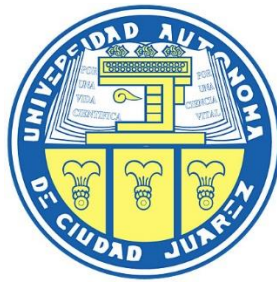


Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte

Departamento de Diseño

Programa de Diseño Gráfico



Título

Diseño de Pictogramas. Caso de Estudio
‘¡Motívate!’: Emojis con base en la Teoría del
P.R.I.S.MA

Proyecto de investigación

presentado por:

RAMÓN SALVADOR GARCÍA SÁNCHEZ

Directora de Proyecto de Investigación: Dra. Carina Acosta Mendoza

Ciudad Juárez Chih. Noviembre de 2019

Agradecimiento y Dedicatoria

Quiero agradecer a mi madre por su apoyo incondicional a lo largo de mi etapa de formación profesional, académica y personal quien con tanto amor, esfuerzo, sudor y desvelo ha luchado a mi lado.

Este proyecto es dedicado a mi hermana y demás familia, también a mis abuelos que estan en el cielo por ser mis cimientos desde pequeño y siempre inculcarme el valor e importancia del estudio.

Le doy muchísimas gracias a la Dra. Carina Acosta Mendoza por su grato apoyo en la dirección de este proyecto.

Gracias totales ♥

Índice

Capítulo 1: Planteamiento del Problema	5
1.1 Planteamiento del Problema	5
1.2 Pregunta de Investigación	6
1.3 Objetivo General	6
1.4 Objetivos Particulares	6
1.5 Supuesto	7
1.6 Justificación de la Propuesta de Investigación	7
Capítulo 2: Marco Teórico	9
2.1 Iconografía en el Diseño	9
2.1.1 Señalética	9
2.1.2 Emojis	11
2.1.3 Pictograma e Ideograma	15
2.2 Diseño Socialmente Responsable	17
2.2.1 Psicología Positiva En El Ambiente Universitario	21
2.2.2 Desarrollo Personal	22
2.2.3 La Teoría del Bienestar	23
Capítulo 3: Metodología	25
3.1 Metodología	25
3.2 Técnica de Recolección de Datos	25
3.3 Muestra	26
3.4 Instrumento	26
3.5 Diseño de Investigación	28
3.6 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	28
Capítulo 4: Propuesta Gráfica	29

4.1 Propuesta Gráfica.....	29
4.2 Bocetaje y Digitalización	29
4.3 Digitales Finales.....	31
4.4 Colores.....	34
4.5 Implementación	37
Resultados	42
Análisis de Resultados de las Encuestas.....	42
Resultados obtenidos sobre la implementación del proyecto gráfico: ¡Motívate!.....	45
Conclusión	49
Bibliografía	50

1.1 Planteamiento del Problema

Algunos estudiantes del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte de la UACJ pueden llegar a tener problemas de tipo psicológico y físico que les generan malas calificaciones durante su estancia en la carrera que además de ello, pueden generarse problemas de autoestima, problemas para relacionarse con sus semejantes, de inseguridad e incluso problemas de desempeño en lo académico, todo esto puede surgir a partir de un pequeño problema relacionado al efecto que puede tener algo tan inocuo como un mensaje digital en alguna plataforma de red social en su móvil, es decir, un efecto negativo causado por los ideogramas de las conversaciones digitales de los jóvenes universitarios.

Esto se puede dar por diversos motivos: algunos de los cuáles son el pasar mucho tiempo en el internet. El simple hecho de no dar un descanso a su cerebro y estar todo el tiempo del día en un medio digital hace que no solo nuestro cerebro se agote de cierta manera, sino que también desgasta la mente y los vuelve más susceptibles de actuar de manera incorrecta ante situaciones cotidianas como cuando uno interactúa con otra persona por alguna vía digital como puede ser mensajería instantánea, aunque no es necesario que sea de forma virtual, también se puede dar de manera física esta afectación.

Podemos decir que los problemas que se puedan dar con estas nuevas tecnologías sobre los estudiantes universitarios son de diversa índole, dentro de las cuales destacamos que los universitarios pasan más horas de lo debido interactuando dentro del internet del que deberían afectando su rendimiento académico e incluso el tiempo dedicado al descanso mismo (horas de sueño). Esto último lo sabemos gracias a estudios hechos por el departamento de investigación del Centro de Medicina Preventiva y Estudio del Comportamiento del Hospital Miriam de Rhode Island en Estados Unidos.

Hay algunos otros estudiantes que dotan de extrema importancia a lo que se escribe en los mensajes. Nos referimos a los ideogramas que manejan algunos servicios, llamados comúnmente con el título de 'emojis'. Algún pequeño Emoji

puede arruinar o prestarse para algún malentendido hoy en día en internet, lo que lleva a tener problemas con quienes conversamos. Es por esto por lo que sucede muchas veces por la falta de experiencia de los jóvenes para resolver o afrontar sus problemas personales que pueden suceder en esa etapa de la vida tanto personal como académica, sumándole a esto la reciente situación de violencia en la franja fronteriza y la manera en que afecta a nuestra sociedad de manera negativa, lo que repercute de manera directa o indirecta a los estudiantes universitarios.

1.2 Pregunta de Investigación

¿Cómo se puede promover la actitud positiva en el desempeño académico de los estudiantes del IADA?

1.3 Objetivo General

Promover la actitud positiva en el desempeño académico de los estudiantes del IADA a partir de una instalación de una serie de elementos iconográficos en el instituto.

1.4 Objetivos Particulares

- Investigar cuales son los emojis que más utilizan los universitarios en las redes sociales.
- De los emojis que más utilizan, determinar para qué los utilizan (significado).
- Preguntar por qué creen los emojis son tan utilizados.
- Aplicar los elementos en un sistema visual que ayude a la comunidad estudiantil a mejorar su desempeño académico mediante frases positivas.

1.5 Supuesto

Un proyecto sobre un sistema visual de comunicación como el que desarrollaremos basado en emojis para los estudiantes del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte, suscitará la mejora del desempeño académico de manera visible, incluyendo su estado de ánimo y por lo tanto su calidad de vida tanto dentro del plantel como fuera de él, lo que se verá proyectado para bien para la universidad en cuanto al rendimiento como para las generaciones que se encuentran actualmente cursando sus estudios.

1.6 Justificación de la propuesta de investigación

Hacer una investigación sobre la forma en que los estudiantes del IADA utilizan los recursos de las redes sociales, como lo son los emojis para comunicarse nos dará una idea de qué manera podemos utilizar este sistema gráfico para transmitir ideas positivas para detonar el factor motivante en la comunidad de alumnos.

De esta manera podremos tener un referente a futuro para solucionar problemas que puedan surgir con respecto a la comunidad y el estado de ánimo de los alumnos, incluso incentivar a los mismos a mejorar su desempeño académico e inspirarlos a crecer como personas mientras se desarrollan a lo largo de su carrera profesional ya que podemos entender que muchos de nosotros en algún punto de la licenciatura podemos llegar a perder ese motivo para poner empeño en cada semestre de la manera adecuada.

Como ya hemos mencionado el proyecto está dirigido directamente a los estudiantes del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, por lo que es importante conocer un poco del uso que le dan los estudiantes a los emojis en su día a día y de qué manera podemos concebir esta proyecto de comunicación gráfica con la cuál podremos ver una mejora en la mentalidad positiva de los miembros de nuestra institución que claramente es de bastante ayuda ya que como estudiantes estamos propensos a lidiar con ciertos

momentos en el día a día que llegan a afectar la forma en que estudiamos y aprendemos.

