

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



CREACIÓN DE FÁBULAS INFANTILES ILUSTRADAS PARA PROMOVER VALORES Y DISEÑO DE LA MARCA FABULOOO

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Paula Arrarte de Losada

Código 20172846


Asesor

Miguel Bernal

Lima - Perú

Marzo de 2023





***CREATION OF ILLUSTRATED CHILDREN'S
FABLES TO PROMOTE VALUES AND DESIGN
OF THE FABULOOZOO BRAND***

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
1. PRESENTACIÓN	8
1.1. Objetivos	9
1.1.1. Principales.....	9
1.1.2. Secundarios.....	10
1.2.1. Material #1: cuento ilustrado <i>La pequeña alita de Mayo</i>	10
1.2.2. Material #2: manual de marca de Fabulozoo.....	10
1.2.3. Material #3: cuentos escritos e ilustraciones en png sin color.....	10
1.2.5. Material #4: desarrollo creativo de los personajes y mundo ficcional	10
2. ANTECEDENTES	11
2.1. Análisis situacional	11
2.2. Público objetivo	12
2.3. Referencias: (ver Anexo 1: Referencias)	12
2.3.1. “Monitos al rescate”: https://unicef.org.pe	12
2.3.2. “Love around the world”: https://www.behance.net	12
2.3.3. Leefante: https://leefante.com	13
2.4. Competencia: (ver Anexo 2: Competencia).....	13
2.4.1. “Cuentos que cuidan”: https://www.unicef.org	13
2.4.2. “Senticuentos”: https://editorialsentir.com	13
3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL.....	14
4. LECCIONES APRENDIDAS	19
4.1. La inversión no es un gasto	19
4.2. La subjetividad de la imagen y la importancia de una visión ajena.....	19
4.3. La importancia de priorizar	20
4.4. Usar un medio destinado a un fin para otros fines	20
REFERENCIAS.....	21

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Referencias.....	24
1.1. Estilo de ilustración de la colección “Monitos al rescate”	24
1.2. Paleta de colores del cuento “Love around the world”:	24
1.3. Tipografía gruesa de la marca Leefante:.....	24
Anexo 2: Competencia.....	25
2.1. Colección “Cuentos que cuidan”:	25
2.2. Colección “Senticuentos”:	25
Anexo 3: Encuesta <i>naming</i> para la marca Fabulozoo.....	26
3.1. Conoce el proyecto.....	26
3.2. Elección del <i>naming</i> : Fabulozoo	26
3.3. Conoce el logo.....	28
Anexo 4: Consentimiento informado para los padres y las madres de los participantes de la investigación	31
Anexo 5: Diseño metodológico del <i>focus group</i>	33
5.1. Tipo de investigación	33
5.2. Población y muestra	33
5.2.1. Universo.....	33
5.2.2. Muestra	33
5.2.3. Unidad de muestreo	34
5.2.4. Unidad de análisis.....	34
5.2.5. Tipo de muestreo	34
5.3. Método de recolección de información.....	34
5.3.1. Procedimiento para la selección de la muestra	34
5.3.2. Estructura y diseño de instrumento.....	34
5.4. Objetivos de la investigación	34
5.5. Guía estructurada de preguntas	35
5.5.1. Sobre las impresiones a nivel visual	35
5.5.2. Sobre las impresiones a nivel de la historia.....	35
5.6. Transcripción del <i>focus group</i>	35
5.7. Fotografía del día del desarrollo del <i>focus group</i>	38

RESUMEN

El presente proyecto tiene como propósito la producción y realización de cuentos infantiles ilustrados con el objetivo de promover valores en torno a los temas de: roles de género, empoderamiento femenino y de las discapacidades, lucha contra la masculinidad tóxica, respeto y cuidado del cuerpo, entre otros. Dichas problemáticas son tratadas a través de historias protagonizadas por animales en peligro de extinción de la fauna peruana. Para lograr estos objetivos, se identificó la necesidad de construir una identidad visual de marca que ayude a organizar y sistematizar el uso de los soportes de difusión, la identidad de los personajes y la promoción de los cuentos a través de medios digitales e impresos. Los productos comunicativos desarrollados para lograr estas metas fueron: el manual de *branding* de la marca Fabulozoo, los guiones de los primeros seis cuentos y el arte final preparado para el lanzamiento de uno de ellos.

Palabras clave: cuentos infantiles ilustrados, valores sociales, identidad visual, *branding* de marca, medios digitales e impresos.

ABSTRACT

The purpose of this project is the production and realization of illustrated children's stories with the aim of promoting values around the themes of: gender roles, female empowerment and disabilities, fight against toxic masculinity, respect and care for the body, amongst others. These problems are treated through stories starring endangered animals of the Peruvian fauna. To achieve these objectives, the need to build a visual brand identity that helps organize and systematize the use of dissemination media, the identity of the characters and the promotion of stories through digital and print media was identified. The communication products developed to achieve these goals were: the branding manual for the Fabulozoo brand, the scripts for the first six stories and the final art prepared for the launch of one of them.

Keywords: illustrated children's books, social values, visual identity, branding, digital and print media.

Inf. Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Santo Tomas Trabajo del estudiante	1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1%
5	colegioadorrey.es Fuente de Internet	<1%
6	www.fao.org Fuente de Internet	<1%
7	repository.cinde.org.co Fuente de Internet	<1%
8	www.un.org Fuente de Internet	<1%
9	es.unionpedia.org Fuente de Internet	<1%

10	jurnal.darmajaya.ac.id Fuente de Internet	<1 %
11	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
12	www.ecotopia-educacion.org Fuente de Internet	<1 %
13	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 29 (2013)", Brill, 2016 Publicación	<1 %
14	diversiscorporacion.org Fuente de Internet	<1 %
15	www-ni.laprensa.com.ni Fuente de Internet	<1 %
16	www.forempv.ccoo.es Fuente de Internet	<1 %
17	drive.google.com Fuente de Internet	<1 %
18	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
19	repositoriocyt.unlam.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
20	www.eufic.org Fuente de Internet	<1 %

21

www.cacic2016.unsl.edu.ar

Fuente de Internet

<1 %

22

www.amyjokarn.com

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo