

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



"CAMPAÑA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL "APRENDIENDO JUNTOS" PARA LA MARCA CHIQUINHO & CHIQUINHA"

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

Iris Ximena Prado Zegarra

Código 20143133

Mircea Mabel Cayo Lima

Código 20151745

Asesor

Carlos Vidal Rivadeneyra Olcese

Lima – Perú

2020



**CAMPAÑA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
“APRENDIENDO JUNTOS” PARA LA MARCA
CHIQUINHO & CHIQUINHA**



ÍNDICE

RESUMEN	09
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO I: ANTECEDENTES DEL TRABAJO	12
1.1 Objetivos	14
1.2 Casos de referencia	15
CAPITULO II: REALIZACIÓN.....	22
2.1 Marca: Chiquinho & Chiquinha	22
2.1.1 Paleta de colores	23
2.1.2 Tipografía	23
2.1.3 Logo	23
2.2 Proyecto: Tu mundo Chiqui	25
2.2.1 Paleta de colores	25
2.2.2 Tipografía	25
2.2.3 Logo	26
2.3 Campaña: Aprendiendo juntos.....	27
2.3.1 Paleta de colores	27
2.3.2 Tipografía	28
2.3.3 Logo	28
2.4 Materiales	29
2.4.1 Rompecabezas	29
2.4.2 Stickers	32
2.4.3 Historieta	35
2.5 Plataforma web	39
CAPITULO III: SUSTENTACIÓN	41
3.1 Renovación de la marca	41
3.2 La creación de “Tu mundo chiqui”	42
3.3 Materiales didácticos.....	42
CAPITULO IV: LOGROS Y RESULTADOS.....	44
4.1 Entrevistas	45

4.1.1 Entrevista a padres de familia	45
4.1.2 Entrevista a Psicóloga Educativa	46
4.2 Focus Groups	46
4.2.1 Focus Group. 6 años	46
4.2.2 Focus Group: 7 años	47
4.2.3 Focus Group: 8 años	48
4.2.4. Focus Group Profesores	49
4.3 Resultados.....	50
4.3.1 Materiales presentados en focus group y entrevistas	52
4.3.2 Materiales con cambios realizados.....	57
CAPITULO V: LECCIONES APRENDIDAS.....	61
5.1 Sobre la construcción de materiales.....	61
5.2 Reuniones con la empresa	62
5.3 Afinamiento de la propuesta.....	62
5.4 La importancia de la validación social.....	62
5.5 La importancia del diseño gráfico	63
5.6 Construcción del mensaje.....	64
CONCLUSIONES.....	66
REFERENCIAS	68
BIBLIOGRAFÍA.....	71
ANEXOS.....	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Materiales “La Regla de Kiko”	16
Figura 1.2 El libro “La Regla de Kiko”	16
Figura 1.3 Página web: QUERER POSTA.....	17
Figura 1.4 Video “Yo sé cuidar mi cuerpo”	18
Figura 1.5 Video de relanzamiento “Yo sé cuidar mi cuerpo”	18
Figura 1.6 Cancionero “Yo sé cuidar mi cuerpo”	19
Figura 1.7 Videoclip “¡Cuidado!”	20
Figura 1.8 Facebook Fundación Por Nuestros Niños.....	21
Figura 2.1 Logos actuales de Chiquinho & Chiquinha.	22
Figura 2.2 Propuesta de colores para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha	23
Figura 2.3 Propuesta de tipografía para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha	23
Figura 2.4 Propuesta de logo #1 para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha	24
Figura 2.5 Propuesta de logo e isotipo final para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha.....	24
Figura 2.6 Propuesta de colores la marca Tu Mundo Chiqui	25
Figura 2.7 Propuesta de tipografía para la marca Tu Mundo Chiqui.....	25
Figura 2.8 Evolución de propuestas del logo para la marca Tu Mundo Chiqui	26
Figura 2.9 Propuesta de logo final para la marca Tu Mundo Chiqui.	27
Figura 2.10 Propuesta de colores para Aprendiendo Juntos.....	27
Figura 2.11 Propuesta de tipografía para Aprendiendo Juntos.....	28
Figura 2.12 Evolución de propuestas del logo para Aprendiendo Juntos	28
Figura 2.13 Propuesta de logo final para Aprendiendo Juntos	29

Figura 2.14 Evolución del rompecabezas	30
Figura 2.15 Material rompecabezas	31
Figura 2.16 Evolución de la cartilla de stickers	32
Figura 2.17 Material Cartilla de stickers	34
Figura 2.18 Evolución de la historieta.....	35
Figura 2.19 Material Historieta.....	38
Figura 2.20 Maqueta de página web Tu Mundo Chiqui.....	40
Figura 3.1 Arquitectura de marca.....	41
Figura 4.1 Tira de cartilla para padres presentada en el Focus Group y entrevistas.....	53
Figura 4.2 Retira de cartilla para padres presentada en el Focus Group y entrevistas..	53
Figura 4.3 Rompecabezas presentado en el Focus Group y entrevistas.....	54
Figura 4.4 Cartilla de stickers presentada en el Focus Group y entrevistas	55
Figura 4.5 Historieta presentada en el Focus Group y entrevistas	56
Figura 4.6 Tira de cartilla de padres luego de los cambios	57
Figura 4.7 Retira de cartilla de padres luego de los cambios	57
Figura 4.8 Rompecabezas luego de los cambios.....	58
Figura 4.9 Imagen de apoyo para el rompecabezas	58
Figura 4.10 Cartilla de stickers luego de los cambios.....	59
Figura 4.11 Historieta luego de los cambios.....	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Radiografía de un drama que afecta al país	71
Anexo 2: Infografía de la logística de producción y distribución de materiales.	72
Anexo 3: Infografía de la campaña para prevenir el abuso sexual infantil.	73
Anexo 4: Guía de entrevista	74
Anexo 5: Guía de Focus groups.....	77
Anexo 6: Fotografías de Focus groups con niños y niñas	83



RESUMEN EN ESPAÑOL

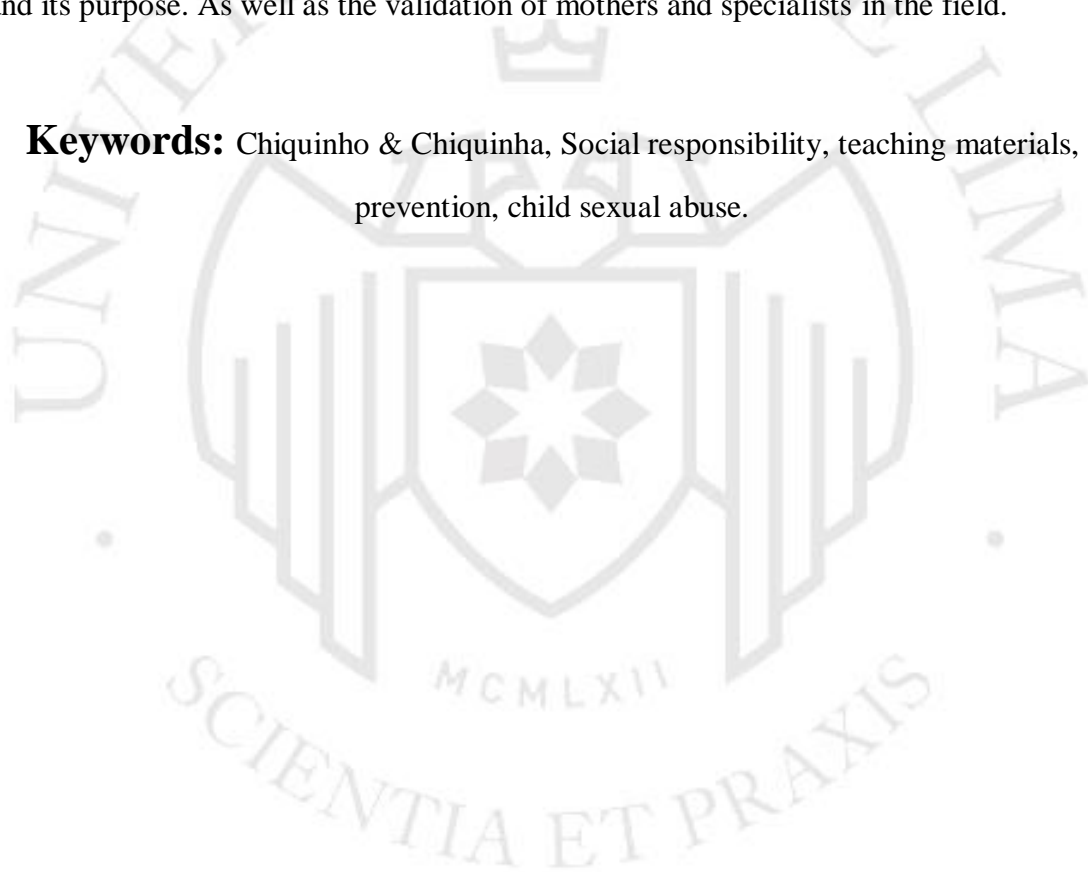
Este proyecto tiene como finalidad introducir el abuso sexual infantil como tema de conversación en las familias del NSE D y E, específicamente en niños de 6 a 8 años. A través de materiales didácticos que acompañarán a los productos de Chiquinho & Chiquinha. Estos materiales didácticos a su vez, invitarán a sus destinatarios a la plataforma web: www.tumundochiqui.pe, donde podrán encontrar más información sobre el tema, juegos, líneas de ayuda, etc. Pero también, información sobre la empresa, sus productos, puntos de venta y de contacto. En este documento se muestra la evolución de cada pieza gráfica creada para el proyecto y su propósito. Así como la validación de madres de familia y especialistas en el tema.

Palabras clave: Chiquinho & Chiquinha, Responsabilidad social, materiales didácticos, prevención, abuso sexual infantil.

ABSTRACT

This project aims to introduce child sexual abuse as a topic of conversation in the families of the Social-economic level D and E, specifically in children aged 6 to 8 years. Through teaching materials that will accompany the products of Chiquinho & Chiquinha. These teaching materials will, in turn, invite their recipients to the web platform: www.tumundochiqui.pe, where they can find more information on the subject, games, help lines, etc. But also, information about the company, its products, points of sale and contact. This document shows the evolution of each graphic piece created for the project and its purpose. As well as the validation of mothers and specialists in the field.

Keywords: Chiquinho & Chiquinha, Social responsibility, teaching materials, prevention, child sexual abuse.



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el Perú se encuentra con tasas alarmantes de abuso sexual a menores de edad.

En el año 2018 se atendieron 22,709 casos de violencia física y sexual. Además, para el primer trimestre del 2019 de los 11, 567 casos de menores de 18 años atendidos por violencia, más del 50% son casos de violencia física y sexual. (Aldeas Infantiles SOS Perú, 2019, párr. 06 - 07)

Por este motivo, consideramos que es urgente que el tema del abuso sexual infantil sea tratado de forma estratégica y sea introducido como tema fundamental en el hogar.

Debemos considerar que las campañas sociales no solo deben recaer en manos del Estado, sino también las empresas privadas, ya que actualmente la sociedad espera empresas socialmente responsables. Generar programas de responsabilidad social ligadas al *core business* de las empresas permite generar resultados mucho más beneficiosos. Tanto para los grupos de interés, como para la propia marca. Así se desarrollará un círculo virtuoso generado por la estrategia de *win to win*. Es decir, un ganar a ganar para todos los involucrados.

La empresa Chiquinho & Chiquinha se desarrolla en el área de la producción textil de ropa interior para niños y niñas de NSE D y E. Por este motivo hemos desarrollado una campaña llamada “Aprendiendo juntos” que permitirá prevenir el abuso sexual infantil en niños y niñas de 6 a 8 años del NSE D y E; y reforzar la imagen e identidad de Chiquinho & Chiquinha. Esto impactará en la reputación de la marca y sus futuras ventas.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL TRABAJO

En la definición de abuso sexual infantil propuesta por el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables se menciona que es: “Toda interacción donde se utiliza a un niño, niña o adolescente para la satisfacción sexual de una persona adulta (o de un o una adolescente con diferencia significativa de poder)” (Viviano Llave, 2012, p. 07).

De aquí parte el contexto analizado para el desarrollo del proyecto, pues encontramos estadísticas y noticias alarmantes del Perú. Por ejemplo:

En el año 2017, según cifras del Ministerio de la Mujer, entre enero y marzo se han denunciado 1.778 casos de violencia sexual contra la mujer en todo el Perú. Además, de estos casos, 1.185 son mujeres con edades que oscilan entre cero y 17 años, es decir, más del 66.6 % son menores de edad (La República, 2017, párr. 01) (VER ANEXO 1).

En el año 2018, las cifras no han variado mucho:

De acuerdo a estadísticas de los Centros de Emergencia Mujer (CEM) del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) , entre enero y marzo de 2018 se han denunciado un total de 1,727 casos de abuso sexual contra menores, de entre 0 y 17 años [...] La cifra en el caso de violación sexual es de 886 menores atacados en los tres primeros meses del presente año. En enero se reportaron 264 casos, en febrero 336 y en marzo 286. (César Takeuchi, 2018, párr. 02 - 03).

Hay que tomar en cuenta que estas cifras corresponden solo a los casos denunciados. Por lo que podemos asumir que esta cifra es mucho más elevada, ya que la gran mayoría calla este tipo de abusos.

Por otro lado, según Viviano Llave (2012): “En promedio, 1 de cada 10 escolares de primaria ha sufrido alguna forma de abuso sexual. Esta prevalencia en niñas fue de 13% mientras que en los niños de 7%” (p. 37).

Los productos de Chiquinho & Chiquinha tienen como público objetivo a niños y niñas del NSE D y E. Por este motivo, el proyecto se enfoca en este público. Cabe resaltar que dentro de estos niveles socioeconómicos algunos factores de riesgo toman mayor protagonismo a comparación de otros NSE. Según Acción por los Niños (2015), algunos de los factores de riesgo ligados al abuso sexual infantil son: “Bajo nivel educativo, el sexo como tabú, cuando el niño o niña permanece solo por mucho tiempo” (p. 02). Además, según Viviano Llave (2012) considera factores de riesgo: “Barrio inseguro, delincuencia, percepción de falta de orden y reglas a nivel comunitario [...]; cuando las personas adultas colocan a los niños o niñas en roles adultos (atender al conyugue o pareja) desde donde la función de pareja sexual se desliza con mayor facilidad” (p. 27-28).

Según datos de IPSOS (2017), los hijos de las familias de NSE D y E presentan un nivel de escolaridad incompleto en un 45% y 56% respectivamente. Además de ello, encontramos que 29% de los hijos de una familia del NSE D trabajan. Y en el NSE E esta cifra aumenta al 35%. El bajo nivel educativo y los roles de adulto que los niños se ven forzados a representar en estos niveles socioeconómicos corroboran los factores de riesgo antes mencionados (p. 36, 47).

“Aprendiendo Juntos”, es la campaña comunicacional que proponemos, se enfocará en niños y niñas de 6 a 8 años de edad. Ya que, en estas edades, los niños están tocando paralelamente este tipo de temas en el colegio y la campaña serviría como un refuerzo en casa. Además, será un recordatorio para que los padres estén atentos y conscientes de las señales de peligro. Estos niños pertenecen a los sectores D y E, que son los sectores más vulnerables en todos los aspectos, y son el público objetivo de Chiquinho & Chiquinha. Convirtiendo así a la marca y sus productos, de un canal de distribución en uno de comunicación. Los materiales, se clasifican por edades y tallas, tal como se ve en el Anexo 2 y 3.

El proyecto consta de dos componentes: uno social, que es el de desarrollar la campaña “Aprendiendo Juntos” y otro corporativo, que es el de agregarle valor a la marca de Chiquinho & Chiquinha. Ya que, al ser el *core business* de esta marca, el confeccionar y

vender ropa interior de niños, se convierte en un canal adecuado para llevar este tipo de información.

1.1. Objetivos

El proyecto consta de dos objetivos generales que, a su vez, tienen objetivos específicos:

1. Prevenir el abuso sexual infantil en niños y niñas de 6 a 8 años del NSE D y E.
 - a. Educar sobre las partes íntimas del cuerpo femenino y masculino.
 - b. Fomentar la búsqueda de ayuda en los adultos de confianza.
2. Reforzar la reputación de la marca Chiquinho & Chiquinha.
 - a. Generar apego a la marca a través de la campaña de responsabilidad social “Aprendiendo Juntos”.

Para establecer el primer objetivo general se realizó una larga búsqueda y recopilación de información. Gran parte tiene como fuente la organización: *Save The Children*. Esta ONG, en su libro: *Violencia sexual contra los niños y las niñas. Abuso y explotación sexual infantil*, menciona que hay varios factores que puede favorecer a que se produzcan situaciones de abuso. Estos son factores sociales, familiares, personales. Dentro de esta lista encontramos:

[...] Falta de concienciación del niño o la niña como sujetos de derechos [...] Falsas creencias sobre la sexualidad infantil y de la sexualidad adulta. [...] Falta de información sobre el desarrollo infantil y sobre el desarrollo de la sexualidad. [...] Niños o niñas que no tienen información sobre situaciones de riesgo o que no tienen información clara sobre sexualidad. [...]” (Orjuela López & Rodríguez Bartolomé, 2012).

Analizando los factores antes mencionados, surge el objetivo específico #1 “Educar sobre las partes íntimas del cuerpo femenino y masculino”. También encontramos otros factores que propician el abuso: “Dificultades en la comunicación, distancia emocional, incapacidad para responder a las necesidades del niño o la niña. [...] Niños o niñas que no tienen vínculos de apego seguro con sus cuidadores o con carencias afectivas” (Orjuela López & Rodríguez Bartolomé, 2012). De estos factores surge el objetivo específico #2: “fomentar la búsqueda de ayuda en los adultos de confianza”. Estos objetivos, además, han sido validados por Elva Aguirre, docente en la Universidad de Lima y especialista en psicología educativa.

1.2. Casos de referencia

Por otro lado, el abuso sexual infantil es un problema de preocupación mundial. A continuación, presentamos un caso que sirve de análisis y reflexión para crear la campaña de “Aprendiendo Juntos”. Caso que cumple con el primer y segundo objetivo específico del primer objetivo general. Y utiliza el tipo de material didáctico con el que se plantea trabajar. Esta campaña, para prevenir la violencia sexual contra los niños, niñas y adolescentes, que empezó en Francia, tiene por objetivos:

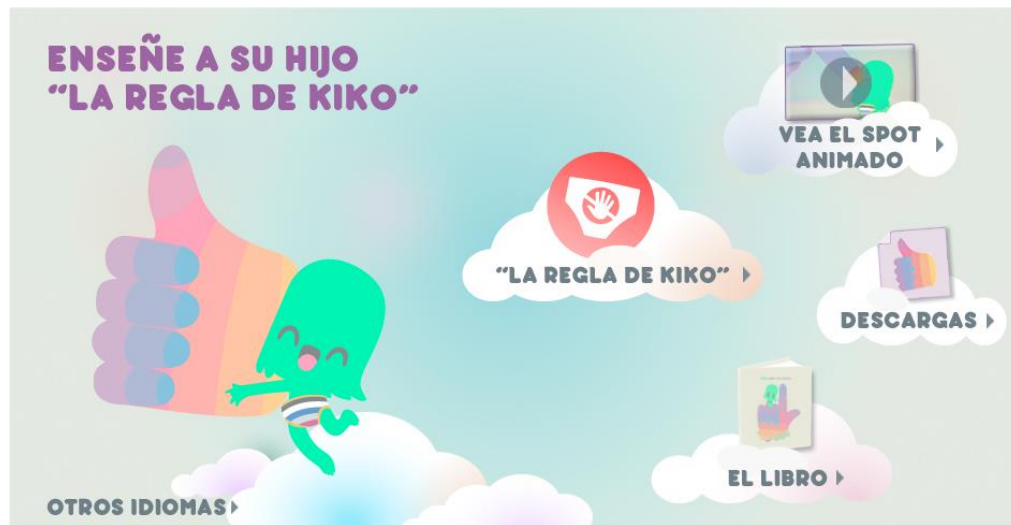
“Promover la firma, ratificación y aplicación del Convenio del Consejo de Europa para la protección de los niños contra la explotación y el abuso sexual; y proporcionar a los niños, sus familias/cuidadores y las sociedades conocimientos y herramientas para prevenir la violencia sexual contra los niños, niñas y adolescentes y, de este modo, crear conciencia acerca de todo lo que constituye violencia sexual contra las personas menores de edad”. (FAPMI, 2011)

Esta campaña, por lo tanto, se acerca a los objetivos de la campaña “Aprendiendo Juntos”. Enfocándose en padres, niños y adolescentes. Una de las herramientas de sensibilización más interesantes es la de “La Regla de Kiko”, que es un anuncio audiovisual de 30 segundos, donde aparecen dos personajes:

“Kiko y la mano. Kiko es un niño pequeño, ni un niño, ni una niña, ni blanco ni negro, que se encuentra con la mano cariñosa. Kiko deja a la mano que le toque el pelo, las manos y la nariz, pero cuando la mano le pregunta: “¿Puedo tocarte dentro de tu ropa interior?”, la respuesta de Kiko es un no rotundo” (FAPMI, 2011)

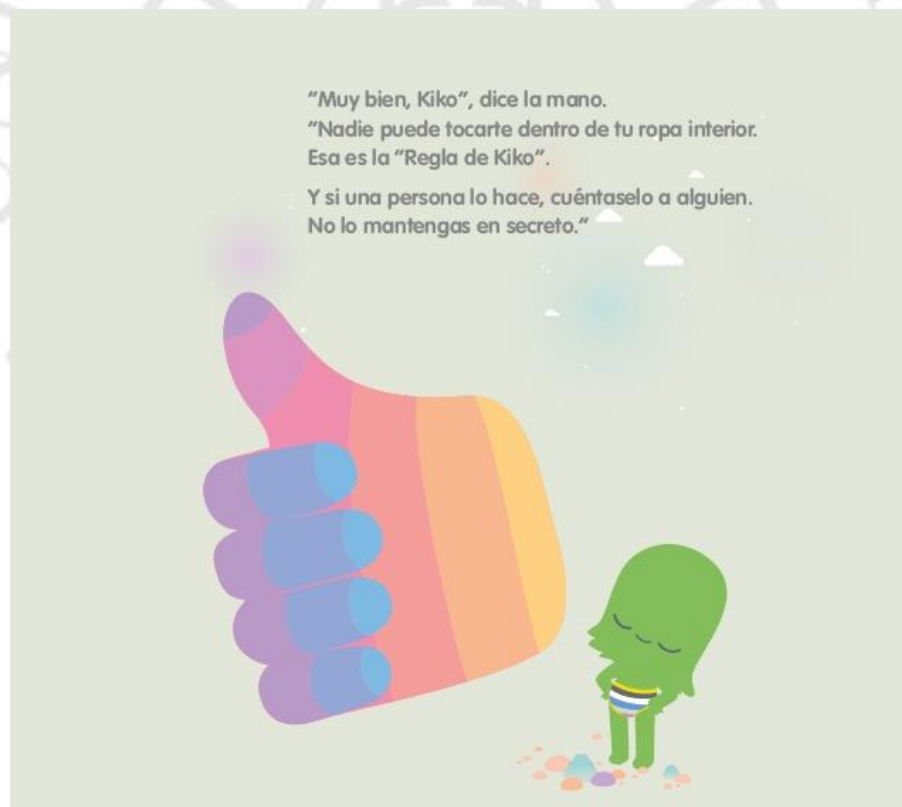
Junto a esta herramienta se le añadió el uso de carteles y postales con ideas relacionadas para reforzar el mensaje.

