

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE
FORMACIÓN PROFESIONAL, ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

CARRERA: TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA

Requisito previo a la obtención del título de:

Tecnólogo en Diseño Gráfico y Multimedia

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“Creación de personaje para difusión publicitaria en redes sociales de la
Peluquería “Lilu” en la ciudad de Guayaquil”

Autora:

ALCIVAR BARRETO AILYN LILIANA

Tutor:

Dipl. Lex G. Campuzano Abad

Guayaquil, Ecuador

2021

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD



Yo, **Ailyn Liliana Alcívar Barreto**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de en Diseño Gráfico y Multimedia, titulado: **“Creación de personaje para difusión en redes sociales sobre prevención COVID 19 de la Peluquería “Lilu” en la ciudad de Guayaquil”** es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Ailyn Liliana Alcívar Barreto

C.C.:0931818702



Factura: 001-002-000082636



20210901017D00856



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20210901017D00856

Ante mí, NOTARIO(A) SUPLENTE MARJORIE CAROLINA HOENICKA MANZANERO de la NOTARÍA DÉCIMA SÉPTIMA EN RAZÓN DE LA ACCIÓN DE PERSONAL 06997-DP09-2021-JS, comparece(n) AILYN LILIANA ALCIVAR BARRETO portador(a) de CÉDULA 0931818702 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 22 DE JULIO DEL 2021, (11:04).



AILYN LILIANA ALCIVAR BARRETO
CÉDULA: 0931818702



NOTARIO(A) SUPLENTE MARJORIE CAROLINA HOENICKA MANZANERO

NOTARÍA DÉCIMA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

AP: 06997-DP09-2021-JS


REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANÍA N° 093181870-2

APELLIDOS Y NOMBRES
ALCIVAR BARRETO AILYN LILIANA
 LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS GUAYAQUIL
BOLIVAR (SAGRARIO)
 FECHA DE NACIMIENTO
1994-02-27
 NACIONALIDAD
ECUATORIANA
 SEXO
MUJER
 ESTADO CIVIL
SOLTERO




INSTRUCCIÓN: **SUPERIOR** PROFESIÓN / OCUPACIÓN: **ESTUDIANTE** V4444V4422

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE: **ALCIVAR CHANCAY CARLOS ALBERTO**
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE: **BARRETO BLACIO ROCIO**
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: **GUAYAQUIL 2018-10-26**
 FECHA DE EXPIRACIÓN: **2028-10-26**

00148525




DIRECTOR GENERAL



CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: **GUAYAS**
 CIRCUNSCRIPCIÓN: **3**
 CANTÓN: **GUAYAQUIL**
 PARROQUIA: **TARQUI**
 ZONA: **4**
 JUNTA No. **0001 FEMENINO**

N° **39872996**
 CC N° **0931818702**

ALCIVAR BARRETO AILYN LILIANA



CIUDADANÍA:
 ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED
 SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2021


 PRESIDENTA/E DE LA JRV

0931818702
 0931818702



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0931818702

Nombres del ciudadano: ALCIVAR BARRETO AILYN JULIANA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 27 DE FEBRERO DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: ALCIVAR CHANCAY CARLOS ALBERTO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: BARRETO BLACIO ROCIO

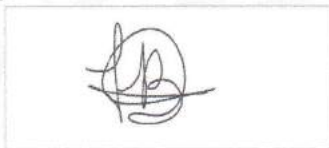
Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 26 DE OCTUBRE DE 2018

Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 22 DE JULIO DE 2021

Emisor: LIDIA NARCISA LUCIN CHALEN - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 17 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 212-601-79348



212-601-79348

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN,

Yo **Lex Gregorio Campuzano Abad** en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICO

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico y multimedia, cuyo tema es: **“Creación de personaje para difusión en redes sociales sobre prevención COVID 19 de la Peluquería “Lilu” en la ciudad de Guayaquil”**, fue elaborado por la Srta. **Ailyn Liliana Alcívar Barreto**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.



Tutor de Trabajo de Titulación



CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación **“CREACIÓN DE PERSONAJE PARA DIFUSIÓN PUBLICITARIA EN REDES SOCIALES DE LA PELUQUERÍA “LILU” EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”**

CERTIFICO:

Que el trabajo de la estudiante **ALCIVAR BARRETO AILYN LILIANA** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

DEDICATORIA

Agradecer a Dios quien permitió que a pesar de la terrible situación actual que vive no solo el país, sino también el mundo, pueda dar por concluida esta etapa importante de mi vida.

Reconocer a todos aquellos que colaboraron de una u otra forma en la realización de mi proyecto.

Tabla de contenido

Tabla de contenido	IV
RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN.....	1
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVO.....	4
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN	5
1.1 Marco Histórico.....	5
1.1.1 Historia de la Peluquería.....	5
1.1.2 Historia de la Ilustración Digital.....	5
1.1.3 Historia de personajes ilustrados publicitarios.....	6
1.2 Marco Teórico.....	9
1.2.1 Estilo personal.....	9
1.2.2 Creatividad	9
1.2.3 Recursos gráficos.....	9
1.2.4 Personalidad.....	10
1.2.5 Lenguaje Visual.....	10
1.3 Marco Conceptual.....	11
1.4 Marco Jurídico	14
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador	14
1.4.2 Ley Orgánica de Comunicación.....	14
1.4.3 Código Civil.....	15
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	15
2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	16
2.1.1. Descriptiva – Explicativa	16
2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACION.....	16
2.2.1. Enfoque Cuantitativo y Cualitativo.....	16
2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	17
2.3.1. Métodos Teóricos	17
2.3.2. Método Histórico- Lógico	18
2.3.3. Método Inductivo- Deductivo	18
2.3.4. Métodos Empíricos	19

Análisis FODA.....	26
Modelo CAPA	26
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	27
TÍTULO DE LA PROPUESTA	29
OBJETIVO DE LA PROPUESTA.....	29
DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	29
Fase 1. Investigación y planteamiento de la idea	33
Fase 2. Bocetaje y presentación de propuestas	36
Fase 3. Implementación en Instagram	39
FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN	43
Factibilidad administrativa.....	43
Factibilidad económica	43
Factibilidad legal.....	43
Factibilidad ecológica	43
RESULTADOS ESPERADOS CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	44
CONCLUSIONES	44
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	1

RESUMEN

En el siguiente proyecto se realizará la creación de un personaje ilustrado en 2D desde cero, creando contenido gráfico, es decir piezas gráficas publicitarias para que puedan ser usadas en post para redes sociales, como Instagram y Facebook, se podrá ver la creación del personaje ilustrado desde cero en el programa Adobe Illustrator, con el aporte de encuestas a clientes de la Peluquería “Lilu”, para obtener información de cómo perciben la marca y así recolectar datos que contribuyan a la personalidad del personaje. Se mostrará una investigación realizada sobre tendencias de color, estilos de tipografía y plantillas para las infografías, características en vestimenta y elementos que llevará el personaje. Se espera poder generar contenido a través de estos recursos visuales, que serán creados con técnicas de ilustración digital y composición de piezas gráficas para las infografías de prevención, publicidades de los servicios y productos de la Peluquería “Lilu” en redes sociales.

ABSTRACT

In the following project, the creation of a 2D illustrated character from scratch will be carried out, creating visual graphic content, that is, advertising graphic pieces so that they can be used in a post on social networks, such as Instagram and Facebook, you can see the creation of the character Also using surveys to clients of the “Lilu” hairdresser, in order to obtain information on how they perceive the brand and thus obtain data relevant to the creation of the character, the research will be shown in terms of the color palette for the character, characteristics in clothing and visual elements that it will carry. In the Adobe Illustrator program. It is expected to be able to generate content through these visual resources, which will be created with techniques for creating characters and also composing graphic pieces for prevention infographics and advertisements for various services and products of the “Lilu” hairdresser.

INTRODUCCIÓN

La ilustración y la publicidad se encuentran ligadas, aunque es difícil determinar cuándo ambas empezaron a trabajar juntas. Desde tiempos antiguos la ilustración fue usada en libros manuscritos, luego con la ayuda de Gutemberg estas ilustraciones a manos fueron pasadas con nuevas técnicas de impresión. Las infografías tienen su aparición en el año 1400 cuando Leonardo Da Vinci, plasmaba sus investigaciones a través de esta técnica, estas contenían no solo texto sino también dibujos o gráficos hechos por el mismo. La definición de la palabra Infografía proviene de “*info*” información y “*grafía*” que es un término usado en el mundo del periodismo. En el año 1900 estas tuvieron su aparición en el área de la medicina, también en transporte públicos y la educación.

El uso de infografías de prevención COVID 19, se realizará como un aporte a nuestra comunidad y mantener informado sobre las nuevas medidas impuestas hoy en día. Para de esta manera informar sobre este acontecimiento. En el año 2020, el mundo sufrió la peor crisis mundial debido a la pandemia COVID 19, que afectó no sólo el sector de la salud sino también el sector comercial en el país y en el mundo, muchos negocios se vieron afectados al cerrar sus puertas durante varios meses. La economía del país tuvo que surgir nuevamente, así que muchos locales empezaron a reactivar sus actividades con nuevos reglamentos y restricciones impuestas por las autoridades competentes, entre las que constan que dentro de los locales debían permanecer en lugares visibles las restricciones en infografías para que los clientes se informen sobre temas de distanciamiento social, uso de mascarillas, lavado de manos, etc.

Hoy en día ya es común ver estas señaléticas de prevención de contagio de COVID 19 en todos los establecimientos de concurrencia masiva, es por esto que la Peluquería “Lilu” busca informar a sus clientes por medio de las redes sociales del cuidado que mantiene dentro de sus instalaciones y así brindar seguridad, confianza a su clientela habitual y nuevos clientes. Crear un personaje que no sólo aparezca en infografías de prevención del COVID 19 por redes sociales como Instagram y Facebook, ya que son plataformas muy usadas actualmente.

Este tema permitirá que la Peluquería “Lilu” cuente con recursos gráficos extras que permitirán captar la atención de la clientela por medio de redes sociales y darse a conocer a través de estas, ya que las publicaciones de redes sociales suelen ser básicas, y aquí se puede reflejar la falta de contenido gráfico visual y de composiciones elaboradas de forma correcta, que hoy en día es un plus que influye en la difusión por redes.

La creación del personaje aportará al contenido publicitario, ya que es esencial para mantenerse activo en redes, si no tiene participación es poco probable que los usuarios puedan informarse de los servicios o productos que ofrece un negocio. En el siguiente proyecto se busca crear un personaje que conecte con los clientes y así lograr reforzar la marca y llegue a ser memorable y a su vez útil en el tema publicitario y contenido, este personaje deberá aportar ese valor social de gran utilidad en estos momentos.

Toda la información recabada será fundamental para el momento de la lluvia de ideas y obtener información del mundo de la belleza y tendencias para definir características del personaje, así empezar a trabajar en los elementos de la composición, tanto de la anatomía del personaje como elementos distintivos del mismo. Se opta por seguir el modelo de 2D, una ilustración digital tradicional, siguiendo el estilo del autor de esta tesis. La herramienta usada para la ilustración es Adobe Illustrator, con su interfaz moderna y optimizada se puede dibujar líneas, formas e ilustración a mano alzada que es la técnica usada para la creación del personaje.