La importancia de este proyecto de investigación está basada en el uso y aplicación de sistemas visuales que a su vez se componen del diseño de una iconografía, por este medio se detonarán elementos de diseño aplicados a el contexto social estudiantil dentro del campus que transmitirán de manera fácil un mensaje dentro de la comunidad ya que este es un lenguaje que se encuentra en actual uso y de esta forma reforzar la actitud positiva y de autovaloración de los individuos de nuestra facultad.

2.1 Iconografía en el Diseño

Hay que dejar en claro de qué tipo de iconografía hablamos cuando la mencionamos en este escrito, ya que existe la primera que se desprende directamente el arte y consta del estudio sobre los trabajos artísticos como las pinturas y cuadros. La segunda que es la que a nosotros nos interesa: la iconografía en función a una composición o sistema de comunicación visual. La palabra iconografía se compone de dos palabras: 'ícono' que viene del griego 'eikos' que significa imagen y 'graphein' que significa escribir. Según J.J. Martín Gonzales (1989) esto nos permite definir a la iconografía como los elementos visuales que nos dan o refieren a una idea o cosa dentro de un contexto específico.

Cuentan con una relación entre ellos mismos y funcionan dentro de un sistema que luego es interpretado por nosotros para lograr la comunicación. Todo esto es importante conocerlo para no confundir los distintos significados que toma la misma palabra en ámbitos distintos.

2.1.1 Señalética

Podemos comprender la señalética como un lenguaje para comunicarnos con nuestros similares, esto de manera que podemos interpretar diversidad de ideas, significados, acciones a tomar, entre muchos otros conceptos. Esto gracias a que como seres pensantes a lo largo del tiempo hemos decidido crear una variedad de sistemas para comunicarnos, desde los hablados hasta los más subjetivos como los artísticos. Pero el que nos importa a nosotros es el visual, en este proyecto hablamos de la señalética y como ésta nos influye en nuestro diario compartir de la información.



Señalización preventiva, por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Disponible en:

<http://www.sct.gob.mx/carreteras/direccion-general-de-conservacion-de-carreteras/publicaciones/senalamiento/> [Consultado el 1 de septiembre de 2019]

Citando a Sánchez Avillaneda (2005): “el término lenguaje se define como una pluralidad de signos que pueden producir los seres humanos y cuyos significados pueden estar lo bastante normalizados como para que los conozcan cierto número de individuos.”. No es de extrañarnos que hoy en día nos encontremos con sistemas de comunicación — como las redes sociales — que en su código de comunicación nos sean tan comunes y fáciles de interpretar a pesar de estar dotados de cierto nivel de abstracción pero que a la vez nos permita un intercambio de información tan rápido y eficiente gracias a la red global del internet, para lo que en este caso nos referiremos a los que hace cerca de 10 años nombramos emoticones; hoy en día: “emojis”.

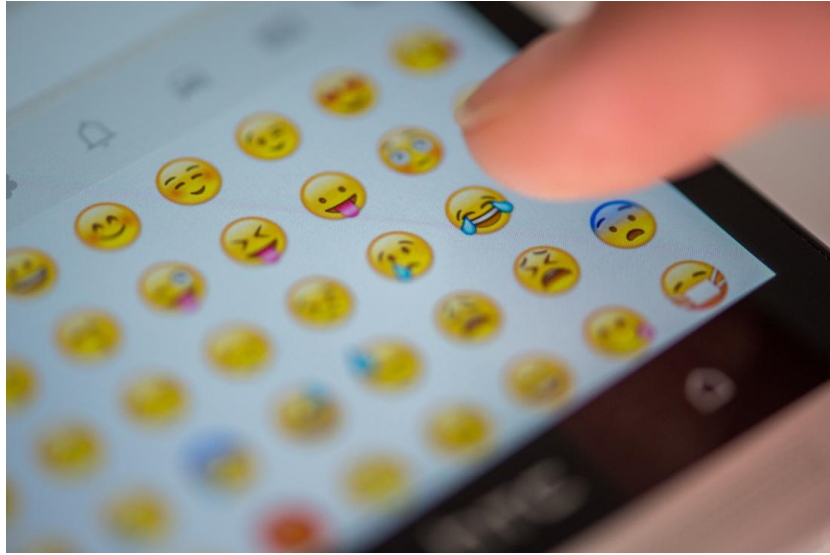
2.1.2 Emojis

A medida que avanza la tecnología cambia la forma en que nos comunicamos. Hoy en día es más fácil comunicarnos con cualquier persona sin importar la distancia, el tiempo e incluso el idioma, puesto que el internet nos ha permitido eliminar ciertas barreras que antes eran un impedimento para la comunicación diaria, hoy en día estamos dotados de muchas herramientas y aplicaciones que nos ayudan a transmitir mensajes vía internet, pero cabe mencionar que ya no es necesario escribir textos demasiado largos gracias a los emojis que nos permiten expresar en un solo carácter una palabra o incluso un concepto abstracto, dotado de esta universalidad que es esencial y útil para que cualquiera pueda descifrar su significado.



Emojis de la aplicación de celular: WhatsApp, versión 2.19.230. Impresión de pantalla propia.

[Tomada 1 de septiembre de 2019]



Emojis de caras en una aplicación para un smartphone, tomada por Matthias Balk. Disponible en: <http://www.teamazonas.com/wp-content/uploads/2016/06/emojis.jpg> [Consultado el 1 de septiembre del 2019]

Hablando un poco sobre la palabra y sus variantes podemos mencionar la interesante investigación doctoral de Agnese Sampietro (2016), la cual nos dice que existe el emoticono y el emoji. El primero es una especie de término genérico para designar cualquier imagen o cara que introducimos aunado al mensaje que estamos enviando en el medio electrónico. Muchas veces se puede confundir la definición, por ejemplo: emoticón es la palabra en inglés para emoticono, pero en este idioma este concepto representa los gestos que podríamos generar en un texto electrónico hecho mediante signos de puntuación. Esta idea fue de Scott Fahlman, quien fue investigador de la universidad de Carnegie Mellon en el año de 1982, quién propuso el uso de los siguientes signos: :-) cuando una publicación se tratase de manera jocosa y lo siguientes cuando se tratase de una publicación seria: -(.

:-) = ☺

Representación de los precursores de los emojis, por Roman Tworkowski. Disponible en:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Emoticono#/media/Archivo:Emoticon.svg> [Consultado 1 de septiembre
 de 2019]

Por otra parte, la palabra emoji viene del japonés donde la letra ‘e’ significa imagen y ‘moji’ significa carácter y fueron creados por Shigetaka Kurita a finales del siglo pasado. Al éste encontrarse trabajando en la creación de una serie de elementos gráficos dotados de tal capacidad expresiva como la de una palabra o una idea con la menor cantidad de elementos en ella, ya que el reto estaba en que debía de poder ser contenida dentro de un cuadro de 12 por 12 píxeles para ser utilizados en dispositivos de comunicación con pantalla monocromática, más adelante a color.



Las 176 propuestas de emojis creadas por Kurita en la compañía Docomo, por Domestika.
Disponible en: https://cdn.domestika.org/c_limit,dpr_1.0,f_auto,q_auto,w_610/v1551209228/content-items/002/820/318/Emoji_5-original.jpg?1551209228 [Consultado 1 de septiembre de 2019]

Además, debemos mencionar que, al ser un concepto nacido en el Japón, es por ello por lo que podemos ver muchas características expresivas en ellos prestadas del mismo manga — nombre dado para designar a las historietas en este país — como también de los *kanji* — signos utilizados para la escritura japonesa — y la señalización vial.

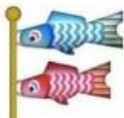


Representación un momento de sorpresa, recursos utilizados en el manga, por Wikipedia.

Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Manga#/media/Archivo:Manga-movement.png>

[Consultado 1 de septiembre de 2019]

Por último, como dice Gubern (1974) según la teoría de la información, nos menciona que según cuanto más rico es un teclado, más económica resulta la transmisión de mensajes, aunque podría parecer que con este invento toda nuestra vida comunicativa esta solucionada, hay que reflexionar sobre la idea de que aunque año con año se siguen añadiendo más emojis a las aplicaciones que utilizamos hay algunos que aún no son del todo comprendidos por nosotros como lo son los emojis representantes de parejas de personas del mismo sexo o de diferentes colores de piel ya que la estos sistemas de comunicación nos pueden servir para el momento de referirnos a alguna acción o un sustantivo pero no a referirnos a una cuestión ética, de valores o de costumbres manejadas por cierta población o país debido a su diversidad.

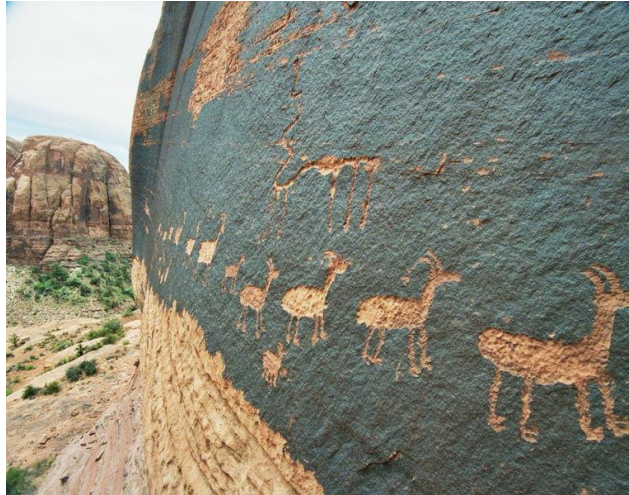
U+1F4A2	U+1F38F	U+1F38D
		
U+1F362	U+1F359	U+1F365
		

Emojis representantes de elementos muy de la cultura japonesa, por Emojipedia adjuntada a la Tesis Doctoral de Agnese Sampietro. Disponible en:

http://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/53873/SAMPIETRO_TESIS%20OK_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consultado 1 de septiembre de 2019]

2.1.3 Pictograma e Ideograma

Para mejor comprensión de quien lee esta obra, nos conviene esclarecer cualquier duda que pueda surgir ante los términos ‘pictograma’ e ‘ideograma’ ya que tal vez en primera instancia puedan resultarnos un poco parecidos. El Pictograma según *Pictograms, Icons & Signs: A guide to information graphics*, (2006) es una representación pictórica, es decir, un isotipo. Es un signo icónico que representa hechos complejos, no a través de palabras o sonidos, sino de portadores visuales de significado.



Pictogramas sobre piedra en Utah, fotografía tomada de Wikipedia. Disponible en:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Petroglifo#/media/Archivo:767px-MtnSheepPetroglyph.jpeg>

[Consultado 1 de septiembre de 2019]

Un ejemplo de lo que hablamos son los pictogramas que como probablemente nos hayan enseñado a principios de la carrera de diseño gráfico, son elementos que se encontraron plasmados dentro de cuevas muy antiguas o pintados sobre rocas utilizadas para diversos fines hechas por civilizaciones antiguas que representan un concepto tan complejo como lo podría ser la caza o una actividad diaria, dando forma a una especie de representación de un diario visual de su vivir cotidiano.

Por otro lado, el ideograma según la misma fuente es la representación de un concepto, corresponde al signo como un símbolo el cuál se relaciona al objeto o concepto referido, independientemente de cualquier identificación formal con él. A lo que nos referimos con esta última definición es que, a diferencia del pictograma, el ideograma funciona como signo que nos refiere a una idea como el pictograma, pero sin la relación obvia que hace hacia el elemento referido, un ejemplo de ello sería el símbolo de reciclaje, compuesto por 3 flechas que se apuntan entre sí siguiendo una dirección misma, cerrando el ciclo representando la acción del reciclado.



Símbolo de reciclaje, representando la acción a tomar, que nos refiere a reciclar ciertos materiales. Por periódico digital Expansión. Disponible en: <https://expansion.mx/especiales/2013/10/03/como-nacio-el-simbolo-del-reciclaje> [Consultado 1 de septiembre de 2019]

Así como este último elemento visual que representa el reciclaje, es necesario conocer por qué es importante comprender la relación de cualquier tipo de diseño, ya sea gráfico o de producto y por qué debemos tomar con relevancia cualquier aspecto en el proceso creativo al construir algo en relación con quien será su usuario y el entorno.

2.2. Diseño Socialmente Responsable

Comenzaremos por definir lo que es la responsabilidad social. Se trata de la relación que existe entre impacto de una entidad o elemento para con la sociedad y el medio ambiente que nos rodea. Debemos saber que hay una notable diferencia entre el concepto de Responsabilidad Social (para fines prácticos de esta sección la estaremos mencionando con las iniciales 'RS') y filantropía ya que como muchos sabremos ambos persiguen el beneficio de la sociedad.

El concepto de responsabilidad social hoy en día consiste en hacerse responsable por el cómo influyen nuestros procesos o productos ante la sociedad y el medio ambiente. Aunque si bien podemos aplicar estos parámetros al diseño gráfico es en muchas ocasiones mencionado dentro del ámbito pertinente a las empresas del mercado.

También se trata de un comportamiento ético y de manera clara de una organización como ya mencionamos antes, que a su vez buscan la sostenibilidad, el cumplimiento de las distintas legislaciones relacionadas al tema y la Normativa Internacional del Comportamiento. Consta de unir a las partes interesadas y quien efectúa el producto, dando cuenta de los intereses de por medio, sus consecuencias y lo que se espera de él.

Hoy en día ya contamos con la aplicación del ISO 26000: 2010, el cuál consta de ser una Norma Internacional que se ofrece como una guía en el tema de la Responsabilidad Social, ya sea tanto para sectores públicos o privados, todo esto debemos de saber que como Norma nos ofrece una guía que podemos seguir a voluntad, es decir, no estamos obligados a cumplirla como tal a diferencia de los demás ISO's.

Citando a Puentes Lagos y G. Acosta, en su artículo 'Tendencias en diseño y desarrollo de productos desde el factor humano: Una aproximación a la responsabilidad social'. La RS cuenta con 7 principios que explicaremos a continuación:

- Rendición de Cuentas
- Transparencia
- Comportamiento Ético
- Respeto a los intereses de las partes involucradas
- Respeto al principio de la legalidad
- Respeto a la Normativa Internacional de Comportamiento
- Respeto a los Derechos Humanos.

Además, en la década de los 70's, Víctor Papanek fue el primero en relacionar el diseño con la RS en su libro 'Diseñando para el Mundo Real' en el cuál él planteó cuestionamientos sobre el tema ético en cuanto a el impacto del diseño de servicios. Además, en el libro resalta la preocupación de los desarrolladores de producto ante los aspectos sociales y ambientales.



Portada del Libro de Victor Papanek, por Guía de Proveedores para la Construcción en Argentina.
Disponibile en: <https://www.gpc.com.ar/images/victor-papanek/disenar-para-el-mundo-real-victor-papanek.jpg> [Consultado 7 de septiembre]

El diseño tiene corrientes bastante interesantes: la primera es 'Diseño para', la segunda 'Diseño Con' y por último 'Diseño por las personas'. Nos hablan sobre los principios fundamentales para entender la relación con las partes involucradas en el proceso de diseño, es decir, pensando en el desarrollo del producto en relación con el usuario.

Jane Fulton Suri (2017), quien es una diseñadora especializada en la inspiración del diseño y la evolución del conocimiento, nos dice que de una u otra manera las personas están siempre relacionadas con el proceso de diseño y que el punto clave es cómo los diseñadores trabajan de acuerdo a la comprensión de las personas y su rol en el proceso mismo de creación y que se deben de tomar en cuenta la observación de las mismas (Diseño para), su participación (Diseño con) y su empoderamiento (Diseño por). (Fulton Suri, 2007).

Detallando un poco más sobre estas 3 corrientes del diseño podemos decir que el 'Diseño para' es el que se encuentra en función de las necesidades y requerimientos de las personas quienes a su vez son la fuente de la información que podemos recabar y de esta manera como creadores podemos inferir sus necesidades. Por otro lado, el 'Diseño con' es donde los responsables del diseño se reúnen para

trabajar de manera conjunta con las personas (usuarios) y cómo estas ayudan a crear el diseño idóneo que proporcionará una mayor confianza en el producto final.

Por último, tenemos el ‘Diseño por’ que es el cuál las personas fungen como líderes del desarrollo del producto creativo y los diseñadores funcionan como cooperadores.

ENFOQUE	ROL DE LAS PERSONAS	CAMPOS	PARTES INTERESADAS
Para las personas	Observada	Unidisciplinar Multidisciplinar	Diseñadores
Con las personas	Participante	Interdisciplinar	Usuarios, diseñadores
Por las personas	Empoderada	Transdisciplinar	Los diferentes interesados

Tabla de la relación de los distintos tipos de diseño explicados y con quienes se relaciona, tomada del artículo ‘Tendencias en diseño y desarrollo de productos desde el factor humano: Una aproximación a la responsabilidad social’. Disponible en:

<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=7cfd8df9-cf6c-4d65-9f64-bc389ad5d834%40sessionmgr4006> [Consultado 7 de septiembre de 2019]

El producto de diseño, su naturaleza misma y su relación con la Responsabilidad Social, como hizo García Acosta (2009), quien es Diseñador Industrial, Maestro en Diseño Industrial y Ergonomía, analizó el estado de arte en diversas fuentes de datos encontrando una relación entre el diseño y la creación de este con la cultura, el uso, la inclusión, ya experiencia y las emociones. Estos datos mostraron ciertas tendencias, que luego fueron evaluadas para dar forma a cuatro derivados principales: la relación entre el diseño centrado en el cliente, el diseño universal, el diseño basado en la experiencia y el diseño transcultural.

El Diseño centrado en cliente (DCC) es el que se desarrolla en función con el contexto del consumo de las personas. Es deductivo ya que no aparece como tal lo que motiva como tal al usuario a consumir el objeto. El Diseño Universal (DU) o también llamado Diseño Inclusivo es el que se encarga de crear productos que

resuelvan los problemas de las personas sin importar sus capacidades o limitaciones.

El Diseño Basado en la Experiencia (DBE) es el que se encuentra creciendo rápidamente ya que en el estudio de las emociones se vuelve cada vez más importante para nosotros. En este último podemos resaltar la Ingeniería *Kansei* (1970) originaria de Japón que trabaja bajo la técnica ‘semántica diferencial’ (Shutte, Eklund y Axelsson, 2004), ésta refiere a los sentimientos del usuario dentro del desarrollo de un producto que a su vez se ramifica en 3 tipos: Diseño Placentero, afecto o hedónico, Diseño Emocional y el Diseño Basado en la experiencia de los usuarios.

2.2.1 Psicología Positiva en el Ambiente Universitario

Hasta dentro del último par de años del siglo XX al ser humano se vio interesado por comprender la felicidad del ser humano, ya se conocía el hecho de que es muy importante para muchas personas como quizás no lo era para otras. Es por esto por lo que Martin Seligman propuso estudiar esos factores que nos permiten ser felices como personas, funcionar correctamente y qué hace que sintamos que nuestra vida tiene un valor positivo, todo esto comprendido desde el punto de vista de la psicología. Es por esto por lo que llevó a cabo un método que analizaba la comprensión de la vida con base a tres puntos importantes: Análisis de experiencias positivas, el estudio de las fortalezas psicológicas y el análisis de las características que determinan las organizaciones positivas. (Vázquez, Hervás, 2014, p17).

Parafraseando la Teoría del Flujo que propone Mihaly Csikszentmihalyi (1990), las personas a lo largo del mundo encuentran esa felicidad en actividades que realmente no les generan una remuneración como tal o cierto intercambio por cosas materiales, es decir, actividades que realizan porque simplemente ellos prefieren llevarlas a cabo, les hace vivir más contentos. Todo esto ya que, al parecer, se mantienen tan ocupadas en sus asuntos preferidos que no les parece importar nada más —les parece placentera por sí misma— y por consecuencia son felices, y

mientras se trate de alcanzar el desarrollo personal esta teoría nos ayuda bastante a comprender cómo lograrlo.

2.2.2 El Desarrollo Personal

Definimos el desarrollo personal como el momento dentro de la vida de cada persona en el cual se siente feliz con su vida, pero desde ese punto de vista tan íntimo que solo uno puede saber con exactitud como se siente logrado, una sensación cálida en nosotros. Ya sea en el ámbito que sea, todo esto mediante el aprendizaje o experiencias que nos sean gratas y nos llenen, ciertos objetivos que vemos cumplidos, tener ese negocio que siempre quisimos, entre otras sensaciones nos permiten mejorar la calidad con la que vivimos.

Es entonces lógico y correcto pensar que la felicidad por consecuencia está ligada al desarrollo personal y como cita Csikszentmihalyi (1990) — profesor en psicología en la Universidad de Claremont — a Viktor Frankl en su libro *Man's Search for Meaning*: “No aspiren al éxito: cuanto más aspiren a él y más lo conviertan en su objetivo, con mayor probabilidad lo perderán. Puesto que el éxito, como la felicidad, no pueden conseguirse, debe seguirse...como si fuese el efecto secundario no intencionado de la dedicación personal a algo mayor que uno mismo.”.

Es por esto por lo que podemos entender que el perfecto balance entre la relación felicidad-desarrollo personal solamente lo podemos alcanzar realizándolo como si fuese una actividad de práctica, un camino a seguir, más que un estado en el cual nos queremos encontrar. Con esto me recuerdo de la popular frase: “La felicidad es un camino, no un destino”; considero que es importante reconocerlo, intimarlo en nuestra cabeza para estar siempre recordando que así haya estas bajas en nuestro haber diario, siempre podremos animarnos a conseguir esa felicidad que nos motiva a superarnos día con día si recordamos que la felicidad es un modo de vida no un mero estado de ánimo.

2.2.3 La Teoría del Bienestar

¿Qué es el bienestar? Según el libro ‘Psicología Positiva: Un Nuevo Enfoque Para El Estudio De La Felicidad’, del psicólogo Martin Seligman: “...implica necesariamente hablar de salud, sobre todo si consideramos la manera en la que la Organización Mundial de la Salud la ha definido, ‘un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades’.

En otras palabras, el bienestar se define como la felicidad, un parámetro hasta cierto modo medible, muy distinto en cada una de las personas, pudiéndose ver afectado por factores distintos y concepto muy importante para nuestro vivir y desarrollo personal.

Seligman desarrolló un modelo que nos ayuda a comprender de qué manera una persona puede formar su propio bienestar independientemente del estilo de vida que maneje, a lo que él nombra el modelo de la Teoría del Bienestar llamada P.R.I.S.MA. (Positividad, Relaciones Positivas, Involucramiento, Significado y Metas Alcanzadas, según sus siglas en español ya que en inglés el modelo se nombra P.E.R.MA.).

Analizando este modelo nos permite distinguir los 5 pilares:

- Positividad. Ver el lado positivo de nuestro presente, pasado y futuro. Ser optimistas.
- Relaciones Positivas. Como seres sociales que somos nos es fundamental para nuestro bienestar el contar con personas a nuestro alrededor, como lo son los amigos, familia, pareja, etc.
- Involucramiento. Esto nos indica que debemos de llevar a cabo en nuestro día a día ciertas actividades, que nos generen algún tipo de reto alcanzable, eso nos mantiene motivados.
- Significado. Es en pocas palabras, darle un sentido a nuestra vida y de esta manera encontrar una razón para ser felices y vivirla.

- Metas Alcanzadas. El logro personal como motivante, ya sea a corto, mediano o largo plazo. Tener estos mismos son los que nos ayudan a sentirnos plenos.



Fuente: Universidad de Pennsylvania, 2014

Por lo tanto, encontramos relación entre la calidad de vida o en este caso, la felicidad de cada persona (los jóvenes) y el impacto desde otro extremo contra la fuerza con la cuál las redes sociales influyen en nuestra comunicación ya que es muy rápida, quizás efímera y a la vez puede prestarse a ser un tanto superflua para luego de esta manera afectar a nuestra 'sensibilidad'.

3.1 Metodología

En este apartado se usaron algunos procesos que debemos seguir para conseguir un resultado que es perseguido, solo que, en este caso, como el tema se encuentra dentro de la rama del diseño, esto hace ver que como es posible deducir, el diseño o un resultado del diseño no es factible conseguirlo solamente siguiendo una serie de pasos. Es por esto por lo que es importante reconocer que para obtener el resultado hay que saber que como investigadores debemos contar con ciertos atributos como lo mencionan Rew, Bechtel y Sapp (1993), los cuales son: ser idóneos, auténticos, creíbles, intuitivos, receptivos, recíprocos y sensibles.

El proceso metodológico está basado en 3 procesos principales, los cuáles nos permitirán llegar concretar el proyecto de elementos gráficos aplicados. La primera etapa es necesaria para conocer qué emojis son más utilizados por los estudiantes del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte, esto ya sea en cualquier plataforma o red social que sea la que manejen más en su vida cotidiana por medio de 100 encuestas físicas para contar con un punto de partida. La segunda etapa será analizar los resultados para saber qué significado les atribuyen y por último diseñar 5 emojis basados en sus resultados para incentivar el positivismo en la comunidad basándonos en la Teoría del Bienestar y colocarlos en diversos puntos de la Universidad para luego recolectar un feedback sobre el efecto que tuvo dicha aplicación en su estado de ánimo.

3.2 Técnica de Recolección de Datos

Como técnica para recolectar información se aplicó una serie de 100 encuestas en formato impreso, cada una con una sección de identificación visual por parte del encuestado y un listado de 5 preguntas abiertas a contestar, diseñadas para extraer la información buscada para posteriormente ser analizada (Morone, 2013).

3.3 Muestra

Para nuestro proyecto se encuestó a 100 alumnos del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte en horario matutino por técnica de azar estratificado, es decir, las variables tomadas en cuenta fueron: a) que los alumnos encuestados se encontraran estudiando alguna carrera ya sea de diseño, artes, arquitectura o similares del mismo instituto (excluyendo las ingenierías) y b) que actualmente se consideraran alumnos activos en su respectiva licenciatura.

3.4 Instrumento

Se utilizó un formato de encuesta con preguntas abiertas y una sección de selección de dos emojis de la serie ya diseñada para la aplicación WhatsApp ya que es más completa que la serie de Messenger. Como ya mencionamos consiste en la sección número uno: sección de selección de emojis. A partir de la sección 2, las siguientes partes son preguntas abiertas en las cuáles el encuestado tendrá que contestar de su propia experiencia personal.

1. Encierra los 2 emojis que más utilizas. (si no se encuentra en la tabla siguiente descríbelo brevemente y diga en qué sección se encuentra)

[illegible]

Emoji "Y"	Emoji "Z"
Mi emoji es otro	Mi emoji es otro
Descripción breve: _____	Descripción breve: _____
Sección: _____ dibuje aproximado	Sección: _____ dibuje aproximado
 Emojis/ Personas  Animales/ Naturaleza  Alimentos/ Bebidas  Actividades  Viajes/ Lugares  Objetos  Símbolos  Banderas	 Emojis/ Personas  Animales/ Naturaleza  Alimentos/ Bebidas  Actividades  Viajes/ Lugares  Objetos  Símbolos  Banderas

2. De los emojis que seleccionaste, relaciona cada uno escribiendo la combinación de letra y número (si es de la tabla) o "Y" o "Z" (en caso de haber elegido uno que no aparece en la tabla) con la palabra que creas que más describa su significado.

solo una palabra por cada emoji*

- Admiración () ()
- Afecto () ()
- Euforia () ()
- Felicidad () ()
- Optimismo () ()
- Gratitud () ()
- Satisfacción () ()

- Celos () ()
- Enojo () ()
- Envidia () ()
- Indignación () ()
- Impaciencia () ()
- Tristeza () ()

Otro:

- _____ ()
- _____ ()

3. ¿Crees que realmente los emojis nos ayudan a comunicarnos mejor? ¿Por qué?

4. ¿Qué te motiva a acudir a la universidad? ¿Porqué?

5. ¿Qué frases o palabras te han dicho tus padres o seres queridos que te han hecho sentir motivado(a)/inspirado(a)/animado(a)?

6. ¿Utilizas alguna aplicación en tu celular para escanear códigos QR? ¿Cuál?

¡Muchas Gracias por tu participación!



3.5 Diseño de Investigación

Este proyecto está basado en el tipo de investigación de campo y documental ya que para proceder hay que extraer información de la población muestra concerniente al tema de investigación sin alterar los diferentes factores habidos para su posterior análisis e interpretación además de diseñar las herramientas para extraer estos datos.

3.6 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Los datos serán sometidos a clasificación en el caso de los emojis, para de esta forma cuantificar los distintos gráficos y conocer cuáles son los más utilizados y de qué forma se hace usos de estos y registro de los distintos resultados de las frases obtenidas en la sección de preguntas abiertas (sección 5) para así mismo tomarlas como punto de partida en la proposición de frase complemento del bocetaje y diseño final.

