

El Diseño Gráfico utilizado en las campañas de concienciación sobre el abandono de perros es variado y van desde imágenes emotivas de canes abandonados hasta gráficos estadísticos impactantes que resaltan la magnitud del problema.

Las redes sociales han evolucionado hasta convertirse en la principal plataforma para promover diversas iniciativas de concientización, incluyendo aquellas dirigidas a combatir el abandono de canes. El alcance de las imágenes y videos virales puede llegar a millones de personas en cuestión de horas, lo que brinda una oportunidad para generar un impacto positivo en la forma en que la sociedad percibe y aborda este problema. En la era actual de las redes sociales y la comunicación digital, el Diseño Gráfico se ha consolidado como un componente esencial de las campañas de concienciación sobre el abandono de perros (Curay, 2022, p. 6), contribuyendo a la difusión de mensajes y a la sensibilización de la opinión pública.

Diseñar material gráfico permite organizar y presentar la información de manera clara y efectiva para transmitir mensajes impactantes y persuasivos que generen conciencia y promuevan la responsabilidad hacia el cuidado de los perros. En este sentido, la colaboración entre profesionales del Diseño Gráfico y expertos en bienestar animal resulta primordial para desarrollar este material en plataformas digitales, como en plataformas digitales tales como las redes sociales, que contribuyan a prevenir el abandono y mejorar la calidad de vida de los canes.

b. Hipótesis del trabajo

La creación de material gráfico informativo y persuasivo permitirá informar cuáles son las obligaciones y responsabilidades que implica la tenencia de un can, fomentando así la adopción responsable y previniendo el abandono de perros. El Diseño Gráfico permite educar al público sobre los cuidados y compromisos necesarios al tener un animal de compañía, especialmente un perro, y motivar a las personas a adoptar de manera consciente y comprometida.

c. Objetivos

Objetivo general:

- Contribuir a la reducción del abandono de perros por parte de los tutores de animales de compañía mediante la creación de piezas gráficas que informen y persuadan sobre la tenencia y convivencia responsable de los animales de compañía.

Objetivos específicos:

- Investigar información relevante sobre la importancia del cuidado de los animales de compañía, utilizando datos estadísticos para analizar y diagnosticar el motivo del abandono de perros.
- Diseñar imágenes y mensajes gráficos creativos y emotivos que fomenten la tenencia y convivencia responsable del cuidado de los animales, los cuales serán compartidos mediante publicaciones en redes sociales.
- Evaluar el diseño de las imágenes gráficas con tres actores relacionados en el cuidado de los animales de compañía y un profesional en el área de Diseño Gráfico.

1er Capítulo



1. DESCRIPCIÓN DEL CASO Y DIAGNÓSTICO

1.1 Presentación del caso

El proyecto Iniciativas Ciudadanas para el Control del Abandono de Mascotas [InCCAM], liderado por el Colegio de Ciencias Biológicas y Ambientales de la Universidad San Francisco de Quito [USFQ] se desarrolla en el contexto de la problemática del abandono de animales de compañía en Quito, Ecuador. Este proyecto aborda esta problemática mediante la combinación de investigación y gestión, adoptando un enfoque participativo e integral.

En colaboración con diversas instituciones y organizaciones con experiencia en el manejo de fauna urbana y animales de compañía, se llevó a cabo el primer Censo Ciudadano de Perros Abandonados en el DMQ y el Foro Ciudadano Una Sola Salud: Estrategias para el manejo de la fauna urbana en Quito en el año 2018. El Plan de Acción para el Manejo de Animales de Compañía en el DMQ, resultado de dicho foro, incorpora los aportes de los participantes, canalizados por equipos de profesionales especializados en cada área de acción del plan. Este contexto de intervención se caracteriza por la colaboración interinstitucional y el enfoque participativo en la búsqueda de soluciones para el problema del abandono de perros en la ciudad de Quito.

Entre las instituciones que respaldaron esta iniciativa se encuentran la Dirección Metropolitana de Salud, Urbanimal, Escuela de Veterinaria USFQ, Escuela de Veterinaria Universidad De Las Américas [UDLA], Protección Animal Ecuador [PAE], Instituto de Geografía USFQ, Policía Metropolitana, Policía Nacional y Secretaría Metropolitana de Inclusión Social.

En ese sentido, se toma como punto de referencia la línea de acción: Educación y Comunicación, constituye un pilar básico con el propósito de generar un cambio significativo en la percepción y comportamiento de la sociedad en relación con la tenencia responsable de animales de compañía. La acción específica se enfoca en la planificación de una campaña educomunicacional dirigida a sectores clave, priorizando la definición y evaluación de mensajes y diseños gráficos pertinentes.

1.2 Diagnóstico del caso

Se realizó un trabajo de campo e investigación primaria. En el cual se empleó técnicas e instrumentos de recolección de datos que permitieron diagnosticar la situación del caso de manera precisa y detallada. A continuación, en la Tabla 1 se presenta las técnicas de recolección de datos y los instrumentos utilizados.

Tabla 1

Compilación de datos

TÉCNICA	INSTRUMENTO		MUESTRA
Encuesta	Cuestionario estructurado	Recopilar datos sobre la percepción del público sobre el abandono de perros y el conocimiento sobre la adopción responsable.	Personas (10)
Entrevista	Guía de entrevista	Obtener información sobre las mejores prácticas del cuidado de perros.	Profesionales en bienestar animal: Veterinario (2) Adiestrador (1)
Grupos de enfoque	Grabaciones y notas de campo	Explorar a profundidad sus percepciones y experiencias relacionadas con la tenencia de perros.	Tutores de perros (6)
Investigación etnográfica	Foto etnografía (describir)	Obtener un recopilatorio de fotos donde se muestre cómo convive y las actividades que realiza el perro tanto con el involucrado, familiares y solo.	

Nota: La tabla describe las técnicas e instrumentos para compilar información sobre el abandono de perros.

En los resultados del cuestionario se identificó que la mayoría no tomaron en cuenta las características de personalidad y comportamiento del can al momento de adquirirlo y su relación con su conducta. Así mismo, no analizaron factores físicos (espacio físico, tiempo, personas con quien va a vivir) que estén asociados al comportamiento del perro, características de comportamiento del mismo cuidador. Finalmente, una proporción muy pequeña de los encuestados manifestó no

tener intención de adquirir más perros en el futuro, por la responsabilidad asociada con la tutela de un can.

En cuanto a los resultados de la entrevista realizada al adiestrador Mauricio Dávila menciona, que en ocasiones las familias adoptan perros pequeños especialmente por su ternura, pero no visualizan las responsabilidades que implica en su desarrollo. Por ejemplo, el costo que implica atender las enfermedades del can, su alimentación y la importancia de satisfacer las necesidades emocionales del animal de compañía, como el afecto, socialización y adaptación a un nuevo entorno.

Además, se observó que muchas personas adquieren un perro para compañía de sus hijos y evitar que se sientan solos, otras personas los adquieren para cuidado de su hogar y personas solteras los adoptan porque no desean tener descendencias, sin considerar las responsabilidades de cuidado y la importancia de la educación y el entrenamiento del perro para promover un comportamiento adecuado y una convivencia armoniosa.

Así mismo, es importante tener ciertas consideraciones para que la relación entre el perro y tutor se den en óptimas condiciones como son el cuidado de la salud, ejercicio adecuado, nutrición adecuada, paciencia y comprensión. Además, el adiestrador observa que se debe tomar en cuenta características específicas (corporal, edad y genética), finanzas, espacio, estilo de vida, compaginación con la familia y así lograr una conexión entre las partes.

1.2.1 Análisis del material gráfico existente

La iniciativa Dragones Pet Friendly aborda la situación desde un enfoque amplio y diversificado que incluye la promoción de la adopción, la oferta de webinars gratuitos y la creación de infografías educativas y comunicativas, entre otras estrategias en redes sociales. Sin embargo, a nivel conceptual, el diseño de estas piezas se limita a ideas convencionales, utilizando imágenes de perros o gatos y texto informativo o educativo. Aunque su objetivo principal es difundir un mensaje, carecen de elementos que inciten al receptor a reflexionar más profundamente sobre la importancia de la adopción responsable y el bienestar de los animales de compañía.

A continuación, se expone el material gráfico existente en la Tabla 2, Tabla 3 y Tabla 4, de la iniciativa de Dragones Pet Friendly [USFQ] el cual es analizado para identificar las carencias y posibles ámbitos de mejora.

Tabla 2

Arte promocional Dragones Pet Friendly



PÚBLICO:

Público en general

CARACTERÍSTICAS:

Formato cuadrado publicado en redes sociales

Nota: Adaptado del fanpage Dragones Pet Friendly, por USFQ Colegio de Ciencias Biológicas y Ambientales, 2021, (https://www.facebook.com/USFQCOCIBA/posts/10157918815191921/?paipv=0&eav=AfZzWena3fKmfNI-TvgQPw1xpSCVh-kEj2lj3FQPI4s1USUAOaeyU3IxVdHdaQ6SlQM&_rdr).

A continuación, se realiza el análisis gráfico de la imagen descrita en la Tabla 2:

- **Forma:** Las formas del perro y gato son orgánicas y emplean el recurso de la silueta. Posiblemente para reforzar el concepto del ámbito biológico/natural.
- **Cromática:** Se hace uso de una paleta de colores cálidos. Por otra parte, se utiliza el color negro/gris para los textos y formas para de esta manera se cree contraste y sea legible.
- **Tipografía:** Se utilizan dos tipos por una parte tenemos una tipografía sans serif y sus tres versiones de familia. La tipografía secundaria usada se puede clasificar como decorativa y sans serif, haciendo de esta manera alusión al significante de las características de un can por

ejemplo juguetón, inocente, divertido, entre otros.

- **Imagen:** Fotografía de stock de una persona besando a su perro, la cual esta editada para dirigirse a los colores cálidos como naranja y amarillo para de esta manera apelar a la emoción del cariño y calidez. En el fondo se utiliza una fotografía de un papel pintado con acuarela café rojizo.
- **Composición:** La fotografía hace el recurso de proximidad al mostrar tanto al animal de compañía y la persona juntas, dando la idea de cercanía y de que no son extraños. La misma, ocupa gran parte del espacio para luego guiar al receptor al título y textos secundarios.

Tabla 3

Infografía de Dragones Pet Friendly



PÚBLICO:

Público en general que tenga interés en la protección de la integridad de los animales de compañía. Así mismo, para aquellos que piensen en adoptar o que ya tengan un animal de compañía.

CARACTERÍSTICAS:

Formato rectangular largo en sentido vertical, publicado en el blog de la iniciativa

Nota: Adaptado de página web Dragones Pet friendly, por USFQ, 2021, (<https://noticias.usfq.edu.ec/2020/04/dragones-pet-friendly-una-iniciativa-al.html>).

A continuación, se realiza el análisis gráfico de la imagen descrita en la Tabla 3

- **Forma:** Se presenta una variedad de elementos vectoriales, sin embargo, todos tienen un estilo orgánico inspirados en la naturaleza que tienen una apariencia fluida, suave y no geométrica. Por una parte, las formas en blanco/negro varían el estilo del grosor unas de otras. Adicionalmente, se utilizan dos formas tanto regulares como irregulares que tienen la apariencia de una cerca con puntas redondeadas y se clasifican como decorativas.
- **Cromática:** Predomina el color rojo correspondiente a la paleta de color de la iniciativa y la USFQ. Los colores secundarios son el blanco y negro. Existen dos vectores que utilizan una variedad de colores pasteles.
- **Tipografía:** Se utilizan dos tipos. Por una parte, tenemos una tipografía serif alternando entre mayúscula y minúscula. Como tipografía secundaria se tiene una sans serif utilizada para enumerar los cuadrantes. También, se utiliza una tipografía sans serif light para el texto final de la dirección web de la iniciativa.
- **Imagen:** Son vectoriales que se alternan entre blanco/negro y de color, todas en relación con la temática de los perros (can durmiendo, plato de comida, mujer paseando con su perro, veterinario y cachorro bañándose).
- **Composición:** En general se utiliza una división de 6 filas. Por otra parte, el cuadrante número 4 se alinea con el párrafo del cuadrante número 2. También, se puede distinguir que la forma de guiar la mirada del lector sigue un modo tradicional, empezando con el título y posteriormente con los cuadrantes mediante una línea en "z" imaginaria.

Tabla 4

Arte promocional de Dragones Pet Friendly



X Feria de Adopción

¡ADOPTA Y CONTRIBUYE AL CUIDADO
SOSTENIBLE DE LOS ANIMALES DE FAMILIA!

18 ABR.
2024

10h00 - 15h00
CAMPUS USFQ

PÚBLICO:	Personas que piensen en adoptar o que ya tengan un animal de compañía.
CARACTERÍSTICAS:	Formato rectangular en sentido vertical
AUTOR:	USFQ e iniciativa Dragones Pet Friendly virtual

Nota: Adaptado del fanpage Dragones Pet Friendly, por USFQ, 2024, (<https://www.instagram.com/p/C4g44tELL8R/>).

A continuación, se realiza el análisis gráfico de la imagen descrita en la Tabla 4

- **Forma:** En general las formas utilizadas son cuadriculadas y se hace el uso de líneas verticales para separar el texto inferior.
- **Cromática:** Se hace uso en general de una paleta de colores cálidos y matices de estos. El texto es de un color gris oscuro con sus respectivos derivados más claros.
- **Tipografía:** El texto se puede clasificar como sans serif. El titular está en caja baja y el restante descriptivo en versalita, donde su tamaño se adapta para coincidir con su diagramación.
- **Imagen:** Foto editada con un difuminado blanco, donde a la izquierda se ve a un gato y a un perro de raza acostados sobre un sillón.
- **Composición:** La imagen ocupa la mayor parte del espacio en la parte superior y en la parte inferior se establece el texto. Todo esto enmarcado dentro de una retícula aparentemente básica.

El análisis indica que, aunque las piezas gráficas de Dragones Pet Friendly cumplen su objetivo informativo, podrían mejorar mediante un diseño más profundo para generar un mayor impacto emocional y motivar a la audiencia a emprender acciones significativas. En lugar de recurrir al cliché de la tristeza, se puede optar por proyectar un mensaje neutral y positivo. Sin embargo, el desarrollo de piezas gráficas poco convencionales y persuasivas podría potenciar su efectividad en la promoción de la adopción responsable y el compromiso de los tutores con animales de compañía.

1.3 Caracterización del usuario

La mayoría de las organizaciones, veterinarios, animalistas, entre otros suponen que el perfil de gran parte de las personas que abandonan animales de compañía está categorizado dentro de un bajo nivel socioeconómico y educativo. Sin embargo, esto es una suposición y no hay estudios en Ecuador que avalen esa hipótesis. Sin embargo, Kay & Sylvia (2017) comenta que la persona debe estar equipada y preparada, ser emocionalmente estable y tener la economía en orden cuando decide tomar la decisión de tener un animal de compañía. Caso contrario, esto repercutirá de forma negativa en las decisiones del tutor y hará que este dude con la idea de seguir manteniendo al can.

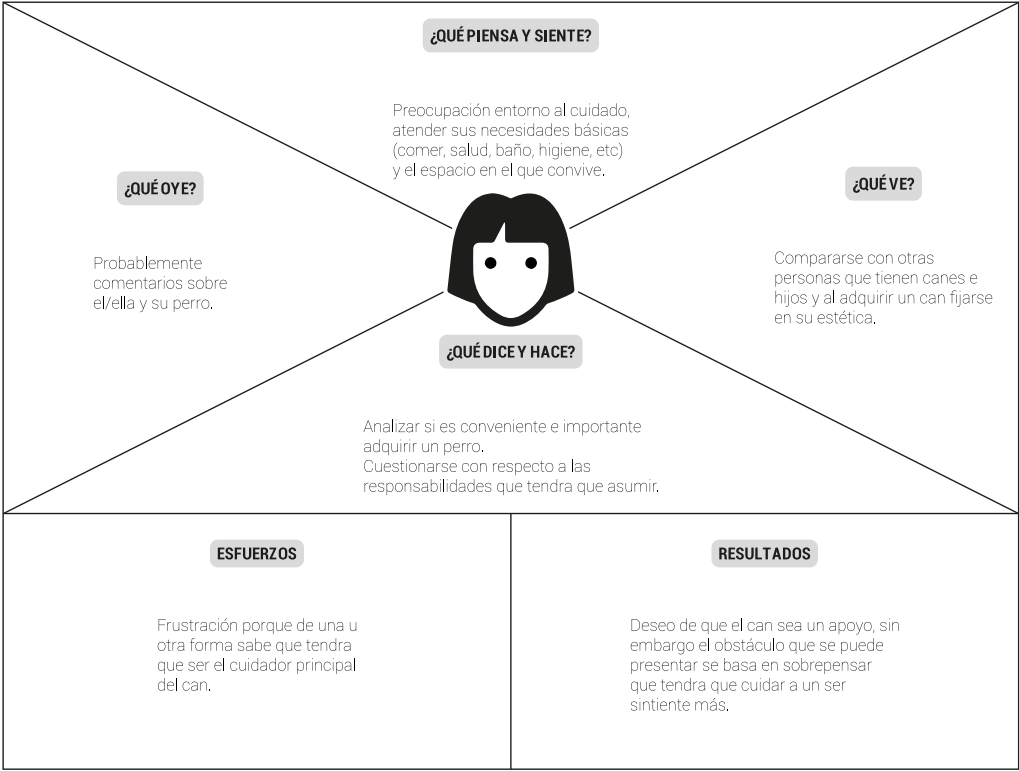
Por otra parte, se tiene la creencia popular de que los perros mestizos son en su mayoría más propensos a ser abandonados. Sin embargo, no es la situación real ya que indistintamente de su raza si el perro significa alguna molestia o incomodidad para su tutor lo cual provocara abandonarlo.

En muchas familias, los perros fueron traídos debido a la presión ejercida por parte de los hijos a sus padres para tener un animal de compañía, particularmente cachorros. Sin embargo, tomar este tipo de decisiones prematuras e impulsivas puede significar problemas a largo plazo. Kay y Silvia (2017) comentan que, sin importar los compromisos que los hijos puedan hacer sobre la responsabilidad con el can, los padres siempre acabarían siendo los cuidadores primarios. En especial, cuando los hijos atraviesen la etapa de la infancia, ya que la edad mínima para que un niño asuma responsabilidades de este tipo es de doce a trece años aproximadamente.

El público objetivo tendrá un enfoque principal en parejas con hijos hasta 12 años que tienen un perro. Es así como, se propone un enfoque dirigido hacia un rango etario comprendido entre los treinta a cuarenta y cinco años quienes ya tienen cierta madurez emocional y estabilidad económica, además es importante mencionar la prevención y compromiso por parte del público objetivo para evitar el abandono de animales de compañía. A su vez deben contar con uno o más perros y, tener hijos. Para comprender a fondo el público objetivo al cual se está apuntando se desarrolló un mapa de empatía (ver Figura 3), que permite entender la perspectiva de las parejas desde diferentes aristas y puntos de vista.

Figura 3

Mapa de empatía de una persona



Nota: La figura muestra sobre las descripciones que fueron desarrolladas en base a la comunicación personal con la psicóloga Verónica Realpe.

Tabla 5*Caracterización del usuario*

Persona	Rango de Edad	Familias	Estabilidad Laboral	Actividades de Fin de Semana
1	30-45	Parejas con hijos pequeños hasta 12 años que tiene un perro	Estable (tiempo completo)	Paseos familiares, visitas al parque, actividades al aire libre
2	20-40	Parejas sin hijos que pretender tener un perro	Estable (tiempo completo)	Salidas en pareja, practicar deportes, cine
3	25-35	Soltero/as	Inestable (temporal)	Salidas con amigos, ir al cine, salir a comer
4	30-40	Solteros/as que pretenden tener un perro	Estable (tiempo completo)	Salidas con amigos, viajes cortos, practicar deportes

Nota: Esta tabla muestra la información extraída de las entrevistas y encuestas realizadas en torno a la caracterización del usuario.

1.4 Análisis tipológico

El análisis tipológico se presenta como una herramienta valiosa en la investigación para clasificar distintos tipos de productos, servicios o sistemas de diseño en categorías similares. Este método se enfoca en diversos aspectos como la paleta de colores, el tipo de letra, la disposición, la facilidad de navegación, la forma entre otros. Su objetivo principal radica en descubrir patrones y regularidades en los datos, así como entender las diferencias y similitudes entre las distintas categorías o tipos.

