

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arte y Comunicación Contemporánea

Rumi: Historias de la Independencia

María Alejandra Pilco Paladines

Diseño Gráfico: Comunicacional

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciatura en Diseño Gráfico

Quito, 20 de diciembre de 2022

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arte y Comunicación Contemporánea

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

Rumi: Historias de la Independencia

María Alejandra Pilco Paladines

Nombre del profesor, Título académico

Rodrigo Andrés Muñoz Valencia MFA

Quito, 20 de diciembre de 2022

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: María Alejandra Pilco Paladines

Código: 00331182

Cédula de identidad: 1104623960

Lugar y fecha: Quito, 20 de diciembre de 2022

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

Rumi se enfoca en jóvenes universitarios de 18 a 25 años de la ciudad de Quito. Es una exploración de diferentes vivencias, relatos y experiencias personales de jóvenes que viven solos. Busca comprender el proceso de personas descubriéndose como individuos a través de la experiencia de dejar el hogar familiar.

Palabras clave: experiencias, comunidad, independencia

ABSTRACT

Rumi focuses on young university students between the ages of 18 and 25 from Quito-Ecuador. It is an exploration of different experiences and stories of young people who live alone. It seeks to understand the process of people discovering themselves as individuals through the experience of leaving the family home.

Key words: experience, community, independence

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	9
Desarrollo del Tema	10
Conclusiones	27
Referencias bibliográficas	28
Anexo A: Afiche	29
Anexo B: Ilustraciones y testimonios	30
Anexo C: Web	31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura I: Prototipado etapa dos	14
Figura II: Fase de testeo	14
Figura III: Benchmarking	16
Figura IV: Primer logo	17
Figura V: Primera cromática	18
Figura VI: Elementos gráficos	18
Figura VII: Post redes sociales	19
Figura VIII: Inicio aplicación	20
Figura X: Sección comunidad	21
Figura XI: Sección finanzas	22
Figura XII: Gráfica exhibición	24
Figura XIII: Elementos exhibición	25
Figura XIII: Bitacoras	26

INTRODUCCIÓN

Las universidades públicas y privadas del país reciben cientos de estudiantes cada semestre, muchos de ellos viven en otras provincias del país y viajan a la capital en busca de una mejor educación. Incluso tienen estudiantes de la propia ciudad que se atreven a independizarse de sus hogares. El proceso para encontrar vivienda puede llegar a ser abrumador para un estudiante, quién apenas enfrenta su primer reto de independencia fuera del nido y control de sus padres. A este escenario se suman, diversos temores que se presentan en ese instante, como lo son el costo del lugar, seguridad, manejo de presupuesto y el cómo vivir solo. Dada la complejidad de este proceso, muchos estudiantes buscan compartir esta experiencia con alguien más; fenómeno que ha provocado en los últimos años el auge de *roommates*, un concepto que se define como “una persona con la que compartes un cuarto por un período de tiempo” (Cambridge Dictionary, 2022).

En un inicio Rumi fue planteada como una plataforma que te permitía encontrar vivienda en Ecuador, buscando así generar una comunidad de estudiantes que están aprendiendo a vivir solos. Sin embargo, para la exhibición transformamos la plataforma en una recopilación de experiencias, vivencias y relatos de jóvenes que actualmente se encuentran viviendo solos, con el objetivo de entender el proceso al que se enfrentan.

DESARROLLO DEL TEMA

Este trabajo fue hecho en pareja en conjunto con Daniela Nuñez.

INVESTIGACIÓN

Problemática:

Algunos jóvenes al culminar el colegio deciden ingresar en una universidad pública o privada, muchas veces a las afueras de su ciudad natal. Varios optan por seguir sus carreras dentro de Quito ya que es la capital y se cree hay mayores oportunidades de vida. Incluso muchos habitantes locales prefieren independizarse ya que esto acorta las distancias de viaje o porque simplemente desean salir de la casa de sus padres.

Debido a que este paso de independencia involucra una inversión significativa se busca la posibilidad de compartir un espacio. En consecuencia, los gastos divididos facilitan la obtención de un departamento que cubre con las expectativas del grupo de estudiantes. En el contexto de esta investigación, nuestro público objetivo son jóvenes universitarios entre 18 y 25 años que empiezan a experimentar la vida solos.

Perfil Demográfico:

Edad: 18-25

Sexo: Masculino y Femenino

Ciudad: Quito

Estado socioeconómico: Media baja, media, media alta.

Perfil Psicográfico:

Camila 24

Camila, es una estudiante de la USFQ estudia comunicación organizacional, actualmente renta un departamento en el sector del Paseo San Francisco. Le gusta caminar, salir de fiesta

con sus amigos el fin de semana y cocinar en casa. Vive con una amiga que conoció en la universidad y es de otra ciudad al igual que ella. Sus padres no quisieron que viva sola, por temor a que le pueda pasar algo y no tenga ayuda de nadie.

Camila creó un Excel en donde pone todas sus finanzas, le dan mensualmente 300 USD y su renta es cubierta por sus padres, el costo de la renta es de 700 USD junto a su amiga es decir cada una paga 350 USD. No tiene carro, tiene un novio con el cuál sale 3 días a la semana y por lo general van a comer juntos. ,(Paladines Camila, 2022)

Esta pauta impulsó a que realicemos entrevistas a gente que actualmente se encuentra estudiando y renta un departamento cerca de su universidad. En donde Daniela nos comentó que considera que "Un hijo no puede ser completamente independiente mientras viva con sus padres" esto se debe a que al vivir solo ya no tienes apoyo externo para realizar las labores domésticas .,(Samaniego Daniela, 2022)

En este contexto realizamos una investigación cualitativa y cuantitativa para comprender las diferentes necesidades que enfrentan los jóvenes universitarios al momento de empezar a vivir solos.

Dentro de las encuestas encontramos que un 84% de los jóvenes que viven solos enfrentan dificultades al momento de conseguir amigos, aprender a cocinar y calcular de forma correcta sus finanzas. La investigación cualitativa reforzó los datos obtenidos en las encuestas, al realizar las entrevistas al público objetivo se encontró que si bien el proceso de buscar roommate puede llegar a ser abrumador. Existen otros problemas que aparecen a medida que la persona se va adaptando a esta nuevo estilo de vida, que pueden llegar a surgir a partir de las relaciones afectivas, el no saber como realizar los quehaceres del hogar, el miedo que existe a la hora de cocinar y la inseguridad que involucra el vivir con una persona ajena.

Por otro lado, al momento de preguntar a los entrevistados cuáles eran las aptitudes que han adquirido tras vivir solos, encontramos dentro de las más importantes el desarrollar madurez, ser más consciente en el consumo de alimentos, evitar los desperdicios, tener un mejor sentido de la orientación, entre muchas otras más. , (Sara Navas, 2019)

A partir de la investigación realizada, encontramos tres insights principales que nos sirvieron como base para poder establecer el proceso de diseño.

En la entrevista realizada a Daniela encontramos como primer insight que **“Los jóvenes universitarios viven en un mundo de fantasía, hasta que pisan la realidad.”** ella explicaba que tras hablar con sus amigos que aún viven con sus padres, existía una brecha entre la percepción que ellos tenían del mundo y la realidad. El segundo insight surgió a partir de la entrevista realizada a Jhon él nos explicaba que **“ Los jóvenes al independizarse jamás terminan de ser 100% independientes”**. Él nos contaba que muchos de sus amigos tras independizarse aún reciben cierta ayuda económica de sus padres, por lo que no se consideraban del todo independientes.

Finalmente, el tercer insight nace de uno de los problemas más repetidos entre los entrevistados: **“Los jóvenes le tienen miedo al futuro y lo que pasará con ellos al graduarse.”** Este pensamiento limita a los estudiantes a salir de sus hogares, el no tener esta seguridad emocional, laboral y financiera hace que prefieran quedarse en el hogar familiar.

PROCESO DE DISEÑO

Ideación de productos y servicios

Para el proceso de diseño, comenzamos con la generación de ideas mediante la metodología de *brainstorming*, a partir de la misma exploramos varios caminos que nos llevaron a realizar un análisis detallado de nuestro público objetivo, entendimos que la mayoría pasa su tiempo en sus celulares. Por lo tanto, la respuesta a la problemática planteada en un inicio resultó en la creación de una plataforma digital (app) que engloba las necesidades de nuestro público en un solo producto y sintetiza todas las ideas que surgieron a partir del *brainstorming*, las cuales fueron: generar una comunidad donde las personas puedan compartir sus recomendaciones, encontrar un compañero de cuarto y tener acceso a herramientas que faciliten el proceso que conlleva el vivir solos.

