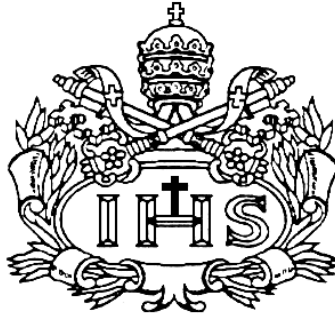


**PARÁMETROS ESTRUCTURALES  
DE DISEÑO DE PERSONAJES**



**AUTOR**

**Iván Darío Botero Rodríguez**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL  
Bogotá D.C.  
2011**

**PARÁMETROS ESTRUCTURALES  
DE DISEÑO DE PERSONAJES**



**AUTOR**

**IVÁN DARÍO BOTERO RODRÍGUEZ**

**Presentado para optar al título de Diseñador Industrial**

**DIRECTOR**

**ANDRÉS PÁEZ**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE DISEÑO INDUSTRIAL  
Bogotá D.C.**

### **Artículo 23 de la Resolución N° 13 de Julio de 1946.**

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velará por qué no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y por que las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien se vea en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

# 1 TABLA DE CONTENIDO

2	TEMA ESPECÍFICO .....	11
3	OPORTUNIDAD DE DISEÑO.....	11
4	PROBLEMÁTICA .....	11
5	JUSTIFICACIÓN.....	12
6	OBJETIVO GENERAL.....	13
7	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	13
8	LIMITES .....	13
9	ALCANCES.....	14
10	USUARIO OBJETIVO .....	14
11	ANÁLISIS DE MERCADO .....	14
12	INTRODUCCIÓN A LOS PARÁMETROS ESTRUCTURALES DE DISEÑO.....	15
13	PARÁMETROS ESTRUCTURALES .....	20
14	CASOS DE ESTUDIO .....	27
15	BIBLIOGRAFÍA .....	32



## **2 TEMA ESPECÍFICO**

Desarrollo de personajes en un contexto comunicativo visual, vistos como herramienta fundamental para la transmisión de un mensaje.

## **3 OPORTUNIDAD DE DISEÑO**

El proyecto surge como una oportunidad de diseño en el campo comunicativo visual, este se desarrolla debido a que actualmente la comunicación narrativa se ha visto remplazada en gran medida por la comunicación visual. Hoy en día es esta comunicación la que permite a los proyectos visuales, recrear con exactitud lo que anteriormente solo se encontraba en la imaginación del autor; y así mismo le brinda al público la posibilidad de sumergirse en nuevas realidades fantásticas, logrando así una mayor afectación a nivel global.

Desde el punto de vista narrativo el personaje es el principal transmisor de una historia; pero debido al cambio que ha ejercido la comunicación visual en éstas, la concepción de este personaje ya no depende de la percepción individual del receptor sino de una percepción colectiva. Esto se debe a que desde el primer momento en que se le presenta la historia al receptor, el personaje ya cuenta con características físicas, comportamentales y culturales definidas, lo cual permite al receptor enfocarse en lo que se le está comunicando y al autor de la historia, transmitir un mensaje mucho más directo y eficiente hacia el público.

Debido a lo anterior, la oportunidad de diseño se encuentra en mejorar el proceso creativo de los personajes, para que estos sean concebidos teniendo en cuenta todos los elementos que lo configuran, entre ellos su función, su contexto y el público receptor, todo esto para lograr una transmisión del mensaje más precisa.

## **4 PROBLEMÁTICA**

¿Como puede ser el Diseño la herramienta adecuada para mejorar y hacer más eficiente el proceso de creación de personajes y aumentar su efectividad en el campo de la comunicación visual?

## 5 JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que actualmente la comunicación visual es un proceso que se encuentra presente en los ámbitos cotidianos del ser humano sin importar sexo edad o cultura y que se está presentando un nivel de crecimiento bastante grande en ésta área, considero que el campo del Diseño Industrial es el adecuado para desarrollar una herramienta que optimice y haga eficiente el diseño de personajes y la información que se pretende transmitir a través de estos.

Debido a que el Diseñador Industrial cuenta con un amplio conocimiento en actividades proyectuales que involucren el análisis de un contexto, un usuario y una necesidad u oportunidad con el fin de hacer una intervención (producto) que mejore la calidad de vida del ser humano, considero que este mismo conocimiento puede ser aplicado a un campo visual ya que lo relevante es que el diseñador industrial cuenta con la percepción para analizar estos factores y emplearlos para lograr la creación de unos parámetros estructurales de diseño como los que se pretenden desarrollar en el proyecto.

Considero que actualmente tanto la falta de información frente al tema de creación de personajes como los aspectos que influyen en la creación de estos, ocasionan fallas en el desarrollo de los proyectos, puesto que el proceso de creación de los personajes toma mucho más tiempo del previsto y existen varios aspectos que deben ser tomados en cuenta por el diseñador para hacer este proceso mucho más eficiente antes de iniciar el diseño del personaje, aumentando la efectividad en la comunicación del mensaje.

Por esta razón, para el éxito de este proyecto, es fundamental que estos parámetros estructurales de diseño contemplen en sus estudios, los tres factores mencionados anteriormente:

- El contexto: Es decir el canal, como el medio de comunicación en el que se transmite la historia. Y también hace referencia al ambiente de la historia.
- El usuario: El tipo de receptor hacia el cual va a ir dirigida la información. Este se debe identificar, relacionar y sentirse familiar con el personaje.
- La necesidad u oportunidad: Es decir la información específica que se le quiera transmitir al receptor por medio del personaje.

Este estudio será una valiosa herramienta para quien quiera desarrollar personajes, en la medida en que le permitirá reconocer fácil y rápidamente los factores pertinentes que debe tener en cuenta para el desarrollo de estos. Estos factores definirán las características visuales que le permitirán al público identificarse con el personaje y

permitir una mejora funcional, ya sea esta de carácter comunicativo o de impacto visual<sup>1</sup>.

## 6 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar parámetros estructurales necesarios para el desarrollo y configuración de personajes a partir de sus características teniendo en cuenta la afectación que éstos generan en los medios de comunicación visual, entendiéndolos como un producto en el campo visual.

## 7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evidenciar el análisis del contexto, el usuario, y la necesidad en el desarrollo del método.
- Determinar los aspectos fundamentales que se deben tener en cuenta, en el proceso creativo de un personaje.
- Verificar mediante casos de estudio, cómo la optimización del proceso creativo de personajes influye en la comunicación visual.

## 8 LIMITES

- Existe una limitación geográfica, ya que aunque los personajes se desarrollan a nivel global únicamente se tomarán como referencia casos de estudios y entrevistas a nivel local (Bogotá).
- El proyecto está enfocado únicamente hacia los personajes en el campo visual, puesto que el campo literario no tiene ninguna pertinencia desde el diseño industrial.
- Los parámetros a proponer no pretenden enseñar a dibujar sino estructurar las bases para diseñar personajes.

---

<sup>1</sup> Hedgpeth Kevin & Missal Stephen. Exploring Character Desing, Ed. Thomson. Canada, 2006.

## 9 ALCANCES

- Establecer parámetros estructurales de diseño de personajes, basándose en estudios anteriores.
- Realizar tres estudios de caso y a partir de estos enriquecer los parámetros ya establecidos.

## 10 USUARIO OBJETIVO

Personas entre 25 y 35 años que estén interesadas en la industria del entretenimiento y cuenten con alguna de las siguientes características:

- Estudiantes universitarios o que acabaron el bachillerato y planean hacer una carrera en alguno de los múltiples campos visuales artísticos.
- Artistas de diversas disciplinas tales como ilustración, comic o novelas graficas, diseño de videojuegos y animación.
- Individuos trabajando por ellos mismos hacia un enfoque profesional.

Los parámetros serán planteados sin ningún enfoque particular de carrera ya que el espectro de personas que pueden llegar a hacer uso de estos es muy amplio. Esto, debido a que cualquiera con una modesta habilidad de expresión física, ganas y curiosidad podrá utilizarlos para convertirse en un diseñador de personajes exitoso.

## 11 ANÁLISIS DE MERCADO

Actualmente, el mercado global de la industria de entretenimiento y medios (E&M) presentará un crecimiento general anual de 5.0% compuesto en el periodo 2010-2014, donde América Latina, es la región que presentó una evolución más acelerada durante el periodo pronosticado, con una tasa anual compuesta de crecimiento de 8.8% durante los próximos cinco años, es decir, para llegar a 77,000 millones de dólares en 2014.<sup>2</sup>

Hoy en día la transformación digital que se está presentando ha provocado la fragmentación de la audiencia a niveles nunca antes vistos; de esta forma los consumidores experimentan los nuevos medios con una rapidez asombrosa. El sector

---

<sup>2</sup> <http://eleconomista.com.mx/industria-global/2010/06/15/preven-crecimiento-5-industria-entretenimiento>

de los medios de comunicación se modifica por la expansión de internet, la aparición de múltiples canales y la implantación acelerada de las tecnologías digitales.<sup>3</sup>

Acompañado del crecimiento en la industria del entretenimiento se presenta un crecimiento proporcional en cuanto al diseño de personajes y la interacción de estos con la audiencia. Por esta razón, se hace mucho más necesario que los diseñadores cuenten con herramientas que les faciliten el desarrollo de estos, ya que de esto dependerá el éxito de sus proyectos.

## 12 INTRODUCCIÓN A LOS PARÁMETROS ESTRUCTURALES DE DISEÑO

Para comprender de donde surgen los parámetros estructurales que se deben tener en cuenta para el diseño de personajes, es necesario hacer énfasis en tres temas fundamentales; estos son: Historia de la comunicación, diseño de personajes, y métodos de diseño.

### Historia de la comunicación

A lo largo de la historia los seres humanos como especie nos hemos caracterizado por tener la constante necesidad de investigar, conocer y obtener información, ya sea creada, expresada o transmitida por otros, por tal motivo hemos abogado por la creación de procesos conceptuales al igual que la búsqueda y obtención de información para alcanzar este fin<sup>4</sup>.

Sin duda alguna la complejidad en nuestra comunicación es una de las habilidades que caracteriza al ser humano, y seguramente la manera más común de relacionarnos y conocer el mundo que nos rodea, ha sido a través de relatos o historias<sup>5</sup>. Entendiendo como relato la simple narración de hechos con un determinado propósito.

Esto se hace evidente en la antigüedad si observamos a los mayas y a los egipcios; los cuales creaban relatos míticos de sus deidades, en los que mediante la exageración de características buscaban una identificación generalizada.

Para ellos, el canal de transmisión de la historia era directo; sin embargo ya que la forma de transmitirla era oral, dependía de la habilidad del transmisor para expresar el

---

<sup>3</sup> Matilla Eduardo, Artículo de la Sociedad de la Información de Telefonica. Marzo 2008

<sup>4</sup> Los Medios de Comunicación frente a la Revolución de la Información. - Nhuna Daiana Jiménez J.

<sup>5</sup> Historias y Estereotipos. - Robyn Quin y Barrie McMahone (pág. 16)

ambiente físico de la historia, pero la interpretación del relato se encontraba sujeta a la imaginación del receptor y en muchos casos el relato perdía el significado original y el impacto.

Debido a la falta de impacto, el relato encontró un canal mucho más visual que conocemos como el teatro. En este, los personajes eran representados por actores reales, y aunque esto permitía que existiera un vínculo mayor entre los actores y el público, el ambiente de la historia se veía limitado por los efectos visuales de la época.<sup>6</sup>

En la actualidad contamos con infinidad de herramientas que nos permiten darle vida a estas historias tal y como las imaginamos sin embargo, la representación visual de los personajes aun depende de la persona que este encargada del diseño de estos, por esto es importante aprovechar al máximo la función y cualidades del personaje para que logre trascender la imaginación del espectador.