4.1 Propuesta Gráfica

Al desarrollar la propuesta gráfica haremos uso de recursos obtenidos durante la investigación de esta, como los resultados obtenidos. Además de basarnos en la Teoría del Bienestar – y su modelo P.R.I.S.MA- derivada de la psicología positiva, una teoría desarrollada por el psicólogo estadounidense Martin Seligman, la cual nos habla de los 5 aspectos necesarios para que un individuo alcance el desarrollo personal y por consiguiente su felicidad.

Serán diseñados 5 emojis ya que para la mayor parte de los estudiantes este elemento les parece de mucha ayuda al momento de comunicar un mensaje dado que describen que resulta muy similar a percibir la expresión de la persona con la que están interactuando y por inherencia el mensaje y su contexto a pesar de no estar frente al interlocutor.

En esta etapa se desarrolla el proceso creativo que lleva a una mejor definición de cómo representar cada uno de los 5 puntos de la Teoría del Bienestar. Teniendo en cuenta la relación con cada emoji al que se encuentra vinculado.

El primer punto del prisma corresponde a la positividad con la frase: 'Eres capaz de eso y más'. Dando a entender al interlocutor (estudiante) que puede superar todos los obstáculos que se le presenten.

El segundo punto corresponde a relaciones Positivas con la frase: 'Sé la inspiración de alguien más'. Esta frase motiva al estudiante a mejorar y a la vez ser ejemplo positivo para alguno de sus compañeros.

El tercer punto corresponde a significado con la frase: 'Sé mejor cada día'. Motiva al estudiante a poner todo su empeño por aprender y desarrollarse diariamente como persona y profesionalmente.

El cuarto punto corresponde a Involucramiento con la frase: 'Deseo que alcances tus sueños'. Con esta frase invitamos e incentivamos al estudiante a que se siga preparando para cumplir todas las metas que tenga propuestas para sí mismo.

El boceto número 5 corresponde a Metas Alcanzadas junto con la frase: 'Todo esfuerzo tiene su recompensa, no te rindas'. Esta frase fue muy repetitiva en los resultados obtenidos después de la encuesta por lo que se decidió emplear en una aplicación de manera que le recuerde al estudiante que al final de todo el esfuerzo y trabajo que dedique a sus estudios al final podrá ver un excelente resultado tanto para su satisfacción personal como para la de sus seres queridos.

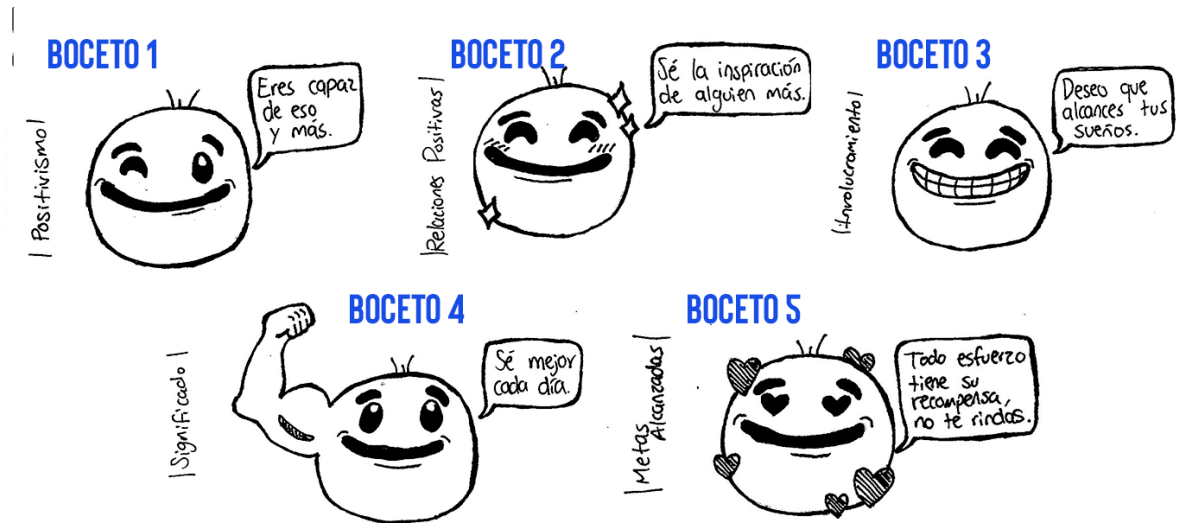
Para obtener los resultados se incentivará a los estudiantes a través de un intercambio el cual consiste en dejar un comentario respecto a lo que les hizo sentir ver dicho proyecto instalado en su campus y se les será otorgado un pequeño paquete con stickers con diseños hechos para el mismo proyecto.



Los stickers hechos para regalar a los participantes con su comentario sobre el proyecto y lo que les hizo sentir. Fotografía de autoría. [Tomada el 17 de octubre de 2019]

4.2 Bocetaje y Digitalización

En esta etapa justo antes de implementarla se encuentra la realización de las ideas, bocetos y de sus versiones digitales finales.



Bocetos de las ideas de cada emoji con respecto a su relación con cada punto del P.R.I.S.MA., de autoría.

4.3 Digitales Finales



Emoji 1. Representa el punto 'Positismo'.



Emoji 2. Representa el punto 'Relaciones Positivas'.



Emoji 3. Representa el punto 'Involucramiento'.



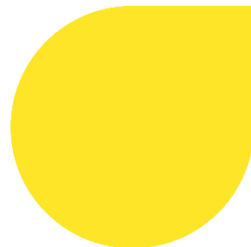
Emoji 4. Representa el punto 'Significado'.



Emoji 5. Representa el punto 'Metas Alcanzadas'.

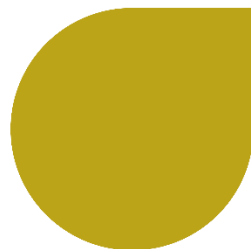
El diseño de los emojis está basado en los emojis tradicionales hablando con respecto a la cantidad mínima de elementos contenidos en su composición, es decir, se trata de mantener el diseño más apegado a los gráficos tradicionales, pero sin hacer uso de los diseños ya existentes como tal. Además, de dotarlos con un estilo un tanto irregular como si fuese hecho a mano, es por esto por lo que a pesar de ser redondos no cumplen con la característica de ser totalmente simétricos lo que les da un sentido más humano. Esto aunado al estilo informal de la tipografía usada para los textos refuerzan el tono ya antes mencionado además de mejorar la conexión con el interlocutor en cuanto a empatía se refiere, convergiendo esto en diseño con valor humano (Frascara, 2000).

4.4 Colores



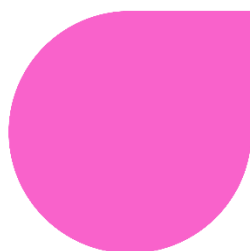
Amarillo

C: 3%	R: 254
M: 12%	G: 229
Y: 93%	B: 40
K: 0%	



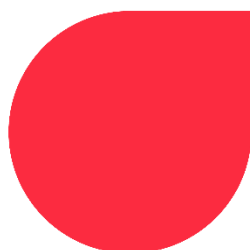
Amarillo Oscuro

C: 31%	R: 188
M: 35%	G: 164
Y: 99%	B: 25
K: 0%	



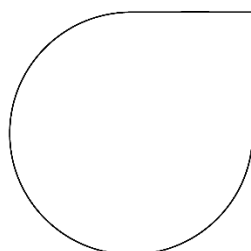
Rosa

C: 0%	R: 249
M: 81%	G: 98
Y: 0%	B: 203
K: 0%	



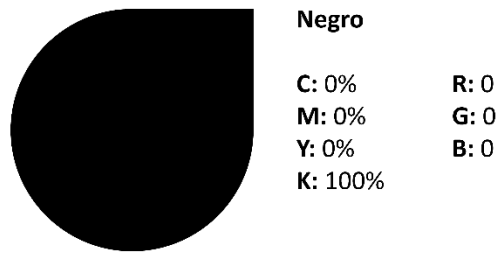
Rojo

C: 0%	R: 252
M: 94%	G: 43
Y: 65%	B: 64
K: 0%	



Blanco

C: 0%	R: 255
M: 0%	G: 255
Y: 0%	B: 255
K: 0%	



Después de la vectorización se dio un acabado de textura visual con un pincel de ruido de color para dar una sensación de textura real al gráfico.