Este enfoque resulta beneficioso para detectar tendencias y modelos recurrentes en el diseño de productos o servicios, lo cual puede ser útil para comprender los desafíos y oportunidades existentes, además de contribuir al desarrollo de soluciones de diseño más eficaces y orientadas al usuario. En el análisis tipológico llevado a cabo, se seleccionaron tres referentes sobresalientes, donde se examinaron aspectos como la navegación, el uso del color, la forma y el espacio, la tipografía y la imagen.

Tipología N1

En esta primera tipología internacional (ver Tabla 6) se agregó como referencia a una aplicación APP, ya que la mayoría de los referentes se enfocan en manuales técnicos y son poco lúdicos. Además, trata sobre temáticas en torno a las conductas del can de una manera muy detallada e ilustrativa.

Tabla 6

App: Dog Decoder



PÚBLICO:

Tutores de canes

CARACTERÍSTICAS:

Aplicación disponible en las tiendas de aplicaciones de IOS (App Store) y Android (Google Play).

Nota: Adaptado de Dog Decoder, por Breitner & Chin, 2024, (<https://www.dogdecoder.com/>)

A continuación, se presenta el análisis gráfico:

- **Forma:** Los personajes están desarrollados con formas orgánicas. En algunos objetos se hace uso de formas geométricas. La interfaz y los botones en su mayoría son geométricos.
- **Cromática:** No existe predominio de una gama en particular. El uso de colores cálidos y fríos se utiliza variadamente en las distintas secciones. Sin embargo, se puede identificar que están homogenizadas con un nivel de saturación bajo. Con relación al color de los fondos y su psicología se utilizan adecuadamente, por ejemplo, en la sección de señales de calma se usa el azul, en la sección del juego de preguntas y respuestas el violeta haciendo alusión al misterio;

finalmente en la sección general sobre las señales se hace uso del amarillo y su variante que podría hacer alusión a los pensamientos y memorias en torno al bagaje de conocimiento que se encuentra en la misma.

- **Tipografía:** Se utilizan familias tipográficas pertenecientes al grupo sans serif. De las cuales se puede distinguir a una de ellas con un estilo humanista y en la caja alta, utilizada para los títulos, subtítulos entre otros elementos relevantes. Para los párrafos y textos largos se utiliza una tipografía con estilo neo-grotesco.
- **Imagen:** Ilustraciones digitales con un estilo cartoon.
- **Composición:** Los elementos están dispuestos en una retícula simple. Los mismos hacen uso del recurso de la alineación para ubicarlos principalmente de manera simétrica con el espacio.

Tipología N2

En esta segunda tipología regional, se agregó a la colección de guías para el cuidado de los perros. La cual trata ocho temáticas (El encuentro, etapas de la vida, nutrición completa, la salud, higiene y prevención, entiende a tu perro, adiestramiento y tu perro fuera de casa). Sin embargo, se ha decidido enfocarse en la guía Entiende a tu perro que trata a grandes rasgos aspectos sobre la relación humano-perro y las conductas de este englobado dentro de su comportamiento natural. En Chile se desarrolló esta serie de guías, que ahora se ha esmerado en desarrollar leyes enfocadas a prevalecer la protección y bienestar de los animales de compañía. Por ende, se puede ver reflejado en el nivel de información que la misma tipología trata.

Tabla 7

Colección de guías para el cuidado de los animales de compañía. Guía: Entiende a tu perro.



PÚBLICO:

Tutores de perros

CARACTERÍSTICAS:

Libro guía sobre cómo cuidar a tu perro, formato A4, conformado por 63 páginas divididas en secciones (La naturaleza canina, tu perro siente, tu perro habla y perros rebeldes). La tapa de la guía está hecha de una cartulina plegable con un acabado estucado.

Nota: Adaptado de Guía: Entiende a tu perro, por Toyos & Tissino, 2023.

ANÁLISIS GRÁFICO

- **Forma:** Los personajes están desarrollados con formas orgánicas. En la mayoría las formas que apoyan el texto se hace uso de formas geométricas (cuadrados, cintas, círculos, etc.) y en otras formas orgánicas (nubes de texto).
- **Cromática:** Para esta guía la portada y contraportada es de color azul claro y vivo para así distinguirlo de las otras guías que la acompañan. Por otra parte, las páginas del índice son de color rojo. Así mismo, cada sección tiene un color en particular la primera es de color verde limón (juvenil y energético), la segunda de un color rojo (adrenalina e impulsividad), la tercera de un color ocre (confianza y durabilidad) y la cuarta de un color amarillo pálido (calor y felicidad). Cada sección está acompañada de otros colores secundarios o hace uso de los mencionados anteriormente para apoyar los distintos elementos.
- **Tipografía:** Se utilizan dos tipos de tipografías por una parte una tipografía del grupo sans serif y estilo geométrico, para los títulos y subtítulos. Para los textos largos se utiliza una tipografía sans serif con un estilo neo-grotesca.
- **Imagen:** Ilustraciones digitales con un estilo cartoon semi-realista; esto para hacer la lectura más amena y comprensible para el lector.
- **Composición:** Los elementos están dispuestos aparentemente dentro de una retícula modular simple dividida en dos columnas. Para cada capítulo se utiliza una fotografía con un desenfoque de su fondo que ocupa el formato de dos hojas una en contraparte de la otra, en donde los elementos de esta como el texto y formas se ubican en el centro de la hoja derecha. Dentro del contenido se hace uso de fotografías ya sea en una hoja o media hoja en el lateral o en la parte superior. El texto se lo dispone dentro de las columnas, ocupando ambos dentro de una burbuja de texto centrada o acompañada de una pequeña fotografía. La ilustración del personaje del can acompaña los textos en sus laterales.

Tipología N3

En la tercera tipología local seleccionada esta esté minicuento desarrollado por la Revista *Elé* con sede en Quito – Ecuador. La revista se caracteriza por desarrollar historietas con un alto impacto visual. En el minicuento, se puede ver como se toca la temática entorno al perro como

animal de compañía que interactúa en diferentes situaciones con miembros de su familia, pero en este caso desde la perspectiva del can. Invitando de esta manera al espectador a reflexionar y ser más empático con el mismo.

Tabla 8

Ficha de tipología. Cuento: La salida de Rocky



PÚBLICO:

Niños ecuatorianos de 5 a 12 años interesados en la lectura.

CARACTERÍSTICAS:

Cuento literario corto formato A4 que se encuentra disponible en versión digital y física, con un total de 6 páginas y una portada.

Nota: Adaptado de La salida de Rocky, Revista Elé, por Gonzale & Zapata de La salida de Rocky, por Revista Elé, por Gonzale & Zapata (<https://ele.com.ec/elenautas/cuentos/la-salida-de-rocky/>)

ANÁLISIS GRÁFICO

- **Forma:** Los personajes están desarrollados con formas orgánicas. En algunos objetos se hace uso de formas geométricas.
- **Cromática:** Predominan los colores cálidos con tonos cafés rojizos, sin embargo, también se utilizan algunos colores fríos como el verde y azul con sus correspondientes sub-tonos para dar contraste.
- **Tipografía:** Se utilizan dos tipos de tipografías por una parte una tipografía decorativa en mayúscula para el título y el texto “fin” del final para clausurar el relato. También, se usa la tipografía sans serif humanista para los párrafos.
- **Imagen:** Ilustraciones digitales con un estilo cartoon semi-realista; esto para hacer la lectura

más amena y comprensible para los niños. También, hace uso de una textura de lienzo para todas las páginas.

- **Composición:** Los elementos están dispuestos en una división de tercios, predominando la ilustración como fondo y reservando un tercio ya sea inferior o superior para el texto, considerando que el fondo no tenga muchos elementos que puedan afectar con la legibilidad. En caso de que un elemento aparezca en ese tercio del texto se lo ciñe. Adicionalmente, los escenarios tienen un plano general en donde en la mayoría de los mismos se hacen presente tres personajes lo que resulta en una armonía fotográfica, también se identifica en general un ángulo del plano neutro y en un escenario un plano en picado.

1.5 Definición del problema gráfico

En esta etapa del proyecto, se examinaron algunas interrogantes presentadas por Michael Johnson en su libro *"Problem Solved: A Primer in Design and Communication"* (2002), que resaltan diversos aspectos relevantes sobre el manejo de materiales y la estructuración de diferentes obras y proyectos que servirán como punto de partida para abordar el problema gráfico. Se busca generar un impacto en las parejas con hijos de hasta máximo 12 años utilizando todos los recursos para concientizar sobre el cuidado del animal de compañía y evitar el abandono de perros. Se propone una nueva idea que se distinga y capte su atención de manera más efectiva, con el objetivo de motivarlas a participar en los talleres.

En el ámbito de la convivencia y la tenencia responsable, nos enfrentamos a un desafío importante respecto a la efectividad de las piezas gráficas utilizadas para informar y concienciar a la comunidad. Muchas de estas piezas carecen de creatividad y atractivo visual, lo que impide captar la atención del público de manera impactante y dificulta despertar el interés por aprender sobre el tema. Es evidente la necesidad de superar el *"the astonish me problem"* mediante el desarrollo de piezas gráficas innovadoras y sorprendentes, que despierten la curiosidad y el compromiso del espectador (Johnson, 2002).

Por otro lado, el *"the nobody reads anymore problem"* también se presenta como un obstáculo importante. Muchas veces, las piezas gráficas sobre convivencia y tenencia responsable de animales de compañía no logran comunicar su mensaje de manera efectiva debido a la falta

de lectura por parte del público objetivo. Es crucial encontrar formas alternativas de transmitir la información, utilizando elementos visuales que sean autoexplicativos y que inviten a la interacción sin requerir una lectura extensa.

En resumen, para mejorar la efectividad de las piezas gráficas en la promoción de la convivencia y la tenencia responsable, es necesario superar el “the astonish me problem” mediante la creación de contenido innovador y sorprendente, y abordar el “the nobody reads anymore problem” mediante el uso de elementos visuales autoexplicativos. De esta manera, se puede generar un mayor impacto en la conciencia y el comportamiento de la comunidad con respecto a este importante tema.

1.6 Requerimientos del proyecto

A partir de los vectores de la forma presentados en el libro “Diseño: Estrategia y tácticas” de Morales (2004), se han definido los requisitos que el material gráfico a desarrollar debe cumplir. En el proceso de diseño, se enfatiza la importancia de no descartar ningún factor, ya que todos los vectores son considerados en mayor o menor medida durante el proceso. Según los vectores de la forma son los siguientes:

- **Expresión:** El aspecto más crucial por considerar es el vector expresivo, ya que el producto a desarrollar tiene el propósito de captar inicialmente la atención de los usuarios.
- **Perceptual:** El producto final debe ser percibido como algo que aporta positivamente con un estilo visual único y distintivo con la audiencia permitiendo reflejar el mensaje que se desea comunicar. Además, se busca desarrollar una narrativa visual coherente y envolvente, que cuente una historia a través de imágenes, colores y elementos gráficos
- **Simbólico:** El mensaje planteado debe tener una connotación positiva que permita generar una conexión emocional con la audiencia fortaleciendo la conexión y compromiso con el mensaje transmitido y considerando que no es impositiva con el público.
- **Función:** En el contexto del diseño gráfico, el vector funcional se centra en garantizar la eficacia y utilidad de las piezas gráficas mediante la aplicación de criterios ergonómicos y funcionales. Se requiere que la información presentada sea clara y concisa, permitiendo una fácil comprensión por parte del espectador.

- **Ergonomía:** Debe responder al uso compartido del material, ya que será usado en un ambiente de interacción social asegurando la relevancia del contenido siendo pertinente y útil para la audiencia objetivo en la cual se incluye a las parejas con hijos menores de 12 años y que tienen un can
- **Mecanismos:** Deben ser simples, que no impliquen un mantenimiento adicional.
- **Tecnología:** El vector tecnológico en el diseño gráfico se enfoca en la selección y aplicación de herramientas digitales y plataformas tecnológicas que permitan la adaptabilidad y funcionalidad óptima de las piezas gráficas
- **Materiales:** Se requiere que las piezas gráficas sean diseñadas considerando la diversidad de dispositivos inteligentes, como teléfonos móviles, tabletas y computadoras, garantizando su visualización adecuada en diferentes pantallas y resoluciones. Asimismo, se hace necesario el uso de programas de diseño del entorno Adobe, como Illustrator para la creación de formas vectoriales, Photoshop para la edición de imágenes y fotomontajes, y After Effects para la edición multimedia.
- **Procesos:** Se considera, por los datos expuestos en los antecedentes, que se generara un producto digital para un el público objetivo.
- **Comercial:** El vector comercial en el diseño gráfico se enfoca en la creación de piezas gráficas que cumplan con los objetivos de comercialización y satisfagan las expectativas de los usuarios. Para lograr un mayor alcance y visibilidad es fundamental incorporar nuevos medios y estrategias de distribución, asegurando que las piezas graficas lleguen de manera efectiva a la audiencia objetivo.
- **Distribución:** El proyecto puede beneficiarse de una estrategia de distribución digital, donde la mayoría del contenido se publique en redes sociales, acompañado de productos suplementarios que interactúen directamente en el ciberespacio.
- **Expectativas del usuario:** El producto final debe ser parte de un sistema gráfico que fomente un cambio de hábitos para prevenir el abandono de animales y promover el compromiso en este tema. Por lo tanto, es prioritario crear una experiencia significativa para el usuario, asegurando que el mensaje sea claro y efectivo.

2^{do} Capítulo



2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE DISEÑO

2.1 Generación de la idea (concepto)

La generación de ideas se cimentó en el libro de Ellen Lupton (2012) titulado “Intuición, Acción, Creación,” el cual contribuye al desarrollo del concepto de diseño. Este libro presenta métodos creativos de pensamiento y acción que tienen como objetivo generar ideas innovadoras para abordar proyectos de diseño de manera más efectiva. Al seguir las enseñanzas de este libro, los diseñadores mejoran su capacidad para idear soluciones únicas y pertinentes, lo que enriquece tanto su práctica profesional como el resultado final de sus proyectos.

Los conceptos son importantes porque permiten crear diseños que sean funcionales, estéticos y atractivos. También, ayudan a comunicar ideas de forma clara y concisa, de modo que se puedan expresarse en una frase acompañada de su apoyo visual. Es así como, un concepto bien formulado y ejecutado puede resultar en un diseño con un nivel de innovación de temática alta que impacte significativamente en el público objetivo.

Para entender más profundamente el contexto, se desarrolló una tabla de preguntas clave que permita comprender y simplificar la idea con la información obtenida y analizada hasta el momento.

Tabla 9

Recopilación comunicacional del proyecto

OBJETIVO COMUNICACIONAL	MENSAJE	CONTENIDO	PÚBLICO
<p>¿Cuál es mi propósito?</p> <p>Generar conciencia y contribuir a la reducción del abandono de perros en el DMQ.</p>	<p>¿Que quiero comunicar?</p> <p>La importancia de concientizar a los tutores de animales de compañía sobre el cuidado responsable y la necesidad de una convivencia armoniosa que se requiere fomentar al tener o adquirir un can.</p>	<p>¿Que forma parte de mi contenido?</p> <p>Tenencia y convivencia responsable:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Economía del hogar -Estabilidad emocional 	<p>¿A quién me estoy dirigiendo?</p> <p>Parejas con hijos que tengan un perro y su rango de edad sea de 30 a 45 años.</p>
<p>¿Objetivo?</p> <p>Generar piezas gráficas que aporten en la concienciación de tutores y padres de familia.</p>	<p>¿Cuál es el mensaje?</p> <p>Un perro no es una cosa, pero tampoco un ser humano como un hijo. Es un animal sintiente (ser vivo que experimenta diversos tipos de emociones y sentimientos).</p>	<p>-Tiempo</p> <p>-Características morfológicas y comportamentales de un can</p>	<p>¿Como son?</p> <p>Son personas adultas quienes tienen animales de compañía, con una estabilidad laboral. Sus relaciones interpersonales se basan en su círculo familiar.</p>
<p>¿Qué es?</p> <p>Serie de publicaciones digitales</p>			<p>En su tiempo de ocio suelen frecuentar parques o lugares que les permitan realizar actividades al aire libre como áreas verdes.</p> <p>¿Dónde están?</p> <p>Sus domicilios o áreas de trabajo se encuentran en la ciudad de Quito.</p>

Nota. La tabla muestra la síntesis comunicacional del proyecto sobre que se desea comunicar. Las preguntas fueron adaptadas de la Guía de edición para publicaciones académicas no seriadas: Primera edición, por Uniandes.

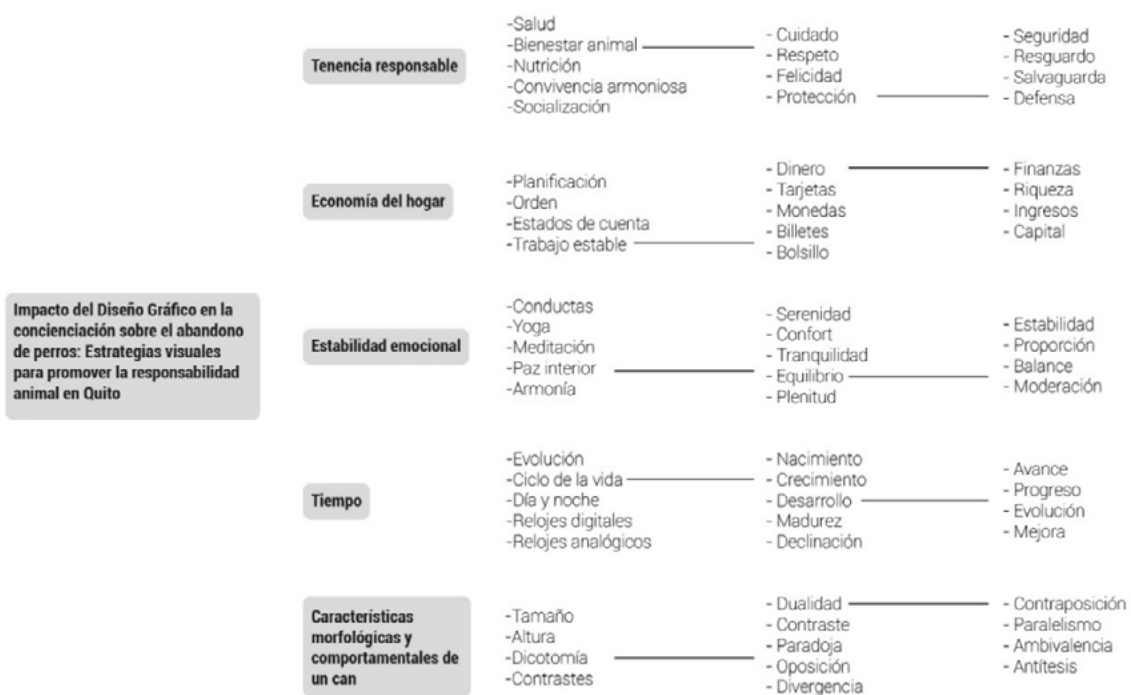
Para desarrollar las ideas detonantes se escogió tres técnicas extraídas de la autora Ellen Lupton (2012), que son las siguientes: lluvia de ideas, asociaciones forzadas y volcado de imágenes. Al escoger estas técnicas de exploración se puede ofrecer conceptos interesantes, obteniendo de esta forma ideas poco usuales y llamativas.

2.1.1 Lluvia de Ideas

Las lluvias de ideas permiten generar palabras clave con el fin de obtener varias propuestas que tengan relación con lo que se desea comunicar (Lupton, 2012).

Figura 3

Lluvia de ideas



El resultado de la lluvia de ideas se estructuró en el siguiente esquema: La tenencia responsable implica el bienestar animal mediante la protección y defensa de los perros que forman parte del hogar. También es importante que el público objetivo tenga un trabajo estable, lo que permitirá mantener un equilibrio emocional dentro del círculo familiar, donde el perro, por sus características, puede desarrollarse y evolucionar.

2.1.2 Asociaciones Forzadas

Implica la conexión de distintas ideas, expresiones o elementos con el fin de encontrar una solución específica, generando así una nueva idea basada en la información proporcionada por un glosario (Lupton, 2012).

En base a lo indicado anteriormente se estableció como punto de partida dos listas. Por una parte, se desglosaron las palabras clave relacionadas con los arquetipos del ser humano que permiten categorizar las personalidades y otra lista con palabras que van alrededor de la temática de la tenencia responsable de perros.