Prototipos

Una vez definido el proceso de ideación procedimos al proceso de prototipado, en donde se utilizó el método de *Rapid and Digital Prototyping*. Este proceso se dividió en dos etapas, la primera buscaba generar un esquema general de las partes esenciales sin las cuales la aplicación no podría funcionar, esto nos sirvió de ayuda para poder entender cómo sería la diagramación del contenido y si el mismo tendría sentido para el usuario al momento de entrar a la app.

Tras esta primera etapa de prototipado nos dimos cuenta que al utilizarla existían ciertos problemas. Existía mucha información condensada en donde el usuario podía perderse fácilmente, por lo que decidimos crear una segunda etapa de prototipado implementando estas mejoras. Esto resultó en un modelo de aplicación mucho más simplificado, el cual se puede evidenciar a continuación:

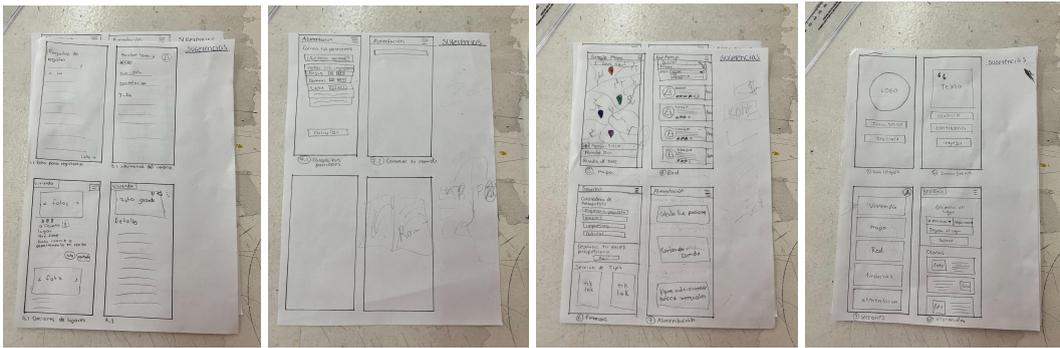


Figura I: prototipado etapa dos

Testeo

En la fase de testeo se utilizó la técnica de *Paper Rapid Prototyping* con varios estudiantes universitarios, durante el proceso se explicó paso a paso la experiencia del usuario mientras pasábamos de pantalla en pantalla, a continuación se puede evidenciar esta experiencia.



Figura II: fase de testeo

Después de este testeo recibimos una retroalimentación constructiva del usuario que incluía como recomendación principal el centrar la app hacia la generación de comunidad ya que los estudiantes que vienen a vivir a la capital desde otras provincias muchas veces se sienten solos y no cuentan con las herramientas necesarias para poder desenvolverse en la ciudad.

Para los posibles usuarios era necesario tener un lugar donde se puedan dar recomendaciones que tengan un enfoque local, es decir, que esté apartado de la temática de *Google Maps* la cual únicamente incluye los lugares más conocidos por la población y muchas veces no cuentan con una reseña útil para el usuario.

Ellos nos comentaban que como jóvenes universitarios el manejo del presupuesto es un factor que incide mucho en el estilo de vida de la persona, a partir de esto nos sugirieron implementar una sección de recomendaciones que contenga restaurantes económicos y tiendas de barrio con productos más económicos que los de supermercados; así como también herramientas financieras para el manejo del dinero.

La última recomendación que surgió en este testeo fue reducir las categorías existentes de la app para que esta sea más intuitiva para el usuario.

Estado del arte: Análisis de la competencia

La siguiente etapa en el proceso de diseño fue el análisis de la competencia, en donde se recopilaron varios proyectos e incluso piezas gráficas que forman parte de un producto similar al que planteamos en como prototipo.. Dentro de este análisis encontramos marcas como: Plusvalía, Dada Room, RTU, Mercadolibre, Mitula y Rombi.