Esta interfaz permite al diseñador crear con libertad y es más usada para ilustraciones planas sin muchos detalles. La Peluquería necesita un personaje que conecte con los consumidores, un personaje que capte la atención y sea memorable. Los clientes predilectos son aquellos a quienes se quiere llegar para lograr persuadir por medio de colores y gráficos, elegir correctamente el mensaje que se quiere transmitir y a su vez que vayan muy vinculadas al mundo digital.

Comenzar por jugar con las formas para definir la anatomía del personaje y posición que tendrá, definir sus ojos y todos los elementos del rostro etc. Se busca que el personaje refleje la belleza de la mujer y que tenga tonos que se usen actualmente, es importante que profundice en una paleta de colores que conecte con el tema de la prevención COVID 19 y a su vez, para las publicaciones de promociones, colores que vayan acorde con lo que se

busca comunicar. El personaje debe ser moderno, que inspire y sobre todo que comunique el mensaje a mostrar en redes. En la creación de infografías, es indispensable informarse en cuanto al tema de prevención en tema de COVID, para así por medio de la composición se logre un balance visual idóneo, la tipografía y los gráficos usados vayan de la mano con el color y todo en conjunto comunique de una forma equilibrada, sea sencilla, fácil de entender y sobre todo fácil de adaptarse a cual medio digital incluso impreso, en el caso que así se requiera a futuro.

De acuerdo a una breve investigación que se realizó a las dueñas del establecimiento, los clientes que más acuden a la Peluquería aproximadamente un 70 %, son mujeres entre las edades de 20 a 65 y el resto hombres y adolescentes, es por esta razón se procede a investigar tendencias en composición en el área de la belleza para que el contenido a mostrar en redes capte el público que se necesita para dar a conocer a la Peluquería “Lilu” también crear estos recursos visuales que se necesitan para generar contenido. Se busca transmitir confianza a través de este nuevo contenido gráfico para que los clientes sigan prefiriendo a “Lilu” Peluquería.

JUSTIFICACIÓN

Al analizar el contenido de las redes sociales de la Peluquería “Lilu”, se debe comenzar por verificar las carencias en cuanto a piezas gráficas y recursos digitales con los que no cuentan las redes, esto deriva a una debilidad en cuanto a material publicitario para dar a conocer los servicios brindados. Un adecuado uso de composiciones gráficas para implementar contenido en redes sociales influirá en el reconocimiento que requiere la Peluquería “Lilu”. Informar a su clientela sobre temas de prevención COVID 19 y comunicar los respectivos parámetros de seguridad que se siguen en el establecimiento para crear ese vínculo de confianza con los clientes y generar contenido con material útil e informativo sobre temas afines al mundo de la belleza y productos capilares. Crear el balance entre imágenes, tipografías, paleta de colores que capten la atención de seguidores y futuros clientes. ¿Qué recurso gráfico utilizará Peluquería “Lilú para promocionar sus servicios y productos en la red social Instagram?

OBJETIVO

Crear un personaje para realizar contenido publicitario en la red social Instagram, a su vez que este personaje sea usado para infografías de prevención Covid 19, con el fin de dar a conocer a la Peluquería, crear recursos gráficos para ampliar la comunicación visual digital, para la Peluquería “Lilu” que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil. También se busca plasmar personalidad en la marca de manera única, no solo a través de su logo sino también por medio del personaje, quien llevará características que definen a la marca y poder otorgarle la utilidad a la ilustración en esta área publicitaria.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN

1.1 Marco Histórico

1.1.1 Historia de la Peluquería

Se puede comenzar por decir que hoy en día existen muchos estilos de peinados y cortes de cabello en el mundo de la belleza y estética, estos con los años como todo en la vida, han ido adquiriendo cambios, hay unos que han permanecido vigentes y otros que han retornado para quedarse, estilos que podemos observar en tiempo antiguos, la cabellera siempre ha sido algo importante no sólo para mujeres sino también para hombres.

Adentrándonos en la historia el corte de pelo tenía una finalidad muy práctica, si bien es cierto antes no se usaban las herramientas que en la actualidad, pues antes se usaba lascas, eran unas piedras que además de peinar, servían para afilar flechas, comenzaremos por Egipto dónde las grandes elites cuidaban al máximo su cabello, el cabello era cuestión de estatus, una gran diferencia de los esclavos que precisamente por su condición social ellos no contaban con esto sino más bien que se rapaban el pelo como forma de diferenciación.

Desde esas épocas aparece el tinte de cabello que era a base de henna que se podía encontrar a orillas del río Nilo, las mayores referencias del uso de pelucas en estas épocas, se pueden observar en películas de hoy, ya que para estas elites era muy usual usar pelucas perfectamente elaboradas con estilos propios, ellos contaban con la asistencia de peluqueros personales y diseñadores de pelucas. En la época del renacimiento surge nuevamente los estilos sofisticados y los tintes, los peluqueros empiezan a innovar estilos de peinados con un nivel más alto de dificultad.

1.1.2 Historia de la Ilustración Digital

Hoy en día, la ilustración no es solo una forma de expresar ideas o pensamientos para comunicarse con los demás, sino que también es una herramienta de trabajo, ya que muchas personas viven de esto gracias a la aportación de la tecnología estas son difundidas por redes sociales, y cobran fuerza cuando se trata de temas sociales, causan impacto y es una forma muy eficaz al comunicar y persuadir en estos tiempos sobre algún tema.

Con el pasar de los años y con el aporte de la innovación y la tecnología, el método de plasmar el arte a través de la ilustración ha aumentado, y con ayuda de aplicaciones y herramientas se ha vuelto actualmente una forma de expresión a través de redes sociales, páginas web etc.

Podemos considerar hoy en día como concepto principal de ilustración digital, a la manera de potenciar mensajes a través de la expresión del arte del dibujo, graficar textos mediante imágenes, con un estilo único con el fin de poder comunicar y transmitir algún mensaje a un público objetivo, en este caso se usan herramientas tecnológicas para plasmarlas digitalmente. Actualmente existen varios tipos de ilustración digital como ilustración infantil, decorativa, narrativa, conceptual etc. También se puede mencionar ilustración de moda, ilustración para videojuegos, comic, etc.

La ilustración digital nace a finales de los años ochenta, en dicha época Adobe Systems lanza el uso del formato Postscript como base de los sistemas de Autoedición o "edición de escritorio". Algunos de los ilustradores digitales del medio son: Joao Oliveira, Jericó Santander, Joshua M. Smith, Cristiano Siqueira, Jeff Finley etc.

En la actualidad dónde las redes sociales son una catapulta para que los diseñadores gráficos o ilustradores obtengan un abanico de nuevas oportunidades, por lo que algunos ilustradores por medio de viñetas publicadas en sus cuentas de la red social Instagram plasman su arte, esta forma de expresión cada vez va tomando más fuerza, ya que incluso para algunos les resulta conveniente hacer de su cuenta de red social un "portafolio" para así obtener algún trabajo y también reconocimiento en el medio. Estos ilustradores digitales aficionados captan la atención de los usuarios y transmiten sus mensajes, ideas, pensamientos por medio de esta técnica.

1.1.3 Historia de personajes ilustrados publicitarios

El arte de dibujar se remonta desde años antiguos, por medio de este, las personas en aquellos tiempos lo usaban al igual que ahora como un método efectivo de comunicación. A través de la historia la comunicación y las marcas han adaptado la ilustración como un plus, que muestra personalidad no sólo en el logo sino también por medio de personajes ilustrados.

Podríamos considerar que es una estrategia que ayuda a reforzar la identidad de una marca y también crear un vínculo con los consumidores y por medio de este transmitir mensajes claros y precisos, es decir es de mucha utilidad hoy en día. El diseñador es el encargado de llevar a cabo esta tarea para que a través de sus conocimientos la idea sea plasmada de manera efectiva.

Si empezamos por mencionar personajes ilustrados reconocidos a nivel mundial, obtenemos muchos nombres a través del tiempo, uno de estos es el famoso muñeco “Michellin” que tiene más de 110 años de historia, y aunque su nombre real es “Billedum”, actualmente es conocido como “Michellin”, este personaje ha evolucionado con los años, ha pasado por varias transiciones, una de ellas es que el personaje en los primeros años era muy plano y tenía más elementos, como la bicicleta, ahora poco a poco se ha ido adaptando a las tendencias en ilustración de estos días, se lo puede observar con más volumen, más detalles y actualmente es considerado como un ícono cultural alrededor del mundo, e incluso ha sido exhibido en numerosas galerías de arte.

Otro personaje conocido es Ronald McDonald, este para gusto de muchos y disgusto de otros es uno de los más reconocidos a nivel mundial otro claro ejemplo de que un personaje y una marca pueden crear un vínculo efectivo a través del tiempo con los consumidores, si se lo logra de la forma correcta y se lo maneja estratégicamente. Este payaso con su vestimenta de color amarillo y de cabello rojo ha estado presente en la publicidad de la franquicia desde la década de los años 60, en sus anuncios, restaurantes (con personas disfrazadas) y hasta en sus fundaciones sociales. Fue creado por Willard Scott quien también lo interpretó durante muchos años en la televisión. En Estados Unidos, Ronald McDonald es casi igual de conocido que Santa Claus.

Podemos examinar que no influye el área en el que se plasma un personaje, es decir, se puede crear un personaje para un restaurante, para un supermercado, o también para unas baterías, es el caso del conejo de “Duracell”. Este conejo color rosa es la imagen principal de la marca en Europa, Asia y Latinoamérica, fue creado en 1973 para un anuncio de televisión en el que se presentaban varios muñecos de pilas tocando el tambor y el único que no se apagaba era el conejo que usaba los productos de la mencionada marca.

En el mercado de Ecuador, también se puede encontrar reconocidos personajes ilustrados, algunos de estos ejemplos tenemos el famoso TUCÁN “Máximo”, que con su famosa frase “Yo soy Máximo y aquí estoy”, fue un personaje publicitario en el sector de la salud muy conocido en el año 1993, fue creado por Edgar Cevallos (pintor y escultor), quién también creó a “Don Evaristo” (personaje vestido con terno y sombrero que se acercaba a la gente y la educaba en la calle para que no tiren la basura en la calle o regañaba a quienes tenían el mal hábito de orinar en las veredas). La idea no sólo surgió de Edgar sino que también participaron en el proceso dos creativos de Disney quienes también formaron parte de grandes éxitos de la misma empresa. La vestimenta de Máximo fue idea de Max Howard uno de sus creadores, el personaje cuenta con más de diez colores. *"Es un personaje muy amable, muy juguetón y sobretodo muy leal y preocupado de los temas de los niños", comenta Edgar. Máximo se creó en 1993, actualmente tiene 23 años, pero mantiene esa jovialidad con la que siempre se presentaba diciendo "hola, yo soy Máximo y aquí estoy".*

De igual manera es importante mencionar a uno de los personajes más importantes que tiene el Ecuador, un personaje que en particular a la ciudad de Guayaquil llena de orgullo, el reconocido “Juan Pueblo”, su historia empieza en el año 1918, su creador Virgilio Jaime Salinas, ilustrador y caricaturista, fue quién dio vida a este personaje que ha vivido durante años entre la población ecuatoriana y que hasta el día de hoy sigue siendo el principal elemento de las campañas en la ciudad de Guayaquil.

Personaje icónico, carismático y optimista, así los guayaquileños consideran a Juan Pueblo, en los primeros años de su creación Juan representaba al sector al guayaquileño de nivel económico bajo. La primera versión del personaje daba a mostrar la situación que en esos momentos vivía el guayaquileño, dónde claramente se mostraba la diferencia en la política y estatus social, el personaje que era de contextura extremadamente delgada también iba acompañado de un perro, sin zapatos, ropa remendada, etc. Esto solo mostraba en decadencia al guayaquileño, algo de la vida real reflejado a través de un dibujo con tinta china, esta primera aparición fue en el diario “*El telégrafo*”, que, a través de las viñetas de Virgilio Jaime Salinas, expresaba a través de su personaje lo que con tan solo 17 años consideraba injusto por aquellas diferencias.

1.2 Marco Teórico

La creación de personajes ilustrados abarca muchos términos en el área de diseño gráfico, que es necesario no sólo saberlos utilizar sino también, conocer su real significado y referencias de grandes influyentes en ilustración, a continuación, se detallará cada concepto de estos.

1.2.1 Estilo personal

“Por otro lado adquirir el dominio de una técnica determinada, o automatizar una serie de acciones, como podría ser la adquisición de un estilo personal, tiene lugar escalonadamente en cuatro fases, donde el individuo tiene un determinado nivel de conocimiento a la vez que lo desarrolla de forma estado consciente o inconsciente.” Yubero Muriel, S. (2006).

El estilo personal del ilustrador en este caso, va siendo adquirido a través de la disciplina que se emplee y sobre todo de la autoeducación, mediante destrezas que permitirán la identificación del estilo personal.

1.2.2 Creatividad

“La línea recta quizás sea una genialidad más de la creatividad humana.” Yubero Muriel, S. (2006).

A través de una simple línea recta podemos lograr figuras que a simple vista no forman nada o no tienen sentido alguno, pero según la constancia del ilustrador o diseñador, estos ejercicios logran no sólo desbloquear la creatividad, sino que también se empiezan a dar formas que incluso en ilustración pueden significar el estilo único que tiene el ilustrador al momento de plasmar sus ideas a través del dibujo.

1.2.3 Recursos gráficos

“Me encanta la versión social del diseño. No tiene nada que ver con el dinero. Es mucho más. Resolvemos problemas para toda la sociedad”. Fernando Gutiérrez

El diseño gráfico hoy en día va tomando la posición correcta en la apreciación de las personas, es decir, gracias a la tecnología con la que hoy se cuenta, el rol del diseñador va

tomando importancia, pues los clientes ven que no es solo dibujo o un trabajo fácil, se trata del verdadero rol del diseñador, comunicar y solucionar aquellos problemas que los clientes no pueden resolver con una simple aplicación para crear logos, que es lo más común o con aplicaciones que realizan retratos, el diseñador no sólo tiene que saber comunicar sino también es importante que conozca exactamente su papel y pueda justificar ante los demás la importancia que tiene al realizar su trabajo para determinada empresa o persona.

1.2.4 Personalidad

“El posicionamiento es hacer saber a tu audiencia objetivo de qué forma te diferencias de tus competidores”. Phillip Kotler 2015

La importancia que se otorga a una marca como dueños de un negocio, es también ese plus que cautiva y atrapa a los clientes, el generar contenido con recursos gráficos que sean útiles para el incremento de clientela es esa herramienta que diferencia del resto de marcas o empresas, al momento de mostrar o promocionar los servicios, no sólo preocuparse por ofrecer calidad en el servicio, sino también procurar que el material gráfico que se muestre en redes sociales sea prolijo, idóneo y sobre todo único. Así se logra el posicionamiento de la marca en redes sociales y a su vez esto genera más posibilidades de aumentar la clientela.

1.2.5 Lenguaje Visual

“El diseño es práctico. El lenguaje visual es la base de la creación del diseño. Dejando aparte el aspecto funcional del diseño, existen principios, reglas o conceptos, en los que se refiere a la organización visual que se pueden importar a un diseñador”. Wucius Wong

El diseñador va más allá de que un diseño o una ilustración se vea bien, empieza por comprender que la correcta interpretación de cada elemento conceptual, elementos visuales, elementos de relación, etc.; es fundamental no sólo para implementarlo al momento de diseñar sino también a la hora de justificar el porqué de cada elemento, esto con el propósito de que se note el trabajo realizado y tenga validez en cualquier área del diseño.

1.3 Marco Conceptual

Creación de personaje

Proceso en el cual se emplean técnicas de dibujo y por medio de la creatividad se logra plasmar un determinado personaje con características únicas propias del ilustrador.

Dibujo

El dibujo es el arte de representar gráficamente objetos sobre una superficie plana; es base de toda creación plástica y es un medio convencional para expresar la forma de un objeto mediante líneas o trazos.

Dibujo de observación

Este método requiere de mucha práctica, es salir y observar el entorno y tratar de plasmarlo a través del dibujo.

Boceto

El boceto es un dibujo rápido y esquemático de las características principales de un dibujo, una ilustración o un diseño.

Silueta

Llamamos "silueta" a un dibujo sacado siguiendo los contornos de la sombra de un objeto. La silueta es, por tanto, la forma que presenta a la vista la masa de un objeto más oscuro que el fondo sobre el cual se proyecta.

Gesto

En el dibujo gestual se busca líneas únicas y precisas con el objetivo de plasmar en una idea rápida el gesto y el movimiento de nuestro personaje. Aquí no se busca la forma geométrica del personaje sino captar el ritmo o el gesto con la máxima rapidez y sencillez posible.

Anatomía

El conocimiento anatómico es esencial para crear personajes creíbles. Conocer las partes del cuerpo humano para realizar dibujos de cualquier estilo hace mucho más fácil la creación de un personaje.

Estructura y construcción

Se trata de crear volúmenes tridimensionales para definir la anatomía del personaje. Este “esqueleto volumétrico” facilita la lectura del personaje y le proporciona direccionalidad, profundidad, tridimensionalidad y unas proporciones coherentes.

Vector

Es un trazo que está conformado por miles de puntos. Dos o más vectores pueden construir formas y segmentos.

Expresión facial

Es la forma de expresión o la actitud que tendrá el personaje, puede ser que sea antagonico, o que sea el bueno en la historia, todo depende de la expresión que se de en el bocetaje concretamente a sus ojos.

Creatividad

La creatividad es la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

Color

El color es quizá el aspecto más importante a la hora de generar emociones. Existen cientos de estudios y libros sobre el uso del color y cómo afecta sobre las personas. En el caso del uso del color en el diseño de personajes se debe tener en cuenta dos factores. La elección del color principal que otorgará la personalidad al personaje (El color predominante de su ropa o el tono de su piel). Por otro lado, el uso de colores secundarios que complementen y acentúen el color principal.

Ilustración digital

Dibujo realizado de forma digital, ya sea en computadora o Tablet.

Volumen

El dibujo del volumen se encarga de representar la magnitud o la escala definida de un objeto y el espacio ocupado por ese cuerpo. Para lograrlo se utiliza el modelado, que es la forma de dibujar degradados, sombras y luces en los objetos para simular su volumen.

Adobe Illustrator

Editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como «mesa de trabajo» y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración, para crear y diseñar imágenes, sirve para editar entre otras cosas.

Caricatura

Es un género artístico que consiste en un retrato o representación de carácter humorístico en la que se exageran los rasgos físicos o faciales, la vestimenta o el comportamiento o los modales de alguien con el objetivo de provocar la risa o ridiculizar a una institución o a un personaje destacado de carácter político, social o religioso.

Dibujo 2D

Cuando se hace referencia a modelado 2D se hace alusión a las imágenes que se componen por dos dimensiones: ancho y largo. Estas figuras no poseen profundidad.

Tinturado

Dar a algo color distinto del que tenía anteriormente.

Cambio de forma del cabello

Ondulación del cabello liso, o alisado del cabello.

Coloración Capilar Oxidante

Los productos para la coloración capilar pueden aclarar y/o depositar color, además se debe añadir un revelador para que el color pueda desarrollarse rizado, es decir cambio de la forma natural del cabello.

1.4 Marco Jurídico

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 322.- Se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley. Se prohíbe toda forma de apropiación de conocimientos colectivos, en el ámbito de las ciencias, tecnologías y saberes ancestrales. Se prohíbe también la apropiación sobre los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agra biodiversidad.

1.4.2 Ley Orgánica de Comunicación

Art. 98.- Producción de publicidad nacional.- La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el

país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales.

1.4.3 Código Civil

Art. 8.- A nadie puede impedirse la acción que no esté prohibida por la ley. 1.4.5 Ley de Propiedad Intelectual

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión. Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisión radiofónica cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA

El presente trabajo será realizado con un proceso de análisis en base a la carencias de contenido gráfico en las redes sociales de la Peluquería “Lilu”, se precisa aportar al contenido, así como también captar nuevos clientes e incrementar el tráfico de información en estas plataformas, que logren difundir el servicio es por esto que dicha investigación abarca temas de ilustración publicitaria, piezas gráficas, para la correcta aplicación de comunicación visual por medios digitales.

2.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. Descriptiva – Explicativa

En el proyecto se empleara la investigación descriptiva, el objetivo es presentar el proceso del desarrollo del personaje y todo lo que conlleva el poder aplicar la ilustración en un área poco trabajada en Instagram. Se tomará en consideración esta carencia para poder aportar conocimiento, crear piezas gráficas, recursos visuales para la creación de contenido en redes, desarrollar un personaje desde cero, es con lo que se trabajará para no sólo informar sino también otorgarle utilidad para promocionar servicios de la Peluquería “Lilu”.

Observando el mal manejo de composiciones gráficas en redes y el poco contenido visual, a su vez el desconocimiento de cómo llegar a más público en dichas plataformas, que hoy en día son útiles para que los negocios den a conocer sus servicios o productos, es basado en estas debilidades y el poco reconocimiento en redes, no cuentan con mucha participación, es que se llega a la conclusión de crear recursos gráficos para difundir y así generar más contenido no sólo atractivo sino también útil para las redes sociales.

La necesidad de poder crear contenido útil para nuevos y antiguos seguidores, es una estrategia que se debe realizar con la correcta composición de piezas gráficas con el contenido referente al servicio que se ofrece, en este caso el mundo de la belleza y estética. Abordar dichos temas, realizar investigación con páginas referentes y plasmarlo, esto aportará a que las redes vayan tomando un correcto funcionamiento y a su vez la marca como tal pueda ser distinguida en el mundo de las redes, con un correcto contenido y constancia de parte de quien las maneja se podrá obtener buenos resultados.

2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACION

2.2.1. Enfoque Cuantitativo y Cualitativo

En el presente proyecto se utilizó un enfoque de tipo mixto, ya que por medio de información recabada, se logró obtener puntualmente el problema y poder evidenciar el desconocimiento en el tema de elaboración de contenido estrictamente referente al tema de recursos visuales para poder captar la atención de nuevos seguidores, se elaboran preguntas puntuales, básicas que permitan recabar la información necesaria para llegar a la

conclusión ya antes mencionada y así poder determinar el enfoque cualitativo de esta información.

A su vez estas encuestas realizadas no solo al personal que laboran en el local , sino también a clientes frecuentes, permite observar la información estadística y precisa para sumarla a la investigación realizada y que todo contribuya con la creación de recursos visuales que se requieren, todo esto logrado a través del enfoque cuantitativo.

En este caso se realizan preguntas únicamente con contenido que aporte al trabajo que se va a implementar en redes sociales, es decir, respecto a paleta de colores, frecuencia de contenido, plantillas para un correcto balance, el tipo de contenido, esto con el fin de que no solo las propietarias aporten a esta información sino que también los clientes frecuentes influya en lo que se va a realizar desde una perspectiva como seguidora en redes sociales.