Tabla 10

Asociaciones forzadas

ARQUETIPOS HUMANOS		TENENCIA Y CONVIVENCIA RESPONSABLE DE UN CAN	ASOCIACIÓN DE IDEAS
El inocente	+	Nutrición adecuada	Compañeros nutricionales
El amigo	+	Agua potable	Amigos del agua
El héroe	+	Ejercicio, aire y sueño	Héroes saludables
El cuidador	+	Refugio interior	Cuidadores compasivos
El explorador	+	Protección	Exploradores de la naturaleza
El rebelde	+	Temperatura adecuada	Rebeldes del clima
El amante	+	Peluquería y aseo	Groomers enamorados
El creador	+	Atención veterinaria	Dog Influencers
El bufón	+	Aprendizaje	Academia de bufones
El sabio	+	Retos mentales	Desafíos del sabio
El mago	+	Juegos	Campamento vacacional de magia
El gobernante	+	Amor	Gobierno color de rosas

Nota. La tabla muestra las probables ideas de conceptos a través de la asociación forzada.

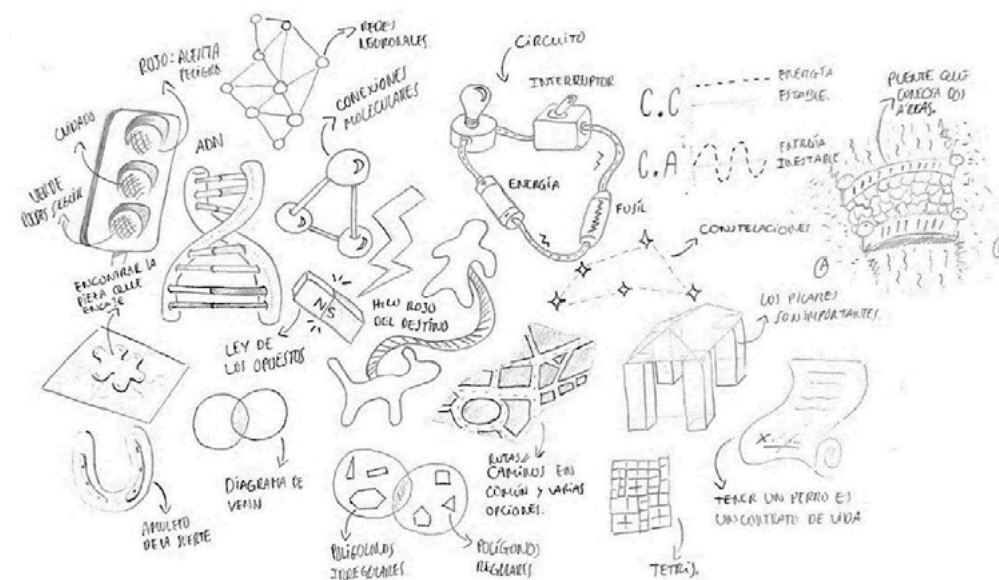
2.1.3 Volcado de Ideas

El objetivo principal es reunir la mayor cantidad posible de ideas, incluso aquellas que podrían parecer poco convencionales o improbables a primera vista. Una vez que se han recopilado todas las ideas, se pueden analizar y seleccionar las más prometedoras para desarrollarlas más a fondo (Lupton, 2012).

Esta técnica implica una serie de bocetos que asocian la tenencia y convivencia responsable entre el ser humano y el perro. Además, estos bocetos se agrupan para formar ideas que permitan entender la conexión que puede existir entre el tutor-can.

Figura 4

Volcado de ideas



A continuación, se describe una de las ideas desarrolladas a partir del volcado de ideas presentado en la Figura 4:

- Normas de tránsito: Se representan como el faro que guía el camino hacia la tenencia responsable de perros. Los colores de las luces tienen significados específicos: el rojo simboliza el peligro potencial para los perros, que podría ser irreversible; el amarillo representa el cuidado que debemos tener con ellos, en términos de alimentación, salud y convivencia; y el verde indica la posibilidad de avanzar hacia una interacción social armoniosa, donde humanos y perros comparten un espacio físico adecuado.

- El circuito eléctrico: Representa el lazo invisible entre dueño (interruptor) y can(fusible). El flujo constante de energía representa el cuidado y la atención que electrifica los lazos de amor y responsabilidad entre ambos.
- El Ácido desoxirribonucleico (ADN): Permite expresar el hilo dorado que une el pasado, presente y futuro entre humanos y perros. Los nucleótidos simbolizan la unión que tejen la historia evolutiva de nuestros compañeros peludos, recordándonos nuestra conexión intrínseca con su bienestar y desarrollo.
- El hogar: Representa el santuario donde se entrelazan los latidos de los perros y los corazones humanos mediante pilares que fortalezcan la armonía del lugar donde conviven humanos y canes, el techo refleja la protección creando un refugio de amor y compañía para todos los miembros de la familia.
- El viaje: Representa el recorrido que hacemos con nuestros perros. Las calles angostas y largas simbolizan el viaje de la tenencia responsable, que abarca el ciclo de vida de vida de nuestros animales. Los redondeles permiten simbolizar el proceso cíclico diario de cuidado de los perros que lleva alimentarlos, cepillarlos, asearlos. Los puentes representan las experiencias que conectan el pasado y con el futuro creando recuerdos imborrables en nuestras almas.
- El contrato: Simboliza el documento que sustenta la vida compartida entre humanos y perros. La firma representa el compromiso de cuidar, proteger y educar a nuestros fieles amigos con responsabilidad, asegurando su bienestar y felicidad.
- El tiempo: Se ilustra con un reloj de arena que marca el ritmo de nuestras vidas. Cada grano de arena representa los actos de cuidado y protección hacia nuestros perros, mientras que el envase del reloj simboliza los medios económicos, emocionales y afectivos que nos permiten proporcionarles bienestar y armonía. El espacio vacío en la parte superior del reloj refleja el ciclo de vida compartido entre humanos y perros, instándonos a valorar cada momento y llenarlo de amor, alegría y complicidad.

Con base al volcado de ideas, lluvia de ideas, y asociaciones forzadas y utilizando técnicas conceptualizaciones para promover la tenencia responsable, se proponen las siguientes tres opciones de conceptos:

Primero, "La gran aventura del homo sapiens sapiens y su fiel acompañante firulais." Esta idea destaca el lazo invisible entre dueño y can, donde el flujo constante de cuidado mediante un sendero (camino) permite expresar las experiencias diarias mediante los lazos de amor y responsabilidad.

Segundo, "La responsabilidad del hombre con su fiel y mejor amigo el perro, radica en organizar sus actividades y recursos." Esta idea enfatiza la importancia de planificar para cuidar y aceptar al perro como parte de un miembro familiar, fomentando la convivencia y armonía dentro del hogar.

Tercero, "Hogar dulce cueva." Representa la armonía entre el ser humano y el perro dentro del hogar, permitiendo disfrutar de alegría, momentos de diversión y cariño de manera responsable.

2.2 Exploración de la forma (Estilo)

Una vez seleccionados los conceptos pertinentes mencionados en la sección 2.1, relacionados con la generación de ideas, se procedió a emparejarlos para enriquecer y diversificar las propuestas. Este proceso arrojó resultados significativos que sirvieron para las exploraciones gráficas formales de las ideas. (ver Anexo Moodboards)

Moodboard concepto 2. Emparejamiento entre recursos y hogar: "La responsabilidad del hombre con su fiel y mejor amigo el perro, radica en organizar sus actividades y recursos"

El concepto de gestión de recursos y planificación de actividades en el hogar se presenta como un pilar fundamental para mantener la estabilidad y la armonía entre todos sus miembros. Tanto los recursos tangibles como los intangibles deben ser gestionados con sabiduría y perspicacia para asegurar una convivencia armónica.

En esta propuesta, se sugiere que la adecuada gestión del tiempo y de los recursos conlleva a una redistribución equitativa entre los integrantes del hogar. Esta redistribución no solo abarca la asignación de bienes materiales, sino también la atención y el cuidado de las necesidades emocionales y psicológicas de cada miembro. Una mala gestión de recursos y obligaciones puede llevar al caos y los conflictos dentro del hogar, causando tensiones y disputas entre los miembros de la familia, y afectando negativamente la convivencia y el bienestar de todos.

En situaciones extremas, los líderes del hogar se enfrentan a decisiones difíciles que implican reducir o eliminar recursos y acciones consideradas no esenciales. Esto puede incluir la dolorosa decisión de separarse de un animal de compañía si su presencia deja de ser sostenible o compatible con las necesidades y recursos disponibles en el hogar.

Los recursos que se describen incluyen financieros, materiales, técnicos, humanos y temporales, cada uno de los cuales desempeña un papel crucial en la dinámica y funcionamiento del hogar. Una gestión eficaz de estos recursos no solo asegura la estabilidad material, sino que también promueve el bienestar emocional y la cohesión familiar.

Los elementos visuales presentados en el *moodboard* de la Figura 5 consideran aspectos relacionados con la organización, el orden y la geometría. Estos elementos proporcionan una sensación de limpieza y estructura, cualidades esenciales para resaltar el concepto de organización. Algunos referentes incluyen técnicas de almacenamiento de información, como agendas, notas adhesivas (*post-its*) o *bullet journals*, donde el grado de personalización puede ser tan amplio como la imaginación lo permita, siempre manteniendo en cuenta la organización y el orden.

Figura 5

Moodboard 2 "La responsabilidad del hombre con su fiel y mejor amigo el perro"



Nota. Este moodboard incluye imágenes de diversas fuentes en línea. Los derechos de autor de las imágenes pertenecen a sus respectivos propietarios.

2.3 Evaluación del concepto y estilo gráfico

Una vez que los conceptos y las formas fueron desarrollados y explorados, cada propuesta fue evaluada por profesionales del diseño gráfico y un tutor de animales. El propósito de esta evaluación fue obtener retroalimentación de expertos para que pudieran aportar ideas sobre el concepto, la forma y el estilo. El objetivo final era conocer sus opiniones profesionales y, así, seleccionar la opción mejor calificada.

La validación se llevó a cabo mediante una tabla de evaluación, que permitió registrar las observaciones y sugerencias de manera organizada.

Tutor animal: Mgs. Carolina Toapanta cuya evaluación corresponde a la Tabla 11.

Profesionales del Diseño Gráfico: Mtr. Karla Betancourth y PhD Estefanía Piñeros cuya evaluación se especifica en la Tabla 12 y Tabla 13.

Tabla 11

Evaluación del concepto y estilo por el tutor

Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos				
Título del trabajo: Impacto del Diseño Gráfico en la concienciación sobre el abandono de perros: Estrategias visuales para promover la responsabilidad animal en Quito				
Estudiante: Jordi Pallasco				
Evaluado por: Ing. Carolina Toapanta				
Fecha: 14 abril 2024				
Preguntas	Concepto y estilo 1	Concepto y estilo 2	Concepto y estilo 3	Observaciones/ sugerencias
¿El concepto responde al objetivo general del trabajo?	SI	SI	NO	C1-C2: Incluir una imagen emocional entre el animalito de compañía y el tutor
¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo?	SI	SI	NO	C3: Incluir enfoque al momento actual vs la historia pasada
¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado?	SI	SI	SI	
¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada?	SI	SI	NO	C3: Mas imágenes que hagan referencia al hogar cálido
¿El estilo gráfico es adecuado para el/los usuarios a los que se dirige el trabajo?	SI	SI	SI	
¿El estilo gráfico propone una experiencia visual atractiva?	SI	SI	SI	
¿El concepto y estilo proponen un grado de innovación o novedad con relación a las soluciones existentes?	SI	SI	SI	

Tabla 12

Evaluación de concepto y estilo por profesional 1 del Diseño Gráfico

Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos				
Título del trabajo: Impacto del Diseño Gráfico en la concienciación sobre el abandono de perros: Estrategias visuales para promover la responsabilidad animal en Quito				
Estudiante: Jordi Pallasco				
Evaluado por: Mtr. Karla Betancourth				
Fecha: 17 abril 2024				
Preguntas	Concepto y estilo 1	Concepto y estilo 2	Concepto y estilo 3	Observaciones/ sugerencias
¿El concepto responde al objetivo general del trabajo?	Si	Si	No	CE1: Responde a nivel general CE3: Funcionaría mejor para una segunda etapa.
¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo?	No	Si	No	CE1: Está pensado para una siguiente etapa. CE2: Es la opción óptima.
¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado?	No	Si	No	
¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada?	No	Si	No	CE2: Se trata de la mejor propuesta.
¿El estilo gráfico es adecuado para el/ los usuarios a los que se dirige el trabajo?	Si	Si	Si	

¿El estilo gráfico propone una experiencia visual atractiva?

Si

Si

Si

¿El concepto y estilo proponen un grado de innovación o novedad con relación a las soluciones existentes?

Si

Si

Si

Tabla 13

Evaluación de concepto y estilo por profesional 2 del Diseño Gráfico

Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos				
Título del trabajo: Impacto del Diseño Gráfico en la concienciación sobre el abandono de perros: Estrategias visuales para promover la responsabilidad animal en Quito				
Estudiante: Jordi Pallasco				
Evaluado por: Estefanía Piñeros PhD				
Fecha: 17 abril 2024				
Preguntas	Concepto y estilo 1	Concepto y estilo 2	Concepto y estilo 3	Observaciones/ sugerencias
¿El concepto responde al objetivo general del trabajo?	Si	Mas o menos	Si	
¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo?	Si	Mas o menos	Si	
¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado?	Mas o menos	Mas o menos	Si	
¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada?	Si	Si	Si	
¿El estilo gráfico es adecuado para el/los usuarios a los que se dirige el trabajo?	Si	Si	No	
¿El estilo gráfico propone una experiencia visual atractiva?	No	No	No	CE1, CE2, CE3: Los Modboards necesitan afinación en detalles
¿El concepto y estilo proponen un grado de innovación o novedad con relación a las soluciones existentes?	Mas o menos (se parece a aplicación woof)	No, ya existe una múltiple gama de herramientas de organización	Si, pero de nuevo no tengo un conocimiento exhaustivo de lo que ya existe	CE1, CE2, CE3: No sé qué soluciones existentes hay

Tras analizar los resultados de las evaluaciones, se concluye que el concepto 2 “La responsabilidad del hombre con su fiel y mejor amigo el perro, radica en organizar sus actividades y recursos” es el más adecuado. Se identifican las siguientes características:

- Responde de manera más efectiva al objetivo general del trabajo, que consiste en generar conciencia y contribuir a la reducción del abandono de perros en Quito
- Este concepto se ajusta mejor a las expectativas y necesidades del público al que se dirige el proyecto.
- En cuanto a la novedad y grado de innovación, también recibe una valoración positiva, logrando un equilibrio entre ideas innovadoras y soluciones existentes.
- El estilo gráfico propuesto para este concepto se considera adecuado y atractivo para el público objetivo.

Aunque los conceptos 1 y 3 también presentan aspectos positivos, se han identificado ciertas limitaciones en las evaluaciones:

- El concepto 1, titulado ‘La gran aventura del Homo sapiens sapiens y su fiel acompañante Firulais’, aunque posee un enfoque novedoso, no responde de manera tan directa a las expectativas y necesidades del público objetivo.
- El concepto 3, ‘Hogar dulce cueva’, resulta interesante, pero los evaluadores sugieren que necesita un mayor desarrollo en términos de la experiencia de uso y la apariencia visual.

Por lo tanto, considerando los apartados 2.1 (Generación de la idea o concepto) y 2.2 (Exploración de la forma o estilo), así como las evaluaciones realizadas, se concluye que el concepto 2, “La responsabilidad del hombre con su fiel y mejor amigo el perro radica en organizar sus actividades y recursos”, es el más adecuado para alcanzar los objetivos del proyecto.

2.4 Desarrollo del prototipo

En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en plataformas poderosas y omnipresentes que influyen significativamente en la vida cotidiana de millones de personas. Utilizar estas plataformas, especialmente Facebook, para promover la tenencia responsable de perros presenta una oportunidad única y efectiva. Las redes sociales no solo permiten una amplia difusión de mensajes, sino que también facilitan la interacción directa y personal con la audiencia. A través de la autopromoción, el entretenimiento y la educación, las campañas en redes sociales pueden capturar la atención, generar empatía y fomentar cambios de comportamiento. Este entorno dinámico y participativo ofrece múltiples posibilidades para involucrar a los usuarios, inspirarles a tomar acciones responsables y crear una comunidad comprometida con el bienestar animal.

Al desarrollar el prototipo, es fundamental tener en cuenta el entorno donde se aplicará. En este caso, se trata de las redes sociales, especialmente Facebook. Las redes sociales ofrecen diversas posibilidades de interacción entre usuarios y marcas, incluyendo la autopromoción, el entretenimiento y la educación.

Durante la caracterización del usuario, reflejada en la Tabla 5, se propuso explorar a fondo el desarrollo de cada perfil. La idea inicial era comenzar con una nota positiva y finalizar con un giro hacia una situación más triste para ilustrar el impacto del abandono. Sin embargo, para evitar una transición brusca y mantener el interés del público, se decidió cambiar el enfoque. En lugar de una narrativa con un cambio drástico de tono, se optó por centrar la historia en la vida de los perros de manera más equilibrada, como se muestra en la Figura 17.

Este nuevo enfoque consistirá en contar una mini-historia a través de cuatro paneles, permitiendo presentar la narrativa de manera compacta pero efectiva. Cada panel tendrá una función específica:

- **Introducción:** Presenta al perro y establece el contexto inicial, describiendo brevemente su historia y la situación en la que se encuentra.
- **Desarrollo:** Explica los eventos previos al abandono, incluyendo las responsabilidades incumplidas por parte de sus tutores y cómo esto afectó al perro.

- Conflicto o crisis: Detalla la razón del abandono y las circunstancias difíciles a las que se enfrenta el perro.
- Resolución: Muestra la consecuencia del abandono, pero también sugiere un camino hacia la recuperación o la esperanza, con información adicional como el logo de la organización, un eslogan motivador y una llamada a la acción para involucrar al público.
- El último panel puede ser un recurso para proporcionar detalles sobre cómo la audiencia puede ayudar o contribuir a la causa, y ofrecer información de contacto para aquellos interesados en aprender más o tomar acción.

Este arco narrativo permite que las historias sean visualmente atractivas y emocionalmente resonantes, mientras plantean a los usuarios un camino claro para informar y persuadir al público objetivo. El uso de interacciones entre perfiles refuerza la narrativa y promueve la participación de los usuarios y generar conciencia, permitiendo que el público se sienta parte de la historia. El enfoque equilibrado y la progresión cuidadosa entre los paneles buscan generar empatía y una respuesta emocional que pueda inspirar acciones positivas en favor de los perros abandonados.

La elección de esta estrategia visual se fundamenta en un análisis exhaustivo de tipologías existentes en campañas de concienciación sobre tenencia y convivencia responsable de animales de compañía. Dicho análisis reveló una tendencia hacia piezas gráficas genéricas y poco atractivas, lo que dificulta captar la atención del público y generar un impacto significativo. Para superar esta limitación, se propone una estrategia visual innovadora basada en la narrativa de mini-historias contadas desde la perspectiva del perro.

Esta narrativa, enriquecida con el recurso de la personificación o prosopopeya, busca establecer una conexión emocional profunda con la audiencia. Al humanizar a los perros y presentar sus vivencias, se fomenta la empatía y la identificación, logrando que el público se sienta más cercano y comprenda la importancia de la tenencia y convivencia responsable desde una perspectiva emocional.

La decisión de emplear mini-historias responde a la necesidad de crear una experiencia inmersiva para el usuario. La extensión y profundidad de las historias no solo entretienen, sino que

también reflejan el compromiso y la atención que requiere la tenencia y convivencia responsable de un animal de compañía. Al sumergirse en estas narrativas, los usuarios experimentan de manera indirecta la responsabilidad y dedicación necesarias para cuidar a un perro.

Además, las historias incorporan sutilmente aspectos relacionados con la organización y planificación, elementos clave para una tenencia responsable exitosa. Al presentar situaciones cotidianas en las que la organización y planificación son fundamentales para el bienestar del perro, se refuerza la importancia de estos aspectos en la mente de la audiencia.

La Figura 6 presenta bocetos iniciales de los perfiles de Luna, Max y Zeus, los perros protagonistas de las mini-historias. Estos bocetos servirán como base para el desarrollo visual de los personajes y sus características distintivas. Cada perro representa una temática específica relacionada con la tenencia responsable.

Las Figuras 7, 8 y 9 muestran los storyboards correspondientes a cada historia. El storyboard de Luna (Figura 7) explora un día en su vida, centrándose en la temática de las crías inesperadas y la importancia de la esterilización. El storyboard de Max (Figura 8) aborda el tema del comportamiento canino, mostrando la necesidad de educar y entrenar a los perros para una convivencia armoniosa. Finalmente, el storyboard de Zeus (Figura 9) se enfoca en las características morfológicas de los perros, enfatizando la importancia de elegir una raza adecuada al estilo de vida y las posibilidades del cuidador.