Figura 1.1 Materiales “La Regla de Kiko”



Fuente: <http://www.ecpat-spain.org/servicios.asp?sec=8&subs=25>. (2012)

Figura 1.2 El libro “La Regla de Kiko”



Fuente: <http://www.ecpat-spain.org/servicios.asp?sec=8&subs=25>. (2012)

Esta campaña tiene su origen en Francia y se ha adaptado al español e inglés y países como España se ha unido a esta campaña. Ahora, incluso, La Regla de Kiko es un libro para leerle al niño antes de dormir.

En el caso de América Latina una de las campañas sociales relacionadas con la sexualidad en los adolescentes, que resulta interesante a analizar, es el programa “QUERER POSTA” de Argentina. Para la campaña se desarrollaron mensajes para desmitificar creencias falsas sobre la sexualidad y la reproducción en la adolescencia. Además, informa sobre los derechos sexuales y reproductivos de los adolescentes. Querer Posta muestra ser una campaña innovadora debido a la alianza que realizó la Fundación para Estudio e Investigación de la Mujer (FEIM), UNICEF y otras organizaciones, junto al *Youtuber* argentino Julián Torres (Julianero). Lamentablemente, esta campaña comenzó con un buen impulso, pero lentamente se ha ido apagando con el tiempo perdiendo su página web principal. Algo importante a rescatar, es la creación de su página web y los contenidos en Youtube que se crearon en un inicio, ya que generaron rebote mediático a nivel nacional e internacional. (UNICEF, 2017)

Figura 1.3 Página web: QUERER POSTA



Fuente: www.quererposta.org. (2017).

Por otro lado, tenemos campañas realizadas en el Perú, en primer lugar, el Ministerio de Educación ha ejecutado durante los últimos años la Campaña “Yo sé cuidar mi cuerpo”.

Dicha campaña, según Castro Sánchez (2016) se presentó con el jingle y video “Yo sé cuidar mi cuerpo” como su carta más representativa en el año de 1999, el cual constituyó la cúspide del Programa Nacional de Educación Sexual realizado por MINEDU (Ministerio de Educación) con el apoyo del MINSa y de UNICEF. (p. 03)

Figura 1.4 Video “Yo sé cuidar mi cuerpo”



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=sxLdr6IEEZw> . (1999).

El programa se relanzó en el 2016, con un nuevo video, jingle y karaoke en español y quechua. Actualmente, presenta un espacio dentro de la página del MINEDU (<http://www.minedu.gob.pe/yosecuidarmicuerpo/>). Esto busca la interacción con el público objetivo primario y secundario, además de contener materiales educativos que refuercen los mensajes que se plantean en el video promocional. A través del karaoke, se busca interiorizar la idea de prevención del abuso sexual y con ello, realizar un cambio en su comportamiento a través del empoderamiento.

Figura 1.5 Video de relanzamiento “Yo sé cuidar mi cuerpo”



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=YVZ8GIM2FG0> . (2016).

Figura 1.6 Cancionero “Yo sé cuidar mi cuerpo”



Fuente: <http://www.minedu.gob.pe/yosecuidarmicuerpo/nina-nino-cantemos.php>. (2018).

Desde otra institución estatal como es el caso de la Defensoría del Pueblo, se realizó, en el 2018, campañas educativas sobre el abuso sexual infantil entre todo el público objetivo implicado. Según ANDINA (2018), se capacitó a estudiantes, docentes, directivos y padres de familia, esta campaña se denominó “Escuela Segura”. Se llevó a nueve regiones del Perú (Áncash, Apurímac, Ayacucho, Huancavelica, Huánuco, La Libertad, Lima Norte, Lima Sur, Pasco y Puno) con acciones de prevención y atención. Todo esto, orientado a lograr que los centros educativos se conviertan en espacios seguros y libres de violencia sexual para niñas, niños y adolescentes. A través de charlas y ferias para estudiantes, docentes, personal administrativo, directivos, padres y madres de familia, así como reuniones de trabajo y mesas técnicas con las autoridades educativas. (párr. 02-03)

Sin embargo, muchas de estas estrategias se reducen a ser informativas y en realidad no causan el impacto deseado entre los distintos públicos y las orientaciones brindadas no son reforzadas. Por el contrario, se conforman como acciones aisladas que no impactan a largo plazo. Es decir, no generan un comportamiento preventivo hacia el abuso sexual infantil.

Desde las empresas privadas y ONG's se han realizado diferentes campañas referentes al tema de educación sexual y prevención del abuso infantil. Según Diario El Comercio (2018), se realizó la campaña "¡Cuidado!" como una iniciativa impulsada por la fundación "Por Nuestros Niños", con respaldo de UNICEF y otras empresas que apoyaron su difusión como América Televisión y El comercio. Tomando como base una de las canciones del programa "Nubeluz". Dicho videoclip fue difundido también por las redes sociales y obtuvo gran rebote en los medios digitales. Esto nos demuestra que este proyecto se realizó considerando las nuevas generaciones digitales. (párr. 01-02)

Figura 1.7 Videoclip "¡Cuidado!"



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=mguwHW-VIGM>, (2018).

Figura 1.8 Facebook Fundación Por Nuestros Niños



Fuente: <https://www.facebook.com/pornuestrosninos/>. (2018).

Sin embargo, consideramos que debido a que solo se difundió el videoclip, el impacto duro por un corto periodo de tiempo. Ya que no existen materiales u otras herramientas que permitan a los niños o padres de familia reforzar y mantener el conocimiento a largo plazo.

En conclusión, consideramos que esta campaña está muy bien lograda. Tiene elementos clave que enganchan con el público de los niños. Por ejemplo, el material es accesible por internet y ha tenido repercusión en medios por lo fuerte del mensaje.

CAPÍTULO II: REALIZACIÓN

Para entender mejor el proyecto y la campaña de responsabilidad social se presentará el logotipo de cada uno de ellos. En primer lugar, se encuentra la propuesta de renovación de la marca e imagen de Chiquinho & Chiquinha. En segundo lugar, se presentará el logotipo del proyecto “Tu mundo Chiqui”. Posteriormente, dentro de este proyecto se encuentra la campaña “Aprendiendo Juntos”, que busca, por medio de materiales didácticos, educar a los niños y niñas sobre el cuidado de su cuerpo y la importancia de la prevención del abuso sexual infantil.