### Conclusión

A través del breve recorrido histórico de la comunicación realizado anteriormente, se pretende enfatizar en tres puntos: El primero se refiere a la evolución que ha tenido el proceso de comunicación a través de la historia; y como, esta evolución permite cada vez más que el enfoque visual adquiera un mayor grado de implementación en este proceso. Esta misma evolución es la que da paso al segundo punto, ya que permite que a través de la completa visualización de la historia se perciban distintas emociones, las cuales generan un mayor acercamiento del público. Y finalmente el tercer punto se refiere al momento actual que atraviesa la comunicación; en el cual se debe lograr la integración de todas las herramientas y recursos para generar resultados más satisfactorios.

### Diseño de personajes

Cómo se mencionó anteriormente, el ser humano se ha valido de procesos narrativos para transmitir las experiencias, estos procesos cuentan con personajes reales o imaginarios. Estos personajes han ido evolucionando con el fin de adaptarse a las distintas realidades sociales, culturales, geográficas, políticas y religiosas en las que habita el ser humano. Es por esto que en la actualidad vemos como un universo de personajes virtuales bombardean nuestra sociedad, a través de los distintos medios de comunicación como cine, televisión, video juegos, internet, etc.

Desde el punto de vista social, los personajes han sido utilizados como el medio por el cual el ser humano tiene la posibilidad de romper barreras culturales y emocionales; esto se genera, bien sea al lograr una interacción de forma sencilla entre el personaje y el receptor (Juan Valdez, Ronald McDondald), o a vincular varios individuos a través de

---

<sup>6</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro#Otros\\_elementos](http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro#Otros_elementos)

la relación entre personajes creados por ellos (Second Life, Los Sims y otros juegos de rol masivos).

El personaje es una entidad individual y puede estar derivado de una historia o en algunos casos simplemente ser la representación gráfica de una idea caracterizada. Estos son el conductor principal en cualquier relato narrativo porque por medio de ellos se experimenta toda la ficción que se encuentra detrás de la narrativa, ya que al ser estos los principales medios de transmisión, son los que brindan las pistas claves, que permiten al receptor comprender el desarrollo de la historia y la correcta interpretación de la información que se pretende transmitir. De cualquier forma, el ser humano se vincula a estos de manera emocional en la medida en que un personaje es la representación idealizada de una personalidad humana.

Para poder representar un personaje es necesario contar con una descripción de algún tipo, esta puede ser derivada de una historia o de la creación de un perfil individual. Lo fundamental es mostrar todos los rasgos inherentes del personaje para evidenciarlos en su apariencia física de forma exagerada o estereotipada, de este modo las características serán percibidas por el público de una manera idealizada.

Para comprender como se percibe un personaje es necesario hablar acerca de los arquetipos. Estos “son imágenes simbólicas percibidas en el inconsciente colectivo”<sup>7</sup>. Según Carl Jung, la mente humana posee una estructura universal por naturaleza. En su teoría expresa que el ser humano comparte un inconsciente colectivo que posee formas preexistentes, estas se dirigen a la mente individual y se revelan en símbolos. El llamó a estos símbolos arquetipos y afirmó que estos, “se encuentran inherentes en la naturaleza, dándole forma a esta y a la mente humana.”<sup>8</sup> Las figuras arquetípicas permiten representar de forma visual un personaje que transmita un mensaje de forma colectiva pero que a la vez, cada individuo perciba la misma información o misma generalidad.

Para la representación del personaje, el arquetipo es visto como el modelo o la forma original desde la cual se va a desarrollar en detalle. Es importante utilizar aspectos de cultura y tradición ya que esto influye en el inconsciente colectivo del público.

Finalmente en la representación de los personajes vemos que existe una segmentación de estilos, esto se da por imitar repetidamente el mismo estilo de representación o por tratar de diferenciarlo de forma extrema perdiendo en algunos casos la funcionalidad. Es importante tener en cuenta el contexto proyectual ya que el personaje se va a ver directamente afectado por todos los factores que involucran al proyecto. Como ejemplo de esto se puede hacer referencia a “Bolívar el Héroe”, producción colombiana que buscaba contar la historia de Simón Bolívar desde un contexto fantástico que fuera atractivo para la audiencia infantil. Para esta producción se utilizó un estilo de representación visual llamado “anime” procedente del Japón; sin embargo,

---

<sup>7</sup> Hedgpeth Kevin & Missal Stephen. Exploring Character Desing, Ed. Thomson. Canada, 2006, pag 32.

<sup>8</sup> Hedgpeth Kevin & Missal Stephen. Exploring Character Desing, Ed. Thomson. Canada, 2006, pag 33.

no se tuvieron en cuenta los costos que implicaba animar en esta técnica y con el presupuesto que se tenía no se lograba obtener la calidad requerida para una producción de este tipo. Como consecuencia de lo anterior, los personajes se encontraban en ambientaciones pobres y se percibían extraños y ajenos a la realidad del público colombiano, por lo que esta producción no logró vincular a la audiencia y resultó ser uno de los mayores fracasos cinematográficos de Colombia.

### Conclusión

Al realizar un recorrido por el tema del “personaje”, se ve la influencia de estos en el proceso de transformación de nuestra sociedad como también las mejoras que han generado en nuestros procesos de comunicación e incluso de interacción. A partir de lo anterior, surge la duda de saber si somos capaces de reconocer este proceso de generación espontánea de personajes como el resultado de un estudio metódico de la sociedad y de nuestros procesos comunicativos o si sencillamente es el resultado de un proceso de selección virtual, entendiéndolo por esto que algunos personajes sobreviven en el tiempo por características que en la actualidad no han sido estudiadas, y otros desaparecen al no generar la recordación esperada.