Figura 6

Propuesta de perfiles



DINÁMICA:
- Presentar los post y otros elementos desde su punto de vista (POV)



Figura 7

Storyboard, historia de Luna



Nota: En la secuencia se explora la historia de la perra "Luna" y su situación relacionada con la temática de las crías inesperadas.

Figura 8

Storyboard, historia de Max



Nota: En la secuencia se explora la historia del perro "Max" y su situación relacionada con la temática de su comportamiento.

Figura 9

Storyboard, historia de Zeus.



Nota: En la secuencia se explora la historia del perro "Zeus" y su situación relacionada con la temática de sus características morfológicas.

El desarrollo de personajes para la serie de tres publicaciones en Facebook puede beneficiarse enormemente de la creación de moodboards, una herramienta útil para consolidar ideas y dar forma a los personajes y sus historias a través de imágenes realistas. En el ámbito del diseño de personajes y la narrativa visual, el uso de figuras geométricas básicas es un recurso semiótico que ha ganado popularidad, permitiendo transmitir significados y connotaciones específicas de manera visual y efectiva.

El diseño de personajes animados es un proceso que involucra tanto la estética como la emocionalidad. Aquí es donde el análisis semiótico puede proporcionar valiosas perspectivas sobre cómo los elementos visuales, como las formas, las expresiones faciales y los accesorios, contribuyen a crear significados simbólicos y emocionales. Como menciona Eco (1976), la forma puede comunicar atributos simbólicos y emocionales, con el círculo, por ejemplo, asociado a cualidades como ternura y calidez, especialmente en el contexto de personajes caninos.

El uso de figuras geométricas suaves y redondeadas en personajes como los dálmatas o La Dama y el Vagabundo sugiere estas cualidades de ternura y calidez. Al interpretar estos elementos en un *moodboard*, se pueden extraer conclusiones útiles para el diseño de los personajes propuestos. Los personajes de estos posts podrían adoptar curvas suaves y redondeadas para comunicar una sensación de bondad, accesibilidad y simpatía. Esto facilita la conexión emocional con el público y refuerza el mensaje de empatía hacia los perros abandonados.

Además de la forma, las expresiones faciales son esenciales para transmitir emociones específicas, complementando o desafiando la suavidad asociada a las formas redondeadas (Ekman & Friesen, 1978). Al desarrollar el *moodboard*, es importante incluir expresiones que reflejen emociones acordes con la historia del personaje: desde la alegría y la ternura hasta la tristeza y el conflicto. Esto permite que el público empatice con el viaje emocional de cada perro, aumentando el impacto de la narrativa.

Los accesorios, como collares y lazos, también pueden agregar significado y ayudar a diferenciar personajes (Barthes, 1967). Estos elementos pueden indicar el contexto del personaje, su personalidad y su historia. Por ejemplo, un perro con un collar bonito podría sugerir un pasado feliz y cuidado, mientras que uno sin collar podría indicar abandono o negligencia.

Figura 10

Moodboard para desarrollo de personaje (crías inesperadas)



Nota: Este moodboard incluye imágenes de diversas fuentes en línea. Los derechos de autor de las imágenes pertenecen a sus respectivos propietarios.

La imagen bajo análisis, un moodboard con seis personajes de dibujos animados, sugiere roles antagónicos o villanescos a través de su estética y actitud. Para entender cómo se construye este significado, se realizará un análisis semiótico centrado en los códigos visuales presentes en la imagen (Kress y van Leeuwen, 2001).

Los códigos figurativos se refieren a la representación de los personajes y cómo estos se asemejan a figuras reconocibles en la cultura popular. En este caso, los animales antropomorfizados sugieren una intención humorística o satírica, al tiempo que la exageración de rasgos faciales y posturas corporales dinámicas aporta un tono distintivo a cada personaje (Barthes, 1977). La exageración de elementos como ojos grandes y expresivos, bocas abiertas con dientes prominentes y posturas dramáticas indican emociones intensas como ira, astucia o amenaza. Estas características se asocian con los arquetipos clásicos de villanos creando una conexión inmediata con el espectador (Gombrich, 1960).

Los códigos plásticos implican el estilo de dibujo, las líneas y el uso del color. Aquí, el estilo caricaturesco, con líneas gruesas y definidas, simplifica las formas y enfatiza las expresiones, lo que aporta una estética visualmente llamativa y memorable (Gombrich, 1960). La paleta de colores saturados y contrastantes añade energía y vitalidad a la imagen, al mismo tiempo que refuerza la

personalidad de cada personaje. El rojo, por ejemplo, sugiere ira o agresividad, mientras que el negro puede estar asociado con la maldad. La distorsión y exageración de las formas corporales refuerzan el carácter antagónico de los personajes (Kress y Van Leeuwen, 2001).

La perspectiva frontal de la mayoría de los personajes establece un contacto directo con el espectador, creando un sentido de intimidación y desafío. Las posturas dinámicas, combinadas con expresiones faciales intensas, sugieren movimiento y acción, generando una sensación de tensión y anticipación en la narrativa visual (Gombrich, 1960). Esto puede ser utilizado para atraer la atención del espectador y mantenerlo comprometido con la narrativa (Gombrich, 1960).

Figura 11

Moodboard para desarrollo de personaje (problemas comportamentales)



Nota: Este moodboard incluye imágenes de diversas fuentes en línea. Los derechos de autor de las imágenes pertenecen a sus respectivos propietarios.

El análisis semiótico del *moodboard* muestra una estrategia intencional para representar a un personaje corpulento con irregularidades anatómicas. Las imágenes seleccionadas de animales con características físicas prominentes y curvilíneas, como el guepardo y la gacela con sobrepeso, así como el bulldog de constitución robusta, sugieren la intención de enfatizar características físicas destacadas y suaves (Kress y van Leeuwen, 2001).

La exageración de ciertos rasgos físicos en las imágenes, como los ojos, la boca y las extremidades, aporta inspiración para resaltar las particularidades del cuerpo del personaje

corpulento, como los pliegues de la piel o la forma de su abdomen (Gombrich, 1960). Esta estrategia de exageración, además de intensificar la representación de la corpulencia, añade un elemento de caricatura que confiere al personaje un carácter distintivo y memorable (Gombrich, 1960).

En lo que respecta a las irregularidades del cuerpo, el análisis sugiere la incorporación de texturas y patrones para representar la piel del personaje de manera visualmente interesante. Por ejemplo, la piel de Courage el perro cobarde, con sus protuberancias y manchas, puede ser una referencia visual para ilustrar la condición de la piel del personaje (Gombrich, 1960). Este enfoque detallado ofrece una mayor credibilidad y autenticidad en el diseño del personaje, dando vida a sus características singulares.

El uso del humor en el *moodboard*, a pesar de las características físicas poco convencionales de los personajes representados, ofrece una forma valiosa de abordar las irregularidades del cuerpo con sensibilidad y empatía. El humor actúa como un mecanismo para abordar temas delicados de manera accesible y respetuosa, permitiendo representar la diversidad corporal de forma positiva y constructiva (Kress y Van Leeuwen, 2001). Esto es particularmente importante para evitar estereotipos negativos y promover la aceptación de la diversidad.

Figura 12

Moodboard para desarrollo de personaje (características morfológicas)



Nota: Este moodboard incluye imágenes de diversas fuentes en línea. Los derechos de autor de las imágenes pertenecen a sus respectivos propietarios.

Posteriormente, se optó por generar tres perfiles persona adaptados específicamente para la especie canina. Asimismo, se consideraron las características de un público objetivo específico: adultos, parejas de entre 30 y 45 años con hijos y un perro como animal de compañía. Esta segmentación permitió adaptar los perfiles persona a las necesidades e intereses de este grupo poblacional. De esta manera, se buscaba comprender mejor las necesidades y preferencias de este segmento para desarrollar estrategias visuales efectivas.

Tabla 14*Perfil 1*

Nombre:	Luna
Descripción:	Luna es una perra blanca de tamaño mediano con un pelaje largo y esponjoso. Tiene unos ojos expresivos y una lengua cariñosa que asoma cuando sonríe. A pesar de su apariencia adorable, muestra una actitud protectora y madura con sus dueños.
Información demográfica:	Edad: 2-4 años
Género:	Hembra
Ubicación:	Jardín residencial en una ciudad pequeña
Necesidades:	<p>Atención veterinaria: Luna necesita atención veterinaria para el chequeo prenatal y el parto seguro. Es fundamental garantizar que ella y sus cachorros estén en óptimas condiciones de salud.</p> <p>Entorno seguro para el parto: Luna requiere un lugar tranquilo y seguro para dar a luz y cuidar a sus cachorros. Esto incluye proporcionarle un ambiente cálido y confortable donde pueda cuidar de su camada.</p> <p>Dieta nutritiva: Una dieta balanceada y suficiente es crucial para mantener la salud de Luna y la de sus crías. Es importante proporcionarle alimentos de alta calidad para garantizar una gestación saludable y el desarrollo adecuado de los cachorros.</p> <p>Socialización: Luna necesita socializar con otros perros y personas para mantener su bienestar emocional. El contacto con otros perros y la interacción con personas ayudarán a mantener su equilibrio emocional durante este período crucial.</p>
Problemas:	<p>Embarazo no planificado: Luna enfrenta un embarazo no planificado que genera preocupación y estrés tanto para ella como para sus dueños. Es importante brindarle apoyo emocional y físico durante este tiempo.</p> <p>Recursos financieros: El cuidado prenatal, el parto seguro y el cuidado de los cachorros implican gastos veterinarios y de cuidado que deben ser considerados. Se necesita planificación financiera para cubrir estos gastos adicionales.</p> <p>Riesgo de complicaciones durante el parto: Debido a su juventud y falta de experiencia en la crianza, Luna enfrenta un riesgo de complicaciones durante el parto. Es fundamental estar preparados para actuar rápidamente en caso de emergencia y contar con el apoyo de un veterinario experto.</p>

Tabla 15**Perfil 2**

Nombre:	Max
Descripción:	Max es un perro de color negro de raza indeterminada, posiblemente mestizo, de tamaño mediano a grande. Posee un pelaje corto y brillante que se mueve con fluidez mientras corre. Su rostro expresivo se caracteriza por sus grandes ojos marrones oscuros que reflejan alegría y alerta, orejas erguidas y un hocico abierto en una sonrisa juguetona. Su cuerpo atlético y ágil se ve potenciado por la musculatura visible en sus patas traseras, evidenciando su gran energía y dinamismo.
Información demográfica:	Edad: Adulto joven (2-5 años) en base a su energía y estado físico.
Género:	Macho
Ubicación:	Interior de una casa, posiblemente en un pasillo en una ciudad pequeña
Necesidades:	<p>Actividad física: Debido a su evidente energía y dinamismo, Max requiere ejercicio físico regular para mantener su salud física y mental. Paseos diarios, juegos y oportunidades para correr son esenciales para su bienestar.</p> <p>Estimulación mental: Además del ejercicio físico, Max también necesita estimulación mental para evitar el aburrimiento y desarrollar su inteligencia. Juegos de rompecabezas, entrenamiento de obediencia y actividades de interacción social podrían ser opciones adecuadas.</p> <p>Alimentación: Una dieta balanceada y de alta calidad es crucial para mantener la salud y la energía de Max.</p> <p>Cuidado veterinario: Max necesita atención veterinaria regular para chequeos preventivos, vacunas y cualquier problema de salud que pueda surgir. Es importante buscar atención veterinaria inmediata si presenta algún signo de enfermedad o lesión.</p> <p>Socialización: Max es un perro sociable y juguetón, por lo que la interacción con otros perros y personas sería beneficiosa para su bienestar emocional. Paseos en parques, visitas al veterinario y juegos con otros perros podrían ser buenas oportunidades para socializar.</p>
Problemas:	<p>Riesgos asociados a su raza: Algunas razas de perros son propensas a ciertas condiciones de salud o comportamientos, por lo que es importante investigar las características específicas de la raza de Max para estar atento a posibles problemas.</p> <p>Falta de entrenamiento: La falta de entrenamiento adecuado puede conducir a problemas de comportamiento, como desobediencia, agresividad o ansiedad por separación. Es importante invertir tiempo en entrenar a Max de manera positiva y consistente.</p>

Tabla 16

Perfil 3

Nombre:	Zeus
Descripción:	Zeus es un mastín de gran tamaño, posiblemente una mezcla de razas, con un pelaje hermoso pero sensible. Presenta una combinación de colores marrón, gris y blanco en su pelaje, con manchas marrones en el hocico y alrededor de los ojos. Tiene ojos de tamaño mediano y color marrón oscuro, con una expresión de curiosidad y preocupación. Sus orejas son medianas, erguidas y ligeramente inclinadas hacia adelante. Se encuentra sentado, con las patas delanteras cruzadas.
Información demográfica:	Edad: Adulto ó años
Género:	Macho
Ubicación:	Zeus vive felizmente con su dueño en una casa espaciosa en un entorno suburbano.
Necesidades:	<p>Atención médica especializada: Zeus necesita atención médica especializada para tratar una afección cutánea. Dada su sensibilidad en la piel, requiere cuidados regulares y una dieta específica para satisfacer sus necesidades nutricionales.</p> <p>Dieta específica: Debido a su tamaño y sensibilidad en la piel, Zeus necesita una dieta específica que satisfaga sus necesidades nutricionales y promueva la salud de su piel.</p> <p>Cuidado regular: Requiere cuidados regulares para mantener su piel sana y evitar futuros brotes de la afección cutánea. Esto puede implicar baños especiales, aplicación de medicamentos tópicos y visitas regulares al veterinario.</p> <p>Socialización y ejercicio: A pesar de sus necesidades médicas, Zeus también necesita socialización y ejercicio para mantener su bienestar emocional y físico.</p>
Problemas:	<p>Afección cutánea: Zeus enfrenta una afección cutánea que requiere atención médica especializada y cuidados regulares. Esto puede afectar su calidad de vida y generar preocupación para su dueño.</p> <p>Costos inesperados: Los gastos asociados con el tratamiento de la afección cutánea pueden afectar la situación financiera del dueño, lo que representa un desafío inesperado en su cuidado.</p> <p>Aprendizaje y compromiso: A través de esta experiencia, el dueño aprende sobre la importancia de investigar las necesidades específicas de una raza antes de adoptarla y planificar financieramente para hacer frente a posibles gastos imprevistos. Se compromete a brindar el cuidado adecuado a Zeus, fortaleciendo así su vínculo.</p>

Tabla 17

Plan de comunicación

PUBLICACIONES EN FACEBOOK		
CATEGORÍA		
CRIAS INESPERADAS	COMPORTAMIENTO	CARACTERÍSTICAS MORFOLÓGICAS
PERFIL 1: PERRA "LUNA"	PERFIL 2: PERRO "MAX"	PERFIL 3: PERRO "ZEUS"
Post compuesto de cuatro imágenes principales que redirijan a los posts de las mini-historias.	Post compuesto de cuatro imágenes principales que redirijan a los posts de las mini-historias.	Post compuesto de cuatro imágenes principales que redirijan a los posts de las mini-historias.
Post "mini-historia 1" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 1" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 1" compuesto de cuatro imágenes.
Post "mini-historia 2" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 2" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 2" compuesto de cuatro imágenes.
Post "mini-historia 3" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 3" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 3" compuesto de cuatro imágenes.
Post "mini-historia 4" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 4" compuesto de cuatro imágenes.	Post "mini-historia 4" compuesto de cuatro imágenes.

Con base en la información recopilada, se generaron las distintas imágenes utilizando inteligencia artificial. Para las imágenes introductorias se empleó la plataforma Adobe Firefly, mientras que para las imágenes de las mini-historias se utilizaron *Midjourney* y *Magnific AI*. En algunos casos, se utilizó Adobe Photoshop para realizar retoques puntuales.

Para los posts iniciales de las tres categorías propuestas de los perros se planteó generar en primera instancia una serie de cuatro imágenes que se podrían considerar como un tipo de portadillas, las cuales al tocarlas ó ampliarlas se despliegue el *caption* con su correspondiente enlaces los cuales redirijan al usuario a las distintas mini-historias las cuales se corresponden a

un total de 16 paneles divididos en cuatro paneles cada uno de las tres categorías de los perros correspondientemente. Además, en el último panel se plantea un texto tipo slogan para promover y recordar la tenencia y convivencia responsable y además generar consistencia entre las mini historias. En ese sentido el usuario debería leer las historias de manera cronológica

Figura 13

Mockup foto de portada de Facebook para "Luna".



Figura 14

Mockup foto de portada de Facebook para "Max".



Figura 15

Mockup foto de portada de Facebook para "Zeus".



Figura 16

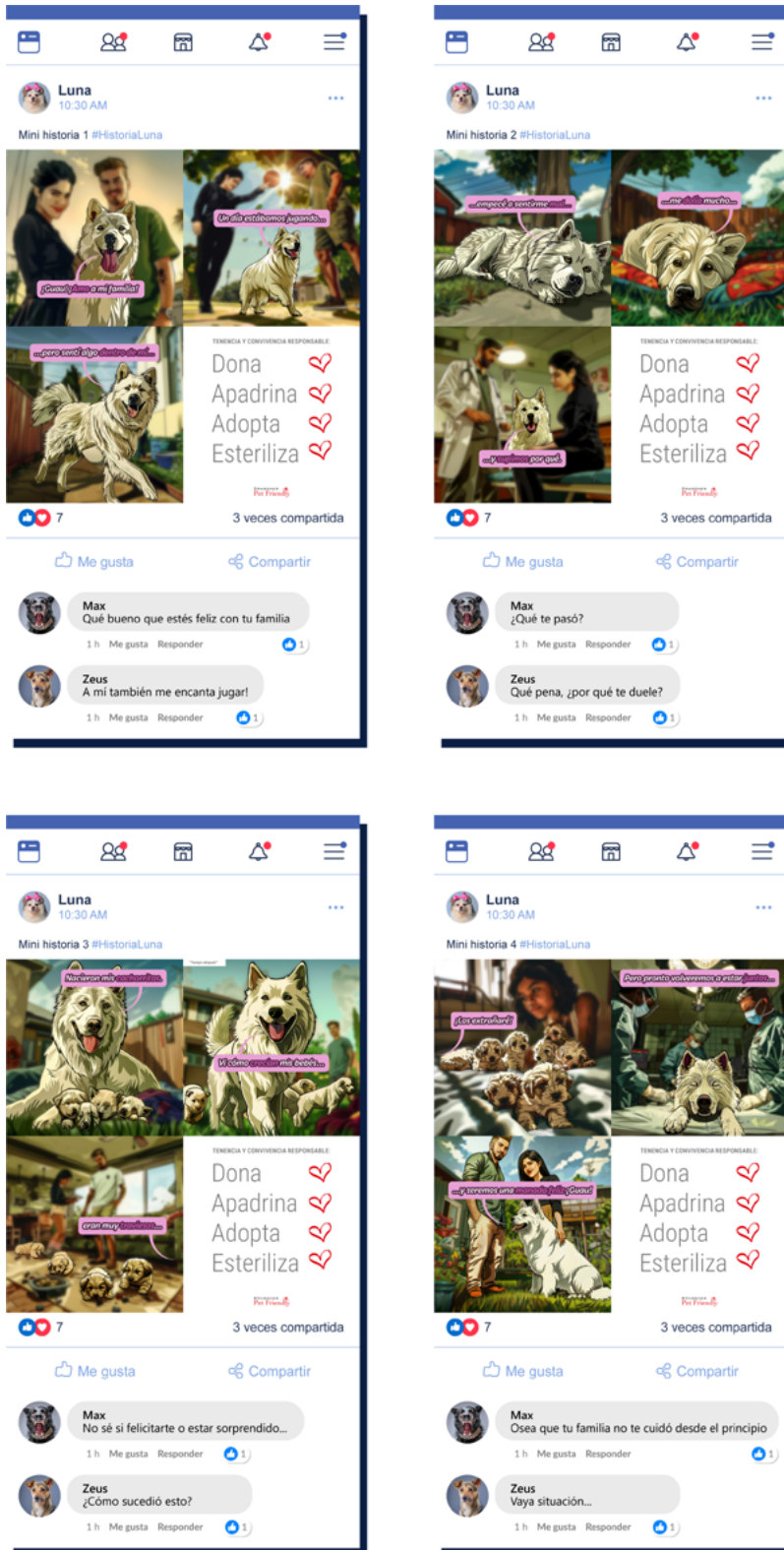
Imágenes tipo portadas correspondientes a las historias.