Es importante que en la encuesta realizada los participantes contribuyan con sus opiniones más no intervengan en la creación del personaje ilustrado, pues todo el proceso a realizar conlleva un correcto uso de los elementos y fundamentos del diseño gráfico a implementar y lograr una composición equilibrada y ordenada.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Métodos Teóricos

Métodos de Análisis y Síntesis

Se usa el análisis en toda la información recabada por todo tipo de fuente, ya sea medios digitales o libros del tema específico, todos estos recopilados para usarlos en este proyecto para el aporte no sólo de conocimiento sino también aporte a la fundamentación y justificación del mismo. Se recopila información para poder transcribir con un análisis propio y poder obtener los datos más relevantes al tema principal.

Se aplica la síntesis al desglosar el contenido encontrado en las fuentes para llegar a las conclusiones de la información. Se ha aplicado la síntesis en el marco histórico, pues se encontraron datos muy relevantes al tema, datos históricos e importantes en el marco teórico y conceptual, este el más importante al citar a los autores con sus respectivos

aportes al conocimiento en diseño gráfico y el tema principal que es creación de personajes y piezas gráficas.

2.3.2. Método Histórico- Lógico

Historia de la Peluquería “Lilu”

Lilú Peluquería abrió sus puertas en mayo de 2004 procedente de una empresa familiar. Durante estos años estuvo regentado por Remberto Alcívar (padre del actual propietario), estaba ubicado en la actual dirección Urdesa Central. Comenzaron con el nombre "Matiz" en un lugar cercano al actual, donde tenían otros servicios como depilación y spa, por motivos familiares y otros eventos, decidieron buscar un lugar nuevo, más pequeño donde sólo podían ofrecer servicios corte de cabello y tinturado. En la actualidad, la peluquería consta de un logo que ha sido utilizado desde 2013 creado en una aplicación móvil por uno de las nietas del anterior propietario. Fondo rosa y blanco, con fuente serif negra sobre tijeras negras en posición horizontal. A lo largo de los años, la imagen de Lilu no ha sufrido cambios bruscos ni rediseños de marcas, ya que actualmente están trabajando en un logo que tiene cuatro años. Cuando se trata de redes sociales, la cuenta de Instagram desde hace año y medio ha estado en constante movimiento a través de las fotos de sus trabajos que publican, nunca han tenido una intervención realizada por un diseñador gráfico que permita crear recursos para contenido en redes, es por esto que surgió la idea del personaje ilustrado.

Nunca han contado con un recurso como un personaje ilustrado en redes para crear mayor contenido, es por esto el propósito de este proyecto.

2.3.3. Método Inductivo- Deductivo

En este proceso, se realizó una encuesta con el fin de obtener resultados evaluables y generar una síntesis de la perspectiva de los participantes sobre temas de composición gráfica. Dónde la mayoría de los encuestados no tenían mucho conocimiento en cuanto a composición o recursos para generar contenido en redes sociales.

Investigando marcas que usan un personaje para promocionar sus servicios de una manera más creativa, se ha demostrado que es un recurso subutilizado en el campo de la

belleza ya que la audiencia generalmente no considera que esto sea muy serio para el área de la empresa, ya que suelen usar collages de fotos de sus clientes y sus cambios.

Se realizó una breve investigación en redes, en cuentas de Instagram, la cual se encontró una saturación de imágenes y poco contenido útil notorio, esto más en cuentas de estéticas en nuestro país.

Se pretende crear este recurso que despierte la atención y la curiosidad de los nuevos seguidores en la red social en Instagram, ya que, según un estudio reciente que se realizó, atraen un veinte por ciento más de clientes a través de las publicaciones más dinámicas y llamativas incluso realizando contenido multimedia en Tik. Tok Trends han captado clientes de otras ciudades debido a este tipo de publicidad. Con la ilustración se puede generar este tipo de contenido que despierte atención para nuevos seguidores.

Encuesta

Se aplica el uso de la encuesta, ya que por motivos de la pandemia, no se puede realizar otro tipo de métodos empíricos. Se elabora un cuestionario de siete preguntas para las dos trabajadoras principales y un cliente frecuente de la Peluquería “Lilu”, una vez confirmada la cantidad de preguntas y la cantidad de personas.

Con las respuestas obtenidas de las participantes, se revisaran los resultados y serán aplicados para el respectivo análisis al momento de la lluvia de ideas para la creación del personaje y también las infografías a realizar, en base a los requerimientos de las propietarias e información adicional de una cliente frecuente del lugar.

2.3.4. Métodos Empíricos

Universo

Nuestro universo son las personas por encuestar, estas personas tendrán que responder siete preguntas referentes a temas no sólo de la marca como tal sino también sobre contenido, serán realizadas de forma adecuada y sencilla para que sean fáciles de responder.

Muestra

Las personas que colaboran con esta encuesta son tres, dos personas que laboran en el local y un cliente frecuente.

Análisis de Encuesta

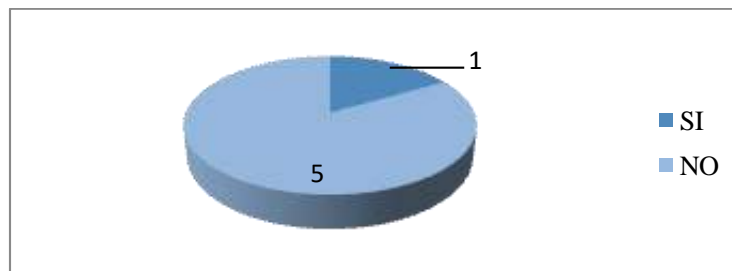
La encuesta se realizó con el propósito de obtener información referente a la falta de contenido de piezas gráficas en las redes sociales de la Peluquería “Lilu”, sino también sus requerimientos y opiniones de la cliente frecuente, para recolectar todos estos datos y no sólo implementarlos al aporte de ideas de creación del personaje, sino también al contenido a mostrar en redes sociales.

Pregunta 1

¿Conoce usted un personaje ilustrado publicitario en redes sociales de Peluquería y estética?

Si o No

A través de esta pregunta se puede conocer cuán informados están los encuestados en cuanto a contenido de redes y sobre todo sobre el tema principal que es un personaje animado publicitario y así poder exponer la utilidad que tendrá el mismo.

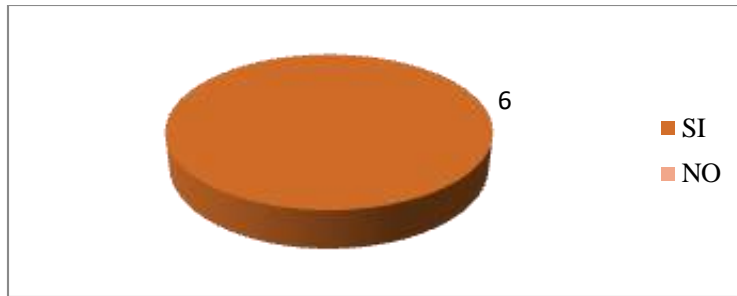


Pregunta 2

¿Le gustaría poder contar con contenido llamativo e informativo en redes sociales?

Si o No

Conocer no sólo por medio de las propietarias sino también por medio del cliente el faltante que hay en recursos visuales.

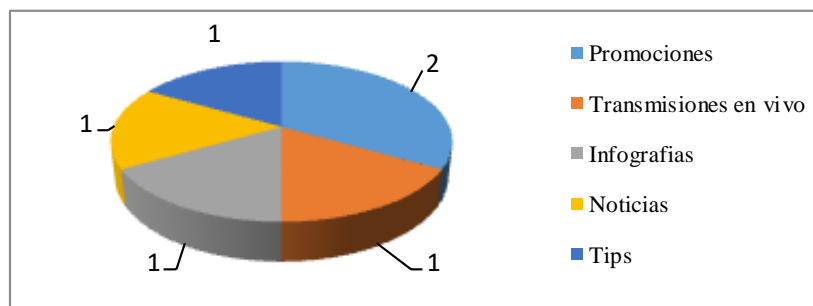


Pregunta 3

¿Qué tipo de contenido le gustaría ver en redes sociales?

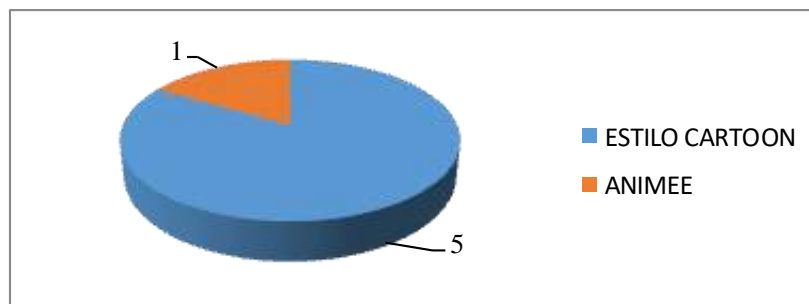
Transmisiones en vivo – Videos informativos-Infografías-Tips-Datos curiosos-Cambios de look-Fotografía

Conocer exactamente la clase de contenido que se requiere para poder aplicar el uso de plantillas o recursos visuales publicitarios.



Pregunta 4

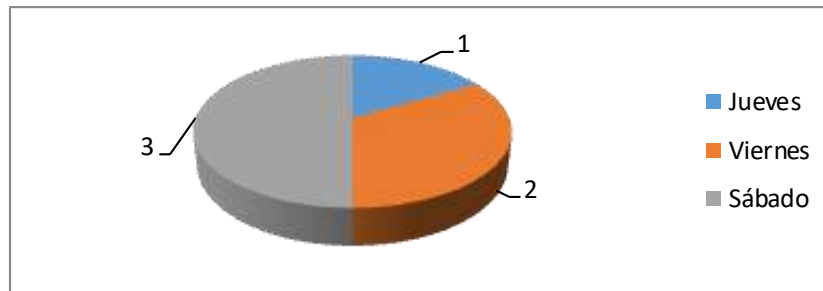
¿Qué Estilo le gustaría que tenga el personaje?



Pregunta 5

¿Cuántos días por semana le gustaría poder ver este nuevo contenido?

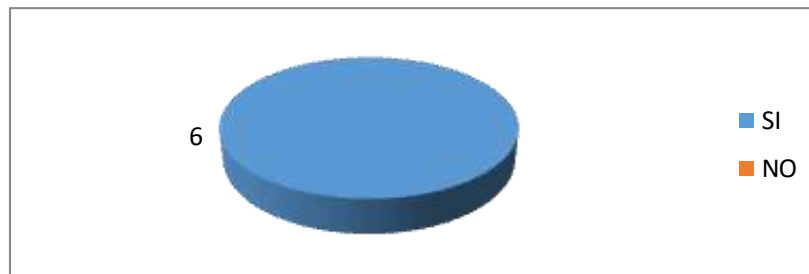
1 vez 2 veces por semana 3 veces por semana



Pregunta 6

¿Le gustaría contar con un personaje ilustrado de la Peluquería “Lilu” para difusión en redes?