Como ya se ha mencionado anteriormente, debido a la importancia del papel que desempeña el personaje en cualquier proyecto, no se debe dejar al azar la posibilidad de una distorsión en el mensaje ocasionado por la deficiente representación visual de este. Por esta razón, nace la necesidad de involucrarse en el proceso de creación de personajes para mejorar el vínculo interactivo entre estos y la audiencia.

### Métodos de diseño

Comúnmente, los métodos que han trabajado el diseño en general, son documentos anticuados que no contemplan el trabajo interdisciplinar y consideran que todo el proceso debe ser realizado por el diseñador. Generalmente se creía que una metodología era la suma de ciertos factores específicos que al integrarlos siempre daban un mismo resultado, pero la limitación de un método no permite abarcar todos los canales de comunicación en los cuales se pueden desenvolver los personajes.

Por esta razón me baso en la Ingeniería Concurrente para afectar el proceso de diseño ya que esta es una “filosofía orientada a integrar sistemáticamente y de forma simultánea productos y procesos con el fin de considerar desde un principio todos los elementos del ciclo de vida de un producto, desde la concepción inicial hasta su disposición final.”<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Sepulveda S. Juan, "Métodos y aplicaciones de ingeniería concurrente: proposición de investigación y desarrollo", Santiago, universidad de Santiago, Chile, 1994.

Con lo anterior se pretende:

- Acortar los tiempos de desarrollo de los productos.
- Elevar la productividad.
- Aumentar la flexibilidad.
- Mejor utilización de los recursos.
- Generar productos de alta calidad.
- Reducción en los costos de desarrollo de los productos.

Esto se puede aplicar al diseño de personajes en la medida que el diseñador reconozca que debe trabajar de forma multidisciplinar con los otros departamentos que se encuentren involucrados en el proyecto, puesto que aunque la función principal sea la de enfocarse en el personaje, contemplará todos los factores que influyan en el aspecto visual del personaje.

### Conclusión

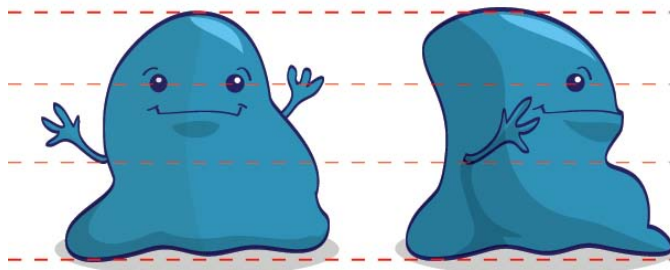
Como conclusión de lo anterior, la idea principal no es generar un método que pueda limitar el proceso creativo de un personaje sino que por el contrario, se establezcan unos parámetros estructurales que permitan al usuario dar una visión de la totalidad de los factores a contemplar a la hora de diseñar un personaje.

## 13 PARÁMETROS ESTRUCTURALES

Los parámetros estructurales están divididos en cuatro fases, desde la concepción hasta el producto finalizado. Estas son: Planteamiento, Conceptualización (esquema básico), Síntesis, Estilo y Refinamiento. (Ver anexo Mapa de Parámetros Estructurales)

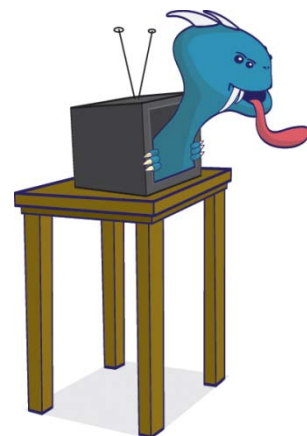
1. **Planteamiento:** La fase de planteamiento busca hacer una investigación donde estén contenidos los aspectos determinantes que van a definir al personaje. Estos se encuentran divididos en cuatro partes:

- 1.1 **Planificación:** Lo primero que se debe tener en cuenta antes de empezar a trabajar es determinar el tipo de proyecto y los personajes que se van a ver involucrados en este. En algunos casos no es necesario que un personaje tenga una historia con antelación. Por ejemplo si se va a diseñar un personaje para una imagen corporativa este puede no tener una historia específica, sin embargo es importante realizar un documento, con el fin de aclarar las características más relevantes que se pretenden transmitir por medio del personaje.



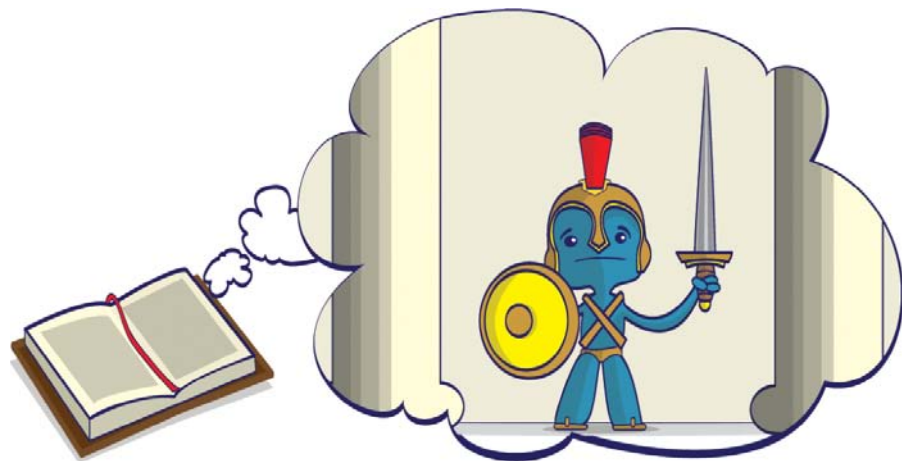
- 1.2 **Relación Contextual:** Se refiere a la influencia de los factores externos y ambientales que afectan de alguna manera el personaje. Esta fase se encuentra dividida en Proyecto y Contexto Histórico.