Nota: De izquierda a derecha: Luna, crías inesperadas; Max, comportamiento y Zeus, características morfológicas. Las fotos fueron creadas con Firefly, un generador de imágenes de inteligencia artificial.

Figura 17

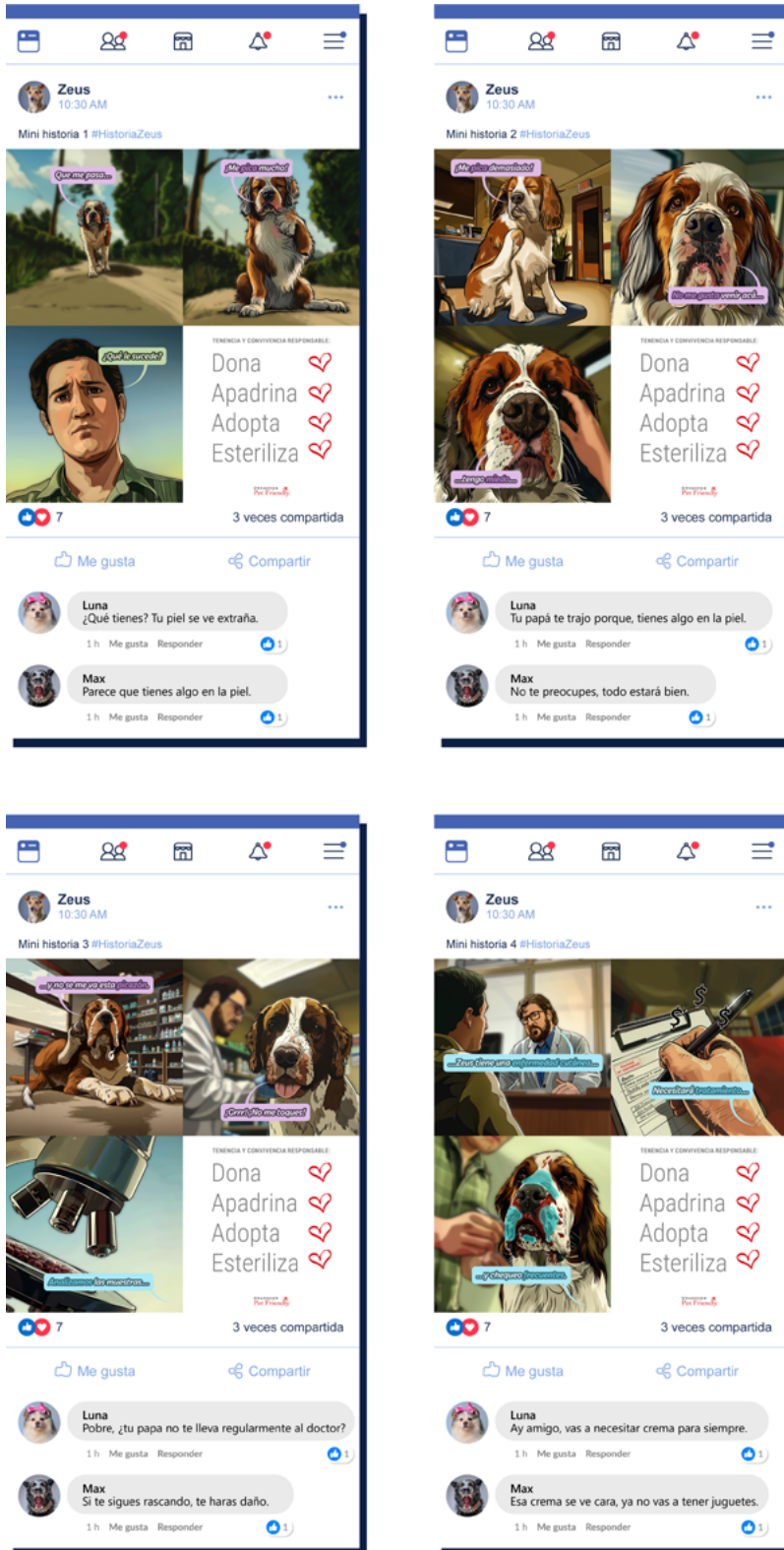
Compilado mini-historias correspondientes a la historia de Luna (crías inesperadas).



Nota. Las ilustraciones fueron creadas con Midjourney, un generador de imágenes de inteligencia artificial.

Figura 18

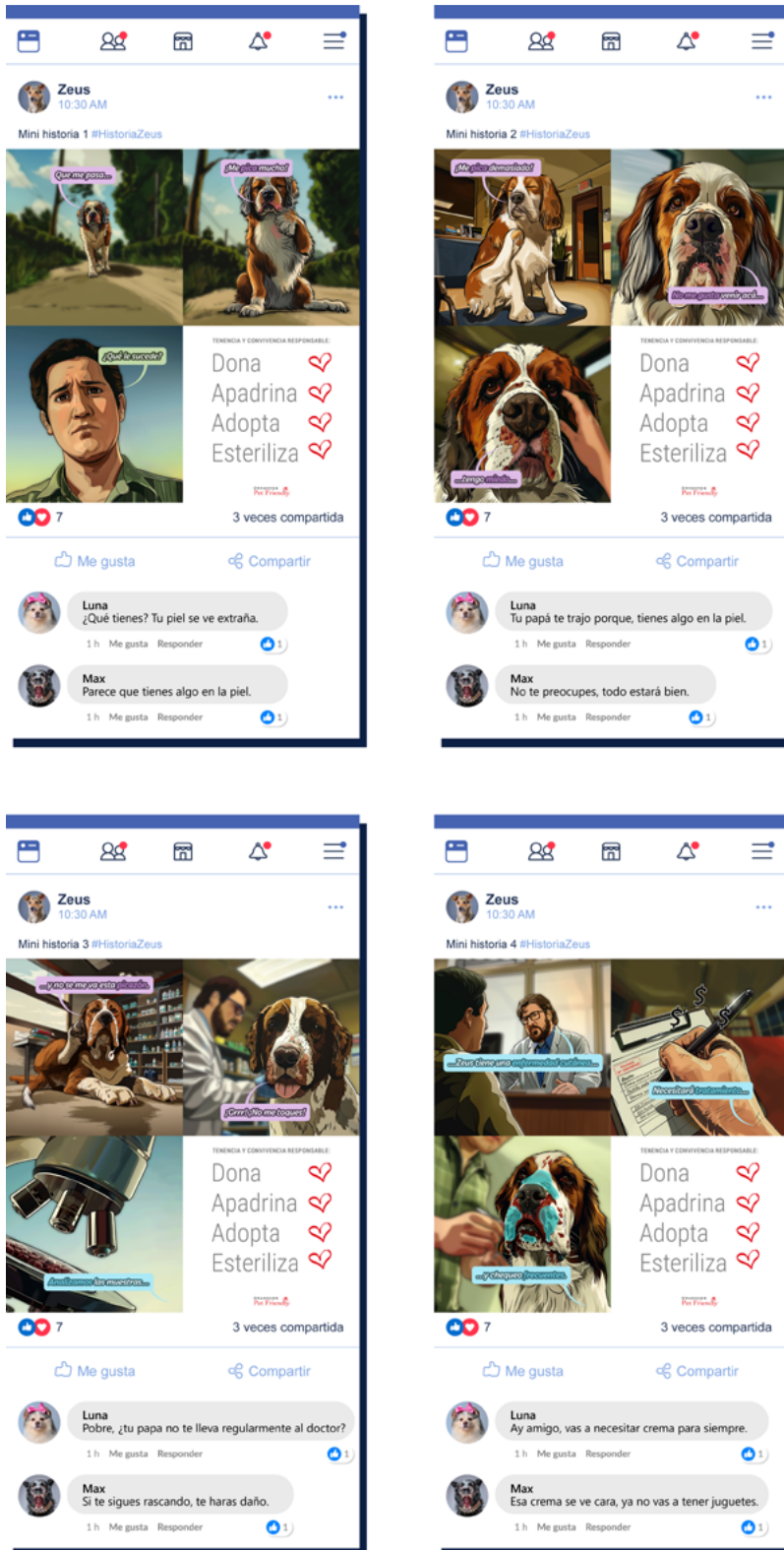
Compilado mini-historias correspondientes a la historia de Max (comportamiento).



Nota. Las ilustraciones fueron creadas con Midjourney, un generador de imágenes de inteligencia artificial.

Figura 19

Compilado mini-historias correspondientes a la historia de Zeus (características morfológicas).



Nota. Las ilustraciones fueron creadas con Midjourney, un generador de imágenes de inteligencia artificial.

Figura 20

Mockup de post final de Facebook para "Luna"



Figura 21

Mockup de post final de Facebook para "Max"

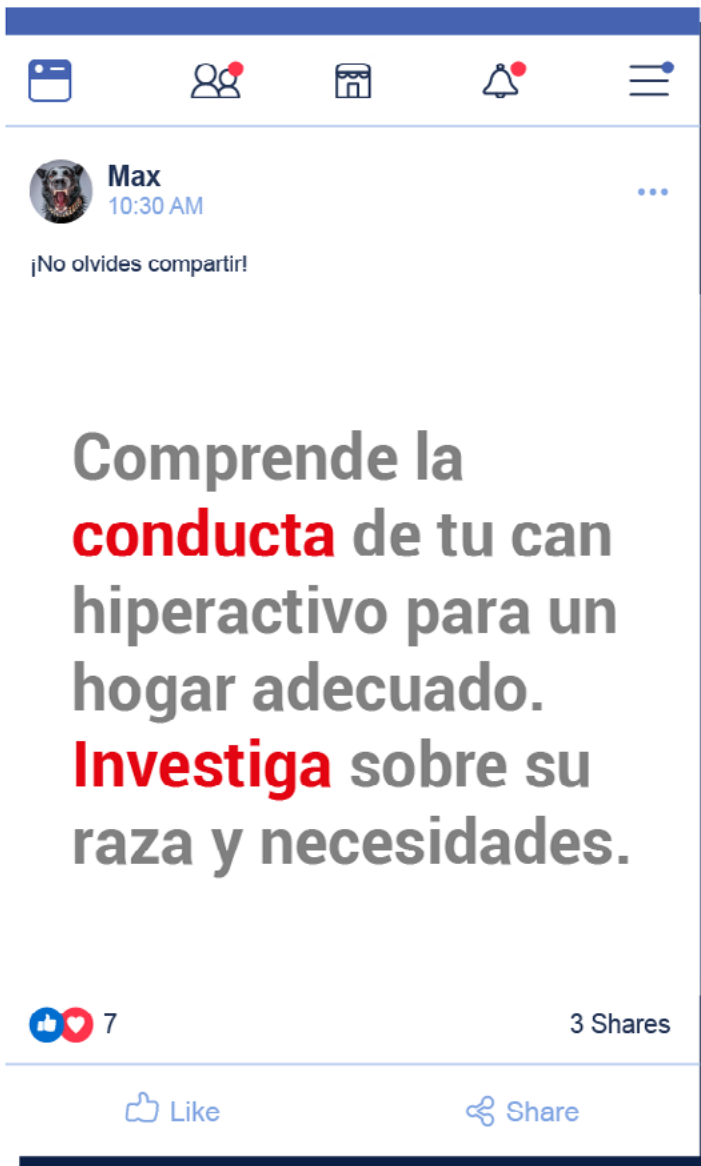
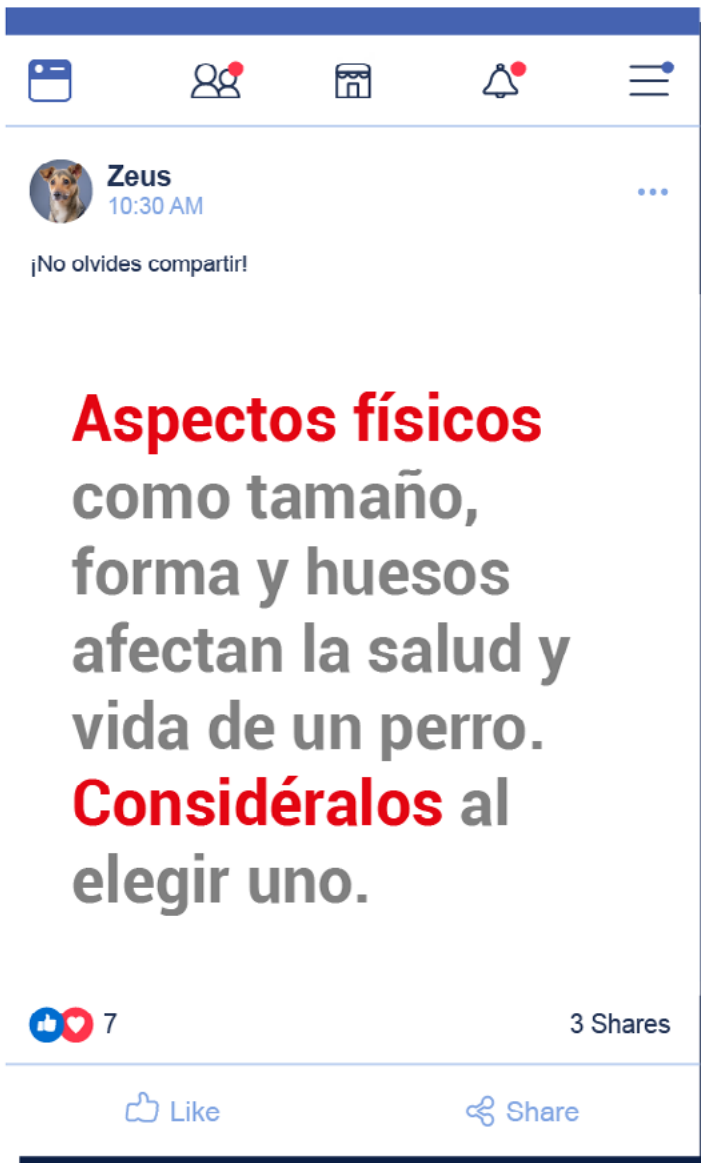


Figura 22

Mockup de post final de Facebook para "Zeus"



2.5 Detalles técnicos y de producción

Según la empresa Meta recomienda los siguientes aspectos a tomar en cuenta previamente al cargar una o varias imágenes a su red social Facebook.

Imagen

Feed de Facebook

El feed es una lista que se actualiza constantemente y donde se muestran actualizaciones de estado, fotos, vídeos y demás contenido. Está situado en el centro de la página de inicio de Facebook. Esta sección incluye actualizaciones y publicaciones de amigos, páginas, grupos y anunciantes.

Recomendaciones de diseño

Tipo de archivo: JPG o PNG

Relación de aspecto: 1,91:1 a 1:1

Resolución: 1080 × 1080 píxeles como mínimo

Recomendaciones de texto

Texto principal: 80 caracteres

Título: 27 caracteres

Requisitos técnicos

Tamaño de archivo máximo: 30 MB

Ancho mínimo: 600 píxeles.

Altura mínima: 600 píxeles.

Tolerancia de relación de aspecto: 3 %

Costos

Al presupuestar un proyecto de diseño para concientizar sobre la tenencia responsable de perros, es fundamental considerar tanto los costos fijos como los variables para determinar el punto de equilibrio y establecer un precio justo.

Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que se mantienen constantes, independientemente del alcance del proyecto. En este caso, se incluyen:

Servicios básicos: Luz, agua, internet.

Remuneraciones: Salarios del personal involucrado en el proyecto (diseñadores, investigadores, etc.).

Arrendamiento: Alquiler del espacio de trabajo si aplica.

Amortización: Gastos relacionados con el mantenimiento y actualización de equipos tecnológicos y software de diseño.

Costos Variables

Los costos variables fluctúan según el alcance del proyecto. En este proyecto, se incluyen:

Producción: Impresión de materiales promocionales (afiches, folletos, etc.).

Promoción: Gastos en publicidad en redes sociales, medios impresos u otros canales.

Recursos: Compra de imágenes, ilustraciones o videos para las piezas gráficas.

Honorarios profesionales: Pago a expertos externos (veterinarios, etólogos, etc.) por su colaboración en el proyecto.

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas o ingresos necesarios para cubrir todos los costos del proyecto (costos fijos + costos variables). Para determinarlo, es crucial realizar un

análisis detallado de los costos y establecer un precio de venta adecuado para el producto o servicio ofrecido.

Costo por Hora

El costo por hora se calcula dividiendo el total de costos fijos y variables entre el número de horas estimadas para completar el proyecto. Esta cifra es útil para determinar el valor del tiempo invertido en el proyecto y establecer un precio competitivo.

Tabla 18

Presupuesto del proyecto

Concepto	Costo
Servicios básicos (luz, agua, internet)	\$50
Remuneraciones (2 diseñadores, 1 investigador)	\$800
Arrendamiento (espacio de coworking)	\$150
Amortización (equipos y software)	\$100
Total Costos Fijos	\$1100
Producción (impresión de afiches)	\$200
Promoción (publicidad en redes sociales)	\$100
Recursos (compra de imágenes y videos)	\$150
Honorarios profesionales (veterinario, etólogo)	\$250
Total Costos Variables	\$700
Total Costos del Proyecto (Costos Fijos + Costos Variables)	\$1800
Tiempo Estimado	80 horas
Costo por Hora	\$22.50

Alcance y Presupuesto en Redes Sociales

El presupuesto de \$1000 en Facebook Ads tiene el potencial de alcanzar entre 67.8 mil y 196 mil cuentas, lo que es considerablemente menor a la población estimada de personas con animales de compañía caninos en Quito. Dado que no todas estas cuentas pertenecen a tutores de perros, el alcance real a la audiencia objetivo podría ser aún menor.

Figura 23

Captura de pantalla del Centro de Anuncios de Meta Business (Facebook)

Presupuesto

Alcance estimado: 67,8 mil - 196 mil Cuentas del Centro de cuentas al día

\$ 1000,00 

1,00 \$  1000,00 \$

2.6 Evaluación de la propuesta

La evaluación de la propuesta se llevó a cabo en dos etapas: validación con un experto en diseño y validación con usuarios. En la primera etapa, se realizó una entrevista con el Mtr. en Diseño Gráfico Gabriel Chancay, quien evaluó la coherencia, el público objetivo, la efectividad, la originalidad y la interacción de las mini-historias (Ver Anexo: Validación con Experto). En la segunda etapa, se realizó una encuesta a siete usuarios que cumplieran con las características del público objetivo. La encuesta evaluó la claridad del mensaje, la efectividad de las mini-historias, el diseño de los personajes, la narrativa visual, el impacto emocional, la identificación con la problemática, la interacción y la información adicional (Ver Anexo: Validación con Usuario).

En la validación con el experto, se obtuvieron resultados positivos en cuanto a la coherencia del concepto y el estilo gráfico con el objetivo de promover la tenencia responsable. El experto consideró que el diseño de los personajes y la narrativa visual eran adecuados para el público objetivo, aunque sugirió que se podría mejorar la interacción para fomentar una mayor participación de la audiencia. En cuanto a la originalidad, el experto afirmó que el enfoque de utilizar perfiles de perros con rasgos antropomórficos y contar sus historias era novedoso. Finalmente, el experto sugirió crear un ecosistema alrededor del producto principal para asegurar su consumo y maximizar su impacto.

Coherencia del Concepto y Estilo Gráfico:

Fortalezas:

El concepto de promover la tenencia responsable mediante personajes de perros antropomórficos ha demostrado ser efectivo y atractivo para el público objetivo.

El estilo gráfico, que combina elementos realistas y caricaturescos, facilita la conexión emocional y la identificación con los personajes.

Adecuación de la Narrativa Visual:

Fortalezas:

Las historias personales de los personajes caninos permiten una narrativa envolvente que capta la atención del público.

La narrativa visual está bien estructurada, facilitando la comprensión del mensaje sobre la tenencia responsable.

Originalidad del Enfoque:

Fortalezas:

La utilización de perfiles de perros con rasgos antropomórficos es un enfoque fresco y original que distingue el proyecto de otras campañas similares.

La narración de historias personales de los perros añade un nivel de profundidad y autenticidad que resuena con el público.

Creación de un ecosistema:

Fortalezas:

El experto sugiere la creación de un ecosistema alrededor del producto principal, lo que asegura un mayor compromiso y consumo del contenido

Los resultados de la validación con usuarios destacan tanto fortalezas como áreas de mejora para la estrategia visual. La claridad del mensaje principal y la atracción visual de los personajes son puntos fuertes, mientras que la falta de identificación con la problemática del abandono de perros y el bajo interés en la interactividad son áreas críticas por abordar. Implementando estrategias para aumentar la identificación emocional y la participación, la campaña puede lograr un mayor impacto y resonancia con su audiencia.