Se analizó la funcionalidad, forma, color, tipografía y contexto de ocho piezas diferentes entre sitios web, aplicaciones y piezas gráficas proyectadas en redes sociales. A continuación se presentan algunas de las piezas más relevantes del análisis:



Figura III: benchmarking

Uno de los proyectos más destacados de nuestro análisis fue la plataforma DADA ROOM, una aplicación que ayuda a estudiantes a encontrar roommate en España. En cuanto a las decisiones de diseño de este ejemplo rescatamos el uso de una paleta cromática más divertida, lo que logra distinguir a DadaRoom de su competencia. A su vez, el uso de tipografías san serif transmiten un estilo moderno y facilitan la lectura al usuario. Estas decisiones fueron claves para poder desarrollar nuestro estilo gráfico, ya que al igual que esta empresa nosotros buscamos destacar del resto de sitios web y aplicaciones que ya existen en nuestro país.

CONSTRUIR

El análisis de la gráfica de la competencia dio paso al proceso de construcción. En donde partimos de la creación de un *stylesheet* que resumiera el *look and feel* de nuestro proyecto. Este proceso partió de la creación de una identidad de marca para la aplicación. Dentro de este proceso, el naming surgió a partir de la abreviación de la palabra roommate “roomie” un concepto que si bien parte en la lengua extranjera está presente hoy en día en la mente de nuestro público. Sin embargo, nuestro objetivo era llevar el nombre a un contexto mucho más

local, para lo cual se partió de la pronunciación coloquial de la palabra en nuestro país y es aquí donde nace RUMI.

Para la creación de marca se partió del logotipo, que se construyó con tres elementos: el símbolo de ubicación y las letras R y U que forman parte del nombre del producto, como se puede evidenciar a continuación.



Figura IV: primer logo

En la elección de la cromática, como se mencionó anteriormente, buscábamos generar una diferenciación entre la competencia por lo que decidimos ir con colores vibrantes que brinden a la marca ese toque de frescura que las otras no poseían. Nuestra paleta está compuesta por colores que generan contrastes entre sí y dan un sentido de dinamismo a la composición. Se dividió a los colores en categorías: dominantes, subdominantes y acentos como se puede ver en la imagen.

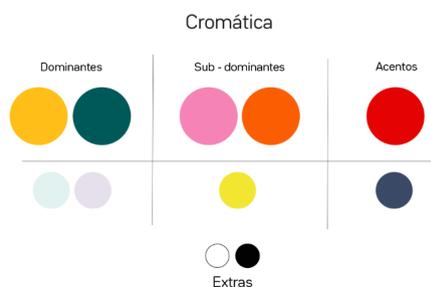
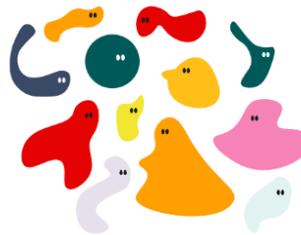


Figura V: primera cromática

La elección de forma fue clave durante el proceso de diseño ya que buscábamos un estilo divertido, libre, orgánico y cálido que representará a una comunidad. Por lo que decidimos crear formas orgánicas en forma de personas que puedan representar esta unión. Este concepto se tradujo a la creación de elementos secundarios que posteriormente fueron utilizados dentro de la aplicación y en ciertas piezas gráficas para la campaña de redes sociales.



Elementos Gráficos

Figura VI: elementos gráficos

PROPUESTA FINAL PLATAFORMA (APP)

Para la propuesta final, dado que nuestro target principal son los estudiantes universitarios nos centramos en redes sociales como Instagram. Para este propósito, creamos contenido interesante para la audiencia implementando la estrategia del uso de memes en conjunto con situaciones cotidianas entre la convivencia de jóvenes.

Este contenido se observó en el *benchmarking* de la marca Dada Room, el mismo que fue efectivo para lograr que el usuario se identifique con la marca y no se sienta como algo forzado, el objetivo de estos post es introducir discretamente a la marca en la mente del usuario, para que de esta forma se genere una interacción orgánica. A continuación se muestran los posteos realizados para las redes sociales de Rumi.



Figura VII: post redes sociales

Para la creación de la plataforma, decidimos implementar tres categorías importantes que resumen todas las necesidades del usuario, las mismas son: Vivienda, comunidad y herramientas.