- 1.2.1 **Proyecto** es entendido como el medio de comunicación a través del cual será narrada la historia. En este punto inicial, el diseñador debe considerar las relaciones que se tienen con los otros departamentos involucrados en el proyecto y los requerimientos de este (animación, modelado 3D, composición de video etc). Establecido lo anterior, se determinan los factores que influirán en el



personaje. Otro factor fundamental a considerar es qué recursos económicos se cuenta, ya que la complejidad del personaje se ve sujeta al grado de aplicaciones funcionales que se le puedan dar.

- 1.2.2 *El contexto Histórico* se refiere al escenario y a la época donde se desarrollan los hechos que ocurren dentro de la narrativa. (cultura, vestuario, ubicación geográfica, herramientas etc.). Sin embargo, hay que tener en cuenta que al igual que el contexto, el personaje también cuenta con una cultura y una historia específica; esto se refiere al conjunto de comportamientos sociales y sus contrapartes físicas de un agente en particular (vestimenta, comportamiento, comunicación, moral, ambiente etc.)

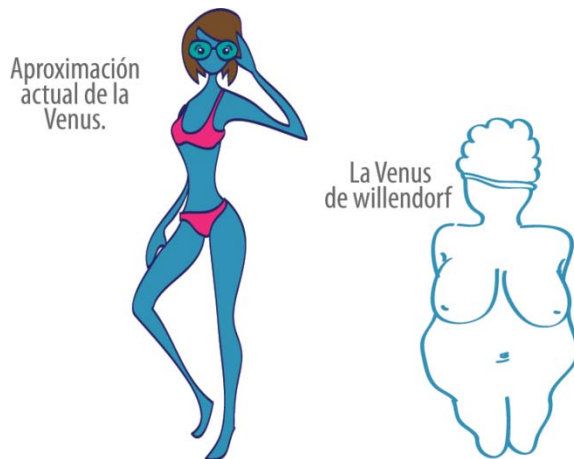


- 1.3 *Recursos Visuales*: Buscar estos recursos visuales es una experiencia necesaria en el proceso creativo de un personaje, para poder entender los aspectos culturales e históricos que influyen en su conceptualización. Este es un paso preliminar que hace que el resultado sea muy satisfactorio, ya que entre más información se obtenga y se dedique tiempo a investigar, mayor será el acercamiento del diseñador a crear algo novedoso y de la audiencia a vincularse emocionalmente con la historia. Existen categorías a partir de las cuales se pueden encontrar gran variedad de recursos, estas son:



- 1.3.1 *Literatura:* Novelas y pequeñas narrativas tienen la habilidad de expresar con gran cantidad de detalles, el perfil psicológico de los personajes, descripciones completas del ambiente contextual, historia y rasgos sociales. Entre estas historias se encuentra el amor, odio, celos, crimen, guerra, heroísmo, componentes sobrenaturales y muchas otras pasiones las cuales son muy atractivas para el diseñador.
  - 1.3.2 *Personajes Reales:* A partir de esta categoría se pueden abstraer infinidad de ideas como posible material base para el diseño de personajes; puesto que estos además de brindar en gran detalle referentes históricos, existe también bastante información de las características psicológicas y de la percepción de las personas acerca de estas. Algunos nombres al azar que permiten ver la cantidad de posibilidades existentes son: Gandhi, Alejandro Magno, Atila, Jack el Destripador y Simón Bolívar.
  - 1.3.3 *Literatura Científica:* Se refiere a los grandes estudios, documentos, libros y notas que cubren la exploración humana del universo. La ciencia tiene la virtud de ser categorizada con mayor facilidad que las anteriores categorías ya que todos los argumentos teológicos y metafísicos tienen diagramas puntuales que les permiten ser considerados como referencia visual.
  - 1.3.4 *Cultura Popular:* Le brinda al diseñador, referentes visuales de un área geográfica específica, teniendo en cuenta los referentes fundamentales de moda, costumbres y tradición. Los iconos populares del entretenimiento se encuentran en contextos visuales llamativos y sus estilos de vida aportan ideas interesantes para el desarrollo de personajes.
- 1.4 **Caracterización y Definición del Concepto:** Todo personaje debe tener una personalidad propia que defina sus acciones y sus funciones. Esta se verá

reflejada en la apariencia visual y en los rasgos físicos. Para establecer una caracterización se debe escoger el concepto inicial de la personalidad del personaje utilizando estereotipos (arquetipos) para construir la base. Y, luego se deben definir los elementos simbólicos que permitan identificar al personaje como tal, estos son definidos como implementos personales; entendiendo por esto cualquier artículo o herramienta que ayude a darle una identidad propia al personaje.



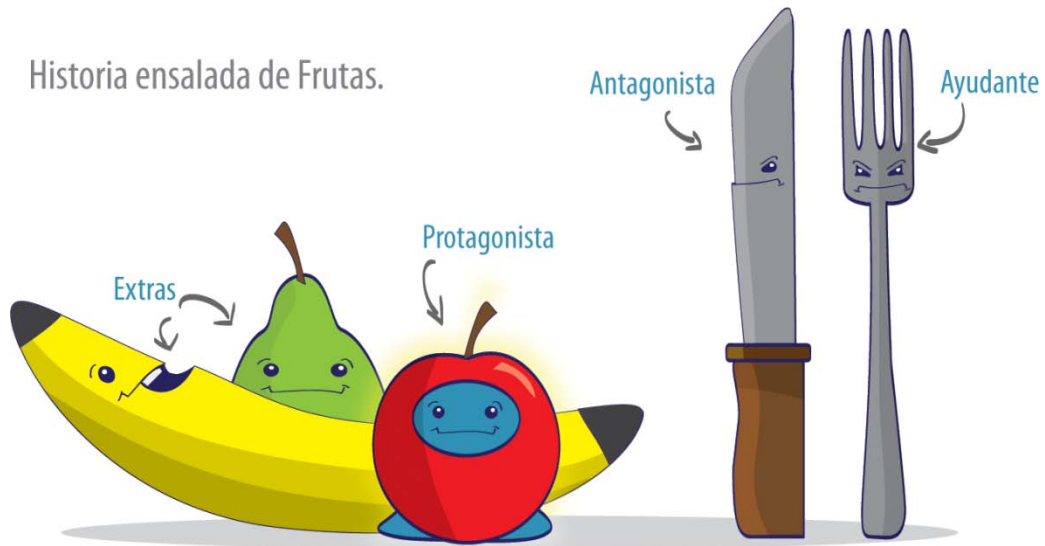
Caracterizar consiste en estereotipar los elementos físicos, emocionales y culturales, esto permite utilizar elementos gráficos puntuales, los cuales aportan pistas que determinan la apariencia visual del personaje con lo que se logra estimular el reconocimiento de la audiencia.