Si o No

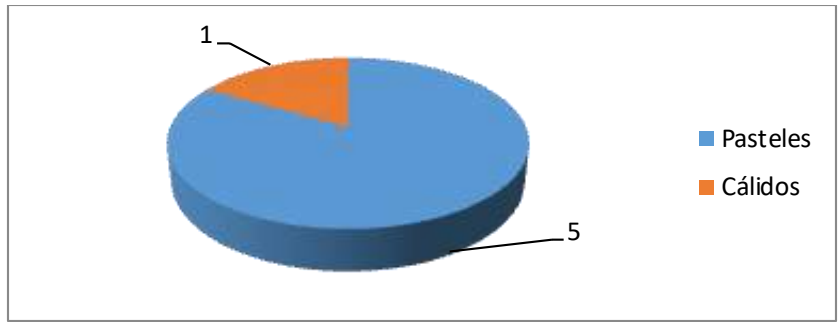


Pregunta 7

Le gustaría que se implemente el uso de paleta de colores

Cálidos- Fríos –Pasteles- Monocromáticos-Grisés

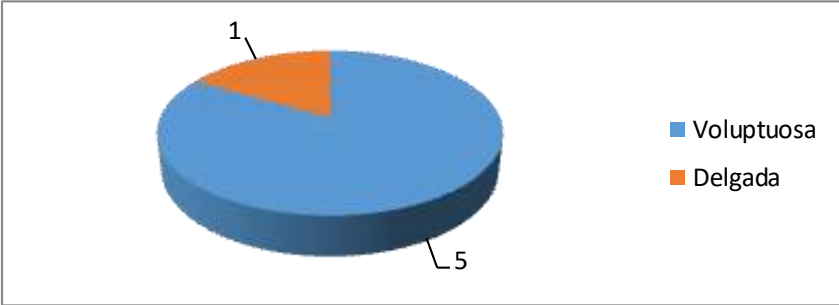
En la hoja de la encuesta se muestran los tipos de paletas para que se familiaricen y puedan elegir la mejor opción, esto con afán de conocer la perspectiva de los encuestados en cuanto a colores.



Pregunta 8

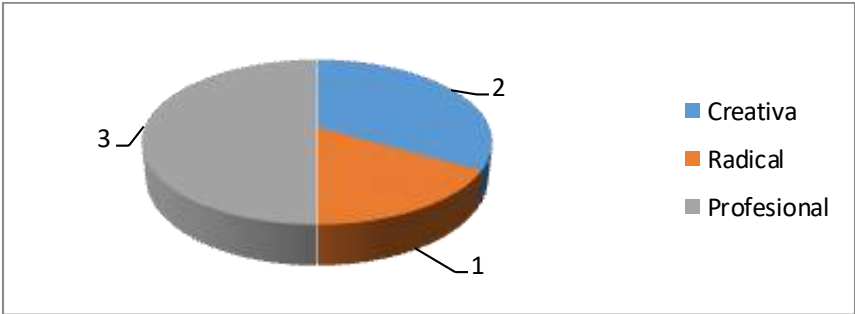
Le gustaría que la anatomía del personaje sea:

Flaca Delgada Curvilínea o Robusta



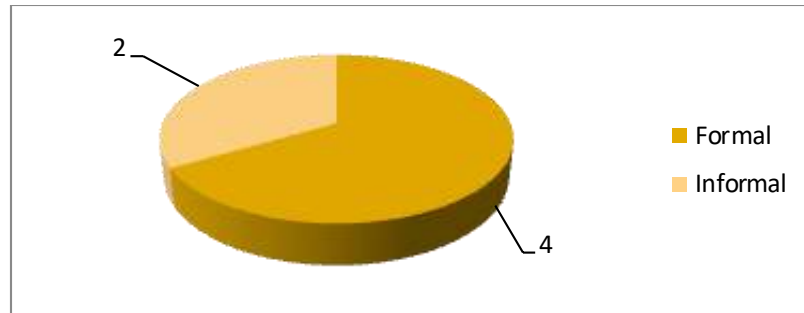
Pregunta 9

¿Elija 3 características que describan a “Lilu” Peluquería?



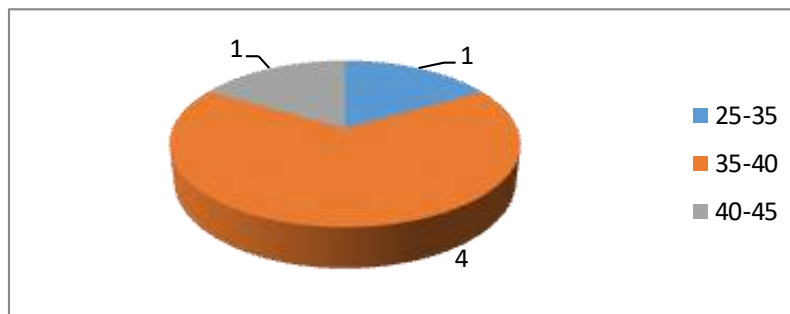
Pregunta 10

Formal o informal?



Pregunta 11

¿Rango de edad del personaje?



Entrevista

Se realizó la toma de ocho preguntas para poder analizar información interna de la Peluquería , fue de vital importancia poder adquirir los datos de primera mano por parte de la propietaria ya que es la persona quien tiene todo lo estadístico que se necesita para sumarlo a la investigación respectiva de la marca. Datos relevantes que proporcionan mayor amplitud en conocimiento a procesos internos.

Preguntas

1. ¿Rango de edad de clientes que frecuentan la peluquería “Lilu”?

30 a 45

2. ¿Quiénes visitan más la Peluquería?

Mujeres

3. ¿Cuántos clientes ingresan por día?

3 a 5 (desde la pandemia).

4 Horarios de atención

Martes a Sabado de 9:30 am a 5:30 pm (dependiendo de clientes).

5 ¿Cuánto ganan en un buen día de trabajo?

Aproximadamente \$600,00

6 ¿Cuántas personas trabajan en el local?

Sólo dos personas.

7 ¿Cuántos seguidores en instagram aproximadamente tienen en la actualidad?

400 aprox.

8 Costos de los servicios que ofrecen

Planchado \$9,00 o \$12,00

Tinte \$40,00 inc cepillado

Keratina \$70,00 \$120,00

Métodos Estadísticos

Universo

Las participantes a intervenir en esta encuesta serán, la propietaria de la Peluquería, una trabajadora y dos clientes frecuentes. De quienes se obtendrá la información respectiva para analizarla.

Muestra

Se procedió con un tipo de muestra no probabilística, con el total de cuatro participantes entre propietaria y clientes frecuentes.

Análisis de los resultados

Se procedió con la respetiva encuesta para que las encuestadas formaran parte del proceso de creación del personaje ilustrado, tomando en cuenta sus opiniones y poder obtener los requerimientos que necesitan ver en redes sociales.

Herramientas de Análisis

Análisis FODA

FORTALEZAS

- ✓ Nuevo contenido útil y llamativo en redes sociales para captar nuevos seguidores.
- ✓ Mayor creatividad de posteo para difusión de servicios.
- ✓ Más reconocimiento en redes.
- ✓ Mayor interacción con seguidores nuevos y antiguos.

OPORTUNIDADES

- ✓ Posicionamiento en redes.
- ✓ Captar futuros clientes a través de las redes.
- ✓ Generar contenido informativo.

DEBILIDADES

- ✓ Poco conocimiento de personajes ilustrados en el área de belleza en redes.

AMENAZAS

- ✓ Falta de interés hacia el tema de personajes ilustrados en redes por parte de los clientes.
- ✓ Competidores con contenido multimedia
- ✓ Propiedad intelectual.

Modelo CAPA

Corregir las debilidades

Informar a los seguidores para causar expectativa de los nuevos servicios y promociones que ofrece la Peluquería “Lilu” para su clientela. Mejorar la presentación de las publicaciones cargadas a las redes, en este caso la más usada Instagram, aplicar métodos y procedimientos de diseño gráfico para las piezas gráficas.

Afrontar las amenazas

En caso de que la creación del personaje no logre contribuir a la captación de nuevos seguidores, la opción más viable ante esta circunstancia se incursionaría con la animación de personaje para generar contenido multimedia en redes sociales.

.Potenciar las fortalezas

Por medio del personaje la Peluquería “Lilu” pretende tener un mayor posicionamiento en redes y captar mayor audiencia a través de un buen contenido en dichas plataformas. Potenciar la difusión del nuevo contenido en Instagram para crear expectativa entre sus seguidores y futuros clientes.

Aprovechar las oportunidades

Utilizar como herramienta el desarrollo de piezas gráficas para marcar una diferencia con la competencia en su contenido y pueda adaptarse al conjunto que compone la marca.

CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Este proyecto fue pensado con la finalidad de otorgar un papel importante a la ilustración en un área poco trabajada como es el área de la belleza y estética. Aportar a un contenido animado para captar seguidores y obtener futuros clientes que es el propósito principal. Un contenido diferente, con recursos visuales que generen interés a los usuarios en redes sociales.

Desarrollar un plan y llevarlo a cabo de acuerdo al cronograma establecido en el mismo, como primer elemento realizar una encuesta sobre la marca en general, opiniones en base a contenido en redes sociales y una entrevista con datos internos a la propietaria del local, esto con el fin de conocer datos importantes que contribuyan en la lluvia de ideas en el bocetaje del personaje. Algo muy similar al proceso de la creación de una marca, pues se busca que el personaje se convierta en un distintivo de la Peluquería “Lilu”

El proceso de creación inicia con recopilar la mayor información posible de la marca, características que definen a la Peluquería de acuerdo a las opiniones vertidas por

los clientes, todo esto ayuda a otorgar características al personaje que se busca crear. Se investiga en internet referencias que aporten a lograr la anatomía del personaje, buscar información referente a los servicios que ofrecen e incluso implementos que usan, todo con afán de poder obtener la idea principal a plasmar del personaje. Al tener todas estas ideas escritas se procede a seleccionar las más acertadas a la marca y se empieza a separar las que no se acercan a lo que queremos mostrar, todo esto de forma ordenada para lograr plasmar las ideas principales del boceto del personaje.

Se realiza una exploración en redes sociales como Facebook e Instagram y se pudo constatar que hay una faltante que impide poder diferenciarse de otras cuentas, no se observa contenido con mayor utilidad.

El propósito de este proyecto no es sólo poder aportar con recursos gráficos para poder promocionar los servicios de la Peluquería, por medio de infografías con ayuda del personaje ilustrado informar sobre prevención de Covid y de cómo se siguen las normas de bioseguridad dentro del local, sino también poder establecer por medio de la ilustración esa utilidad que puede adquirir marcas que quizás no vemos necesario aplicarla.

La ilustración nos proporciona información de una manera más fácil de captar y de plasmar para que el público a quien va dirigido pueda percibir la información. Se la puede considerar como otra forma de diferenciarse de otras marcas en el mercado, otra opción de que la clientela relacione los servicios y distingan el contenido entre otras cuentas. Promocionar servicios por redes sociales hoy en día es esencial, es una herramienta que ayuda no sólo a grandes sino también medianas y pequeñas empresas, si se tiene un buen contenido con una correcta armonía visual que imponga la personalidad de Peluquería “Lilu” a través de las redes. No siempre es fácil plasmar esa personalidad en redes, precisamente porque existe el desconocimiento en cuánto a composición de piezas gráficas, balance de color y el correcto uso de tipografías. Este proyecto está enfocado en poder contribuir con el conocimiento de recursos visuales que se requieren para la Peluquería.

La creación del personaje desde cero, con características propias de la marca, esto ayudará a probar varias opciones de “posteos” con promociones no sólo para Instagram sino que se implementará en el WhatsApp de la Peluquería que es muy usado para separar

citas, de esta manera se busca llamar la atención y mantener informado de lo nuevo en la Peluquería, de una forma diferente y llamativa.