En general, la evaluación de la propuesta fue positiva. Los resultados de la validación con el experto y los usuarios sugieren que la estrategia visual es coherente, original y efectiva para generar conciencia sobre el abandono de perros y promover la tenencia responsable. Sin embargo, se identificaron algunas áreas de mejora, como la necesidad de fomentar una mayor participación de la audiencia y la identificación con la problemática.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con el estudio se busca contribuir a la reducción del abandono de perros en Quito mediante la creación de piezas gráficas informativas y persuasivas sobre la tenencia responsable. Se investigó a fondo la problemática del abandono, se identificó el público objetivo y se diseñaron mensajes gráficos creativos y emotivos que promueven la responsabilidad en el cuidado de los animales.

La evaluación de las piezas gráficas con expertos y usuarios confirmó la efectividad de la propuesta, respaldando la hipótesis de que el diseño gráfico puede influir positivamente en la percepción y el comportamiento de las personas hacia la tenencia responsable de mascotas.

El cumplimiento de los objetivos específicos de este trabajo de titulación se evidencia en la exhaustiva recopilación de información relevante sobre el cuidado de animales de compañía, en el análisis detallado de datos estadísticos para comprender la magnitud del problema del abandono de perros, así como en el diseño y desarrollo de piezas gráficas creativas y emotivas destinadas a fomentar la tenencia responsable. La evaluación con expertos y usuarios proporcionó una validación efectiva de la propuesta, permitiendo la identificación de áreas de mejora y la implementación de ajustes pertinentes en base a sus comentarios, lo que refuerza el éxito en el logro de los objetivos planteados.

Este proyecto aporta al campo del Diseño Gráfico al demostrar el potencial de las mini-historias como herramienta de comunicación para abordar problemáticas sociales. La propuesta ofrece una alternativa innovadora y creativa para generar conciencia sobre el abandono de animales y promover la tenencia y convivencia responsable..

Recomendaciones

Para maximizar el impacto y la comprensión de las mini-historias, se recomienda desarrollar un universo gráfico coherente que complemente las narrativas principales. Este universo gráfico podría incluir la creación de códigos visuales distintivos, como logotipos, paletas de colores, tipografías y estilos visuales consistentes que se apliquen a diversos formatos de contenido adicional. Videos explicativos, infografías ilustrativas y artículos de blog, diseñados con estos

elementos gráficos, proporcionarían información detallada sobre temas relacionados con la tenencia y convivencia responsable de animales de compañía, tales como el cuidado diario, la importancia de las visitas veterinarias y las prácticas adecuadas de alimentación y ejercicio.

Para aumentar la participación y el compromiso de la audiencia, es esencial incorporar elementos interactivos en las publicaciones. Se podrían organizar concursos, encuestas y preguntas abiertas que inviten a los usuarios a compartir sus experiencias y opiniones. Además, la implementación de actividades como desafíos fotográficos de animales de compañía podría fomentar una mayor conexión entre los usuarios y la plataforma.

Dado que las experiencias de los tutores de animales de compañía pueden variar considerablemente, se sugiere crear versiones personalizadas de las mini-historias. Estas versiones podrían adaptarse a diferentes etapas de la vida del animal (cachorro, adulto, senior) y a distintas situaciones familiares (familias con niños, personas mayores, hogares múltiples). Este enfoque permitiría que los usuarios se sientan más identificados con las historias y la problemática presentada.

Para fortalecer la conexión emocional con los usuarios, se recomienda emplear un tono más emotivo en las mini-historias. Las narrativas que evocan sentimientos de empatía y compasión pueden motivar a los usuarios a tomar medidas más activas hacia la tenencia responsable y el cuidado de sus animales de compañía. Las historias que destacan el vínculo especial entre los animales y sus dueños pueden ser particularmente efectivas.

Para mantener el interés y la relevancia del proyecto, es fundamental actualizar el contenido de manera continua. Esto incluye la incorporación de nuevas historias, la presentación de razas diferentes y la actualización de la información de acuerdo con las últimas investigaciones y tendencias en el cuidado de animales de compañía. Además, explorar formatos alternativos como cómics interactivos o videos animados puede atraer a una audiencia más amplia y diversa.

BIBLIOGRAFÍA

- Almagro, L. (2023). *El misterio de la personalidad de los perros: desentrañando los factores que la determinan*. Muy Interesante: <https://www.muyinteresante.com/mascotas/60446.html>
- Armijos, H. (2021). *Creación de una campaña social orientada al cuidado, protección y bienestar animal de perros y gatos en la ciudad de Loja en el periodo abril - septiembre 2021*. [Tesis de pregrado. Instituto Superior Tecnológico Sudamericano]. <http://dspace.tecnologicosudamericano.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/436/1/Creaci%C3%B3n%20de%20una%20campa%C3%B1a%20social%20orientada%20al%20cuidado%20y%20protecci%C3%B3n%20y%20bienestar%20animal%20de%20perros%20y%20gatos%20en%20la%20ciudad%20de%20Loja>
- Barthes, R. (1977). *El análisis del texto*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Boivin, C. (2021). *Del lobo al perro: historia de su origen y evolución de las razas*. [Tesis de Grado. Universidad Católica de Valencia]. <https://riucv.ucv.es/bitstream/handle/20.500.12466/1228/Del%20lobo%20al%20perro.%20Historia%20de%20su%20origen%20y%20evoluci%C3%B3n%20de%20las%20razas.pdf?sequence=1>
- Cárdenas, M. (2020). *Estimación poblacional de perros callejeros en el Distrito Metropolitano de Quito por medio del método Distance Sampling*. [Tesis de pregrado. Universidad San Francisco de Quito USFQ].
- Código Orgánico Integral Penal. (17 de febrero de 2021). COIP. Ministerio de Defensa Nacional del Ecuador: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/03/COIP_act_feb-2021.pdf
- Cristancho, G., López, A., Muoz, E., & Vogoya, J. (2022). Análisis comparativo de la personalidad en las marcas de alimento para mascotas en la ciudad de Bogotá. *Universidad & Empresa*, 24(42), 1-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.10786>
- Curay, C. (2022). *El diseño editorial como herramienta para la implementación de medidas en el*

cuidado de las mascotas durante la pandemia en zonas urbanas de la ciudad de Ambato.
[Tesis de pregrado. Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36062/1/Curay%20%20Christian.pdf>

Fernández, M., Plano, A., & Brras, A. (mayo de 2017). *Análisis de contenido y diseño de las publicaciones realizadas en la red social facebook por organizaciones de la sociedad civil (osc) de la ciudad de la plata y zona de influencia.* <https://adenag.org.ar/wp-content/uploads/2020/04/AN%C3%81LISIS-DE-CONTENIDO-Y-DISE%C3%91O-DE-LAS-PUBLICACIONES-REALIZADAS-EN-LA-RED-SOCIAL-FACEBOOK-POR-ORGA.pdf>

Fundación Affinity. (2024). *Principales razones de abandono de un animal de compañía.* <https://www.fundacion-affinity.org/perros-gatos-y-personas/busco-un-animal-de-compania/las-razones-detras-del-abandono-de-una-mascota>

Gombrich, E. H. (1960). *Arte y ilusión.* Madrid: Editorial Catedra.

IEDGE Business School. (2024). *Uso de Instagram en Ecuador 2020.* <https://www.iedge.eu/instagram-en-ecuador-2020-por-javier-garcia>

Jung, C. (1968). *Arte e ilusión.* Catedra.

Kay, L., & Sylvia-Stasiewicz, D. (2017). *Adiestre a su perro: el mejor libro de adiestramiento y comportamiento para cachorros.* Editorial Paidotribo. <https://elibro.puce.elogim.com/es/ereader/puce/116217?page=17>

Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication.* . London: Arnold.

Ledesma, N., Osuna, E., & Flores, E. (2023). La sociología del diseño gráfico como propuesta de unidad de aprendizaje para fomentar la responsabilidad social. *Zincografía*, 6(12), 215-223. <https://doi.org/https://doi.org/10.32870/zcr.v6i12.182>

Lupton, E. (2012). *Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming* (2 ed.). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

- Maldonado, K., & Huilca, R. (2020). Percepción de abandono de animales de compañía en el Distrito Metropolitano de Quito en el contexto de COVID-19. *CEDAMAZ*, 10(2).
- Metricool. (diciembre de 2020). Qué es Facebook 360. <https://metricool.com/es/facebook-360-que-es/>
- Morales, L. (2004). *Diseño: Estrategias y Tácticas*. <https://books.google.com.gi/books?id=uVRCfQpm-a4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Organización Mundial de Sanidad Animal. (2023). *La Organización Mundial de Sanidad Animal cumple 100 años: un siglo mejorando la sanidad y el bienestar animal*. <https://www.woah.org/es/la-organizacion-mundial-de-sanidad-animal-cumple-100-anos-un-siglo-mejorando-la-sanidad-y-el-bienestar-animal/>
- Petfood. (30 de septiembre de 2019). *Argentina: el País con Mayor Cantidad de Mascotas por Habitante del Mundo*. PETFOOD: <https://allpetfood.net/entrada/argentina--el-pais-con-mayor-cantidad-de-mascotas-por-habitante-del-mundo-21158/>
- Primicias. (29 de mayo de 2023). *Más de un millón de perros y gatos habitan en las calles de Quito*. Primicias: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/millon-perros-gatos-calles-quito/>
- PuroMarketing. (10 de mayo de 2023). *La Generación Z es la que usa más Redes Sociales y también la que pasa más tiempo conectada*. Puro Marketing: <https://www.puromarketing.com/88/211982/generacion-redes-sociales-tambien-pasa-tiempo-conectada>
- Sailema, A. (2019). *Sistemas comunicacionales para informar, educar y concientizar acerca de las leyes de tránsito, dirigido para los jóvenes de la unidad educativa picaihua*. Universidad Técnica de Ambato.

USFQ. (14 de agosto de 2020). *Propuestas Ciudadanas Para Erradicar El Abandono De Animales De Familia*. Portal Noticias USFQ: <https://noticias.usfq.edu.ec/2020/08/campana-universitaria-concientiza.html>

Wildlife Conservation Society. (9 de febrero de 2021). *El problema de los perros que deambulan sin supervisión*. <https://chile.wcs.org/Nosotros/Noticias/ID/15802/El-problema-de-los-perros-que-deambulan-sin-supervision.aspx>

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevista 2: Dr. Freddy Chávez, Médico Veterinario.

¿Qué conoce sobre la convivencia responsable?

La convivencia responsable tiene que ver con el aspecto de la socialización y compartir experiencias entre mascotas y humanos en el entorno de manera armoniosa.

¿Qué me puede sugerir para ajustarlo?

Considerar los aspectos de raza, especie y edad. Así mismo que el producto sea informativo, objetivo y didáctico para niños de los 12-13 años que considero es la edad adecuada para dar una mascota y que aprenda responsabilidades.

¿Qué dificultades exige el tema?

Se requiere de tiempo para educar al dueño, hay que entender que es un proceso

¿Qué otras disciplinas me permitirían desarrollar el tema?

La etología, psicología animal, medicina veterinaria, medicina de fármacos, traumatología, estilismo canino, radiología e imagenología.

ANEXO 2

Entrevista: Mauricio Dávila

TENENCIA RESPONSABLE DE ANIMALES.

Cero perros en la calle, es una campaña de tenencia responsable de perros, dirigida por Mauricio Dávila. El objetivo es concientizar a la ciudadanía, acerca de la importancia de la adquisición responsable de un perro y la tenencia de este, la campaña busca convertir a Tumbaco como plan piloto de este proyecto y así lograr que Quito sea la única ciudad en América Latina que haya superado el problema de tenencia responsable y lograr cero perros en la calle.

La única solución para lograr una verdadera tenencia responsable es concientizar, educar a los humanos para que cuiden, protejan, enseñen y sean responsables con sus animalitos. Es momento de unirnos todos, porque aquí ganamos todos.

Resulta preocupante que, en nuestro país, por cada cincuenta habitantes hay un perro viviendo en la calle, esto quiere decir que hay más de 50.000 perros en situación de calle. Pero también hay un maltrato silencioso, el maltrato para el cual no existe leyes, donde una persona o familia pudo haber adquirido un perro con la mejor voluntad, pero no tiene los recursos suficientes de espacio o tiempo.

Cuando un perrito es abandonado o maltratado, somos todos los que pagamos las consecuencias de estos actos, tanto por temas de salud pública como por temas de seguridad social, es por esto que todos los ciudadanos participen de forma activa en la concientización de la tenencia responsable de animales.

ANEXO 3

Resultados de la encuesta a tutores

Encuesta sobre la relación tutor-animal de compañía.

12 respuestas

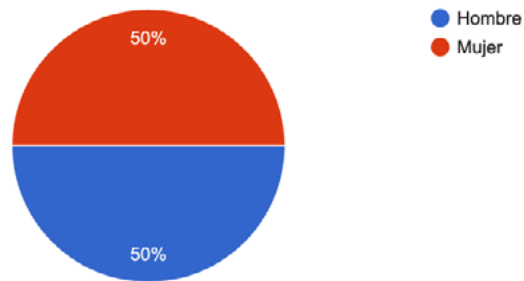
[Publicar análisis](#)

DATOS DEMOGRÁFICOS DEL TUTOR

Género

12 respuestas

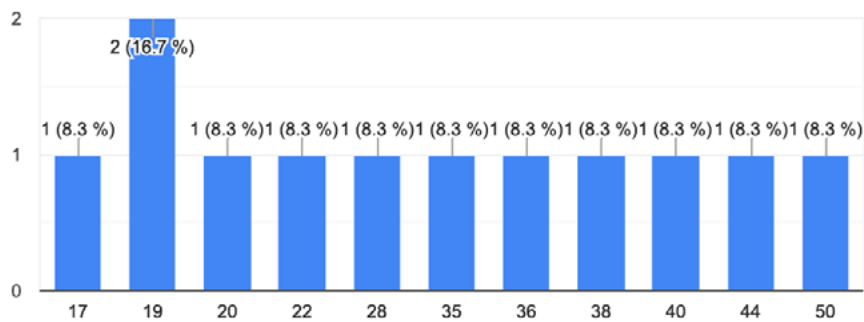
[Copiar](#)



Edad

12 respuestas

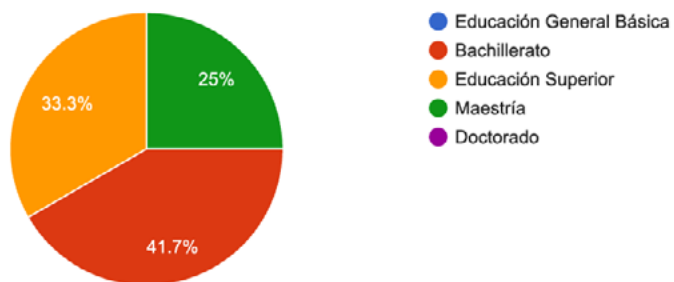
[Copiar](#)



Nivel de educación máxima

 Copiar

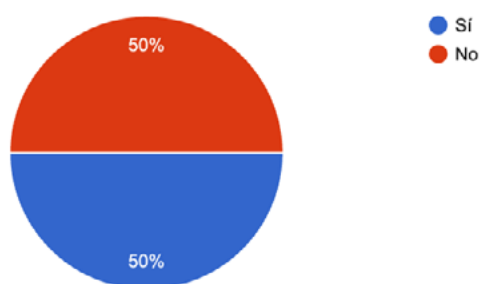
12 respuestas



¿Tiene hijos?

 Copiar

12 respuestas

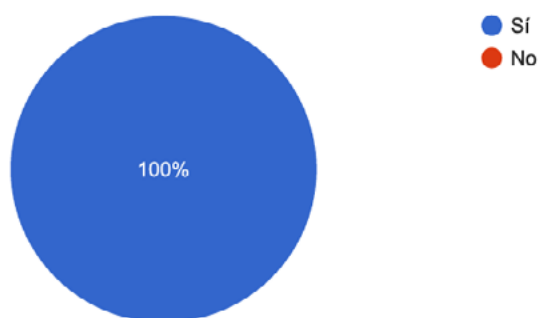


DATOS SOBRE EL PERRO/S DEL TUTOR

¿Es tutor de un perro actualmente?

 Copiar

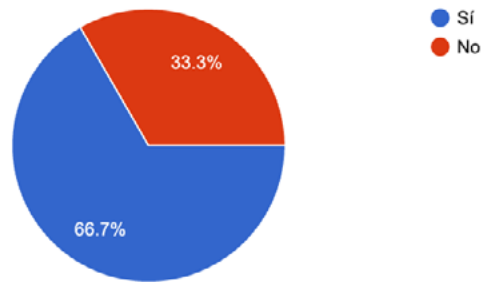
3 respuestas



¿Tiene más de un perro en el hogar?

 Copiar

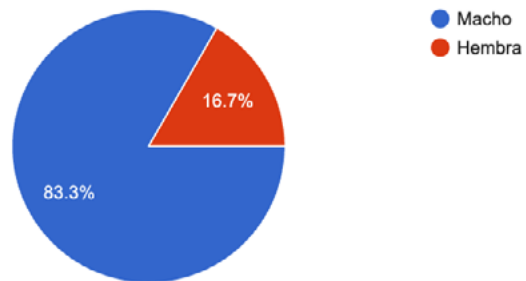
6 respuestas



Sexo

 Copiar

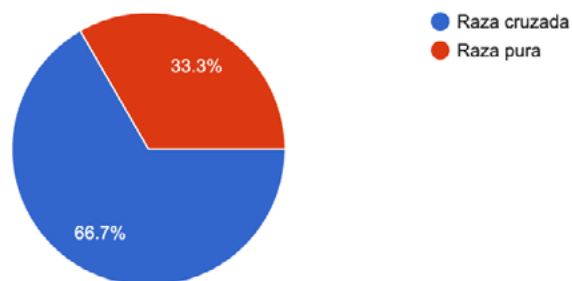
6 respuestas



Raza

 Copiar

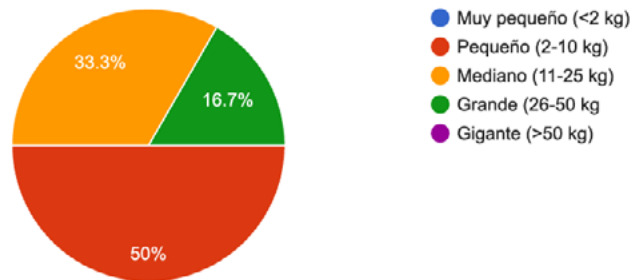
6 respuestas



Tamaño

 Copiar

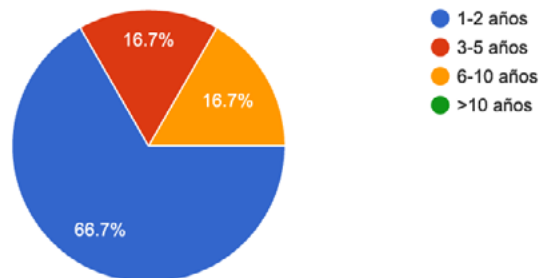
6 respuestas



Tiempo de pertenencia del perro con el tutor.

 Copiar

6 respuestas

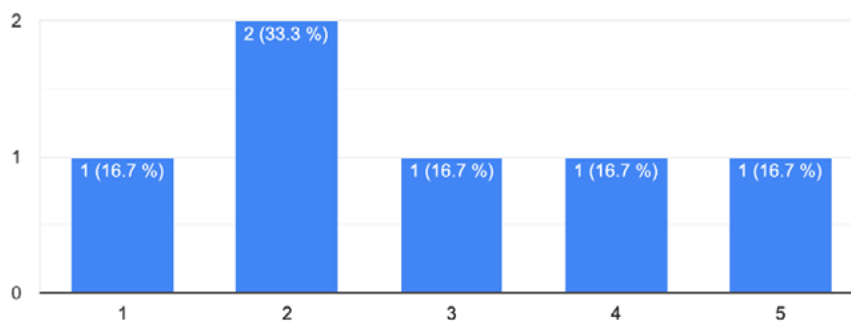


Subescala I: Interacción perro-tutor

¿Con qué frecuencia le das besos a tu perro?