Para definir el concepto se debe realizar un perfil del personaje donde se defina el mensaje y características emocionales que se quieren transmitir a través de este. Por otro lado se debe establecer la descripción del personaje basándose bien sea en una referencia histórica o en un perfil propio enfocado hacia el proyecto.



Otro factor a tener en consideración son los tipos de personaje, estos están definidos por su rol en la historia y son catalogados como: Protagonista, antagonista, ayudante y extras quienes enriquecen el ambiente. Igualmente, estos pueden tener referencias comportamentales y aspectos físicos de acuerdo a las experiencia humana con el entorno.

## Historia ensalada de Frutas.



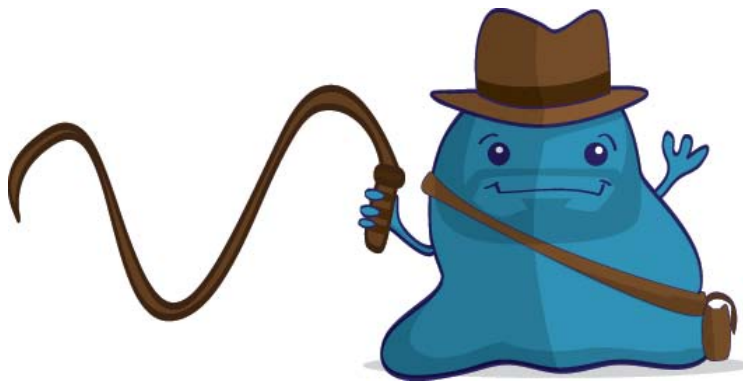
2. Conceptualización (esquema básico): La conceptualización en el diseño de personajes, se refiere al proceso donde las ideas y las imágenes que se adquirieron en el *planteamiento* se articulan para ser expresadas gráficamente. Actualmente existen diversas herramientas de expresión grafica que permiten al diseñador comunicar lo que se quiere visualizar, por esta razón no debe haber una limitación únicamente al dibujo sino se debe utilizar en lo posible, todas las herramientas necesarias que permitan elaborar un esquema básico del personaje de la manera más completa posible. En este punto el diseñador debe crear la forma completa del personaje y a la vez, determinar su anatomía, proporción, movimientos, acciones y comportamientos en general.
  - 2.1. *Métodos de Ensamble*: Es necesario bocetar para dar forma, ya que sin bocetos exploratorios no habrá retroalimentación visual de ideas para trabajar. Por esta razón, sin importar de que manera defina el diseñador el esquema básico (sea este bidimensional o tridimensional), existen dos métodos de ensamble para logra el primer acercamiento acertado del personaje. Estos son: Boceto de expresión y boceto modular. En el primero lo importante es que rápidamente se pueda logra una técnica suelta orientada en la pose, la cual brinda una insinuación esquelética y una acción rápida del personaje. En el segundo, se busca simplificar las partes fundamentales de la anatomía del cuerpo para que puedan ser fácilmente modificadas y ensambladas en diferentes configuraciones. La idea es hacer un híbrido de estas dos técnicas, con lo cual se puede llegar a construir cualquier estilo de personaje.



3. **Síntesis:** Síntesis se refiere a “la combinación de elementos separados para formar un individuo coherente”<sup>10</sup>. Cuando se habla de elementos separados, se refiere a todos los componentes que se relacionan con el diseño de un personaje. Las categorías son las siguientes en el caso que se necesiten:

Anatomía – Elementos robóticos o mecánicos - Elementos biológicos – Texturas – Superficies – Color – Escala – Proporción –Vestuario – implementos personales – Género

A partir de la correcta composición de los elementos nombrados anteriormente se puede llegar a la composición final del personaje.

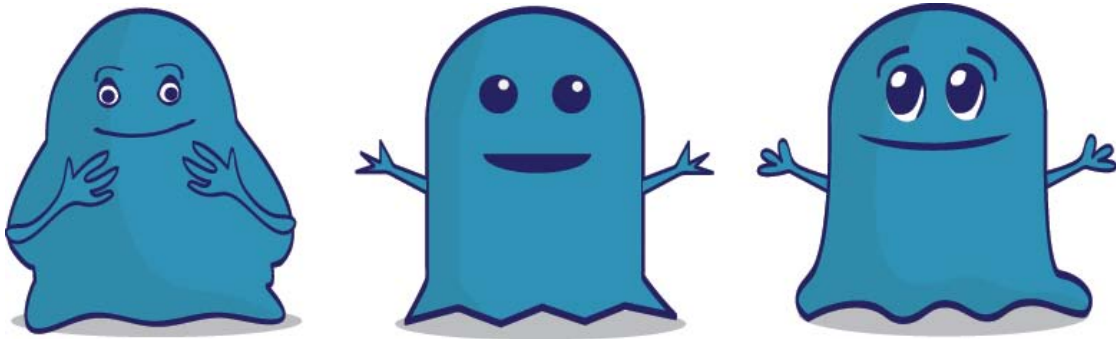


Indiana Jones no es nadie, sin su látigo y su sombrero.