Fotografía del emoji 'Positivismo' ya impreso. Fotografía de autoría. [Tomada el 11 de octubre de 2019]

4.5 Implementación

En esta fase final podremos poner en función nuestro proyecto. Colocando cada uno de los 5 emojis en distintos puntos de la universidad: uno será colocado en la entrada de la universidad, el segundo será colocado en la entrada del edificio 'b', el tercero ubicado en la entrada del edificio 'a', otro colocado en la entrada del edificio W y el último dentro del edificio U, cerca de las mesas de descanso.



Emoji del representando el punto 'Significado' del P.R.I.S.Ma. Fotografía de autoría. [Tomada el 21 de octubre de 2019]



Fotografía compartida por una participante. Screenshot compartido por la participante. [Compartida el 24 de octubre de 2019]



Fotografía del emoji sobre el punto 'involucramiento' ya instalado fuera del edificio B del IADA.

Fotografía de autoría. [Tomada el 21 de octubre del 2019]



Emoji sobre el punto 'Relaciones Positivas' instalado en el lobby del edificio A del IADA. Fotografía de autoría. [Tomada el 23 de octubre de 2019]



Estudiantes dejando su comentario sobre el emoji ubicado a la entrada del plante. Fotografía de autoría. [Tomada el 21 de octubre de 2019]

Análisis de Resultados de las Encuestas

En principio una vez obtenidos los resultados de las encuestas hay que clasificar los 10 emojis más utilizados, además de especificar los significados a los cuales estos resultados fueron asociados.



Gráfica de Pastel mostrando los 5 emojis que más utilizan los estudiantes del IADA.

Los 10 emojis más utilizados por estudiantes del IADA.



Emoji de risa 1: De cada 100 estudiantes mínimo 19 de ellos utilizan con frecuencia este emoji. Para ellos significa: felicidad, optimismo, euforia y risa).



Emoji sonriente 1: De cada 100 estudiantes mínimo 11 de ellos utilizan con frecuencia este emoji. Para ellos significa: afecto, felicidad, optimismo, satisfacción, gratitud. En muy raros casos llegaron a asociarlo con celos e impaciencia.



Emoji de risa 2: De cada 100 estudiantes mínimo 10 de ellos utilizan este emoji con frecuencia. Para ellos significa: Felicidad.



Emoji corazones 1: De cada 100 estudiantes mínimo 9 de ellos utilizan este emoji con frecuencia. Para ellos significa: admiración, afecto, felicidad, amor y satisfacción.



Emoji de corazones 2: De cada 100 estudiantes mínimo 8 de ellos utilizan con frecuencia este emoji. Para ellos significa: en la mayoría de los casos afecto, felicidad, euforia y admiración.



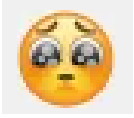
Emoji beso: De cada 100 estudiantes mínimo 8 de ellos utilizan con frecuencia este emoji. Para ellos significa: afecto, felicidad y satisfacción.



Emoji sonriente 2: De cada 100 estudiantes mínimo 6 de ellos usan este emoji con frecuencia. Este emoji para ellos significa en su mayoría de los casos: felicidad, admiración, afecto y optimismo.



Emoji guiño: De cada 100 estudiantes mínimo 6 de ellos usan con frecuencia este emoji. Este emoji para ellos significa: admiración, afecto, optimismo, satisfacción y gratitud.



Emoji tierno: De cada 100 estudiantes mínimo 6 utilizan con frecuencia este emoji. Para ellos significa: en su mayoría gratitud, afecto y en otros casos significa indignación y tristeza.



Emoji sonriente 3: De cada 100 estudiantes mínimo 5 de ellos utilizan con frecuencia este emoji. Para ellos significa: felicidad y satisfacción.

Para nuestro proyecto utilizaremos solamente 5 emojis de los 10 más frecuentes.

Resultados obtenidos sobre la implementación del proyecto gráfico:

¡Motívate!

A continuación, se muestran a manera de listado las respuestas escritas y colocadas en los distintos buzones de los cinco emojis implementados en distintos puntos del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte.

A pesar de que se les solicitó un medio de contacto para de esta forma entregar a cada participante sus respectivos stickers, hubo personas que decidieron dejar su comentario de manera anónima.

- “Fue una agradable sorpresa, ya que estoy pasando por unos problemas y es bueno y reconfortante toparse este tipo de cosas.”
- “Me sacó una sonrisa, tras un mal día.”
- “Regrese de Parral y me hizo sentir feliz de estar en Juárez, gracias.”
- “Me parece un detalle motivante y justo en la entrada del instituto. Debería haber más esparcidos alrededor del instituto. Me gustó, esta padre.”
- “Me sacó una sonrisa 😊”
- “Me hizo recordar los Corn Pops y me dio más hambre de la que tenía, buenas tardes.”
- “Esta padre ver algo diferente en los exteriores de los edificios y las frases pueden cambiar el día de alguien que la pasa mal.”
- “Esta super cool la idea, super motivador. Sí me sentí feliz/motivado.”
- “Pues esta chida.”
- “Esta gracioso, creí que era una manzanita.”
- “Que yo también puedo estar mamado.” (respecto al emoji ‘Significado’)
- “Me hizo sentir más feliz.”
- “La neta solo me llamó la atención, pero pues no sentí nada especial, y se está volando.”
- “Me parece divertido, pues no es algo usual de ver en el campus, así que a todos nos sacó una sonrisa. Además, ¿quién no se motiva con stickers?”

- “Me hizo sentir fuerte 😊”
- “Más motivado a seguir e igual me saco una sonrisa tras un mal día.”
- “Me sentí más que nada motivado por ese gran mensaje que llegó a mi corazón y espero que impacte a toda la comunidad universitaria, Dios te bendiga.”
- “Gracias.”
- “Me puso muy feliz 😊 y me animó 😊”
- “Kawaii.” (palabra del japonés que significa “bonito” o “lindo”)
- “Me inspiró en mi día.”
- “Me hizo sentir que puedo lograr lo que me proponga.”
- “Animado 😊”
- “Sí me levantó el ánimo y la actitud leer un mensaje positivo sin que me lo esperara.”
- “Esta feo, pongan otro mono, pero el mensaje está bien.”
- “Gracias, amigo. Estuvo genial. Suerte a ti también y cumple tu sueño.”
- “Pues está lindo el mensaje y el emoji, pero siento que queda corto si es que quieren dar un mensaje. Pero también es chida que alguien o algo te recuerde o haga sentir motivado, que debes estar motivado.”
- “La verdad he andado muy cansado, se me han juntado varias cosas y llegué a la uni y ver este letrero me hizo sentir un poco de calma. ¡Fue bonito, gracias!”
- “Primero que nada, felicitarlos por esta iniciativa. Me gustó que, aunque fuera algo simple, tuvieron la iniciativa que muchas personas no tienen. Si tuvieran detalles como ese por toda la escuela, Juárez o México, serían famosos para su negocio. Mi mensaje para ustedes es: Continúen haciendo más de eso porque pequeños cambios hacen la diferencia. Cualquier cosa que les pueda ayudar: -Nombre y teléfono de contacto-. El mensaje me inspiró, espero mi mensaje los inspire a ustedes.”
- “Me hacen sentir motivado, porque no esperaba ver algo así.”

- “Deberían de ponerlos más seguido, creo que a algunos sí nos ayudan a sentirnos mejor.”
- “Me inspiró a echarle ganas al parcial.”
- “Me gustó que se ven felices y hacen sentir a uno feliz.” (respecto al emoji ‘Positivismo’ instalado)
- “Siento que puedo lograr mis sueños, fue lindo leer este mensaje.”
- “A quién no le gustan los stickers gratis 😊”
- “Recién pensaba dejar tirada una materia, pero creo que me hizo recapacitar.”
- “Pues me pareció un buen detalle encontrar esto puesto en la escuela.”
- “A pesar de tener malos días, me sacó una sonrisa.”
- “Me hizo sonreír ver esto en la entrada del campus.”
- “Me parece un bonito mensaje el que le dan a los alumnos.”
- “Es bueno encontrar esto ya que estamos en los momentos más pesados del semestre y estoy como quiera nos ayuda a no rendirnos.”
- “Gracias a quienes pusieron estos mensajes en la universidad, es motivador que por lo menos alguien quiera inspirarte a ser feliz.”
- “He tratado de terminar mi carrera, pero por cuestiones de tesis no he podido. Me siento un fracaso, siento que no puedo más, pero en el fondo algo me dice: ‘continúa’; y de alguna forma aquí sigo. Hoy estaba a punto de renunciar, estoy cansada. Y veo este lindo mensaje y de alguna forma fue un recordatorio de seguir luchando. Es muy difícil la vida del estudiante y más si lo acompañan problemas familiares y económicos, al igual de problemas emocionales. Gracias por dejar este mensaje, no me rendiré.”
- “La verdad yo andaba algo desmotivado con el semestre y con mis equipos. Ver el display de espontáneo me levantó mucho el ánimo y me motivó a que cierre el semestre con todo, sea como sea.”
- “Feliz.”

- “Hace tiempo que me sentía desmotivado y esto me hizo pensar un poco sobre cuanto debo esforzarme para alcanzar mis metas.”
- “Esto me parece una agradable sorpresa y una buena idea para apoyar a los estudiantes.”
- “Me siento inspirada.”
- “Lo había visto de lejos y no sabía que eran hasta que me acerqué.”
- “Me hizo pensar en que todo puedo lograrlo si me lo propongo y organizo mi tiempo.”
- “Se me hizo gracioso y tierno, definitivamente deberían de tener de estas cosas más seguido en el campus, por que lucen agradables.”
- “Pues no sentí nada, pero es una buena manera de comenzar si es que el propósito es dar apoyo a quienes lo vean.”
- “Gracias por la frase de motivación.”
- “Esta padre, me gustó el dibujo.”

Gracias al desarrollo de este proyecto se pudo reconocer varios puntos importantes que debemos de tomar en cuenta con respecto a la comunidad estudiantil y sobre los temas para atender correctamente sus necesidades. Uno de los más importantes a resaltar trata sobre el estado emocional o cargas de estrés con los que los estudiantes son capaces de lidiar a lo largo de un semestre en la carrera o durante su estancia misma, ya sea por factores personales, económicos o hasta familiares los alumnos se ven afectados por estas causas y por consiguiente se ven reflejados en el desempeño académico de manera negativa en muchos de los casos.

Es aquí donde el proyecto '¡Motívate!' atiende de una manera parcial el problema, ya que no se ahonda en la raíz del problema como tal sino se involucra principalmente al escuchar el sentir de la comunidad estudiantil y ofrecer este apoyo emocional mediante frases positivas.

Con respecto a la implementación, hubo en su mayoría un aporte positivo significativamente notable en cuanto a la respuesta de la comunidad y en gran parte se hacía referencia a que realmente es necesario más proyectos de este tipo, que atiendan al bienestar mental y académico de sus integrantes.

Al representar un gran aporte, aunque se trate de algo tan pequeño como lo puede ser leer una simple frase en el camino a clases, se logró incentivar el positivismo estudiantil dentro del instituto por medio de esta aplicación. Esto puede ser un detonante que incida en el aumento de un estado de ánimo positivo tanto para la persona como para quienes lo rodean por que el buen humor se comparte y si se logra implementar quizás en un futuro a medio plazo una especie de campaña anual dentro del mismo campus o de toda la facultad incluyendo los demás institutos, que sobre todo se enfoque en conseguir el mismo objetivo en función de los universitarios sería algo que aumente el desempeño académico general de las generaciones futuras además de formar profesionales más sanos y prósperos intelectualmente hablando.

Abdullah, R. y Hubner, R. (2006) *Pictograms, Icons & Signs: A Guide To Information Graphics*. Reino Unido. Editorial Thames & Hudson.

Berlanga, I. y Martínez, E. (2010) *Ciberlenguaje y Principios de Retórica Clásica. Redes sociales: el caso Facebook*. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, Volumen 7 (2), 16 páginas. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/823/82315410004.pdf>

Csikszentmihalyi, M. (2017). *Fluir (Flow): Una psicología de la felicidad*. Barcelona. Editorial Kairos

Domínguez Bolaños, Rosa E. e Ibarra Cruz, E. *La psicología positiva: Un nuevo enfoque para el estudio de la felicidad*. *Razón y Palabra* [en línea]. 2017, 21(96), 660-679[fecha de Consulta 25 de agosto de 2019]. ISSN: 1605-4806. Disponible en:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199551160035>><http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199551160035>

Frascara, J. (2000). *Diseño Gráfico para la Gente*. Buenos Aires. Ediciones Infinito.

Lupton, E. (2014). *Intuición, Acción, Creación: Graphic Design Thinking*. España. Editorial Gustavo Gili.

Morone, G. (2013). *Métodos y Técnicas de la Investigación Científica*. Documento de Trabajo. Valparaíso, Chile. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Sistema de Biblioteca

Puentes Lagos, David E. y García Acosta, G. (2013) *Tendencias en diseño y desarrollo de productos desde el factor humano: Una aproximación a la responsabilidad social*. *Iconofacto*, Volumen 9 (12), 26 páginas. Disponible en:

<http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=4322f5ff-ce55-421d-8c0f-3528e1f9a2fd%40pdc-v-sessmgr05>

Sampietro, A. (2016). *Emoticonos y emojis: Análisis de su historia, difusión y uso en la comunicación digital actual*. Tesis Doctoral, Universitat de Valencia, Valencia.

Sánchez Avillaneda, Ma. del Rocío. (2005). *Señalética: Conceptos y fundamentos, una aplicación en bibliotecas*. Buenos Aires. Editorial Alfagrama Ediciones

Straus, A. Corbin, J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia. Editorial Universidad de Antioquia Facultad de Enfermería de la Universidad de Antioquia

Fuentes Electrónicas:

Revista Virtual de la Fundación Universitaria Española. (1989). [Consultado el 30 de agosto de 2019] Disponible en: http://www.fuesp.com/pdfs_revistas/cai/3/cai-3-3.pdf