 Copiar

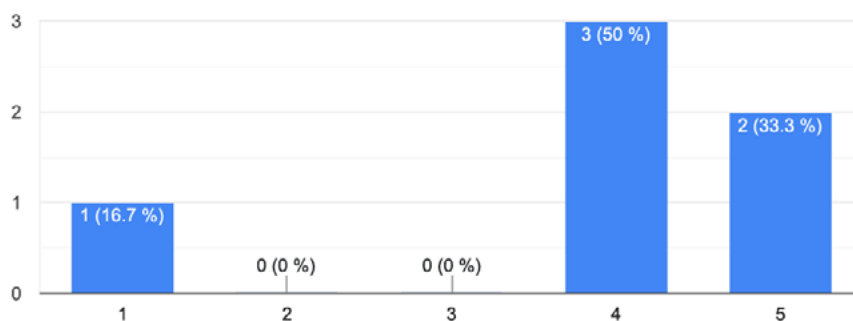
6 respuestas



¿Con qué frecuencia juegas con tu perro?

 Copiar

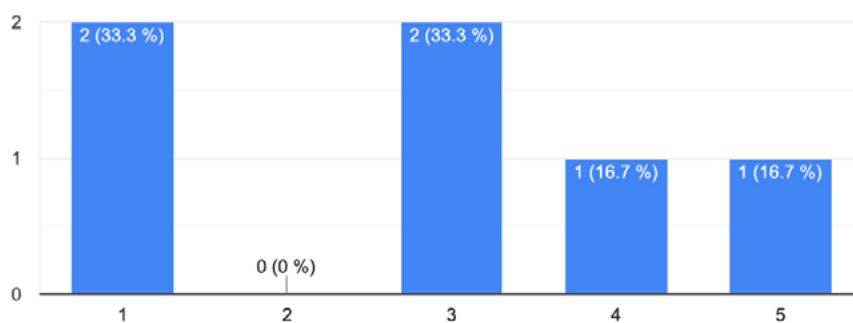
6 respuestas



¿Con qué frecuencia tu perro te acompaña cuando visitas a otras personas?

 Copiar

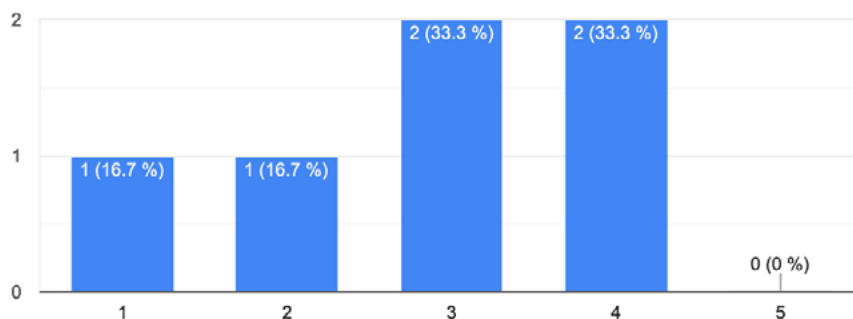
6 respuestas



¿Con qué frecuencia compras cosas a tu perro (regalos, juguetes, etcétera)

 Copiar

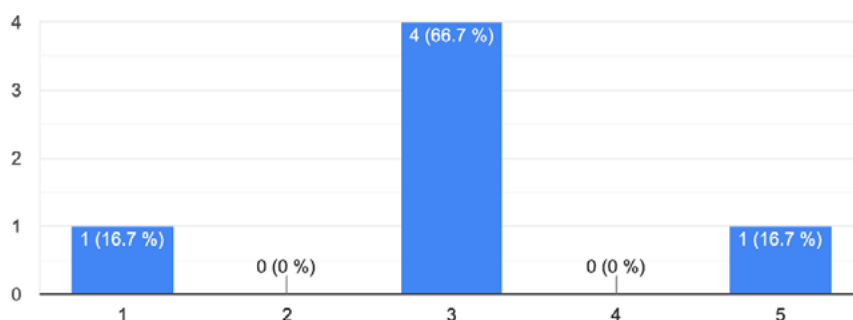
6 respuestas



¿Con qué frecuencia le das premios de comida a tu perro?

 Copiar

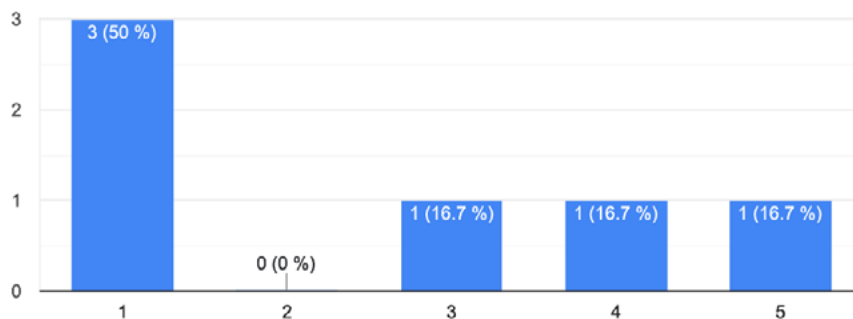
6 respuestas



¿Con qué frecuencia llevas a tu perro en tu carro?

 Copiar

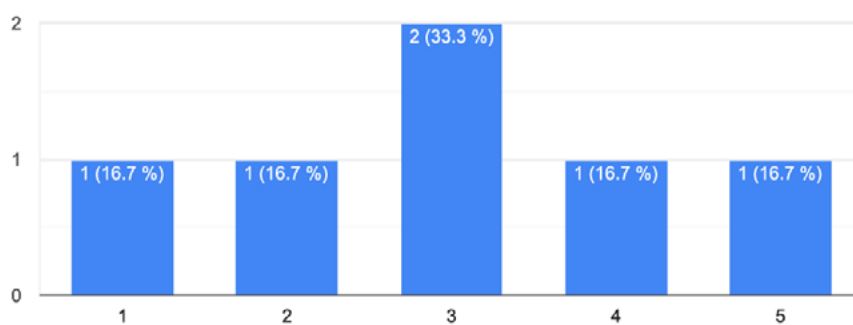
6 respuestas



¿Con qué frecuencia cepillas a tu perro?

 Copiar

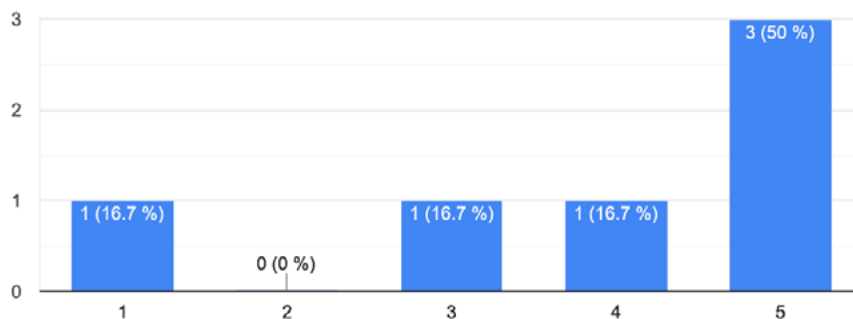
6 respuestas



¿Con qué frecuencia abrazas a tu perro?

 Copiar

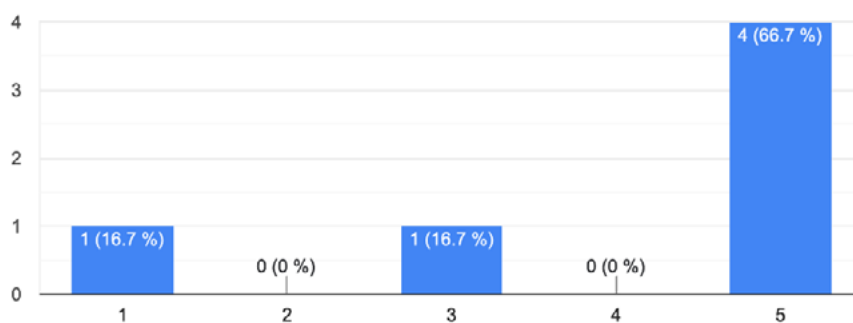
6 respuestas



¿Con qué frecuencia tu perro está contigo en momentos de ocio (por ejemplo, mientras ves televisión)?

 Copiar

6 respuestas

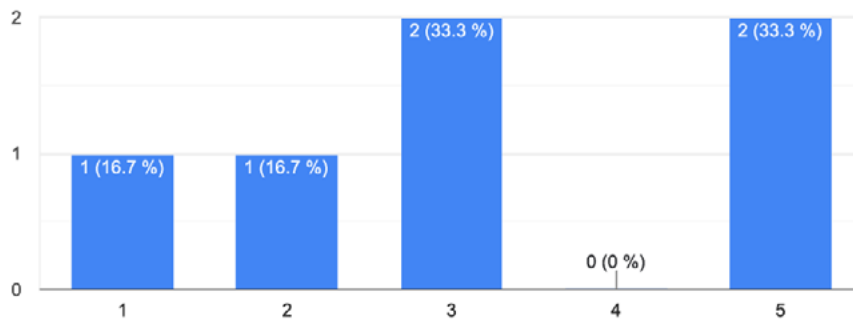


Subescala II: Cercanía emocional

Mi perro me asiste en momentos complicados.

 Copiar

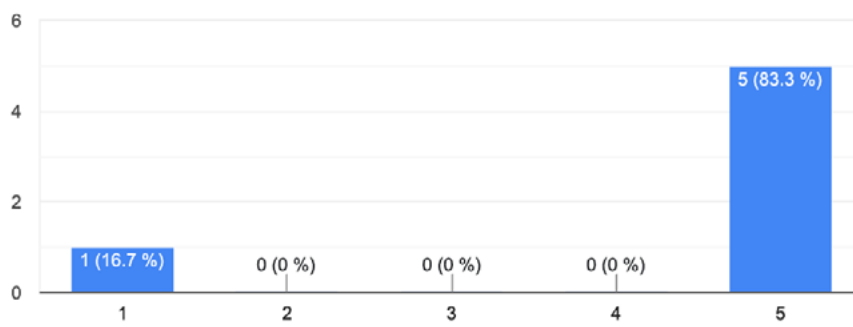
6 respuestas



La compañía de mi perro es un aliento en momentos difíciles.

 Copiar

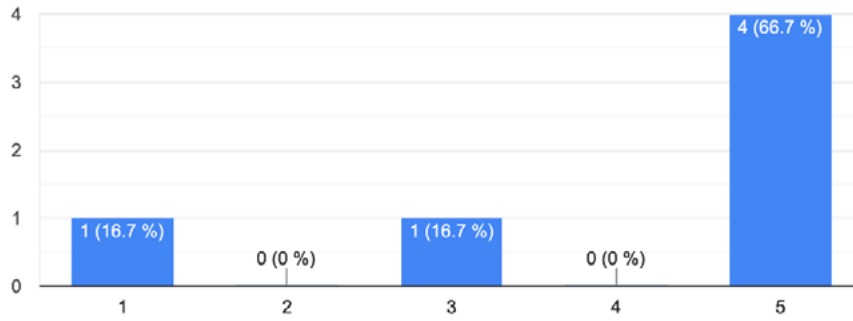
6 respuestas





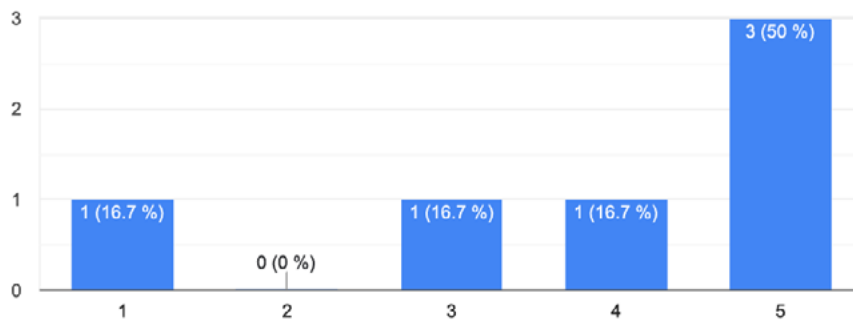
Si todos me abandonaran, mi perro estaría siempre ahí para mí.

6 respuestas



Quisiera que mi perro estuviera conmigo todo el tiempo.

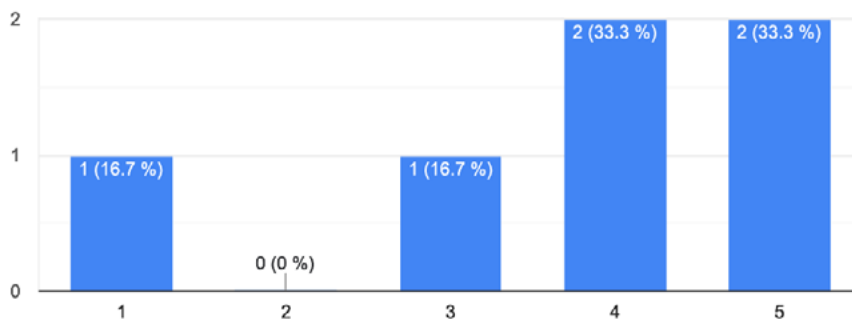
6 respuestas



Mi perro me brinda compañía constante.

 Copiar

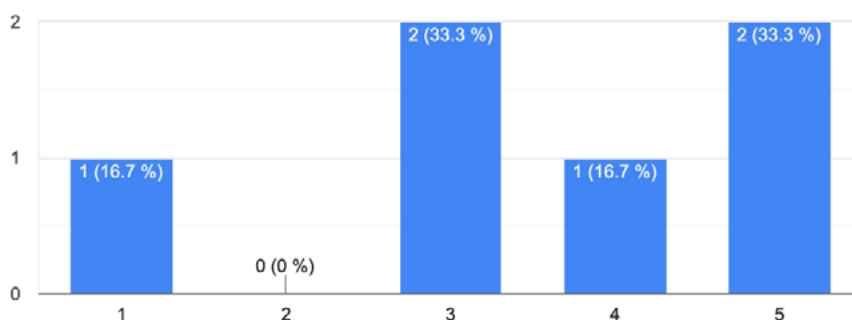
6 respuestas



¿Con que frecuencia le dices cosas a tu perro lo que no le dices a nadie más?

 Copiar

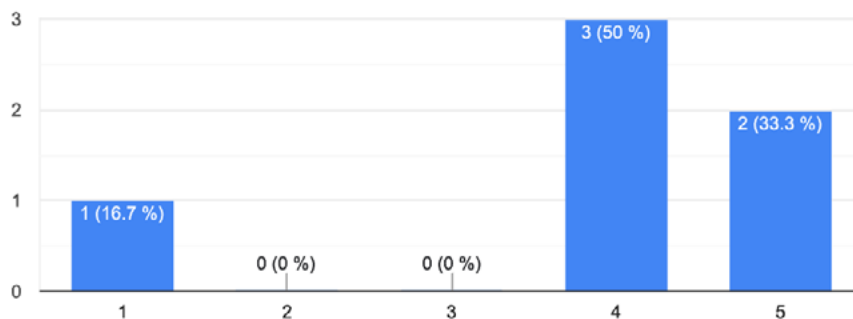
6 respuestas



Mi perro está constantemente pendiente de mí.

 Copiar

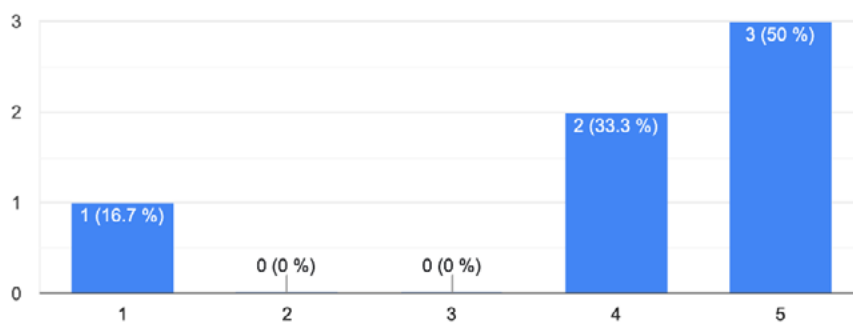
6 respuestas



¿Cuán doloroso crees que sería para ti la muerte de tu perro?

 Copiar

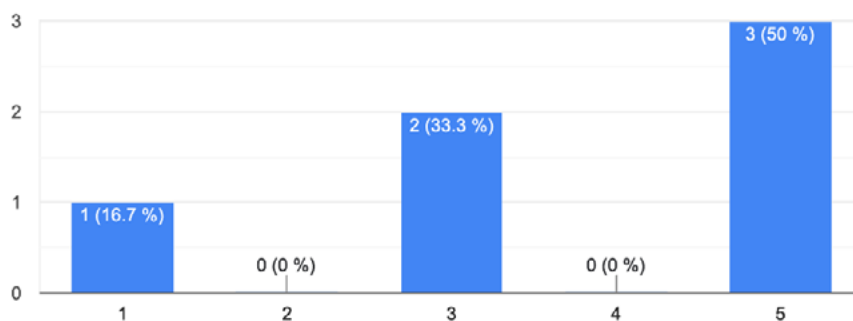
6 respuestas



Mi perro me da una razón para levantarme en la mañana.

 Copiar

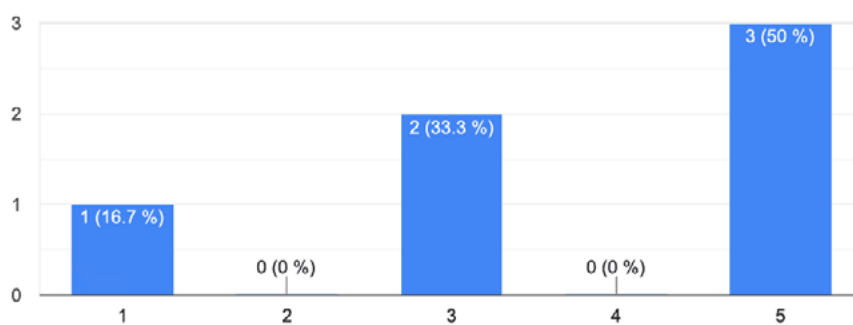
6 respuestas



Quisiera que mi perro y yo nunca tuviéramos que separarnos.

 Copiar

6 respuestas

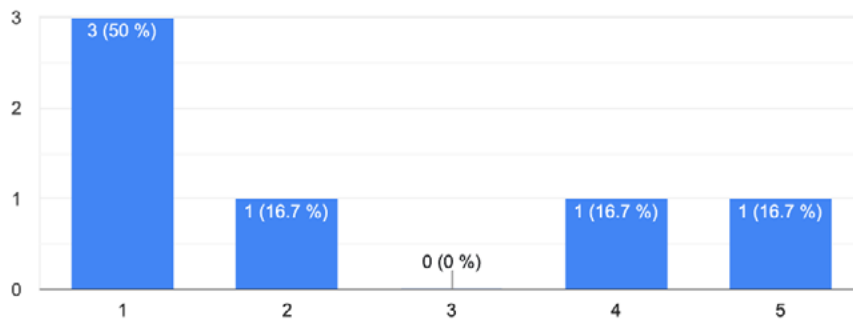


Subescala III: Costo percibido

Siento que cuidar a mí perro es un trabajo difícil.

 Copiar

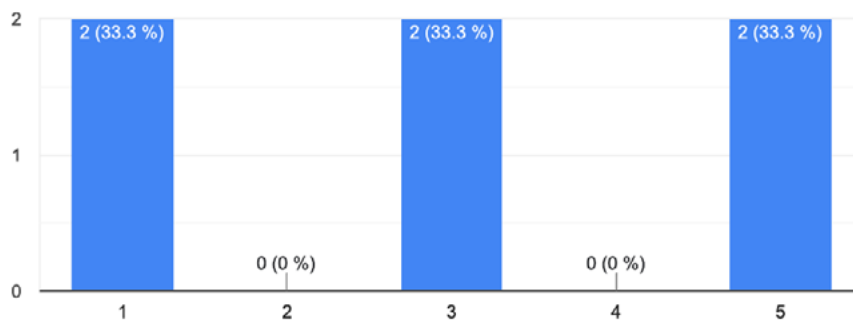
6 respuestas



Es molesto que algunas veces tengo que cambiar mis planes debido al perro.

 Copiar

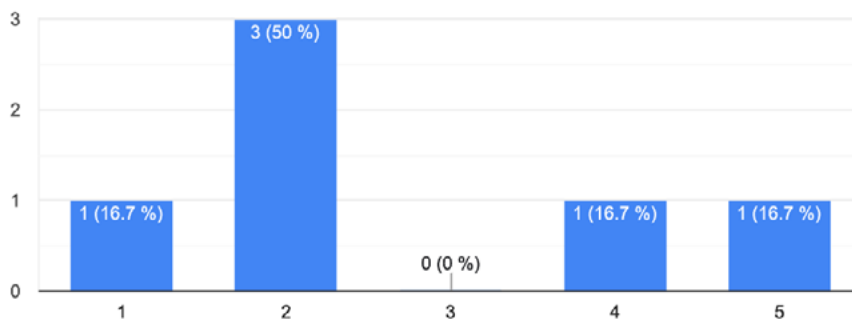
6 respuestas



¿Con que frecuencia tu perro te limita sobre cosas que quieres hacer?