4. **Estilo:** El estilo está ligado a nuestra cultura por medio de características de moda. En lo que se refiere a diseño de personajes, el estilo describe la línea grafica del personaje y la manera visual en la que está descrito. Dependiendo del proyecto, la estética puede estar definida con anterioridad y solamente es necesario adecuar el personaje a esta estética; pero en otros casos, a partir de esta exploración de estilo puede nacer el arte conceptual de todo el proyecto. El estilo del personaje se ve reflejado mediante las formas, líneas, superficies, simetría, repetición y contraste o

<sup>10</sup> The American Heritage Illustrated Encyclopedic Dictionary, California, 2005.

afinidad con las que se le represente. Estos subsistemas se combinan como componentes claves en la creación visual del personaje.



Finalmente, es importante destacar que es fundamental usar el mismo estilo de representación para todos los personajes que se vean involucrados en un mismo proyecto. Y aunque este estilo se vea influenciado por el rol del personaje en la historia, se debe mantener una afinidad con todo el contexto.

5. **Refinamiento:** El refinamiento ocurre en el momento en que el render del personaje es finalizado. En este punto debe existir una exploración gestual y de postura, donde se muestre el personaje desde distintos ángulos, para luego dar lugar al proceso de retoque donde se arreglan detalles de textura y color y en caso de ser necesario, el personaje se ajusta al contexto del proyecto; en otras palabras, se adecua para funcionar en diferentes aplicaciones de formato.

En este punto pueden intervenir los otros integrantes del proyecto y se les entrega de forma gráfica el modelo detallado del personaje finalizado.



## 14 CASOS DE ESTUDIO

Los casos de estudio mostrados a continuación, se plantearán acorde a los parámetros estructurales establecidos anteriormente. Esto con el fin de evidenciar con mayor claridad el proceso que tuvo la realización del proyecto junto con sus aciertos y fallas en cada fase.

Caso #1

### **Artesano: Alimentos para la Imaginación**

*Alimentos Artesano es una empresa colombiana que diseña, produce y comercializa con base en ingredientes orgánicos y naturales, desarrolla productos con concepto, rescatando tradiciones y cultura a través de la alimentación, basándose en el desarrollo de tres pilares fundamentales: La empresa, La Comunidad de Empresas Artesano y los Consumidores.*

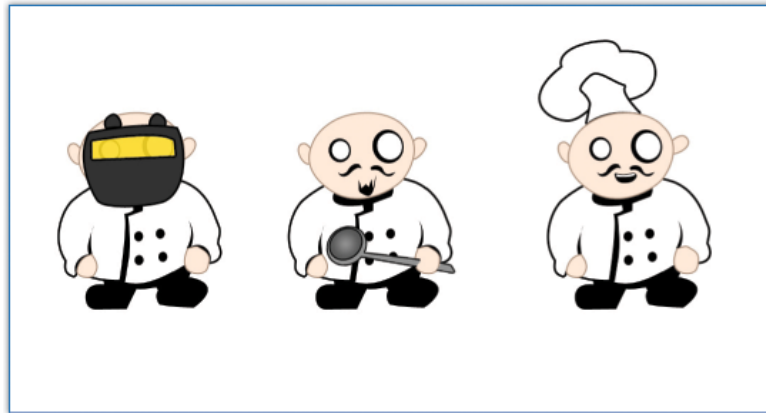
**Planteamiento:** Al iniciar el proyecto, el cliente pensaba en desarrollar un sitio web que evidenciara los conceptos manejados por la empresa de una forma clara y en la que pudiera vincular de forma familiar a los consumidores con los servicios ofrecidos por ellos. La idea base era crear un mundo fantástico el cual tuviera como protagonista un diseñador de alimentos.

Este personaje no tenía una historia y no se le definió un perfil que lo ubicara en un contexto específico; por esta razón el diseñador asumió que el contexto sería una fábrica (contexto real de la empresa) lo cual influyó a la hora de representar el personaje ya que se utilizaron características formales que se limitaban a un espacio oscuro y cerrado. Sin embargo, lo que el cliente quería era que el contexto se desarrollara en un espacio abierto que mostrara un mundo fantástico y no un espacio cerrado.



Para el personaje principal se tenían definidas 3 características básicas que se debían percibir en este. De esta manera el personaje debía ser culturalmente reconocido, amistoso y profesional. Esto facilitó la representación visual del personaje puesto que enfocaba al diseñador a hacer uso de ciertos elementos arquetípicos que determinaron la apariencia del personaje.

**Conceptualización (esquema básico):** Al iniciar la fase creativa hubo fallas puesto que se perdió mucho tiempo trabajando en la finalización de un personaje sin antes haber hecho una exploración gráfica para definir un esquema básico con el cual el cliente pudiera darse una idea de la forma en la que se estaba estructurando el personaje y aceptar o no la propuesta.



**Síntesis:** Para hacer referencia a que en “Artesano” se estructuran y diseñan proyectos alimenticios, el personaje se creó a partir de figuras geométricas bien definidas y con el fin de compensar esta rigidez, se le agregaron características amistosas en cuanto a la paleta de color, y texturas planas y llamativas que contrastaran con el ambiente.



**Estilo:** A partir de tener establecido el personaje principal, este generó un estilo que fue la base para crear los demás personajes que le darían vida a este mundo fantástico. Cabe resaltar que al momento de diseñar los personajes femeninos existieron problemas de representación, ya que por miedo a perder el estilo geométrico que se había establecido anteriormente se dejó de hacer énfasis en las curvaturas típicas del género lo cual ocasionó que los personajes tuvieran características andróginas.