En la investigación en redes sociales se pudo notar que en las publicaciones no se cuenta con un correcto balance visual, adicional del poco contenido que existe, por medio de plantillas que se elaboran con colores corporativos y el uso de 2 tipografías que se mantengan para publicaciones se busca crear esa armonía visual distintiva que se necesita para llevar esa constancia en el contenido útil.

Colores y tipografías corporativas que se crearán para el uso de infografías con datos de prevención de Covid, esto por motivo de mostrar cómo se siguen las normas de salud, así nuevos y antiguos clientes pueden contar con la seguridad que se requiere en estos momentos de pandemia que se vive en el mundo.

TÍTULO DE LA PROPUESTA

Creación de personaje para difusión publicitaria en redes sociales de la Peluquería “Lilu” en la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Crear un personaje ilustrado como recurso publicitario para difusión de servicios y poder generar recursos visuales para posteo en redes sociales.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Estado inicial del proyecto

A través de los requerimientos de la propietaria de “Lilu” Peluquería y analizando la carencia en redes, se pudo llegar a la conclusión que se podía aplicar la ilustración y otorgarle la utilidad que va de la mano con la publicidad que se necesita.

Las características del personaje surgen de como los clientes perciben características propias de la marca, desde el logo hasta el servicio que se ofrece al cliente, la atención que reciben, como perciben el ambiente, absolutamente todos estos datos relevantes que ayudan a componer emociones, gestos, características del personaje. Por medio de la entrevista

realizada a la propietaria del local se pudo recoger mayores datos respecto a información interna que también se implementa. Las funciones que se busca otorgar al personaje son ilustrado van desde infografías para prevención de Covid hasta publicidades con promociones de mes, esto para lograr una armonía en colores y piezas gráficas para las publicaciones de redes.

Requerimientos de Desarrollo

Los requerimientos que se implementan en este proyecto son requerimientos técnicos, operativos y económicos.

Requerimientos Técnicos

Los implementos y herramientas con los cuales se llevó a cabo este proyecto son:

1	Laptop	Dell Corei3 windows 7 Mouse Parlantes Tablet BAMBOO Lápiz óptico Pendrive
1	browser	Google Chrome , Pinterest
1	Internet	Velocidad 10 Mbps
1	Paquete de adobe	Illustrator , Photoshop
1	Respaldo en nube	Google drive

Requerimientos Operativos

Para el respectivo desarrollo de este proyecto, se requiere de los conocimientos y habilidades del diseñador gráfico.

	<ul style="list-style-type: none"> Realizar la investigación pertinente sobre detalles de la empresa para el proyecto.
--	---

Diseñador Gráfico	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestar sobre temas que aporten a la creación del personaje. • Investigar referencias para la creación del personaje. • Bocetar las principales ideas de características del personaje. • Crear plantillas e infografías para “posteos” en Instagram. • Plasmar la personalidad de la marca en el personaje. • Vectorizar los bocetos del modelo final del personaje
--------------------------	---

Requerimientos Económicos

Los gastos que se han realizado para el desarrollo de este proyecto son detallados a continuación:

Recurso	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total
Laptop	Dell, corei3, mouse, tableta gráfica y lápiz óptico, parlantes.	1	\$900,00	\$900,00
Browser	Google Chrome	1	Gratuito	Gratuito
Paquete de adobe	Illustrator	1	\$65,00 mensual	\$520,00
Internet	Claro 10mpbs	1	\$35,00 mensual	\$280,00
Respaldo en nube	Google drive	1	gratuito	gratuito
Investigación		Por hora	\$7,00	
Boceto(sin color)		3	\$7,00 c/u	\$21,00
Digitalización		3	\$12,00 c/u	\$36,00

Avatar o personaje digitalizado		c/u	\$60,00	\$60,00
Publicidad (pieza gráfica o plantilla)		c/u	\$15,00	
Infografías	2	C/u	\$20,00	\$40,00
Nota para redes socia (solo texto)		c/u	\$15,00	
TOTAL				1,857.00

Planificación de desarrollo

Lo primordial al realizar este proyecto es la organización, ya que conlleva a seguir una serie de pasos para lograr un objetivo final que sin un orden no se lograría. A continuación se detallan todos los tiempos de cada proceso.

Fase 1: Investigación y planteamiento de idea.	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Preguntas de encuesta, análisis de resultados.				
Búsqueda de referencias y topografías.				
Lluvia de ideas y recopilación de datos.				
Elección de las tipografías corporativas.				
Fase 2: Bocetaje y presentación.	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8

Preparación del texto para publicaciones.				
Bocetos de personaje (personalidad, características morfológica del personaje etc.) para muestra.				
Presentación de propuestas (personajes y tipografías corporativas)				
Correcciones y cambios.				
Fase 3. Implementación en Instagram	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
Digitalización de personaje elegido (diseño 2D, Colorización personaje).				
Diseño de infografía				
Publicidades con el personaje.				
Aplicación de las promociones en Instagram.				

Fase 1. Investigación y planteamiento de la idea

Preguntas de encuesta y análisis de resultados.

Se realizó una investigación sobre historia, características y detalles de la marca “Lilú”, la importancia de la información recopilada interviene de gran manera en detalles

sobre la creación del personaje. Esto proporciona también los datos relevantes a detalles corporativos.

La elaboración de las preguntas de encuesta surgió de poder captar los comentarios de personas que conocen la marca desde sus inicios hasta la actualidad, esto con afán de obtener ideas para la personalidad que tendrá el personaje a ilustrar, para que tenga esa similitud con las emociones que perciben los clientes de la marca.

Búsqueda de referencias

Es primordial que al realizar cualquier proyecto en el área de diseño, se realice una búsqueda por la web de las tendencias y referencias que aporten a la creatividad, ya que la creatividad empieza a desarrollarse de manera más efectiva para plasmar ideas en el proceso de bocetaje.

Tomar referencias sobre colores, paletas usadas este año, referencias sobre ilustradores conocidos en Instagram, publicaciones de servicios de belleza y estética, todo lo referente al tema para poder recolectar la mayor cantidad de información y luego empezar a descartar ideas. Todo esto aporta para detalles que enriquecen el trabajo final, incrementa y expande más la creatividad al tomar referentes conocidos o no al momento de ilustrar e incluso esto aplica en varias áreas del diseño no sólo en ilustración.

Lluvia de ideas y recopilación de datos

Además de buscar referencias en la web, es importante e imperativo contar con anotaciones para poder escribir ideas y rasgos que se plasmarán en el personaje con el fin de darle al personaje no solo un estilo sino también rasgos de personalidad que son los resultado final de un tedioso examen.

La lluvia de ideas tiene que ser dinámica, nos ayuda a estimular el pensamiento creativo para encontrar soluciones creativas a los requerimientos del proyecto. Esta técnica, utilizada no solo en el diseño gráfico sino también en la publicidad y otros campos, nos permite ofrecer más vías y opciones entre las que elegir para lograr el objetivo final. En este proyecto se pueden aportar palabras clave para definir la personalidad del personaje, color, estilo y complementos, tipografía corporativa, colores corporativos para plantillas e

infografías, etc. Es importante señalar que no se han realizado cambios en el logo de Lilu peluquería. Es por eso que se hicieron las plantillas y los colores tanto del personaje como de las plantillas se eligieron en función del logotipo para que el arte fuera consistente al publicar en Instagram.

Preparación del texto de las promociones

En esta sección se realiza la diagramación del texto en cuanto a los servicios que ofrece Lilu, se realizan 3 propuestas de promociones cada una con un personaje diferente, tipografías diferente a la del personaje escogido por la autora de esta tesis, esto con el fin de poder justificar el personaje escogido del resto. Se promocionan los servicios y la promoción del mes de Junio con esta información para mostrar en la semana de presentación de propuestas.

Elección de las tipografías corporativas

Una vez realizada la búsqueda tipográfica en máximo dos días, se escogen las seis mejores que contrasten entre sí para las respectivas propuestas. Esto basado en tres estilos distintos, Poder destacar el mensaje a mostrar y así captar la atención de los usuarios en redes, es ahí donde se realiza una mezcla de tipografías serif con sans serif esto para darle el contraste tipográfico, otra propuesta es la de contraste de peso es decir dónde las palabras tienen diferentes tipos de peso pero usando la misma tipografía y otra propuesta dónde se use el contraste de color, básicamente dónde la palabra clave destaque con un tono más bajo o más llamativo que el otro.

El resultado de la búsqueda por encontrar una o dos tipografías que se adapten para poder comunicar de una forma armónica lo que se busca para Lilu peluquería, se eligió para títulos la tipografía de nombre “*Okemo*” creada por *177 STUDIO* es un estudio de diseño fundado en Cantonment Rd, Singapur, en 2019, tipografía y caligrafía con amor y pasión, así denominan su trabajo en el área.

La segunda tipografía para textos es “*Poppins*” creada por Indian Type Foundry, Jonny Pinhorn, ambas tipografías se combinan de una forma apropiada para crear un

balance y poder jugar con las curvas que tiene Okemo y la tipografía de Poppins que permite descansar visualmente y una fácil lectura de textos.

Fase 2. Bocetaje y presentación de propuestas

Preparación del texto para publicaciones

En esta fase se realiza la maquetación de las publicidades, para ello se ha utilizado la resolución cuadrada de Instagram de *1080px1080px* y para historias *1080px x 1920px*, con el fin de seguir usando el formato anterior y poder captar esta armonía y orden visual que para el feed de Instagram es necesario. Trabajamos con el software Illustrator porque no contiene mucho texto, de lo contrario el software ideal para esto es indesign por defecto, creamos el boceto en papel para la colocación de cada elemento (texto, imagen y logo). Para ello se realiza una grilla donde se colocan los tres elementos principales título, texto e imagen para que todo salga correctamente y capte la atención de los usuarios de la red.

Todo esto teniendo en cuenta que en el área 1080x1080 también hay márgenes que se deben seguir para prestar la debida atención, es decir, en estas medidas hay márgenes de seguridad que son Y1 135px e Y2 1215px y se puede trabajar solo en el área visible de El feed, que es de 1350 px para que el feed se pueda observar correctamente.

Bocetos de personaje para muestra

Se hacen dos sugerencias con diferentes estilos, la primera es una mujer con pronunciadas curvas, talla grane tono de piel canela, con un corte de cabello *pixie* (corto) de tono rubio, su ropa consta de pantalón color pastel lila, blusa tono beige pastel bajo y zapatos rosas. Todos los colores aplicados van relacionados a la marca, por lo general los colores que tienen dentro del local, los colores que más usan en redes etc. Ya que los colores de su empresa no están definidos por las propietarias y existen algunas dificultades para identificarlos, es por esto que se realizó la encuesta y la investigación. El segundo boceto lo realiza una mujer delgada con pantalón negro, camisa violeta pastel y zapatos negros, cabello corto café, color de piel blanca, básico y sin muchos detalles.

Se presentan en papel y a lápiz para que el cliente pueda ver el trabajo desde cero, se muestran los colores que se aplicaran por medio de la paleta ya seleccionada con anterioridad para que el boceto seleccionado pueda ser digitalizado con los colores elegidos con la propietarias de Lilu peluquería.

Estos dos bocetos, cada uno con estilos diferentes, tallas variadas para mostrar a los clientes que no hay una talla estándar que funcione a la perfección , cuándo hoy en día es mucho más la exposición de cuerpos reales no sólo en revistas de modas sino también en redes sociales para cualquier área.