Figura VIII: inicio aplicación

Para la sección de vivienda decidimos mantener una estructura similar a la de nuestra competencia implementando el uso de nuestra cromática en un formato scroll down donde los usuarios pueden agregar viviendas, implementamos también las recomendaciones de la semana.

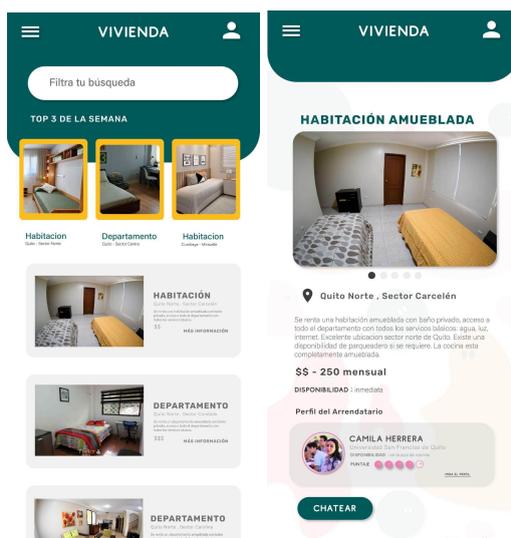


Figura IX: sección vivienda

La sección de comunidad es la parte más importante de toda la aplicación ya que es aquí donde se genera verdaderamente un vínculo. Aquí el usuario podrá encontrar y añadir recomendaciones en el mapa del sector donde se encuentre, podrá ver el perfil de otros usuarios e iniciar una conversación ya sea que quiera simplemente realizar preguntas o establecer una reunión para encontrar un departamento o roommate.



Figura X: sección comunidad

La última sección de nuestra aplicación es Finanzas, en donde el usuario podrá colocar sus ingresos y gastos en categorías como: casa, entretenimiento, alimentación, entre otras. El objetivo es lograr generar un presupuesto claro que ayude a los jóvenes a mantener sus finanzas organizadas y a su vez impulsarlos al ahorro.



Figura XI: sección finanzas

TRANSFORMACIÓN : RUMI COMO EXIBIHIÓN

Para poder generar una propuesta de exhibición transformamos la plataforma en algo completamente distinto, una exploración de vivencias, experiencias y relatos de jóvenes universitarios que actualmente se encuentran viviendo solos. Para nosotros fue importante mantener la esencia de Rumi, por lo que el objetivo de nuestra exhibición fue comprender el proceso de personas descubriéndose como individuos a través de la experiencia de dejar el hogar familiar.

Dentro de este contexto, nuestro primer paso fue definir el concepto de la exhibición, para lo cual partimos del insight del problema: “Los estudiantes universitarios en Ecuador tardan mucho en independizarse”. El siguiente paso fue cuestionar la relevancia de esta

problemática. A lo que concluimos que si bien la independencia puede llegar a ser abrumadora, está llena de beneficios que involucran crear una cultura financiera, tomar tus propias decisiones y aprender a conocerte mejor.

Una vez definido el concepto, el siguiente paso fue definir cómo contar esta problemática. Desde un inicio buscamos que todo el proceso fuera sumamente personal, por lo que trazamos una narrativa a través de las experiencias personales de los jóvenes al empezar a vivir solos, tanto lo bueno como lo malo generando contrastes y haciendo énfasis en los espacios y objetos.

NARRATIVA

Nuestro enfoque es evidenciar las experiencias y vivencias dentro de la vida de los jóvenes que ya son independientes al entender el proceso por el que pasan, sus conflictos y experiencias. Por eso creamos una narrativa enfocada a expresar los sentimientos y contar historias principalmente. Lo dividimos en tres: creando espacios imaginarios mediante un evento participativo en donde nuestros participantes escribieron, dibujaron y pegaron stickers que hacían referencia a las historias que tuvieron al empezar a vivir solos y en la actualidad. Luego continuamos con la prueba cultural en donde queríamos que cada participante personalmente responda a algunas preguntas en donde contaron historias y las emociones que causaban estas historias. Esto lo expresan mediante palabras e imágenes que creaban un collage y respondía a las preguntas planteadas. Finalmente, realizamos entrevistas a los jóvenes relatando la relación que tienen con el objeto que representa la independencia para cada uno de ellos.

NUEVA GRÁFICA

La gráfica presentada en páginas anteriores cumplía con un propósito específico, destacar de la competencia y llamar la atención de nuestro público objetivo. No obstante, para poder desarrollar la exhibición consideramos pertinente la creación de una nueva identidad gráfica que se acople al propósito de la misma, llevar al espectador por las distintas etapas, experiencias y vivencias de los estudiantes universitarios.

A continuación, se presenta la nueva identidad gráfica de Rumi.



Figura XII: gráfica exhibición

Para la creación de marca se partió del logotipo, que se construyó a partir del concepto de conexión y unión evidenciados en la letra U. Para la paleta cromática buscamos mantener un estilo más sobrio sin alejarnos de colores que llamen la atención. La paleta está compuesta por colores que generan contrastes entre sí y dan un sentido de dinamismo a la composición. Los elementos gráficos de la propuesta son predominantemente lineales con un estilo de desproporción.

LA EXIBIHICIÓN

1. Mapa

Las piezas de exhibición que desarrollamos están conformadas en tres diferentes etapas. Para la primera realizamos un mapa de un departamento, lo dividimos en 6 diferentes secciones haciendo alusión a lugares que podemos tener dentro de un departamento, en este se muestran historias (cada una con su propia ilustración), éstas son historias basadas en la vida real que fueron contadas durante nuestro evento participativo. En la segunda, se diseñaron cartas de cartulina de diferentes colores y dentro de las mismas se colocaron las bitácoras de nuestros participantes, la finalidad dentro de la exhibición es crear dinamismo a la misma y que las personas puedan acercarse, sacar las mismas y poder leerlas una por una. Finalmente, los objetos relevantes para nuestros entrevistados tienen junto a ellos un código QR que permite escuchar el audio de lo que dijeron durante la entrevista realizada.



Figura XIII: elementos exhibición (el resto de ilustraciones y testimonios están en ANEXOS)

2. Bitácoras

El proceso de la bitácora se realizó de dos formas: virtual y presencial pero se cumplía con el mismo objetivo. Para las bitácoras presenciales se entregó a nuestros participantes un instructivo en donde se daban las instrucciones a detalle de las actividades que se debían realizar: llenar cada una de las hojas con un esfero en base a un conjunto de preguntas; así

mismo, se adjuntó una revista para que puedan trabajar con cada uno de los collages a mano. Para las bitácoras de forma virtual se adaptó el material de trabajo en la plataforma Canva y se sustituyó la revista por imágenes web.

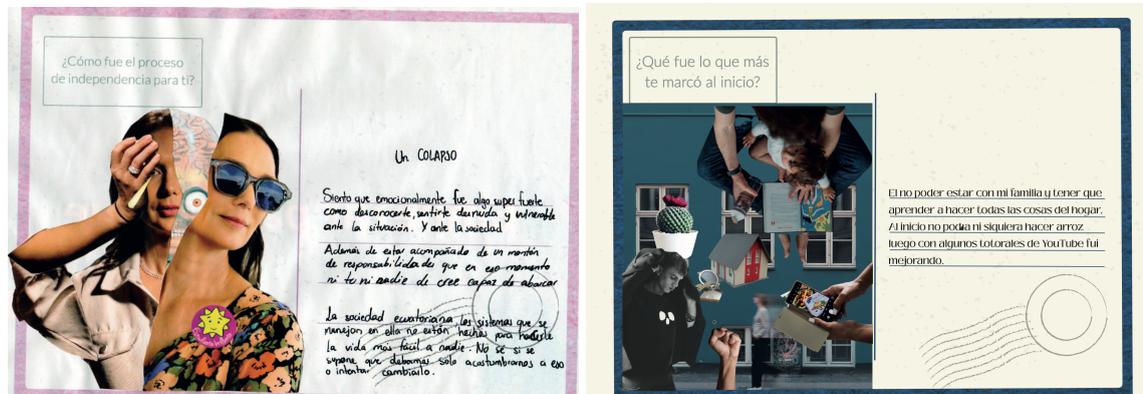


Figura XIII: bitácoras

3. Objetos

En la etapa final de la exhibición están los objetos, mismos que, como se menciona anteriormente, fueron recolectados a un grupo de jóvenes que pertenecen a nuestro público objetivo. Realizamos una pequeña entrevista a cada uno de ellos, en donde les pedimos que nos entreguen un objeto que para ellos refleje su independencia y nos cuenten cuál es la historia detrás de estos.