 Copiar

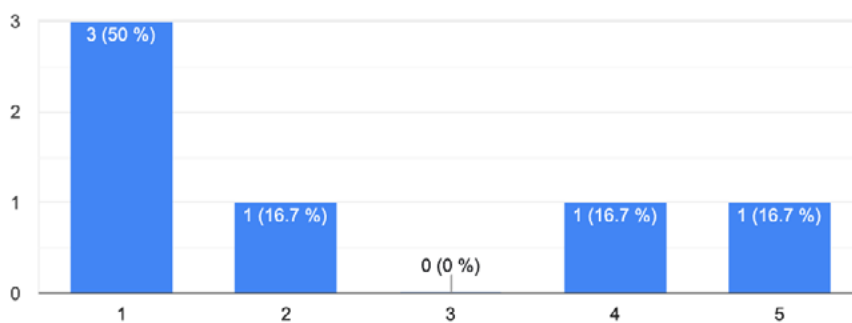
6 respuestas



Las responsabilidades básicas de tener un perro no me gustan.

 Copiar

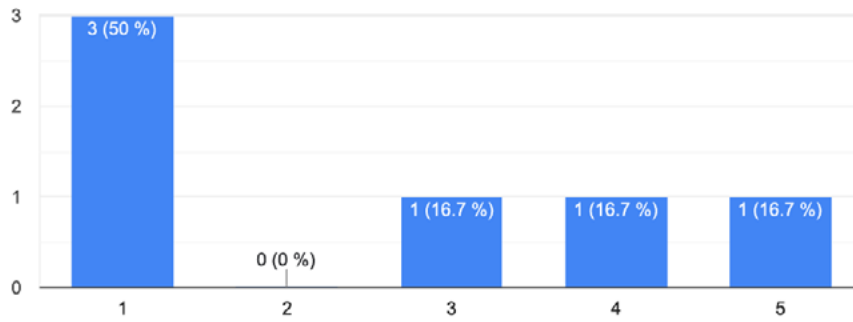
6 respuestas





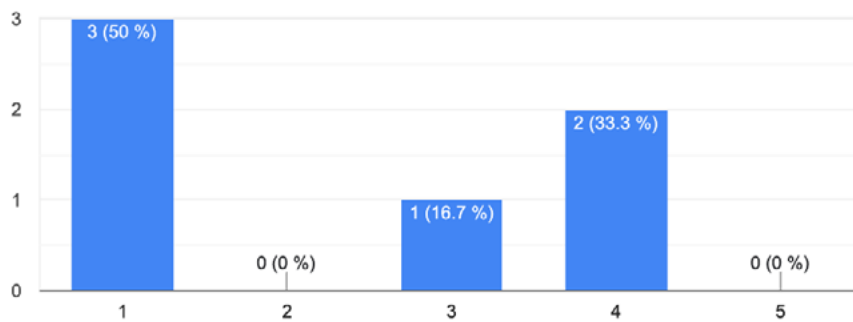
Por mi perro he dejado de hacer cosas que disfrutaba haciendo antes de tenerlo.

6 respuestas



Gasto mucho dinero en mi perro.

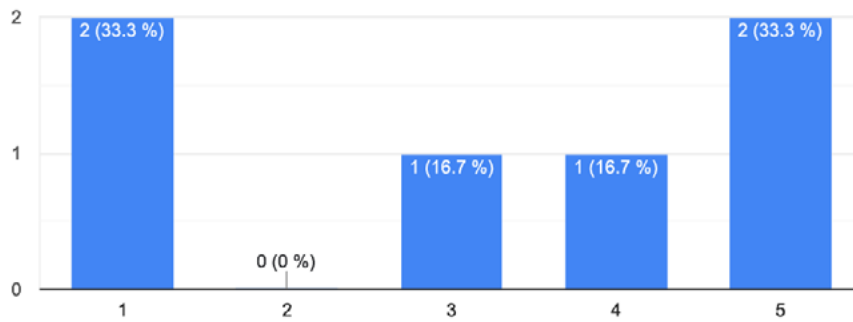
6 respuestas





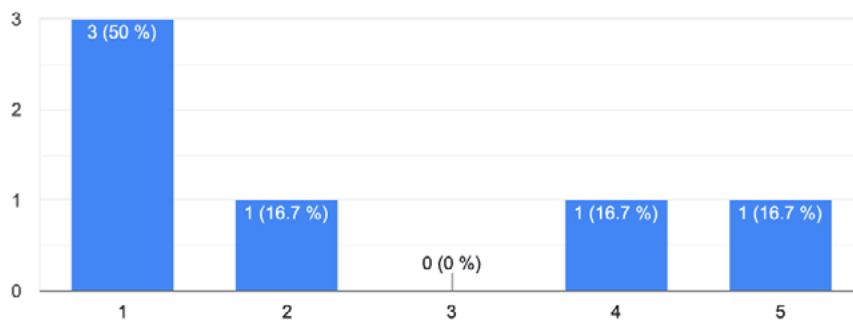
Mi perro provoca mucho desorden.

6 respuestas



¿Con que frecuencia sientes que tener un perro es más un coste que un beneficio?

6 respuestas



ANEXO 4

Validación con experto: Mtr. Gabriel Chancay

Validación con experto

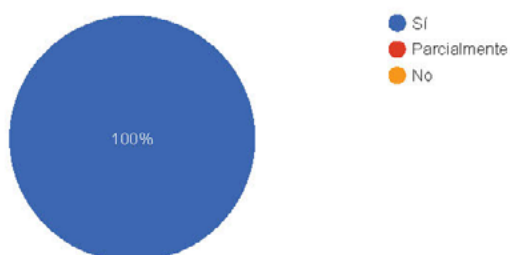
1 respuesta

[Publicar datos de análisis](#)

 Copiar

Con respecto a la coherencia: ¿El concepto y el estilo gráfico de las mini-historias son coherentes con el objetivo de la estrategia visual de promover la tenencia responsable de animales de compañía canina?

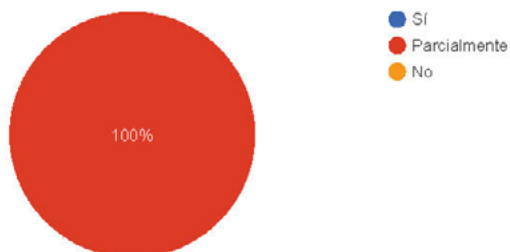
1 respuesta



 Copiar

Con respecto al público objetivo: ¿Considera que el diseño de los personajes, la narrativa visual y el tono de las mini-historias son adecuados para el público objetivo (parejas de 30 a 45 años con hijos y un perro como animal de compañía)?

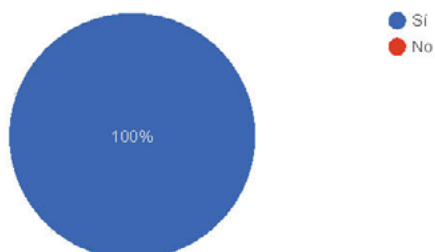
1 respuesta



 Copiar

Con respecto a la efectividad: ¿Cree que las mini-historias son efectivas para generar conciencia sobre el abandono de perros y promover la tenencia responsable?

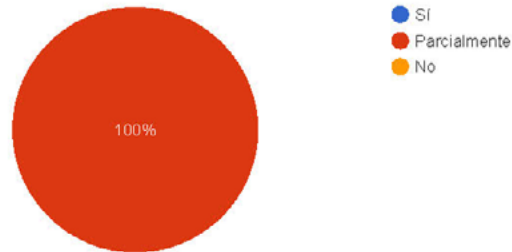
1 respuesta



Con respecto a la originalidad: ¿Considera que el enfoque de utilizar perfiles de perros con rasgos antropomórficos y contar sus historias es original y novedoso?



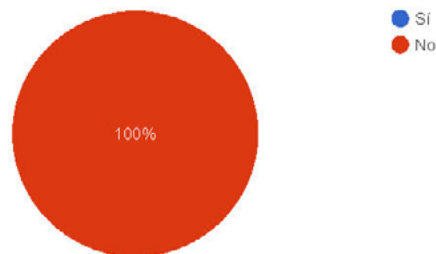
1 respuesta



Con respecto a la interacción: ¿Considera que la interacción propuesta en las publicaciones (comentarios, compartir, etc.) es adecuada para fomentar la participación de la audiencia?



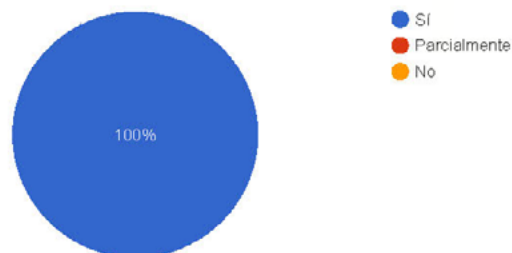
1 respuesta



Con respecto a la información adicional: ¿La información adicional proporcionada al final de cada mini-historia (logo, eslogan, llamada a la acción) es suficiente y clara para motivar a la audiencia a tomar acción?



1 respuesta



Con respecto a la mejora: ¿Qué aspectos mejorarías de las mini-historias para hacerlas más efectivas en términos de diseño gráfico, narrativa y mensaje?

1 respuesta

Debes tratar de crear un ecosistema al rededor del producto principal. Que aswgure su consumo

ANEXO 5

Validación con usuarios

Validación con usuario

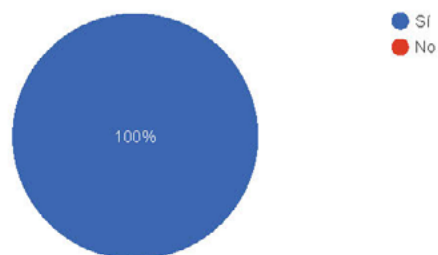
7 respuestas

[Publicar datos de análisis](#)

Con respecto a la historia principal: ¿Considera que el mensaje principal de la estrategia visual es claro y fácil de entender en la historia principal?

 Copiar

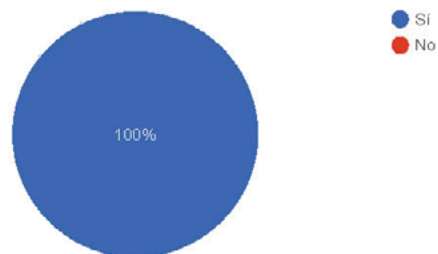
7 respuestas



Con respecto a las mini-historias: ¿Las mini-historias complementan y refuerzan el mensaje principal de la estrategia visual de manera efectiva?

 Copiar

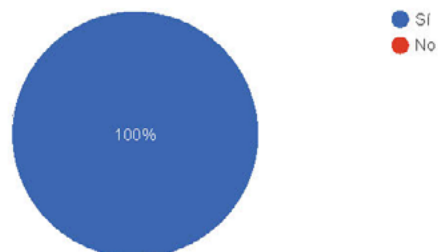
7 respuestas



Con respecto al diseño de los personajes: ¿Los personajes de los perros (Luna, Max y Zeus) son visualmente atractivos y generan empatía?

 Copiar

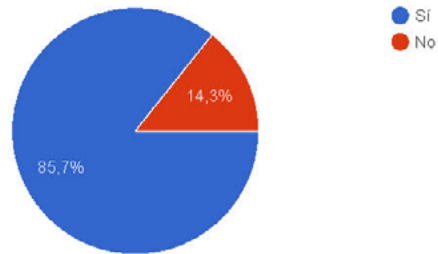
7 respuestas



Con respecto a la narrativa visual: ¿La narrativa visual (imágenes y texto) es coherente y fácil de seguir a lo largo de las mini-historias?



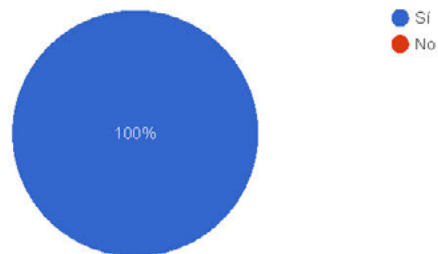
7 respuestas



Con respecto al impacto emocional: ¿Las mini-historias te generan alguna emoción o sentimiento en particular?



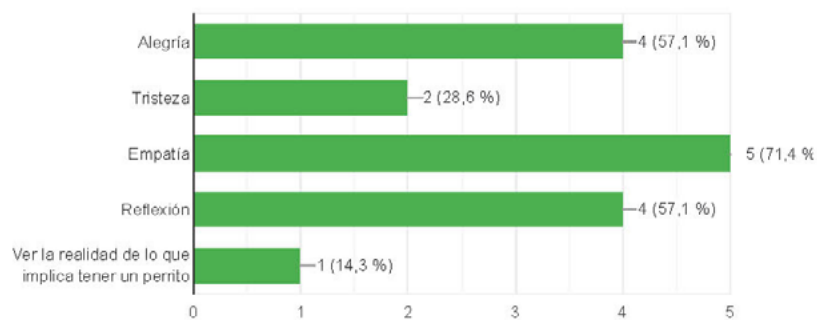
7 respuestas



Si tu respuesta anterior fue sí, ¿Cuáles?:



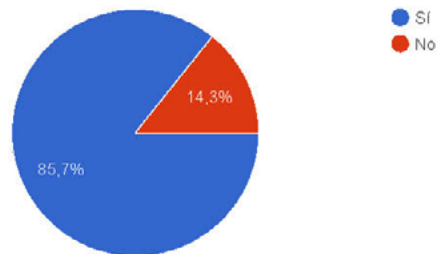
7 respuestas



Con respecto a la identificación con la problemática: ¿Te sientes identificado/a con la problemática del abandono de perros presentada en las mini-historias?



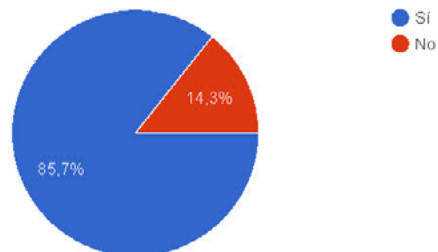
7 respuestas



Con respecto a la interacción: ¿Te gustaría interactuar con las publicaciones (comentar, compartir, etc.)?



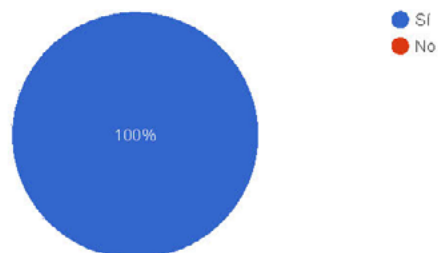
7 respuestas



Con respecto a la información adicional: ¿La información adicional proporcionada al final de cada mini-historia (logo, eslogan, llamada a la acción) es clara y relevante?



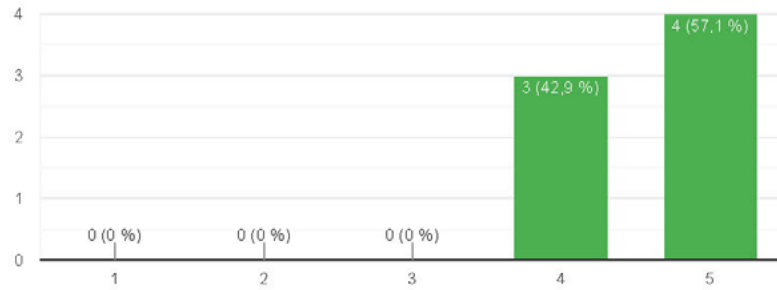
7 respuestas



Con respecto a la mejora: En una escala del 1 al 5, donde 1 es "Nada atractivo" y 5 es "Muy atractivo", ¿qué tan atractivo visualmente encuentras el diseño de las mini-historias?



7 respuestas



Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Denunciar abuso](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

ANEXO 6

Moodboards

Moodboard concepto 1. Emparejamiento entre viaje y normas de tránsito: “La gran aventura del homo sapiens sapiens y su fiel acompañante firulais”.

El emparejamiento entre el viaje y las normas de tránsito propone una narrativa simbólica y metafórica que trasciende el simple recorrido físico, explorando la autorrealización y el crecimiento personal tanto para el ser humano como para su leal compañero canino. En esta propuesta, el viaje y la aventura se erigen como un símbolo del camino hacia la plenitud y la realización personal, donde el humano, representado por el Homo sapiens sapiens, y su inseparable compañero, Firulais, se embarcan en una serie de peripecias y aventuras. Este viaje no se limita a la exploración del entorno físico, sino que también implica una exploración emocional e interna para ambos protagonistas.

El objetivo final del viaje, en un sentido metafórico, es la autorrealización. Tanto el tutor como el perro buscan alcanzar una armonía y plenitud en su relación y en sus respectivos roles. Durante el viaje, enfrentan diversos desafíos que simbolizan los obstáculos y las adversidades que encontramos en nuestra propia búsqueda de autenticidad y felicidad. Los caminos y senderos sinuosos que atraviesan, marcados por la topografía montañosa del entorno rural, representan los altibajos y desafíos de la vida misma.

Estos obstáculos ponen a prueba no solo la resistencia física de los personajes, sino también su fortaleza interna y su capacidad para superar dificultades juntos. A medida que avanzan, los protagonistas se enfrentan a una serie de recompensas que reflejan los momentos de alegría, conexión y crecimiento que todos experimentamos en nuestra propia búsqueda de la autorrealización. Cada desafío y cada obstáculo superados los acerca un poco más a la plenitud y satisfacción mutua en sus roles de compañero y tutor.



Nota. Este moodboard incluye imágenes de diversas fuentes en línea. Los derechos de autor de las imágenes pertenecen a sus respectivos propietarios.

Para el estilo del moodboard representado, se eligieron imágenes y formas que evocan el tema de la aventura, especialmente el universo gráfico relacionado con la figura del 'cazatesoros.' En esta línea, la paleta de colores se inclina hacia tonalidades terrosas, que sugieren los entornos hostiles en los que estos aventureros se desenvuelven en su búsqueda de tesoros. Entre las referencias más destacadas están el personaje de la película Indiana Jones, un intrépido aventurero, y Tintín, un periodista que, en su afán por conseguir las mejores historias, se enfrenta a diversas situaciones junto a su amigo y su perro.

Moodboard concepto 3. Emparejamiento entre tiempo y hogar: “Hogar dulce cueva”

El emparejamiento entre el tiempo y el hogar ofrece una reflexión sobre la relación entre el concepto de hogar y el transcurso del tiempo en nuestras vidas. El hogar no se limita a una estructura física, sino que abarca un ámbito emocional y relacional. Se plantea que un hogar puede ser cualquier lugar donde nos sintamos protegidos y acompañados por nuestros seres queridos. Esta definición amplia y flexible resalta la importancia de las relaciones humanas y afectivas en la creación de un hogar.

Se enfatiza que los seres queridos no se limitan a la familia de sangre, sino que también pueden incluir amigos cercanos y animales de compañía. Lo esencial es la capacidad de convivir en un entorno donde el calor del hogar nunca falte, donde la presencia de afecto y apoyo mutuo sea constante y reconfortante.

El tiempo, en este contexto, es un elemento intrínseco al concepto de hogar. A medida que el tiempo pasa, nuestras experiencias y relaciones en el hogar se enriquecen y profundizan, creando recuerdos y vínculos emocionales que dan forma a nuestra identidad y sentido de pertenencia.

La metáfora “hogar dulce cueva” evoca la idea de un refugio seguro y acogedor donde encontramos consuelo y protección frente a las inclemencias del mundo exterior. Esta imagen poética resalta la importancia del hogar como un lugar de refugio emocional y estabilidad en medio de la turbulencia de la vida cotidiana.

En el moodboard, se buscó reflejar la idea de calidez que un hogar puede brindar, eligiendo una tipografía que incorpore elementos que evoquen la sensación de protección y refugio seguro. Además, se utilizaron pictogramas cuya composición sugiere crecimiento, lo cual refleja la idea de evolución tanto para el ser humano como para el perro a lo largo del tiempo.

Las ilustraciones utilizadas como referencia tienen formas más libres y aleatorias para conservar una sensación de naturalidad y autenticidad, lo que se relaciona con los orígenes del ser humano y el perro. Esta conexión nos remonta a tiempos primitivos donde la relación con la naturaleza y la simplicidad definían la vida cotidiana.



Nota. Este moodboard incluye imágenes de diversas fuentes en línea. Los derechos de autor de las imágenes pertenecen a sus respectivos propietarios.