La elección de los clientes fue el primer boceto, dónde está el personaje ilustrado talla plus, color canela y un rubio cenizo, ya que se sintieron más identificadas con dicho personaje, adicional que este personaje, estuvo compuesto como idea principal ya que cuenta con esa esencia de la marca y sus dueños y a su vez se identifican más en detalle los colores corporativos.

Morfología del personaje

En base a esta ciencia sabemos que todo parte de poder jugar con las formas, en el proceso de ilustración para llegar al personaje que se desea hay que explorar las posibilidades creativas si el ilustrador no tiene definido su estilo, pero para este personaje se eligió la posibilidad creativa de usar la forma orgánica, es decir, que el estilo de figuras curvilíneas ya que nuestro personaje es de talla plus, exagerar un poco las formas esto para otorgar esa característica al personaje que se ha obtenido de la investigación realizada y las respuestas de la encuesta.

Se debe comenzar por especificar que si se habla sobre la tendencia “*flat desing*”, nos remontamos a la época de Bauhaus, pues, en esta escuela se dieron a conocer las bases del diseño gráfico que hoy conocemos, también interviene el Estilo Suizo, pues es una referencia histórica para el desarrollo y combinación del diseño plano, la reducción de elementos gráficos poco expresivos, el uso de formas simples y mensajes claros y directos.

Referencias de las cuales se ha obtenido más información de este estilo en particular es de “*Estudio hey*”, “*Studio Muti*”, “*Fernando Loza*”, por otra parte se pudo también

obtener referencias de ilustradores digitales en Instagram como: *“Dibujo de Noche”*, *Gabriel Soares*, *“Dibujos de Cristina”*, *“Rocío Diestra”*, *“Damián Gzm”*, *“by Jeniffer”*, *Hello Luigi* y se podría nombrar muchos más pero la lista es larga. De todos ellos se tomaron referencias en detalles que permitieron llegar al personaje final.

El estilo que se ha aplicado al personaje en cuanto a ilustración es una mezcla de dos estilos, un poco de “flat” vectorial, ciertos detalles un poco más marcados como en los ojos y boca, más definidos que en las ilustraciones cien por ciento flat, estos pequeños detalles marcados que eventualmente se convierte en una caricatura.

Las expresiones del personaje son básicas, el estilo flat por lo general es usado como recursos para realizar publicidades con ilustración, es por esto que la ilustración con este estilo es un oportunidad de otorgarle ese protagonismo e importancia en lo que se busca promocionar o mostrar. Actualmente el estilo flat, es tendencia en este año, flat son una buena manera de condensar información en espacios muy pequeños.

Lo que se ha aplicado con el personaje, es poder unir el estilo plano con marcar ciertos detalles característicos y exagerar otros tal como una caricatura. Estos detalles marcados en el rostro por cuestión del área de belleza en el que se va a aplicar y así no mostrar una figura infantil.

Personalidad de personaje

Con la ayuda de la información investigada y revisada, adicional de las respuestas de las encuestas, todo esto contribuyó a otorgarle las características al personaje de que sea, creativa, radical, profesional, moderna, estilizada y amigable. Con estas palabras claves se procede a mostrar los tres bocetos realizados, en lo que se ve reflejado estas características pero con la diferencia en el físico de dicho los personajes.

Presentación de propuestas (personajes y tipografías corporativas)

Se realiza la presentación de los trabajos realizados, los dos bocetos, los colores escogidos para cada personaje, las tipografías corporativa, todo en papel. Esto ayudará a ahorrarnos más tiempo, así realizar cambios en el papel y no en digital, cambios justificados y requeridos por el cliente. Las propietarias decidieron escoger el boceto que

más se adapta a las tendencias de hoy en el cuerpo del personaje y por el tono de cabello que llevará, en este caso rubio cenizo.

Correcciones y cambios

Al momento de la presentación del trabajo realizado a los clientes, no hubo cambio alguno, ya que todo fue justificado de forma correcta y también los clientes estuvieron involucrados en todo el proceso.

Fase 3. Implementación en Instagram

Digitalización de personaje elegido

El proceso de digitalización se lo realizó en el software adobe Illustrator 2019, la herramienta que se usó para digitalizarlo es el pincel, pues es el estilo de quien realiza este proyecto, el pincel brinda más libertad en trazos y se pueden crear varios tipos de puntas para que tenga acabados diferentes y más dinámicos. Se coloca el boceto elegido en una capa como fondo y se crea una nueva para dibujar sobre el boceto, cada parte del personaje que se crea se ubica en una nueva capa para que el momento de editar no perjudique todo el proceso. Se usan colores pasteles de la paleta de colores.

Durante todo el proceso de digitalización se realizaron pequeños cambios, como tonos de color o detalles de la ropa, ya que al observarlos en la pantalla se presentaban pequeñas distracciones o no generaban la armonía visual que se esperaba. Al mismo tiempo se sabe que estas figuras planas sin mucho detalle pueden llegar a parecer infantiles, es por eso que se han agregado pequeños detalles que resaltan cierto realismo en el personaje, como sus ojos, cabello, boca y vestimenta, pues sin estos pequeños pero marcados detalles, el estilo quedaría ser simplemente plano. A su vez, este estilo ayuda mucho a visualizar a través de tabletas o teléfonos móviles porque tiene un aspecto más limpio y ordenado.

El uso de la rueda cromática nos da suficiente justificación en la elección del color para el personaje o incluso para otras áreas del diseño, pues si no juntamos colores contrastantes no surgirá la armonía visual que queremos reflejar.

Para poder lidiar con colores asertivos, también es bueno tener referencias con respecto a la paleta de colores y usar colores corporativos, estos no se encontraron definidos en Lilo peluquería y eso presentó un pequeño obstáculo para el desarrollo del personaje. Se procede a aplicar los resultados de la investigación de los colores que han usado en redes y en el local para poderlos identificar para plasmarlos a través del personaje.

Se determinó que los colores son tonalidad pastel lila, rosado y negro son los colores más representativos. Una fuente de búsqueda para aportar con referencias de un nivel estético idóneo en cuanto a ilustración o colores, es Pinterest y la más apropiada es Behance, ambas con gran contenido para cualquier área del diseño gráfico. Para guías de color también se usó una página web llamada *Coolors*, que aplicando el color base, se pudo obtener más opciones de combinación.

Diseño 2 D de personaje

Los dibujos y películas que solemos ver en televisión representan un claro ejemplo de animación 2D, porque aunque dan una impresión de profundidad, la imagen aparece plana en la pantalla.

Colorización del personaje

El color en el diseño gráfico como tal, juega un papel importante pues, por medio de el buen uso del mismo, podemos conectar con las personas y poder transmitir un mensaje, ya que producen diferentes emociones e influyen de manera decisiva en nuestra percepción de la realidad. En la ilustración digital no deja de ser importante, la técnica del buen uso del color puede llegar a determinar no sólo el mensaje del arte final, sino también intervienen muchos factores a tomar en cuenta, como el tono, la intensidad, el valor etc., varias opciones en cuanto a la aplicación como tal y depende mucho también del ambiente en la ilustración que se quiera mostrar.

Los colores comunican sensaciones, para que cada color utilizado se comunique adecuadamente, la mayoría de las veces (depende del gusto del ilustrador) es necesario un color principal y el resto se utiliza como matices o colores complementarios, ya que cada

color tiene un mensaje y si todos se comunican al mismo tiempo, crea solo tenemos una perturbación visual.

Los colores en ilustración flat es primordial el uso correcto de los mismos, ya que la mayoría de estos vectores son usados para aplicaciones de celular, tabletas etc., es decir que tienen que ser armoniosos para su fácil visualización y comprensión. Por esto las opciones más usadas en color son primarios y secundarios brillantes para favorecer el contraste sobre fondos oscuros e imágenes, colores pasteles, poco saturados y acompañados de una tendencia retro usando colores naranjas, turquesas y amarillos.

La elección se llevó a cabo en base a la investigación de pantones que se realizó en base a colores más usados con la marca, teniendo en cuenta también los resultados de la encuesta sobre la pregunta de las tonalidades que identifican a la marca según los clientes, ya que como se ha indicado colores corporativos no han sido elegidos ni identificados por una persona experta para poder aplicarlos de forma correcta en redes. En el programa Adobe Illustrator se puede encontrar el pantone de los colores que se van a usar y poder obtenerlos desde la biblioteca de muestras, para una automatización al momento de colocar el color del personaje.

Diseño de infografía (Covid 19)

La resolución de la infografía para Lilo peluquería lleva la misma medida de las publicaciones que se han trabajado (*1080px x 1080 px*), así mismo se aplican los colores usados tanto para plantillas como para para el personaje y a su vez poder jugar con ellos en cuanto a saturación y valor de los mismos para que no sea repetitivo, esa es la cualidad y la ventaja que nos brinda el tono, la intensidad y el valor de los colores.

El protagonismo del personaje es fundamental porque es él quien va a comunicar un mensaje a nuevos y antiguos clientes sobre el cuidado que se ha tenido para afrontar la pandemia. Esto con el fin de aportar a la comunidad y no solo a los clientes que actualmente siguen su cuenta en Instagram, sino a personas nuevas que por medios de los hashtag pueden tener más alcance a esta información, a su vez para poder ofrecer esta confianza a sus clientes de que el lugar está estrictamente higienizado para que puedan acudir allí sin ningún temor de contagio.

Hoy en día compartir estas infografías es una necesidad para comunicar y animar a otras personas a poder adaptarse a esta nueva forma de vida que le ha dejado la pandemia Covid 19, que la peluquería Lilu puede aportar en este tema de vital importancia para la comunidad ya que, no se trata solo de llegar a más personas por temas de reconocimiento o generar más ingresos sino de llegar también con un mensaje claro, el de protegerse y de acudir solo a estos establecimientos que respetan las reglas establecidas por los organismos de control.

Para la elaboración de la infografía se trabaja en adobe Illustrator 2019, para realizar la maquetación de la misma, ya que este es el software que se usó para realizar el personaje si así el proceso sea más práctico en cuanto al personaje, se investiga la información y la fuente de dónde se obtendrá la información, y se realiza la maquetación con cuadros de texto a medida, tratando de que la información sea concisa, ya que, en Instagram, los textos en publicaciones deben ser cortos, precisos y concisos.

Interviene uso de tipografía, ángulos del personaje y colocación de texto, estos tres elementos deben ser ubicados de manera idónea para su correcta lectura. La tipografía tiene que ser legible para el usuario, es decir tipografía *sans serif* que facilite la lectura y para los títulos se usa la misma tipografía pero *bold* para el contraste correcto, a su vez la ubicación del personaje bajo los textos y los textos justificados sin colocar mucho.

Publicidad con el personaje

Para el diseño de las publicidades se aplica una cuadrícula y que sus grillas permitan aplicar la ley de los tercios para una fácil diagramación de imagen, título y texto. Colocar el elemento clave que resalte y capte la atención en la cuadrícula con los cuatro puntos claves para Se realizaron seis de estos artes, donde cuatro de ellos se realizan con el personaje como protagonista y dos con fotografías de clientes con sus cambios realizados, estas para que sean subidas dos veces por semana.

Aplicación en Instagram

Una vez realizado todos los artes con su respectivos formatos y corregidos correctamente se procede a hacer el envío para que sean subidos los días que las

propietarias de Lilu decidan sean posteados, se especifica que son seis artes dónde cuatro de ellos tienen por protagonista a nuestro personaje ilustrado llamado “Lolita”, nombre asignado por las dueñas.

FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

Factibilidad administrativa

Peluquería Lilu se encuentra en el pleno derecho de poder usar en redes el personaje creado como recurso para contenido en Instagram, de hacer modificaciones o usarlo en videos para contenido multimedia.

Factibilidad económica

El presupuesto requerido para aplicar este proyecto , el costo del diseñador por hora o el presupuesto ya antes mencionado , Lilu peluquería cuenta con dicho presupuesto para asumir los costos del personaje y todo lo que involucra.

Factibilidad legal

El personaje creado no está basado en otro en el área de la belleza, ya que no existe o no se han encontrado personajes ilustrados conocidos en redes de peluquerías usados como recurso de contenido, si bien se toma referencias de ilustradores para el proceso, mas no el uso de personajes ya creados por los mismos, ya que esto si infringiría las leyes de propiedad del autor.

Factibilidad ecológica

El personaje ilustrado fue pensado para crear contenido visual en redes sociales más específica en Instagram, con lo cual no será necesario la contaminación del medio ambiente.

RESULTADOS ESPERADOS CON LA APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

Al final de haber realizado todo el proceso para la creación del personaje ilustrado , se espera que con el personaje se pueda crear más contenido para Instagram, ya que se ha podido observar que durante el proceso de este proyecto , esta red ha repercutido de forma favorable para el incremento de clientela en Lilu peluquería.

También tiene como finalidad el poder comunicar de manera creativa cualquier novedad respecto a la peluquería o acontecimiento importante del área o del área de salud, como se realizó con la infografía de Covid 19, el poder usar estos recursos para poder informar en redes es de vital importancia para la comunidad, así Lilu peluquería pasa a ser más que una peluquería, pasa a tener más posicionamiento y a su vez también credibilidad.

Que la ilustración tome protagonismo en esta área poco manejada, es también uno de los propósitos de este proyecto, ya que se aporta al sector de los ilustradores en cuanto a plazas de trabajos, se otorga esa importancia a este arte poco reconocido. Plasmar la personalidad de la marca y hacer que formen parte de las tendencias de cuentas en Instagram no solo llamativas sino que creen contenido de valor y ganen ese reconocimiento que se logra con constancia en publicaciones.

CONCLUSIONES

Este proyecto muestra la importancia y la utilidad que se le puede otorgar a la ilustración en cualquier área que lo requiera, no sólo como la imagen de una marca, sino para poder crear contenido y llamativo que aporte a los usuarios en redes.

Mostrar que el proceso de la creación de un personaje ilustrado, requiere de muchas herramientas y la correcta aplicación de cada técnica es vital para lograr que dicho personaje capte y sobre todo comunique lo que se requiere, es de gran utilidad saber desde lo más básico como es dibujo artístico hasta el correcto uso de psicología del color, estas ciencias que a lo largo de la carrera hoy cobran más valor ya que sin estos fundamentos, lograr este proyecto no hubiera podido ser.

Hoy en día existen muchas marcas que tienen como personaje principal una ilustración ya sea en 2D o 3D y a la larga repercuten en la historia de las marcas. No cabe duda de que la ilustración está creciendo. En los últimos años, su uso en todos los medios se ha incrementado exponencialmente. En muchas campañas publicitarias, incluso vemos cómo la propia imagen de marca se presenta a modo de ilustración, algo que rara vez se veía durante mucho tiempo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que el uso del personaje sea únicamente para contenido informativo y exclusivo de la cuenta de Lilo Peluquería, el sinnúmero de contenido que se puede crear con el personaje es variable, ya que se puede usar para Tips, para datos informativos y a su vez poder crear contenido multimedia que en estos tiempos es un recurso muy empelado por cuentas en redes hoy en día.

Lo más recomendable es que, quien realiza la creación del personaje ilustrado, sea quien realice cambios (de ser necesario) y que no sea una persona ajena al proceso y a este proyecto quien lo use para otros fines. Sólo para contenido de Lilo peluquería, con el pasar del tiempo pueda ir incursionando en otras redes más interactivas es el propósito, de que incluso pueda ser un personaje animado, es lo que se busca más adelante, por el momento para darlo a conocer y que vaya tomando reconocimiento con sus clientes, mostrarlo como ese recurso de contenido.

En cuanto al software para hacer uso del personaje aparte de Adobe Illustrator, también podría ser opcional la aplicación de Pro-create, que en cuanto a su uso, es mucho más práctico y ofrece más variedades de pinceles para realizar trazos más libres y actualmente es muy usada por ilustradores nuevos en Instagram, pero esto como recomendación opcional, esto en el caso de que el personaje ya cuente con cambios realizados. Crear contenido multimedia con el personaje ilustrado se puede crear contenido de utilidad, ya sea en 2D o en 3D, publicidad animada, cortos animados con videos de tendencias, pero sobre todo poder usarlo para mostrar los servicios de Lilo peluquería para sus clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

El comercio (2016) *¿De dónde salió 'yo soy Máximo y aquí estoy'?*

www.elcomercio.com Consultado el 10 de Junio del 2021. Obtenido de:

Phhttps://www.elcomercio.com/afull/maximo-tucan-ecuador-unicef-campana.html

Francisca Quiroz (2015) *Una escultura de la icónica figura está instalada en el malecón Simón Bolívar Desde finales de 2013.*

https://www.eltelegrafo.com.ec Consultado el 18 de Junio del 2021 Obtenido de:

https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/GUAYAQUIL/1/JUAN-PUEBLO-ESA-ESTAMPA-QUE-NO-ENVEJECE#:~:TEXT=EL%20%C3%ADCONO%20ES%20UN%20PERSONAJE, JAIME%20SALINAS%2C%20ILUSTRADOR%20Y%20CARICATURISTA.

March Violante *10 personajes publicitarios famosos.*

Consultado el 10 de Junio del 2021. *Entrepreneur.com* Obtenido de:

https://www.entrepreneur.com/article/265155

Eugenia Santos Lagos (2015) *Historia En los últimos años la ilustración digital se ha convertido en una forma de arte emergente que utilizando las técnicas de la pintura tradicional.*

Slide player. Consultado el 10 de Junio del 2021. Obtenido de:

https://slideplayer.es/slide/5649086/

Recuperado de Enciclopedia de Historia (2019) *La Ilustración*

Consultado el 10 de Junio del 2021. Obtenido de:

<https://enciclopediahistoria.com/la-ilustracion/>

Blog La Escuela Profesional de Nuevas Teologías (2021) *Los 6 principios básicos del diseño*. Blog La Escuela Profesional de Nuevas Teologías Consultado el 10 de Junio del 2021. Obtenido de:

<https://www.cice.es/noticia/6-principios-basicos-diseno-grafico/>

Pablo Gondar (s/f) *Tipografía, jerarquía de contenido y contrastes tipográficos*

Creativos online.org. Consultado el 10 de Junio del 2021 Obtenido de:

<https://www.creativosonline.org/tipografia-jerarquia-de-contenido-y-contrastes-tipograficos.html>

Social mood (s/f) *La estructura perfecta de un post y tipos de posts*

40deFiebre.com Consultado el 10 de Junio del 2021. Obtenido de:

<https://www.40defiebre.com/estructura-perfecta-post-tipos>

Martha García (2018) *Las ilustraciones flat, o planas, se insertan con gran éxito en el mundo del diseño web*.

Esdesingbarcelona.com Consultado el 21 de Junio del 2021

Obtenido de: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/que-son-las-ilustraciones-flat-y-que-quieren-expresar#:~:text=Las%20ilustraciones%20flat%2C%20por%20otra,las%20funcionalidades%20de%20cada%20uno>.

Blog Arte rocket (s/f) *Paletas de color para ilustración profesional*

ClipStudio.com Consultado el 21 de Junio del 2021. Obtenido de:

<https://www.clipstudio.net/aprende-a-dibujar/archives/159422>

Estuardo Santos Blog de respuestas (2018) *¿Cómo hago para saber el código pantone de un color en Illustrator?*

Platzi.com Consultado el 19 de Junio del 2021. Obtenido de:

<https://platzi.com/discusiones/1130-illustrator/28612-como-hago-para-saber-el-codigo-pantone-de-un-color-en-Illustrator/>

MSc. Samaniego López Mariela Verónica (2019) *GUÍA DE TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN DE PERSONAJES MANGA Y ANIME MEDIANTE COLECCIÓN EDITORIAL DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE DISEÑO.*

<http://dspace.unach.edu.ec> Consultado el 19 de Junio del 2021 Obtenido de:

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5962/1/UNACH-EC-FCEHT-DS%C3%91-GRF-2019-000012.pdf>

Universidad Nacional de Colombia (2011). *Morfología en la ilustración*

<http://dipacho.blogspot.com> Consultado el 21 de Junio del 2021

Obtenido de:

<http://dipacho.blogspot.com/2012/06/morfologia-en-la-ilustracion.html>

G-Tech Design (s/f) *¿Qué es y cómo se aplica la regla de los tercios en diseño gráfico?*

gtechdesign.net. Consultado el 21 de Junio del 2021.

Obtenido de:

<https://gtechdesign.net/es/blog/que-es-y-como-aplicar-la-regla-de-los-tercios-en-diseno-grafico>

Sara Leblanc (s/f) *Conoce los diferentes tipos de ilustración digital que debes conocer*

mott.pe Consultado el 21 de Junio del 2021 . Obtenido de:

<https://mott.pe/noticias/cuales-son-los-tipos-de-ilustracion-digital-que-debes-conocer/>

Nancy Skolos (2012) *El proceso del diseño gráfico Del problema a la solución 20 casos de estudio*. Primera Edición Art Blume, SL.

Anexos

Anexo 1:

Carta de autorización

Guayaquil 16 de marzo, del 2021

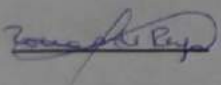
Carta de autorización en el desarrollo de la tesina

Propietaria de Peluquería "Lilú"
Rocio Alcivar Chancay

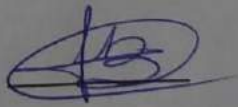
Yo Rocio Alcivar Chancay con numero de cedula #0907229041, propietaria de peluquería "Lilú", autorizo a Ailyn Lilliana Alcivar Barreto con número de cédula #0931818702 estudiante de la carrera de **Diseño Gráfico y Multimedia del Instituto Tecnológico de Formación** a utilizar el nombre de peluquería "Lilú", para el proyecto de tesis con el tema "**Creación de personaje para la difusión en redes sociales de la peluquería Lilú, en la ciudad de Guayaquil.**"

Previo a la obtención del título de *Tecnología Superior en Diseño Gráfico y Multimedia.*

Atentamente,



Propietaria "Lilú"
#0907229041



Ailyn Alcivar Barreto
Estudiante



● **Mar-Sab**

● **9:30am-
5:30pm**

● **Previa
cita**

**Separa tu cita
con nosotros!**

2-388964

Anexo 7 Aplicación de publicidades en el feed de Lilu Pelqueria

← lilupeluqueria20... 🔔 ⋮

keratina
bótox capilar... más
wa.link/8wn9p9
Urdesa central Guayacanes 117 entre balsamos y circunvalación sur, Guayaquil, Ecuador
Le siguen **carolinavh21** y **g_sandoya**

Sigue... ▾ Enviar m... Contactar ▾

servicios mi cabello 🧡 Maquillajes 💋 Rubias

📅 🎬 ⌚ 📷

¿Matizante usar para tu tono de cabello?

Conoce nuestros nuevos horarios