CONCLUSIONES

La creación de Rumi fue toda una montaña rusa, nos sorprendió la versatilidad del proyecto, ya que al empezar la exhibición estábamos atadas a la idea de la plataforma y no lográbamos ver más allá de la solución. Pero fue el proceso el que nos llevó a entender que no siempre es necesario crear un producto para poder obtener un resultado. Entendemos que ambos proyectos pueden llegar a estar conectados y funcionan en contextos diferentes.

Por un lado, la aplicación permitirá a diferentes usuarios de la ciudad de Quito encontrar al compañero de cuarto ideal para vivir. Lo que hace diferente a Rumi del resto de proyectos que se encuentran en nuestro país es su capacidad de generar una comunidad y el obtener herramientas útiles para enfrentar la vida adulta.

Por otro lado, la exhibición ayudará a que los espectadores puedan explorar junto a nosotros el camino hacia la independencia de los jóvenes universitarios. Se podrán dar cuenta de las cosas buenas como de las cosas malas que conlleva el empezar a vivir solos. El objetivo de la exhibición es el entender y darnos cuenta que la independencia es una nueva experiencia que se debería vivir para entendernos a nosotros mismos, aprender de nuestros errores y saber que

al final del día con las personas que nos quedamos es con nosotros mismos y si no vivimos la soledad jamás aprenderemos a ser autosuficientes en el día a día.

El fin del proyecto es poder brindarle a los jóvenes una herramienta para poder empezar con este proceso de independencia que sabemos es un tanto complejo y de igual forma mostrarles la trayectoria por la que pasan nuestros participantes al empezar a vivir solos y la forma en la que ellos supieron sobrellevar las cosas con el pasar del tiempo. El vivir solos es una experiencia que se debe vivir porque al final del día los únicos que nos quedamos somos nosotros mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

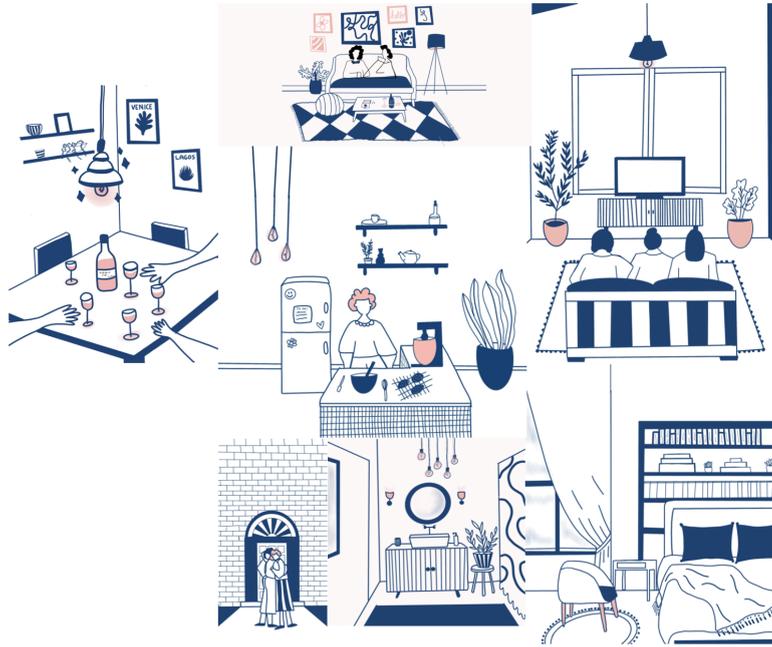
- Coca, M. (2021, 15 julio). *¿Por qué les cuesta independizarse a los 'millennials'?* BBVA NOTICIAS.
<https://www.bbva.com/es/por-que-les-cuesta-independizarse-a-los-millennials/>
- El comercio. (2019, 18 febrero). *En la actualidad los jóvenes se independizan más tarde.*
<https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/jovenes-padres-independencia-e-studios-adolescencia.html>
- Espinoza, C. (2021, 28 septiembre). *El retraso de la edad adulta: ¿por qué los jóvenes tardan tanto en independizarse?* Hacerfamilia.
<https://www.hacerfamilia.com/jovenes/retraso-edad-adulta-jovenes-tardan-independizarse-20210927130848.html>
- Instituto nacional de estadísticas y censos. (2014, 1 enero). *Hablando de millennials.* NEC.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2017/millennials.pdf>
- Moscosa, M. (2018, 1 octubre). *Cuesta a millennials ser independientes.* El Universal.
<https://www.eluniversal.com.mx/cartera/cuesta-millennials-ser-independientes>
- Navas, S. (2019, 1 mayo). *Por qué los jóvenes españoles se van de casa con 29 años y los nórdicos con 21 (y no es solo por dinero).* El País.
https://elpais.com/elpais/2019/04/30/icon/1556640462_253369.html
- Osorio, M. (2020, 8 diciembre). *Sabías que. . . 4 de cada 10 millennials regresa a casa de sus padres luego de independizarse.* El blog de mariano.
<https://marianoosorio.com/blogs/noticias-que-te-hacen-bien/sabias-que-4-de-cada-10-millennials-regresa-a-casa-de-sus-padres-luego-de-independizarse>
- Pinchao, J. (2022, 14 febrero). *Encuesta: El 45% de los jóvenes ecuatorianos se mudó con su pareja tras la pandemia.* El Comercio.
<https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/encuesta-ecuatorianos-mudanza-pareja-pandemia.html>
- Sempere, P. (2021, 7 abril). *El Covid frena la emancipación juvenil: el 55% de los menores de 30 años vivía con sus padres en 2020.* Cinco Días.
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/04/07/economia/1617787399_323195.html