De acuerdo a las reuniones previas con el Gerente General de la Marca Chiquinho & Chiquinha, Manuel Valdivieso. Se estableció que la Campaña “Aprendiendo juntos” es plenamente aplicable y que se ejecutará durante el primer trimestre del año 2020. Sin embargo, en cuanto a la renovación de la marca, aún no se aplicará.

2.1. Marca: Chiquinho & Chiquinha

La marca no ha tenido en sí un logo o tipografía que lo defina como se muestra debajo. Sin embargo, desde la segunda propuesta se buscó una afinidad con el logo de las marcas que acompañarían a Chiquinho & Chiquinha como marca negra.

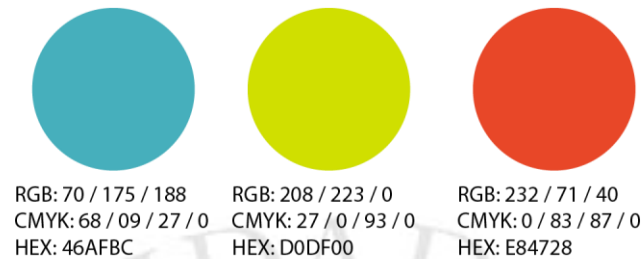
Figura 2.1 Logos actuales de Chiquinho & Chiquinha



Fuente: Escaneo de etiquetas, 2019

2.1.1. Paleta de colores

Figura 2.2 Propuesta de colores para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha.



Fuente: Elaboración propia, 2018.

2.1.2. Tipografía

Figura 2.3 Propuesta de tipografía para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha.

Kiddos
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

Fuente: Elaboración propia, 2018.

2.1.3. Logo

A continuación, se presentará la evolución del logotipo de la marca Chiquinho & Chiquinha durante el proceso del diseño gráfico. El gráfico final presenta un isologo que se espera que con el tiempo logre reemplazar al logotipo completo.

Figura 2.4 Propuesta de logo #1 para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha.



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Figura 2.5 Propuesta de logo e isotipo final para la renovación de la marca Chiquinho & Chiquinha.



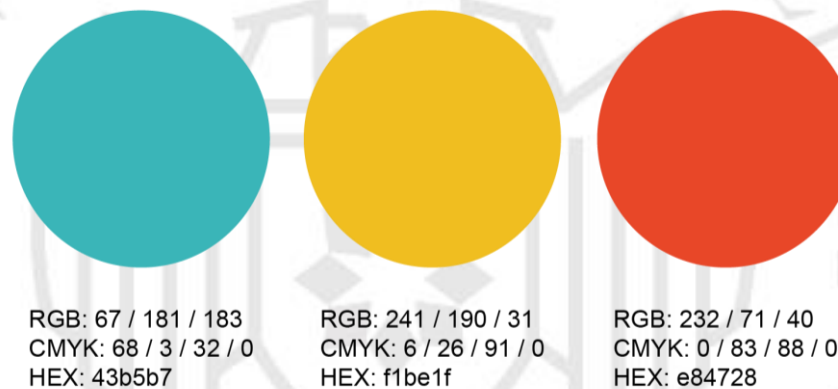
Fuente: Elaboración propia, 2018.

2.2. Proyecto: “Tu Mundo Chiqui”

Como se mencionó anteriormente el proyecto de responsabilidad social “Tu Mundo Chiqui” para la marca Chiquinho & Chiquinha presenta un logotipo que permite su identificación en materiales y futura página web. Este proyecto no solo debe abarcar la campaña “Aprendiendo Juntos”, sino en el futuro permitirá crear un conjunto de esfuerzos de responsabilidad social con el público objetivo de la marca: niños y niñas de los NSE D y E. Esta iniciativa aún no se implementará en la empresa.

2.2.1. Paleta de colores

Figura 2.6 Propuesta de colores la marca Tu Mundo Chiqui.



Fuente: Elaboración propia, 2018.

2.2.2. Tipografía

Figura 2.7 Propuesta de tipografía para la marca Tu Mundo Chiqui.

GoodDog Cool
ABCDEFGHIJKLMNOpQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
123456789

Fuente: Elaboración propia, 2018

2.2.3. Logotipo

Figura 2.8 Evolución de propuestas del logo para la marca Tu Mundo Chiqui.



Fuente: Elaboración propia, 2018

Figura 2.9 Propuesta de logo final para la marca Tu Mundo Chiqui.



Fuente: Elaboración propia, 2018

2.3. Campaña “Aprendiendo Juntos”

Como fase inicial, se establecieron los colores, logo, isotipo, logotipo y tipografía con la que “Aprendiendo Juntos” trabajará. Se busca un logo que pueda expresar el segundo objetivo específico del objetivo general: el lazo entre el niño/a con un adulto de confianza. De ahí, también viene el nombre “Aprendiendo Juntos”. Puesto que, los materiales vienen acompañados de una cartilla para el padre o adulto encargado donde se le dice el porqué del material y además, se les da unos cuantos tips. El hecho de transmitir esto mediante el logo, nace de una inclinación propia de ponerle un poco más de peso al ámbito emocional de la prevención. A continuación, veremos el proceso de la creación del logo, desde la paleta de colores elegidos, tipografía y la evolución.

2.3.1. Paleta de colores

Figura 2.10 Propuesta de colores para Aprendiendo Juntos.



RGB: 255 / 237 / 25
CMYK: 4 / 0 / 87 / 0
HEX: FFED19



RGB: 208 / 223 / 0
CMYK: 27 / 0 / 93 / 0
HEX: D0DF00



RGB: 70 / 175 / 188
CMYK: 68 / 9 / 27 / 0
HEX: 46AFBC



RGB: 232 / 71 / 40
CMYK: 0 / 83 / 87 / 0
HEX: E84728

Fuente: Elaboración propia, 2018

2.3.2. Tipografía

Figura 2.11 Propuesta de tipografía para Aprendiendo Juntos.

Kiddos
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzs

Fuente: Elaboración propia, 2018

2.3.3. Logo

De acuerdo al proceso de diseño gráfico se planteó varios cambios con respecto al logo del programa “Aprendiendo Juntos”, líneas abajo se demuestra la evolución del logo. El logo varió en diferentes estancias, junto con la evolución e integración de la marca madre y hermana.

Figura 2.12 Evolución de propuestas del logo para Aprendiendo Juntos.





Fuente: Elaboración propia, 2018

Figura 2.13 Propuesta de logo final para Aprendiendo Juntos.



Fuente: Elaboración propia, 2018

2.4. Materiales

Se diseñaron tres materiales didácticos: rompecabezas, ficha de stickers y una historia para llegar a los niños de 6, 7 y 8 años, respectivamente. Estos materiales apuntan a cumplir todos los objetivos planteados. A continuación, describiremos cada material y veremos su evolución de acuerdo con las correcciones y validaciones.

2.4.1. Rompecabezas

Este material, que responde a los niños y niñas de 6 años de edad, cuenta con un mensaje mucho más directo. Los dibujos de los niños cambiarán de posición y dirán: “Recuerda! Tú eres dueño de tu cuerpo” y, el otro: “Nadie lo puede tocar”.

Este material, viene acompañado con un texto dirigido a los padres dónde se le comenta el por qué del material, tips para cuidar a sus niños y una invitación para que ingresen a la plataforma web.

De acuerdo a la validación de los materiales, muchos de los cambios asignados se debieron a legibilidad, estética y al número de piezas que permita un armado mucho más sencillo para los niños de esta edad.

Figura 2.14 Evolución del rompecabezas.



Fuente: Elaboración propia, 2019

Figura 2.15 Material rompecabezas.



Medidas: 17 cm x 13 cm



Medidas: 9 cm x 6 cm

Fuente: Elaboración propia, 2020

Además, de acuerdo al focus group realizados con los profesores y alumnos del Colegio “Santo Domingo de Jesús” se determinó que presentar una imagen guía durante el uso del material didáctico permitirá no solo el armado adecuado del rompecabeza sino también asimilar mejor el mensaje.