**Refinamiento:** Una vez establecido el proceso de creación de los personajes, se obtuvo como resultado el personaje parcialmente definido, por lo que el siguiente paso a proceder fue corregir detalles no relevantes y adaptar este personaje a diferentes posiciones requeridas por la página web y la imagen corporativa interna de “Artesano”.



## Caso #2

### Armando Paz: proyecto OEA

Este proyecto es una iniciativa de la Organización de los Estados Americanos y el Trust for the Americas que cuenta con el apoyo financiero de USAID. Tiene el propósito de prevenir la violencia entre las juventudes centroamericanas a través del diálogo social, el arte y los medios.

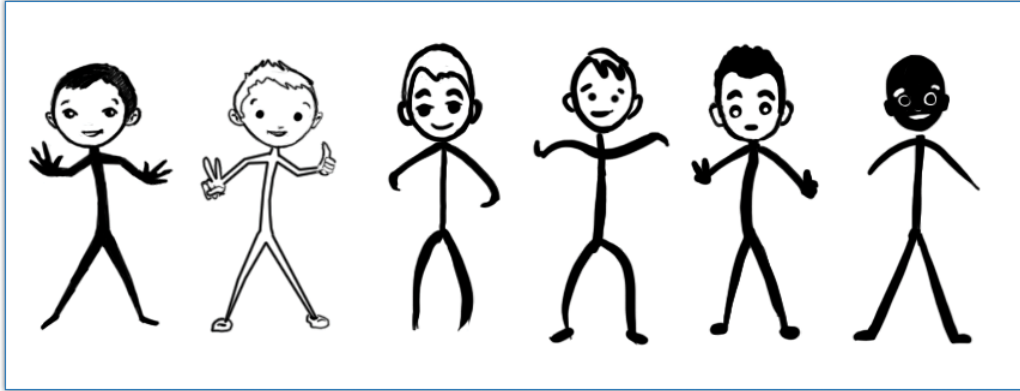
**Planteamiento:** La OEA pretendía por medio de un personaje sensibilizar a la población centroamericana en referencia a los grupos pandilleros y concientizar a los jóvenes por medio del dialogo social, el arte y los medios.

En principio, el cliente propuso que el nombre del personaje para el proyecto fuera Max Paz, sin embargo, el grupo de creativos involucrados en el proyecto, analizaron que ese nombre no establecía ningún vinculo entre el personaje y el público objetivo así que un nombre que generaba mas relación y concepto fue Armando Paz. Cabe aclarar que para este tipo de proyectos es fundamental nombrar al personaje ya que el público lo identifica como un ente individual.



Este personaje contaba con una historia muy bien definida; era un ex pandillero que no quería volver a la violencia y en cambio creía que la paz se podía “armar” con educación, con hábitos saludables, con honestidad y haciendo las cosas de la manera correcta. Debido a esta la primera exploración visual se basó principalmente en la historia del personaje. Lo que se pretendía expresar con esto era un ex pandillero amigable en un estilo de representación realista que rompiera el tabú ocasionado por los tatuajes en la región centroamericana. Sin embargo, se desconocían dos factores contextuales fundamentales para determinar la apariencia del personaje; el primero era que se desconocía el público objetivo (jóvenes centroamericanos) y el segundo era que el personaje requería de animaciones y el presupuesto para estas limitaba el nivel de detalle del personaje.

**Conceptualización (esquema básico):** Al hacer un breve análisis de la población objetivo se descubrió que estos serían más receptivos si se les presentaba un personaje con características más sencillas e ingenuas, ya que este sería aceptado por el público con mayor facilidad. En este punto se realizaron varias aproximaciones gráficas que permitieron lograr una aproximación bastante acertada a lo que sería el personaje definitivo.



**Síntesis:** Sin embargo, el personaje ya se veía demasiado simple y carecía de un simbolismo que lo identificara claramente, por esta razón se diseñó como implemento personal un lápiz mágico con el Armando redibuja un nuevo mundo en armonía.

**Estilo:** El estilo se vio definido bajo la condición de que tanto jóvenes como niños estuvieran en la capacidad de dibujar al personaje con facilidad. Una vez creado el personaje principal y de que este definiera la línea gráfica, nace su compañera “Amanda” con el fin de involucrar al género femenino en la campaña.



**Refinamiento:** Debido a que se tuvo en cuenta la animación para el video en la fase de creación del personaje, la adaptación de este fue mucho más sencilla y eficiente lo cual fue esencial ya que se contaba con muy poco tiempo para la entrega del proyecto.



## 15 BIBLIOGRAFÍA

- La cultura de la virtualidad real: la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia masiva y la emergencia de las redes interactivas (fragmento, pág. 327 a 364).
- Historias y Estereotipos. - RobynQuin y BarrieMcMahone.
- Los Medios de Comunicación frente a la Revolución de la Información. - Nhuna Daiana Jiménez J.
- Domínguez Figaredo, Daniel, 2007, *Devenir histórico de mitos y usos tecnológicos en educación a distancia: de la lectoescritura al e-learning*, Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 10. Temática Variada.  
Disponible en <http://www.cibersociedad.net>
- Charles S. Steinberg. Dr. en la Filosofía. Los medios de la comunicación
- Yolanda Villamizar de Camperos. Comunicación, Lenguaje y Pensamiento.
- [www.rae.es](http://www.rae.es) (Real Academia Española)
- <http://eleconomista.com.mx/industria-global/2010/06/15/preven-crecimiento-5-industria-entretenimiento>
- The American Heritage Illustrated Encyclopedic Dictionary, California, 2005.
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro#Otros\\_elementos](http://es.wikipedia.org/wiki/Teatro#Otros_elementos)
- Hedgpeth Kevin & Missal Stephen. Exploring Character Desing, Ed. Thomson. Canada, 2006.
- Sepulveda S. Juan, "Métodos y aplicaciones de ingeniería concurrente: proposición de investigación y desarrollo", Santiago, universidad de Santiago, Chile, 1994.