ANEXO A: AFICHE

RUMI



ANEXO B: ILUSTRACIONES Y TESTIMONIOS



“
 Al mudarme a mi primer departamento, recuerdo una de las primeras noches que compartí con mis roomates en el comedor. No teníamos nada más que un vino que me habían regalado, lo abrimos y nos quedamos conversando toda la noche. Ellas se convirtieron en mis primeras amigas en Quito y hasta hoy somos súper unidas.
 ”

“
 Una noche con mi roommate nos sentamos en el sillón del patio y empezamos hablar de la vida, llegamos a un punto en el que nos abrimos muchísimo y exteriorizamos nuestros sentimientos. No somos personas que expresan mucho sus sentimientos, por lo que esa noche fue especial y ese sillón se convirtió en nuestro botiquín emocional.
 ”

“
 Hacer galletas me relaja muchísimo. Cada que me siento triste o deprimida lo que hago para distraerme y sentirme un poquito mejor es hornear galletas. Es una actividad que me relaja y tengo la mejor receta del planeta esa es la de mi abuela.
 ”

“
 Nos quedamos fuera de la casa con mi roommate por que alguien se fue a dormir. Hasta que nos empezamos a reír cuando nos dimos cuenta que en medio de la lluvia estábamos en las gradas. Recordamos el olor de la lluvia y el sonido de la lluvia. Hasta hoy día me habla siempre hablar y fue muy divertido por que a pesar de estar todos empapados me sentí tranquila y feliz.
 ”

“
 Una amiga dejó tapado el baño de mi casa después de una reunión que hice. Para mí fue súper agotador tener que despertarlo por que cuando viví en la casa de mis papás eran ellos los que resolvían estos problemas. Ahí es cuando me di cuenta de que tomamos por sentado el trabajo de otros hasta que nos enfrentamos con la realidad de vivir solos.
 ”

“
 Invité a mi grupo de amigos más cercanos a mi casa una noche; nos quedamos viendo películas y tomando. Es un recuerdo especial por que todos estábamos emocionalmente destruidos pero no lo exteriorizamos hasta ese día. Todos lloramos, nos abrazamos y nos volvimos más unidos.
 ”

“
 A mí me encantan los libros, leer es de mis pasatiempos favoritos. Cuando estaba en la casa de mis papás dejé de comprar libros por que me lo prohibieron. Recuerdo que al llegar a Quito lo primero que hice fue irme a comprar muchos libros y los puse en la repisa de mi cuarto. Me sentí en paz, esos libros me acompañaron cuando estaba solo.
 ”

ANEXO C: WEB

LINK: [HTTPS://WWW.EXHIBICIONDEDISEÑO.NET/RUMI](https://www.exhibiciondediseño.net/rumi)