2.4.2. Stickers

Esta cartilla de stickers está dirigida a los niños y niñas de 7 años, puesto que ya saben leer. Esta se colocará doblada parcialmente dentro del pack de Chiquinha & Chiquinho. En la primera parte, encontramos a dos niños en movimiento y una pequeña cartilla de stickers para que el niño o niña identifique las partes del cuerpo de ambos con la ayuda de su padre, madre o tutor.

Al otro lado, la retina de la cartilla es netamente dirigida a los padres o tutor. Aquí se explica el porqué del material y además les damos unos tips para que apliquen en su vida para prevenir el abuso sexual infantil. En la parte inferior tanto en la tira, como en la retina, rescatamos en logo de Chiquinho & Chiquinha y el nombre de la campaña “Aprendiendo Juntos”.

Debido a validaciones se llegó a la conclusión del cambio en la posición de stickers, en los colores y tamaño del texto para que permita la legibilidad de los consejos brindados en el reverso de la plantilla de stickers.

Figura 2.16 Evolución de la cartilla de stickers.



¡Hola! Queremos que tú y tu pequeño niño/a aprendan juntos. Con esta cartilla, te invitamos a que resuelvas algunas dudas del menor con respecto a su cuerpo. Enséñale la importancia de cuidar su cuerpo y que sepa que solo es de él y de nadie más.

Juntos, podremos prevenir el abuso sexual infantil.

Cuidamos a nuestros niños si...

- Cuando vas a dejar a tu hijo/a a cargo de algún familiar o conocido de confianza, no está demás que llegues de imprevisto. No es desconfianza, es precaución.
- Le preguntas a la persona que se quedará a cargo del menor, qué actividades hará con el o ella durante todo ese tiempo.
- Les creemos cuando nos cuentan algo, es importante crear un lazo de confianza para que no tengan miedo de hablar.

Chiquinho & Chiquinha
Visítanos en: www.tunandochiqui.pe

¿Conozco las partes de mi cuerpo?

Blank lines for labeling body parts.

¡Hola! Queremos que tú y tu pequeño niño/a aprendan juntos. Con esta cartilla, te invitamos a que resuelvas algunas dudas del menor con respecto a su cuerpo. Enséñale la importancia de cuidar su cuerpo y que sepa que solo es de él y de nadie más.

Juntos, podremos prevenir el abuso sexual infantil.

Cuidamos a nuestros niños si...

- Cuando dejas a tu hijo/a a cargo de algún familiar o conocido, llegas de imprevisto. No es desconfianza, es precaución.
- Le preguntas a la persona que se quedará a cargo del menor, qué actividades hará con el o ella durante todo ese tiempo.
- Les creemos cuando nos cuentan algo, es importante crear un lazo de confianza para que no tengan miedo de hablar.

Fuente: Elaboración propia, 2020

Figura 2.17 Material Cartilla de stickers.



¡Hola! Queremos que tú y tu pequeño niño o niña aprendan juntos. Con esta cartilla, te invitamos a que resuelvas algunas dudas del menor con respecto a su cuerpo. Enséñale la importancia de cuidar su cuerpo y que sepa que solo es de él y de nadie más.

Juntos, podremos prevenir el abuso sexual infantil.

Cuidamos a nuestros niños si...

- Cuando dejas a tu hijo o hija a cargo de algún familiar o conocido y llegas de improviso. No es desconfianza, es precaución.
- Le preguntas a la persona que se quedará a cargo del menor, qué actividades hará con él o ella durante todo ese tiempo.
- Les creemos cuando nos cuentan algo, es importante crear un lazo de confianza para que no tengan miedo de hablar.



Medidas de la cartilla: 13 cm x 10 cm

Medida de los stickers: 8.5 cm x 2 cm

Fuente: Elaboración propia, 2020

2.4.3. Historieta

Este material está dirigido a los niños/as de 8 años y se puede adaptar a varias situaciones, así como servir de análisis por si han pasado por algunas de estas situaciones clásicas. Este material tiene como uno de sus principales objetivos, dirigir al niño o niña, tutor o tutora a la plataforma web para continuar con otras actividades. Esta historia ha pasado por varias evaluaciones de profesionales como la psicóloga Elva Aguirre, docente en la Universidad de Lima; además de profesores de primaria del Colegio “Santo Domingo de Jesús” en Ate.

Figura 2.18 Evolución de la historieta.



Continúa la historia y llévate una sorpresa en nuestra web:

www.tumundochiqui.pe

Tu mundo Chiqui

Una historia para ti

Aprendiendo Juntos Tu mundo Chiqui Chiquinho Chiquinha

En nuestra vida, podemos encontrar personas...

Pero... ¿Sabes cómo?

Es momento de que decidas qué hacer. Si sabes o sientes que estás en peligro, debes reaccionar...

¡Ten!

que se pueden mostrar muy amables, incluso, hasta te querrán dar los dulces o los regalos que más te gustan...

Y no le digas a nadie

Pero, de pronto, puede que te empiecen a pedir cosas un poco raras...

Será nuestro secreto

Y un día, te pedirá algo que molesta y sentirás que no es correcto. Y no sabrás cómo reaccionar...

Disfruta de más historias, juegos y actividades en nuestra web:

www.tumundochiqui.pe

Tu mundo Chiqui

Chiquinho Chiquinha

Una historia para ti

Aprendiendo Juntos

Tu mundo Chiqui

Chiquinho Chiquinha

En nuestra vida, podemos encontrar personas...

Habla con tu mamá, abuelos, profesores o una persona adulta en quien confíes.

Pero... ¿Sabes cómo?

Es momento de que decidas qué hacer. Si sabes o sientes que estás en peligro, debes reaccionar...

¡Ten!

que se pueden mostrar muy amables, incluso, hasta te querrán dar los dulces o los regalos que más te gustan...

Y no le digas a nadie

Pero, de pronto, puede que te empiecen a pedir cosas un poco raras...

Será nuestro secreto

Y un día, te pedirá algo que molesta y sentirás que no es correcto. Y no sabrás cómo reaccionar...

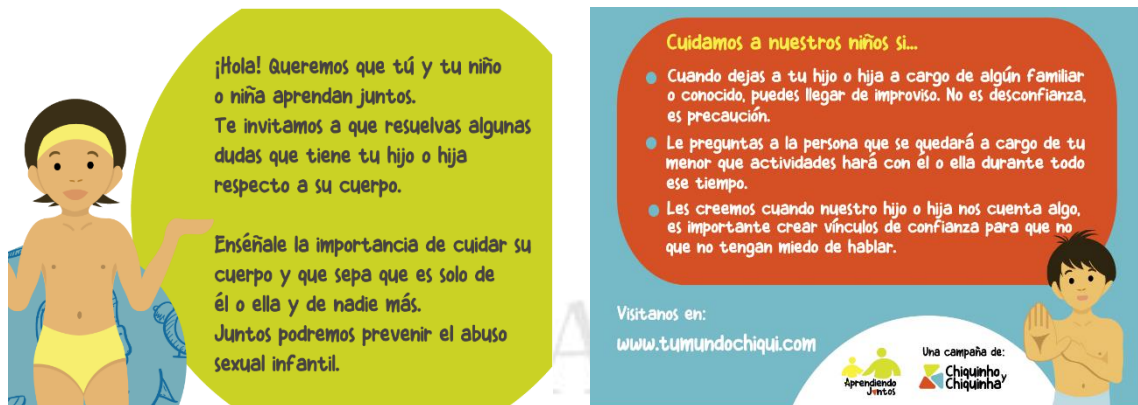
Fuente: Elaboración propia, 2020

Figura 2.19 Material Historieta.



