

# XOMBÄTSI

REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA



XOMBÄTSI

XOMBÄTSI, año 2, No. 4, mayo-agosto 2023, es una publicación cuatrimestral editada por la Universidad del Valle de Puebla S.C., Calle 3 sur # 5759, Col. El Cerrito. CP. 72440, Puebla, Puebla, Tel. (222) 26-69-488, <[www.uvp.mx](http://www.uvp.mx)>. Editoras Responsables: Dra. María Hortensia Irma Lozano e Islas y Mtra. Irma Higinia Illescas Lozano. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2022-030412275800-203, ISSN: en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional de Derechos de Autor. Responsable de la última actualización de este Número, Coordinación Editorial y de Publicaciones, Dr. Mauricio Piñón Vargas, Calle 3 sur # 5759, Col. El Cerrito. CP. 72440, Puebla, Puebla, Tel. (222) 26-69-488 ext. 798, fecha de última modificación 1 de agosto de 2022.

Las posturas expresadas por los autores no necesariamente reflejan la de la Universidad del Valle de Puebla, de su Coordinación de Editorial y Publicaciones, de las editoras responsables ni del staff editorial involucrado en la edición de la revista.

Se autoriza la reproducción total o parcial de los contenidos de la presente publicación, siempre y cuando se acredite el origen de estos.

Cualquier carta dirigida al editor debe enviarse al correo [coord.editorial@uvp.mx](mailto:coord.editorial@uvp.mx).

# XOMBÄTSI





**Directorio**

**Universidad del Valle de Puebla**

**Presidente de la Junta de Gobierno**

Mtro. Jaime Illescas López

**Rectora**

Dra. María Hortensia Irma Lozano e Islas

**Director de Posgrados, Educación Continua, Virtual  
y Abierta**

Mtro. Salvador Cervantes Cajica

**Editoras Responsables**

Dra. María Hortensia Irma Lozano e Islas Mtra.

Irma Higinia Illescas Lozano

**Coordinador Editorial**

Dr. Mauricio Piñón Vargas

**Diseño Editorial**

Mtra. Gabriela Arias Limón



## **COMITÉ EDITORIAL**

**Víctor Manuel Pérez Álvarez**

Universidad del Valle de Puebla

**Alfredo Saúl Carranza Juárez**

Universidad del Valle de Puebla

**Omar Alexis Elías Segura**

Universidad del Valle de Puebla

**Martín Granillo Ibarra**

Universidad del Valle de Puebla

**Edith Elena Ahuatzi Flores**

Universidad del Valle de Puebla

**Ana Bertha Meza Morales**

Universidad del Valle de Puebla

**Luis Miguel Montes Flores**

Universidad del Valle de Puebla

**Ivanhoe José Muñoz Marquina**

Universidad del Valle de Puebla

**Karla Paola Rojas Jiménez**

Universidad del Valle de Puebla

**Isael Soria Ortíz**

Universidad del Valle de Puebla



## **COMITÉ CIENTÍFICO**

**Dra. Mariana Figueroa de la Fuente**

Universidad de Quintana Roo

**Dra. Mayerli Ruíz**

Universidad de Granada

**Mtra. Sandrine Laurence**

Universidad del Mar

**Dr. Luis Moreno Hernández**

Benemérita Universidad Autónoma del Estado de Puebla

**Mtra. Maria Guadalupe Salazar Arrieta**

Cruz Roja Mexicana de Puebla

**Mtra. Gloria Posadas Luna**

Benemérita Universidad Autónoma del Estado de Puebla

**Mtra. Érika Pacheco Jauregui**

Benemérita Universidad Autónoma del Estado de Puebla

**Mtro. Aldo Chiquin Zamora**

Universidad de las Américas, Puebla

A vertical black line runs down the left side of the page, with a solid black circle positioned on it approximately halfway down.

**Mtro. Juan Manuel Vargas Ramírez**  
Instituto de Estudios Universitarios

**Mtra. Karina Fuentes Talavera**  
Universidad del Valle de México

**Dra. Dolores Sánchez Arjona**  
Universidad de Málaga

**Dr. Manuel Iván Manríquez Calderón**  
Colegio de Estudios Científicos y Tecnológicos del  
Estado de Hidalgo

## ÍNDICE

PSICOLOGÍA DE UN PERSONAJE ANIMADO	12
---------------------------------------	----

Alfredo Saúl Carranza Suárez

Carol Elizabeth Zambrano Escalante

## **EDITORIAL**

Bienvenidos al inicio del segundo año de la revista Xobätsi. Ha sido un gran recorrido a lo largo de estos tres números en donde hemos compartido mucha información de áreas de ciencias de la salud como de artes y humanidades. Ha sido un recorrido fantástico en donde el aprendizaje y conocimiento se ha plasmado en cada una de las páginas de la revista.

En esta ocasión traemos un área que no habíamos explorado y hago referencia a la producción y animación.

En general, la producción y animación hace referencia a todos los elementos involucrados en la creación de mensajes multimedia por medio de distintas técnicas, en donde los colores, la música, la fluidez y el mensaje, forman parte importante para que el mensaje pueda llegar de manera adecuada a las personas que consumen el material. Más allá de todos estos elementos básicos se encuentran aquellos que tienen que ver con la creación de los portavoces de estos mensajes y hago referencia a los personales.

La creación de un personaje en esta área, está íntimamente relacionada con la metodología de como se realiza en las ciencias fílmicas, en donde la construcción, la creación de una psique, añadir una historia, experiencias, formas de actuar y en sí, la creación de una personalidad de un personaje puede ayudar a que los espectadores puedan entender, la forma en que actúa.

Para este fin, se observa que esta construcción de la psicología de los personajes tiene una metodología que se ha estudiado a lo largo de muchos años, en distintas zonas geográficas y que afectará positivamente

al personaje y a la historia. Nos podemos dar una idea de lo realizado en Pinocchio de Guillermo del Toro, del año 2022 y ganadora del Óscar en el 2023, no solo por las técnicas artesanales de la composición, la música inspiradora o de la pasión que se nota en su realización, si hacemos una comparación con la desastrosa, Pinocho de Disney del año 2022 que ni siquiera el genio de Tom Hanks como Geppeto pudo salvar. Más allá de los efectos y la calidad que podemos comparar, existe algo sustancial: la psicología de un personaje animado.

En Pinocchio de del Toro, se puede observar y casi palpar este elemento sustancial, en donde el personaje principal no actúa por mera casualidad o sale ileso por la magia del guion, donde se observa un personaje muy humano, lo que eso quiera decir, en donde se equivoca, juega, es malicioso y esto lleva a entender que su psique no había sido moldeada por la experiencia por ser un recién nacido. Dejaré de un lado a Geppetto, para enfocarme en el personaje de Spazzatura, el mono ayudante de Condell Volpe, una criatura que se presenta al inicio como traicionero, tramposo, únicamente interesado en el dinero y en el obtener un beneficio, pero al pasar el tiempo, observamos una evolución del mismo, las motivaciones de sus acciones y el quiebre en donde tuvo la oportunidad de tener una vida diferente y la acepto, dándonos uno de los personajes más memorables en donde su final se vio envuelto con el cariño del personaje principal y de todos los que pudimos contemplar esta majestuosidad de personaje.

En este número de Xombätsi podremos revisar la forma en que diversos autores estipulan esta creación de la psicología del personaje y como hemos visto, tiene un impacto directo en la construcción del entorno, la transmisión del mensaje y como consecuencia en la producción de historias memorables.

Buena lectura.

ARTÍCULO DE  
REVISIÓN

# **PSICOLOGÍA DE UN PERSONAJE ANIMADO**

## **PSYCHOLOGY OF AN ANIMATED CHARACTER**

### **ARTÍCULO DE REVISIÓN**

Carranza Suárez, Alfredo Saúl

Universidad del Valle de Puebla

coord.prodyanim@uvp.mx

ORCID: 0009-0000-8014-3048

Zambrano Escalante, Carol Elizabeth

Universidad del Valle de Puebla

pa44004@uvp.edu.mx

ORCID: 0009-0004-0403-7465

Recibido el 16 de diciembre de 2022, aceptado el 20 de julio de 2023, publicado el 30 de agosto de 2023.

## **Resumen**

La psicología, al centrarse en entender el comportamiento humano, es capaz de ser aplicada a distintas áreas, generalmente con el fin de generar conformidad al receptor. Al tener ese hecho en cuenta, se realizó el presente artículo a partir del estado del arte acerca del tema “Psicología de un personaje animado”, para el cual se realizó una recopilación de textos, de un total de 25, de los que se obtuvieron datos específicos que posteriormente fueron interpretados. Se llegó a concluir que asignarle comportamientos realistas a los personajes genera una mejor recepción del público objetivo, pues logran identificarse con ellos, lo que hace que el mensaje también pueda ser entendido de mejor manera.

**Palabras clave:** Psicología; rasgos psicológicos; animación; personajes animados

## **Abstract**

Psychology focuses on understanding human behavior and is capable of being applied to different areas, generally in order to bring conformity to the person. Taking this fact into account, this article was made from the state of art of the subject “Psychology of an animated character”, for which systematic lookup of texts was made, having a total of 25, from which specific data were taken that were later interpreted, concluding that assigning realistic behaviors to the characters generates a better reception on the target audience since they identify with them; meaning that the message can also be understood in a better way.

**Keywords:** Psychology; psychological traits; animation; animation characters

## Introducción

La psicología es entendida por Condori (2019) como "una ciencia que estudia el sentido de vida del sujeto, los significados y sentidos que realiza, las conductas, estrategias, experiencias, representaciones, convicciones y los proyectos que moviliza en la dirección de sus principales necesidades y aspiraciones de identidad y autorrealización". Y al hablar del comportamiento de los individuos, se puede hablar también de la personalidad, que Cazabonne (2019) plantea "como una organización dinámica, la cual determina el pensamiento, el comportamiento, y la adaptación de los individuos al ambiente".

En el mismo sentido, McGill (2021) habla de la personalidad como el conjunto de características que cada individuo presenta y que lo hacen actuar de cierto modo en los distintos escenarios que se le presentan en la vida. Del Valle et al. (2020) dicen que esta está compuesta por "rasgos fundamentales que permiten caracterizar y predecir el comportamiento humano". Aquellos son los rasgos de personalidad que del mismo modo, son definidos por Millon (1987) como "un patrón perdurable de conducta que se manifiesta a través del tiempo y en diferentes ocasiones."

Aunque parezcan definiciones específicas de su área, se aplican en muchos campos como en la educación, la publicidad o incluso al crear personajes para fines de entretenimiento. En el medio audiovisual, se ha tratado imitar estos comportamientos del ser humano, para crear personajes interesantes con su propia personalidad, asignándoles rasgos específicos que ayuden a desarrollar la historia; pues esa percepción de que son amigables, interesantes y divertidos es lo que en realidad le llama la atención a las personas. Según Zhao y Park (2020), es importante planificar y plasmar aquellos rasgos psicológicos para que una producción llegue a ser exitosa. En su caso, se refieren específicamente a personajes animados, que a diferencia de los actores, necesitan una personalidad desde cero.

Al crear un personaje para cualquier medio, aunque en el presente es específico para el medio audiovisual animado, se busca que logre generar empatía con el espectador, ya que mientras más profundo sea su desarrollo, mejor será su experiencia, como en el caso de las películas stop motion de Wes Anderson, pues según Chávez y Paz (2020) la cantidad de conflictos presentados hace que las personas puedan sentirse inmersos en ellas.

En los últimos años, se ha encontrado que, según Shirvani (2021), las narrativas en la realidad virtual son más interactivas y permiten una mejor experiencia al espectador cuando hay personajes con personalidades creíbles y realistas. De igual manera, autores como Li (2021) o Gutiérrez (2019) afirman que los adolescentes están en un momento de sus vidas en el que buscan identificarse en los personajes y que, si eso llega a ocurrir, genera una recepción positiva por parte del espectador.

Zibrek et al. (2018) pudieron demostrar que este fenómeno ocurre no solo en adolescentes, sino que también en el público general tras hacer una encuesta masiva de un total de mil personas. Según ellos, hacer un personaje realista, en su caso hablando tanto del aspecto como de la personalidad, es una buena decisión que genera inmersión en el espectador.

Asimismo, Chen y Cho (2021) dicen que además de hacer que la aceptación del público sea mayor con personajes que sean realistas en cuanto a personalidad y coherencia en el modo de actuar, la idea que el autor quiere mostrar al público llega a tener mayor valor. Los mismos autores mencionan que incluso se puede lograr que los espectadores de otros países puedan entender el mensaje, aunque pertenezcan a un ambiente sociocultural distinto al de suyo.

De acuerdo con Zhao y Park (2020), para que una película sea exitosa se debe poner atención a las psicologías de los personajes y tomarla en cuenta para cuestiones posteriores como el diseño del mismo; por su parte, Chen y Cho (2021)

dicen que el correcto desarrollo de las mismas, hacen que un producto audiovisual sea recordado por los espectadores.

Al tomar en cuenta lo anterior, si se ignora la psicología de los personajes, no se tendrá en claro el cómo desarrollarlos, por lo que se volverán poco realistas y el resultado será que la aceptación de las personas baje junto con la calidad del producto ya que, así como para el diseño, esta misma debería tomarse en cuenta para aspectos como la sonorización o los planos que se ocupan.

Para evitar que las películas, series o cualquier tipo de producto audiovisual animado caigan en esta problemática, es de suma importancia tener en claro el perfil psicológico de los personajes que aparezcan en el metraje, tanto del protagonista como de los personajes a su alrededor y tener un panorama completo de la actitud del personaje, así como tener en cuenta su espacio social y cómo le afecta, entre otros aspectos que aporten al desarrollo de su personalidad, según consideran pertinente Chen y Cho (2021).

De ese modo, se pueden lograr mejores resultados con respecto al producto final: que sea bien recibido por el público, tanto porque se pueden sentir identificados con el mensaje, el cual resulta más fácil de entender para públicos con distintas características (como de edad o género), como si esta identificación de rasgos de la personalidad se lleva a cabo adecuadamente.

Debido a que el público obtiene una mayor experiencia al lograr identificarse con los personajes y que como tal la aceptación de los mismos es a partir de una combinación del aspecto físico y los rasgos de personalidad que los espectadores logran identificar, resulta oportuno asignarles comportamientos realistas.

## Revisión bibliográfica

Moçoy Ramos (2018) mencionan que la animación viene del verbo en latín *animare*, que puede entenderse como “dar vida” y la labor de quien le da vida a un personaje es generarle también un correcto desarrollo. Para lograr ese objetivo, Corbett et al. (2020) recomiendan conocer al personaje y cómo se enfrenta a distintas situaciones como el fracaso o las contradicciones, así como asignarle momentos de alto impacto emocional: de vergüenza, miedo, alegría, etc; ya que de no tenerlos, un personaje se vuelve simple y eso es un error al momento de contar una historia: necesitan una personalidad. También mencionan que es necesario conocerse a sí mismo, pero si se desea recrear una personalidad que no es la propia, entonces podría ser oportuno empezar por saber qué es la personalidad.

Cazabonne (2019) habla de la personalidad como “una organización dinámica la cual determina el pensamiento, el comportamiento, y la adaptación de los individuos al ambiente”. Según este mismo autor, este tema ha sido muy estudiado y abordado desde distintos puntos de vista, pero Lascano (2020) pone de manifiesto dos elementos que, en general, la conforman: el temperamento y el carácter. El primero representa un componente biológico y hereditario, tiene que ver con el funcionamiento del sistema endócrino y el tipo de sistema nervioso de cada sujeto; por lo que el ambiente no es un factor que lo llegue a afectar en gran medida; sin embargo, también llega a ser aceptado que experiencias afectivas o relacionales constantes pueden alterar el temperamento. El segundo, el carácter, es más bien el modo de ser y en que se comporta cada persona, que la hacen única, por así decirlo. En su caso, el ambiente sí resulta sumamente trascendental pues dichas conductas son generadas a partir del medio al que el individuo está expuesto en distintos aspectos como la cultura, la educación, la familia, entre otros. Este es compuesto por tres elementos y se desarrolla a partir de su itinerancia: la emotividad (si presenta mayor o menor reacción emocional con base en los estímulos del ambiente), la

actividad (la tendencia del individuo a actuar frente a un estímulo) y la resonancia (cuánto llegan a permanecer las impresiones en los sujetos).

Ahora bien, para entender la personalidad de un individuo, un aspecto muy importante son los rasgos de la personalidad, los cuales según Lascano (2020) pueden definirse como “comportamientos estables y característicos de cada individuo (...) son predisposiciones o tendencias básicas que rigen las conductas o respuestas del sujeto frente al ambiente”. Existen tanto comunes (de un grupo) , como individuales (de una sola persona), estos últimos se dividen en: centrales, los cuales se manifiestan constantemente en los comportamientos de una persona y secundarios, que son más bien esporádicos.

Estos datos son cuestiones que se deben tomar en cuenta cuando se trata de crear una personalidad desde cero para un personaje animado, de modo que se le pueda agregar congruencia a las acciones que lleve a cabo debido a que, como menciona Cicero (2019), la credibilidad de las acciones que realice un personaje, logrará ubicarlos en su propio universo, de modo que se les genera una identidad que los hace reconocibles y permite que el espectador empatice con ellos. El mismo autor nos dice que hacer que los personajes carezcan de su propia personalidad les resta profundidad, los hace dependientes de las tramas, lo que desemboca en arquetipos que restringen las problemáticas a las que pueden estar expuestos según los cánones de la sociedad a la que pertenezcan, los cuales suelen ser alejados de la realidad; de modo que son un obstáculo para que el público logre identificarse con ellos. Li (2021) recalca que la narrativa de los productos audiovisuales tiene mejor recepción por el público cuando éste es capaz de sentirse identificado con los personajes que en ellos se presentan.

## **Método y Metodología**

El presente artículo muestra de modo de síntesis las investigaciones que se han realizado en los últimos años, concretamente a partir del 2018 hasta lo que va del 2022, en torno al tema “Psicología de un personaje animado”. Para su realización, se ejecutó una búsqueda de investigaciones con el filtro por año previamente mencionado, se ingresaron los criterios de búsqueda “personalidad de personajes animados”, “personality of animation characters”, “personalidad de personajes” y “personality of characters” en el buscador Google Académico, encontrando un total de 25 investigaciones directamente relacionadas con el tema.

Los resultados de esta búsqueda sistemática de documentos se sintetizaron en una matriz de datos que fue elaborada en las Hojas de cálculo de Google. En ella se concentraron datos específicos, con los que después se realizaron gráficas y una tabla para posteriormente interpretarlos.

## **Resultados**

De la búsqueda realizada, se encontraron una amplia variedad de artículos: 25 en total, de los cuales se recuperan datos concretos: el nombre del autor o autores, el título del trabajo de investigación, el año de publicación y el país de origen de los mismos, los cuales fueron plasmados en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

Trabajos de investigación relacionados con el tema “Psicología de un personaje animado”

No.	Autores	Título	Año	País
1.	So, Chaeahan, & Choi, Jisu (So et al., 2018)	Do Personality Traits of Animation Characters Predict Their Likability?	2018	Corea del Sur
2.	Katja Zibrek; Elena Kokkinara; Rachel Mcdonnell (Zibrek et al., 2018)	The Effect of Realistic Appearance of Virtual Characters in Immersive Environments - Does the Character's Personality Play a Role?	2018	Irlanda
3.	Villegas-Simón et al. (2018)	Homofobia y recepción de personajes lésbicos en narrativas audiovisuales	2018	Colombia
4.	Hernández Carrillo de la Higuera, Cristina (Hernández, 2018)	La unión de psicología y cine en la construcción de personajes. El caso de Mommy	2018	España
5.	Illingworth Gutiérrez (Gutiérrez, 2019)	La elección de atributos en los personajes de los videojuegos de role-play como recurso de identificación en la adolescencia.	2019	Ecuador
6.	Yolanda José Gudiño Cicero (2019)	Claves para la construcción de personajes metabólicos femeninos para series dramáticas de televisión: La última frontera	2019	México
7.	Palacios Guerra, Elena (Palacios, 2022)	Evolución en el tratamiento narrativo de personajes de series infantiles desde una perspectiva de género. Caso Rugrats y Clarence	2019	Perú
8.	Alireza Shirvani (Shirvani, 2019)	Towards More Believable Characters Using Personality and Emotion	2019	EE UU
9.	Jie y Lihui (2019)	An Analysis of Personality Traits of Main Characters in Lu Yao's Works "The Ordinary World"--Based on Freud's Theory of Personality Structure	2019	China
10.	Manrique Chávez & Victorina María Paz (Chávez y Paz, 2020)	Aproximación a los componentes visuales y construcción de personajes en el cine animado	2020	Perú
11.	Lin Xiao & Hyun Seok Lee (Xiao y Lee, 2020)	Kansei image study of animation characters: Ne Zha	2020	Corea del Sur
12.	Hong, M., & Yi, E. (Hong y Yi, 2020)	The Relationship between the Personality Changes and Costume Colors of Characters	2020	Corea del Sur
13.	Zhao & Park (2020)	Analysis of Villain Characters in Animation : Focusing on the Characteristics of Animation Characters in the U.S. and China	2020	Corea del Sur
14.	Junchi Sun (Sun, 2020)	Personalidad dual y esquizofrenia en personajes de literatura centroamericana contemporánea	2020	China

15.	Antonio Francisco Alaminos Fernández (Alaminos, 2020)	La caracterización musical transmedia de las identidades juveniles: el caso de la serie Stranger Things	2020	España
16.	Beenish Zaheen, Dr. Samia Manzoor, Dr. Aasima Safdar (Zaheen et al., 2020)	TV Cartoon Programs: An Analysis of Gender Roles and Characteristics	2020	Pakistán
17.	María Esther del Moral & Nerea López-Bouzas (Del Moral y López Bounzas, 2020)	Diferentes capacidades representadas en la animación infantil: una mirada inclusiva	2020	España
18.	Caiza Gómez, María Isabel, Enríquez Muñoz, Tamara Verónica (Caiza y Enriquez, 2020)	Análisis narrativo de los estereotipos en las princesas de Disney: Blancanieves, Mulán y Moana	2020	Ecuador
19.	Chen & Cho (2021)	A Study on Efficient Animated Character Based on the Hunlock Effect	2021	Corea del Sur
20.	Contreras García, Francisco Hernández Rebollar, Emmerson Daniel Reyes Córdova, Luis Eduardo Contreras et al. (2021)	Proceso de creación de personajes en la puesta en escena Cuerdas de Bárbara Colio, dirección de José Cotero.	2021	México
21.	Zlateva, Estela Rosenova (Zlateva, 2021)	El cuento de Zlata. Diseño de personajes 2D	2021	España
22.	Jarrett McGill McGill (2021)	Finding Personality in Animation	2021	EE UU
23.	Alireza Shirvani (Shirvani, 2021)	Personality and Emotion for Virtual Characters in Strong-Story Narrative Planning	2021	EE UU
24.	Zijia Li (Li, 2021)	A Study of Japanese Campus Girl Animation Characters	2021	China
25.	Harold Enrique Sebastian Castillo Zavaleta y Odar Alexander Gonzáles Quiliche (Castillo y González, 2022)	Análisis de los estereotipos en la construcción de los personajes de la película Gregorio (1984) del Grupo Chaski	2022	Perú

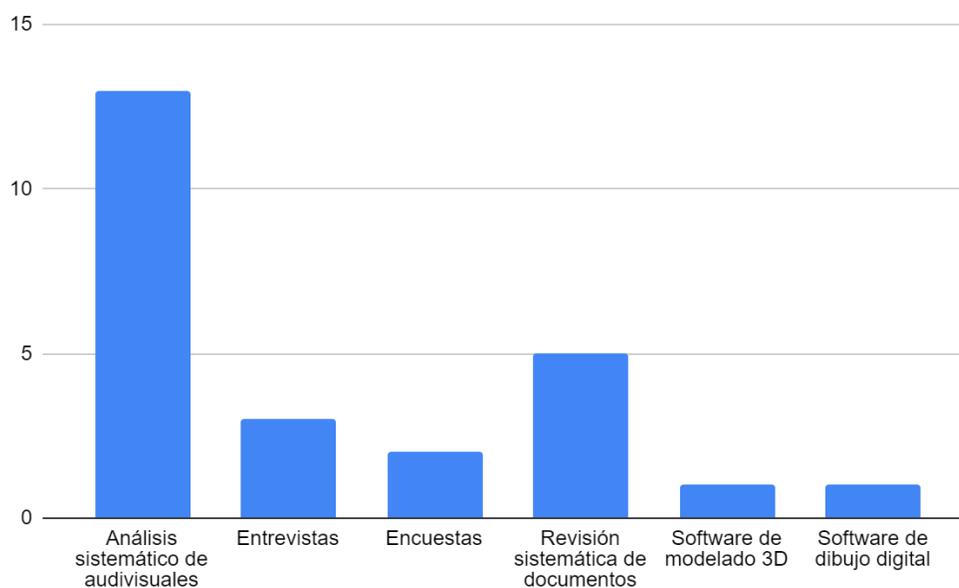
*Nota.* La tabla 1 presenta los datos más relevantes de los estudios encontrados para la realización del presente artículo. Se observa que la mayoría de los textos encontrados fueron realizados en el año 2020, prácticamente en medio de la situación de pandemia por Covid-19, y la mayoría de estudios son provenientes de Corea del Sur. Se cree que la relación entre estos datos es debido a que, Corea, como uno de los principales exponentes en la realización de productos animados, al tener que permanecer en sus hogares mucho más tiempo del usual, probablemente se vieron expuestos a este tipo de entretenimiento con una mayor frecuencia, lo que los llevó a desarrollar un análisis más profundo del contenido que suelen consumir y la importancia de la calidad que estos deben presentar, en este caso, se habla específicamente de la profundidad que presentan los personajes.

Del mismo modo, se observa que el segundo país con mayor cantidad de investigaciones fue España, lo que puede deberse a que, según la académica Menéndez (2022), la industria de la animación española pertenece a una de las 5

más grandes a nivel mundial, pues cuenta con escuelas de nivel muy alto en todo el mundo y se considera que en este país se busca innovar constantemente.

**Figura 1**

*Instrumentos*



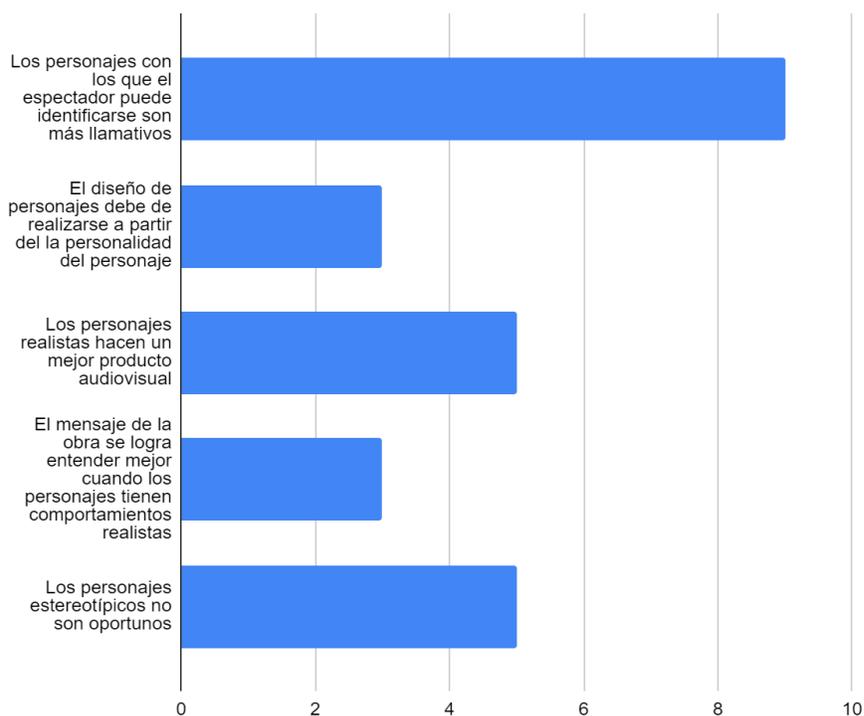
Nota. En la figura 1 se pueden observar los instrumentos que se usaron en cada uno de los 25 artículos encontrados, los cuales fueron: análisis sistemático de audiovisuales, entrevistas, encuestas, revisión sistemática de documentos, software de modelado 3D y de dibujo digital. 13 de los autores se decantaron por estudiar materiales audiovisuales, cinco consideraron más oportuno revisar documentos; tres realizaron entrevistas, dos encuestas, en un caso se utilizó un software de modelado 3D y en otro de dibujo digital.

A partir de los datos encontrados en esta gráfica, se logra reconocer que el modo más usual de investigar este tipo de productos es mediante el análisis directo de elementos audiovisuales. Esto podría deberse a que las opiniones que se obtienen mediante encuestas o entrevistas muestran visiones subjetivas de una realidad y

lo que buscan estos autores es enfocarse en la objetividad para poder emitir juicios de valor, los cuales requieren un análisis profundo de los metrajes.

## Figura 2

### Conclusiones



*Nota.* La figura 2 presenta una síntesis de las conclusiones de los 25 artículos y tesis que fueron encontrados con el tema “Psicología de un personaje”. Se encontró que las conclusiones giraban en torno a 5 ideas principales en mayor o menor medida, pero no se alejaban de ellas; las cuales fueron: los personajes estereotípicos no son oportunos, idea con la que concluyen cinco de los textos; el mensaje de la obra se logra entender mejor cuando los personajes tienen comportamientos realistas, en este caso fueron tres ; los personajes realistas hacen un mejor producto audiovisual, cinco textos concordaban con ello; el diseño de personajes debe de realizarse a partir de la personalidad del personaje, tres textos concuerdan en ello y nueve estuvieron de acuerdo con que los personajes con los que el espectador puede identificarse son más llamativos.

A partir de los datos encontrados, se puede notar que las conclusiones a las que llegan en los textos están estrechamente relacionados. Se puede observar que

autores como McGill (2021) que consideran que la importancia de la personalidad impacta en el diseño del personaje, aportan a la idea de Zhao y Park (2020) de que la planeación del perfil psicológico es de suma importancia, ya que se deberá tomar en cuenta también para otros aspectos del producto, para el sonido, recalcando el punto del aspecto, la paleta de colores o los planos que se ocupan. Es a partir de la atención a estos elementos que se logran metrajes de calidad, como mencionan Chávez y Paz (2020), quienes del mismo modo opinan que así se logra inmersión por parte del público a la historia. Por otro lado, Shirvani (2021) aporta que esa inmersión se genera a partir de personajes realistas con quienes el público pueda sentirse identificado, por lo que los estereotipos poco realistas son un obstáculo para ese objetivo, como menciona Cicero (2019).

A partir de los datos previamente mencionados, se puede observar que la animación está recibiendo cada vez más atención a nivel global y los países que por mucho tiempo fueron los principales exponentes ya no son los únicos que logran crear contenidos de calidad. Así, la animación es una forma de generar narrativas cada vez más profundas, con personajes con los que los espectadores puede sentirse cercanos e identificados y no solo expectante de los estereotipos, este género logra llamar la atención de públicos cada vez más amplios capaces de desarrollar pensamientos críticos que juzgan la calidad de los contenidos y ponen estándares de aceptación cada vez más altos. Es así que crece la necesidad de hacer personajes con mayor planificación, de características realistas y con comportamientos congruentes.

## **Conclusiones**

Después de analizar los datos obtenidos en el transcurso de la realización del presente artículo, se recalca la importancia de la planificación del perfil psicológico

de los personajes animados con el fin de realizar productos de calidad, al entender que desarrollarles una personalidad trae consigo una mayor aceptación por parte del público pues, de estar bien construida, genera un sentimiento de identificación hacia los espectadores que a su vez pueden sentir empatía con los personajes de las películas, series, cortometrajes y pueden sentirse inmersos en la trama.

Del mismo modo, la animación como industria ha estado creciendo mucho estos últimos años y su desarrollo está presente en distintos países alrededor del mundo con ideologías, creencias y construcciones sociales sumamente variadas; por lo que, de querer obtener mejor apreciación por públicos de entornos socioculturales distintos al del autor, se debe considerar que los estereotipos no son el modo más oportuno de lograrlo. Incluso dentro de entornos afines a los autores, si los personajes se basan en conductas alejadas de la realidad, los elementos que producen sentimientos de identificación serán cada vez menores, pero si en primera instancia no se entiende cómo funciona un ser humano, las conductas que presentan y por qué las presentan, no se les puede agregar la coherencia necesaria. Esto tiene como resultado personajes planos, aburridos, con una menor calidad.

## Referencias

- Alaminos, A. F. (2020, 26 noviembre). La caracterización musical transmedia de las identidades juveniles: el caso de la serie Stranger Things. *Fonseca, Journal of Communication*, 21(19). <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/fjc20202187105>
- Caiza, M. I. & Enríquez, T. V. (2020). *Análisis narrativo de los estereotipos en las princesas de Disney: Blancanieves, Mulán y Moana* [Tesis de grado licenciatura, Universidad Politécnica Selesiana del Ecuador]. Repositorio institucional de la Universidad Politécnica Selesiana del Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/18482>

- Castillo, H. E. S. y González, O. A. (2022). *Análisis de los estereotipos en la construcción de los personajes de la película Gregorio (1984) del Grupo Chaski*. [Tesis de grado licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29926>
- Cazabonne, R. (2019). *Personalidad, propósito de vida y resiliencia: revisión bibliográfica*. *Psocial*, 5(2), 26–33. <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/psicologiasocial/article/view/3504>
- Chávez, M. y Paz, V. M. (2020). *Aproximación a los componentes visuales y construcción de personajes en el cine animado* [Tesis de grado licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/653198>
- Chen, Y. & Cho, D. M. (2021). A Study on Efficient Animated Character Based on the Hunlock Effect. *Journal of Korea Multimedia Society*, 24(9), 1268-1278. <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202128557390143.page>
- Cicero, Y. J. G. (2019). Claves para la construcción de personajes metabólicos femeninos para series dramáticas de televisión: la última frontera [Tesis de grado maestría, Universidad Intercontinental]. Repositorio institucional de la Universidad Intercontinental. [https://www.academia.edu/download/59213421/Personajes\\_Metabolicos20190511-89135-1m48jw1.pdf](https://www.academia.edu/download/59213421/Personajes_Metabolicos20190511-89135-1m48jw1.pdf)
- Condori, T. P. (2019). Psicología y personalidad. *Revista de Investigación Psicológica*, (21), 115-134. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2223-30322019000100009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2223-30322019000100009&script=sci_arttext)
- Contreras García, F., Hernández Rebollos, E. D., & Reyes Córdova, L. E. (2021). *Proceso de creación de personajes en la puesta en escena Cuerdas de Bárbara Colio* [Tesis de grado licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio institucional de la Universidad Autónoma del Estado de México. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/111200>

- Corbett, D., Salcedo, E., & Tena, S. (2020). *El arte de crear personajes: En narrativa, cine y televisión (Guías del escritor/Textos de referencia)* (1.a ed.) [Libro electrónico]. Alba Editorial. <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=pFdgDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=El+arte+de+crear+personajes:+En+narrativa,+cine+y+televisi%C3%B3n&ots=5uHanJD-De9&sig=wDLdxFhGZpzooGvhIZnFI2BBiDM>
- Del Moral, M. E., & López-Bouzas, N. (2021). Diferentes capacidades representadas en la animación infantil: una mirada inclusiva. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 10(1), 20-39 <https://doi.org/10.21071/edmetic.v10i1.12851>
- Gutiérrez, J. P. (2019). *La elección de atributos en los personajes de los videojuegos de role-play como recurso de identificación en la adolescencia*. [Tesis de grado licenciatura, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio institucional de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://201.159.223.180/handle/3317/12379>
- Hernández, C. (2018). La unión de psicología y cine en la construcción de personajes. El caso de Mommy. *Ética y Cine Journal*, 8(1), 61–70. <https://doi.org/10.31056/2250.5415.v8.n1.19845>
- Hong, M., & Yi, E. (2020). *The Relationship between the Personality Changes and Costume Colors of Characters*. [Tesis de grado Licenciatura, Seoul National University of Science and Technology]. Repositorio institucional de Seoul National University of Science and Technology. <http://www.aodr.org/xml/26763/26763.pdf>
- Jie, Y., & Lihui, L. (2019). An Analysis of Personality Traits of Main Characters in Lu Yao's Works «The Ordinary World»--Based on Freud's Theory of Personality Structure. *International Journal of New Developments in Engineering and Society*, 3(2), 256–267. <https://doi.org/10.25236/IJNDES.19234>.
- Lascano, M. M. (2018). *Escuelas de psicología: un breve recorrido por las teorías de la personalidad* (1.a ed.) [Libro electrónico]. Publicaciones PUCE. [https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=cg\\_xDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=teor%C3%ADas+de+la+personalidad&ots=fJXMH2lvv5&sig=R9x4XijyXrovfgkMjFJ\\_OsQT3D4&redir\\_esc=y#v=onepage&q=teor%C3%ADas%20de%20la%20personalidad&f=false](https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=cg_xDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=teor%C3%ADas+de+la+personalidad&ots=fJXMH2lvv5&sig=R9x4XijyXrovfgkMjFJ_OsQT3D4&redir_esc=y#v=onepage&q=teor%C3%ADas%20de%20la%20personalidad&f=false)

- Li, Z. (2021). A Study of Japanese Campus Girl Animation Characters. *Asian Journal of Social Science Studies*, 6(2), 8–15. <https://doi.org/10.20849/ajsss.v6i2.89>
- McGill, J. (2021). *Finding Personality in Animation* [Tesis de grado licenciatura, East Tennessee State University]. Repositorio institucional de la East Tennessee State University. <https://dc.etsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1819&context=honors>
- Menéndez, L. (2022). *La animación en España está en constante crecimiento*. Lightbox Academy. <https://lboxacademy.es/blog/la-animacion-en-espana-una-industria-en-constante-crecimiento/#:%7E:text=La%20animaci%C3%B3n%20espa%C3%B1ola%20genera%20654,el%20crecimiento%20apunta%20muy%20alto.>
- Millon, T.H. (1987). *Manual for the MCMI-II*. National Computer System.
- Moço, A. S., & Ramos, M. F. (2019). Escrituras contemporáneas: el cine de animación. *Praxis & Saber*, 10(22), 221–246. [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/praxis\\_saber/article/view/7647/7736](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/praxis_saber/article/view/7647/7736)
- Palacios, G. E. (2022). *Evolución en el tratamiento narrativo de personajes de series infantiles desde una perspectiva de género. Caso Rugrats y Clarence*. [Tesis de grado licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/653341>
- Shirvani, A. (2021). *Personality and Emotion for Virtual Characters in Strong-Story Narrative Planning* [Tesis de grado doctorado, University of Kentucky]. Repositorio institucional de la University of Kentucky. [https://uknowledge.uky.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1118&context=cs\\_etds](https://uknowledge.uky.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1118&context=cs_etds)
- Shirvani, A. (2019). Towards More Believable Characters Using Personality and Emotion. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence and Interactive Digital Entertainment*, 15(1), 230-232. <https://ojs.aaai.org/index.php/AIIDE/article/view/5253>
- So, C., & Choi, J. (2018). Do Personality Traits of Animation Characters Predict Their Likability? *Journal of Integrated Design Research*, 17(2), 21-30. <https://www.dbpia.co.kr/Journal/articleDetail?nodeId=NODE07484844>

- Sun, J. (2020). Personalidad dual y esquizofrenia en personajes de literatura centroamericana contemporánea. *Letras*, (67), 59-71 <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/letras/article/view/13430>
- Villegas-Simón, I., Angulo-Brunet, A., & Liu, K. (2018). Homofobia y recepción de personajes lésbicos en narrativas audiovisuales. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1). <https://www.redalyc.org/journal/5115/511554775007/511554775007.pdf>
- Xiao, L., & Lee, H. S. (2020). Kansei image study of animation characters: Ne Zha. *International Journal of Asia Digital Art and Design Association*, 24(2), 15-21. [https://www.jstage.jst.go.jp/article/adada/24/2/24\\_15/\\_article/-char/ja/](https://www.jstage.jst.go.jp/article/adada/24/2/24_15/_article/-char/ja/)
- Zaheen, B., Manzoor, S., & Safdar, A. (2020). TV Cartoon Programs: An Analysis of Gender Roles and Characteristics. *Pakistan Social Sciences Review*, 4(2), 460-472. <https://pssr.org.pk/issues/v4/2/tv-cartoon-programs-an-analysis-of-gender-roles-and-characteristics.pdf>
- Zhao, Y., & Park, S. W. (2020). Analysis of Villain Characters in Animation: Focusing on the Characteristics of Animation Characters in the US and China. *Journal of Information Technology Applications and Management*, 27(6), 1-14. <https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202009835825622.page>
- Zibrek, K., Kokkinara, E., & McDonnell, R. (2018). The effect of realistic appearance of virtual characters in immersive environments-does the character's personality play a role?. *IEEE transactions on visualization and computer graphics*, 24(4), 1681-1690. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8267290/e>
- Zlateva, E. R. (2021). *El cuento de Zlata*. Diseño de personajes 2D [Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València]. Repositorio institucional de la Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/170714>



# XOMBÄTSI

— REVISTA DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA —

3 Sur 5759 Col. El Cerrito C.P. 72440, Puebla, Pue.

**Deja Huella**

📺 🐦 📷 | [uvp.mx](http://uvp.mx) |