Medida armado final: 10 cm x 7.5 cm

Este material tiene como complemento la información para los padres en una cartilla adicional:



Medidas: 9 cm x 6 cm

Fuente: Elaboración propia, 2020

2.5. Plataforma web

Proponemos crear una plataforma web, llamada “Tu mundo chiqui” con el propósito de ser el punto de encuentro entre la marca Chiquinho & Chiquinha, el programa Aprendiendo Juntos, los niños y sus tutores. Esta tendría diferentes secciones: “Juegos”, orientado a actividades para los niños y niñas, “Para papás”, aquí podrán encontrar diversos artículos sobre la prevención del abuso sexual infantil, línea de ayuda del Gobierno, tips, etc; “Aprendiendo Juntos”, donde se explica el programa, los objetivos, la motivación que impulsó el proyecto, logros, etc; “Nosotros”, que corresponde a Chiquinho & Chiquinha, su historia, misión, visión, valores y , por último, “Contáctanos”, donde se puede ubicar los lugares donde pueden comprar los productos o pedirlos.

Figura 2.20 Maqueta de página web Tu Mundo Chiqui.



Fuente: Elaboración propia, 2018



CAPÍTULO III: SUSTENTACIÓN

3.1 Renovación de la marca

La marca “Chiquinho & Chiquinha” no ha cambiado de imagen desde su creación en el año 1998. Y con la creación de la marca “Tu mundo chiqui”. La marca madre debe estar a tono con la nueva marca y el proyecto que “Tu mundo chiqui” conlleva, “Aprendiendo Juntos”. Por este motivo, se propone una renovación de imagen a la marca que esté en plena armonía con las otras dos marcas creadas. Por lo tanto, la arquitectura de marca quedaría de la siguiente forma:

Figura 3.1 Arquitectura de marca.



Fuente: Elaboración propia, 2018

En cuanto a la evolución de los logos, estos pasaron por una selección de colores, tipografía y forma. Siempre queriendo responder a los intereses de nuestro público objetivo: los niños y niñas en edad infantil. Por este motivo, se eligieron colores brillantes y llamativos, tipografías con bordes redondeados, con un cierto grosor y las formas empleadas que tengan un acabado curvo. Ya que estos tienden a proyectar un mensaje emocional positivo (Santa María, 2016). Además, se quiere mostrar una sinergia entre los

3 logos, pues están estrechamente relacionados y se quiere transmitir la unión de los logos de las marcas secundarias, con la marca madre.

Sin embargo, esta propuesta de renovación de marca está siendo examinada por la empresa y no se aplicará por el momento.

3.2 La creación de “Tu Mundo Chiqui”

Una vez explicado el por qué darle un cambio de imagen a “Chiquinho y Chiquinha”, pasamos a explicar el propósito de “Tu Mundo Chiqui”. En primera instancia, esta plataforma nos ayudará a responder dos de los objetivos específicos del proyecto: educar sobre las partes íntimas del cuerpo femenino y masculino; y evaluar la satisfacción del cliente con los productos de Chiquinho & Chiquinha. Ya que, esta plataforma contendrá contenido educativo, tanto para los niños, como para padres (artículos en un lenguaje sencillo escrito por psicólogos y/o expertos en el tema). Además, de la información propia de la marca, sus productos, y contacto. Por otro lado, también se aprovecharía esta plataforma para ser un canal directo a las autoridades respectivas para poder denunciar sobre caso de abuso sexual infantil. Por el momento, esta plataforma web tampoco se desarrollará como tal.

3.3 Materiales didácticos

En cuanto al desarrollo de los materiales que acompañarán al producto, estos fueron elegidos por razones prácticas y con una discriminación en cuanto a la edad debido al público al que se dirige Chiquinho & Chiquinha. Para los niños y niñas de 6 años, se creó el rompecabezas, ya que a esa edad la lectura recién empieza para ellos. Se consideró conveniente que un rompecabezas sería más práctico, al terminarlo, también se puede visualizar la frase: “Tú eres dueño de tu cuerpo, nadie lo puede tocar”. Si bien, tal vez el niño o niña no pueda entender qué es lo que dice, el tutor o tutora puede introducir el tema con el menor, dando pie a un lazo de confianza.

Para los niños y niñas de 7 años, se contempló un material más didáctico y educativo, como lo es indicar las partes del cuerpo con su nombre a través de stickers que los contienen. Esta herramienta permitirá al niño y niña recordar lo estudiado en el colegio y

darle el énfasis y la importancia necesaria en relación con su cuidado y la conciencia de que su cuerpo es suyo. Así también se introduce este tema al hogar.

Por último, una historieta para los niños y niñas de 8 años. Al ya tener la capacidad de leer fluidamente, este material, pone al niño a pensar en diferentes situaciones que pueden enfrentar cualquier día y lo animamos a no pensar que él o ella están haciendo algo malo, sino que están siendo víctimas. Aquí el niño o niña podrá escoger el curso de acción que tomaría si se llegara a encontrar en una situación como la planteada con ayuda de su tutor o tutora.



CAPÍTULO IV: LOGROS Y RESULTADOS

Se diseñaron tres materiales según las edades de nuestros públicos para la marca Chiquinho & Chiquinha surgida de la campaña “Aprendiendo Juntos”, Proyecto de Responsabilidad Social “Tu Mundo Chiqui”. Además, se anexó una cartilla de instrucciones para los padres de familia que acompañen a sus hijos en el uso del material.

El objetivo de los materiales se enfoca en el conocimiento y cuidado del cuerpo para prevenir los tocamientos indebidos y el abuso sexual en niños y niñas. Para ello, el material busca iniciar e incentivar el tema entre los padres a través del juego. De esta manera se une el padre y el niño o niña para jugar y entender la importancia de la protección de su propio cuerpo.

Se realizaron:

- Tres focus groups con niños: un grupo de 6 años, otro de 7 años y, por último, uno de 8 años. Todos alumnos de inicial, primero y segundo de primaria del Colegio “Santo Domingo de Jesús” en Ate.
- Un focus group con 10 profesores de inicial y primaria del Colegio “Santo Domingo de Jesús” en Ate.
- Siete entrevistas con padres de familia que tuvieran hijos entre las edades de 6 a 8 años.
- Una entrevista a experta en psicología educativa: Elva Aguirre.

Para tener una idea general de lo determinado en cada focus group y entrevista se pasará a detallar los procesos y resultados resaltantes.

4.1. Entrevistas

Luego de trabajar en los materiales se realizaron 7 entrevistas a madres del NSE D - E con niños dentro del rango de edad del público objetivo para recoger sus impresiones y opinión frente a estos materiales y al hecho de que vengan con la compra del producto de Chiquinho & Chiquinha; dichos entrevistados fueron agrupados mediante el apoyo del Colegio “Santo Domingo de Jesús” en Ate, por ello, se solicitó la asistencia de padres de familia con hijos en inicial 6 años, primero y segundo de primaria.

4.1.1. Entrevistas a padres de familia

Fecha: 05 de noviembre, 2019.

Grupo: Padres de familia con niños de 6 a 8 años.

Cantidad: 7 madres de familia.

Material: Cartilla para padres, Rompecabezas, Stickers y Mini historia.

Se les presentó todos los materiales uno por uno para que realizaran comentarios respecto a ellos. El promedio de edad de las madres era de 40 años y el promedio de edad de sus hijos era de 6 años. La mayoría tenía hijo varón (5 varones y 2 mujeres).

Los comentarios más resaltantes se establecieron con el material del rompecabezas y con la cartilla para padres. En la cartilla se estableció que las letras eran pequeñas y no que se distinguen tan bien del fondo o los colores, la mayoría podía leer alguna oración de la cartilla, solo una no sabía leer. La rompecabeza, tenía dos oraciones que les costaba distinguir por el color de la letra. En cuanto a los stickers y Mini historia no encontraron mayores inconvenientes con respecto a los materiales.

Respecto al uso del material en el hogar se refirieron al escaso tiempo que presentan en sus casas; a pesar de ser amas de casa, debían atender a sus otros hijos y realizar las quehaceres cotidianas o tareas del colegio, por lo que continuar la historia en la página web, lo podrían hacer sus hijos solos porque ellos no tienen mucho tiempo, prefieren por ejemplo que en la mini historia se complete el final o consejo y no esté condicionado a ingresar a una página web.

Todas las madres comentaron que poseen una computadora o celular en casa para acceder a internet pero que lo usan más sus hijos que ellas mismas.

4.1.2. Entrevista a psicóloga educativa

Se entrevistó a la psicóloga, Elva Aguirre, docente de la Universidad de Lima, y asesora durante la elaboración de los materiales, debido a su especialización en psicología educativa. Sus comentarios permitieron entender que los materiales continúan manteniendo el mensaje y diseño adecuado.

Una de las sugerencias brindadas se relaciona con el lenguaje a utilizar en el material, comentó que se debe tener cuidado con las formas de expresarse: evitar enseñar con miedo. También nos recomendó validar con los padres de familia si las ilustraciones de los niños con ropa interior podían ser considerados como inapropiados.

4.2. Focus groups

Para poder recolectar resultados desde los diferentes puntos de vista educacional y comunicacional se realizó 4 Focus groups en total. Tres se llevaron a cabo con alumnos de 6 años, 7 años y 8 años respectivamente. Posteriormente, se llevó a cabo un cuarto focus group con la asistencia de 10 profesores de inicial y primaria del Colegio “Santo Domingo de Jesús”, en Ate.

Esta herramienta permitió evaluar no solo las posibles mejoras a realizar, sino también el porqué de los mismos, permitió mejorar claridad y legibilidad a los materiales, además de adecuarlo mucho mejor a las edades de los niños y niñas participantes.

4.2.1. Focus Group: 6 años

Fecha: 12 de octubre, 2019.

Grupo: Alumnos de 6 años (Inicial).

Cantidad: 7 alumnos.

Material: Rompecabezas.

Análisis:

En el primer focus group se analizó el correcto uso del material para niños de 6 años (Rompecabeza) a manera de grupo control, donde también se presentó otro material similar para ver si entendían los mensajes de cada juego.

El material control que se presentó primero constituía en un rompecabezas sobre niños jugando en el parque, fue armado más rápidamente que nuestro material porque solo eran cuadrado y no piezas conectadas del rompecabezas tradicional.

El número de piezas era de 9 cuadrados, lo que facilitó su armado (6 minutos). Además de ello el primer material tenía una imagen de referencia lo que no presenta el nuestro.

El material de Chiquinho & Chiquinha sobre la protección de nuestro cuerpo, consta de 20 piezas y no presenta alguna imagen de referencia para el armado. El tiempo de armado fue mayor con los niños (10 minutos) y uno de ellos se frustró y no continuó el armado. El mensaje fue entendido completamente, a pesar que no sabían leer se les acompañó con la lectura, lo que refuerza la idea del apoyo parental en el armado de las piezas y el mensaje de cuidado del cuerpo y la prevención del abuso sexual.

Debido a que los materiales eran de couché de 200 gr muchos de los materiales no tenían el peso suficiente para mantenerse en la pesa se movían o volaban. Lo ideal sería utilizar un material mucho más grueso.

4.2.2. Focus Group 7 años

Fecha: 12 de octubre, 2019.

Grupo: Alumnos de 7 años (1er grado de primaria).

Cantidad: 6 alumnos.

Material: Stickers (Partes del cuerpo).

Análisis:

En el segundo focus group se analizó el correcto uso del material para niños de 7 años (Stickers - Partes del cuerpo) a manera de grupo control, donde también se presentó otro material similar para ver si entendían los mensajes de cada juego.

El material control se presentó primero, era una pirámide de alimentos donde se pegaban los alimentos de acuerdo a su posición en la pirámide. A los niños les tomó más tiempo desarrollar este material para encontrar la posición adecuada (8 minutos). Además, el material no contaba con stickers sino debía pegarse con goma lo que causó que necesitarán el apoyo de un adulto. Se entendió el mensaje para la buena alimentación.

El material de Chiquinho & Chiquinha consta de dos piezas, una plantilla de stickers con los nombres de las partes del cuerpo y otra cartilla con imágenes y flechas del cuerpo de una niña y un niño, el niño debía pegar el nombre en el lugar adecuado. Surgieron dudas sobre algunos conceptos como pezones o senos, además de risas respecto a partes como vagina y pene. Todos completaron el material en 4 minutos, sin equivocaciones ya que preguntaban si no sabían exactamente dónde colocar cada parte.

Se podían leer perfectamente las palabras y se entendían las flechas a que parte del cuerpo se dirigen. Les gustó el material al momento de jugarlo y aprendieron las partes de su cuerpo. El mensaje fue entendido rápidamente.

4.2.3. Focus Group 8 años

Fecha: 12 de octubre, 2019.

Grupo: Alumnos de 8 años (Segundo de primaria).

Cantidad: 6 alumnos.

Material: Mini historia.

Análisis:

En el tercer focus group se analizó el correcto uso del material para niños de 8 años (Mini historia) a manera de grupo control, donde también se presentó otro material similar para ver si entendían los mensajes de cada juego.

El material control se presentó primero, presentaba imágenes acompañando la lectura. Constaba de 8 caras. El material demoró en ser leído por todos aproximadamente 7 minutos. Se entendió el mensaje y los personajes. Algunos comentaron que las letras eran pequeñas pero que les gustaron más los dibujos.

El material de Chiquinho & Chiquinha es una mini historia de 8 caras, con portada y contraportada, de material papel couché engrapado. La lectura fue más rápida duró aproximadamente 4 minutos. Se podía leer claramente y estaba acompañado de imágenes que les gustaron a los niños. No tuvieron problemas para leer y entender el mensaje. Todos participaron y preguntaron por la página web que se coloca en la contraportada.

No hubo preguntas sobre cómo acaba la historia, pero se entendía el mensaje de protección a su cuerpo y el no hacer caso a extraños, a pesar de que puedan buscarnos y ofrecernos regalos.

4.2.4. Focus Group Profesores

Fecha: 05 de noviembre, 2019.

Grupo: Profesores de inicial y primaria.

Cantidad: 10 profesores.

Material: Cartilla para padres, Rompecabezas, Stickers y Mini historia.

Análisis:

Durante el focus se presentaron los tres materiales más la cartilla para padres. La mayoría eran madres de familia, solo asistió un profesor varón.

En primer lugar, se evaluó la cartilla de padres. En esta el primer hallazgo en la tira, fue la letra que no se distinguía por el color muy claro (Blanco sobre verde) se recomienda el uso de letras de color negro, además de agrandar un poco más el tamaño. En la retina, se aconseja agrandar el fondo rojo porque hay espacios en blanco; aquí la letra distingue mejor, pero sería recomendable cambiar el tipo de letra para evitar problemas de lectura. En cuanto al mensaje fue puntual, reconocieron que las oraciones están bien porque no saturan y el padre no se aburrirá al leer, lo que sí pasaría si se llenara de información. Se resaltó la ortografía de la cartilla, hubo algunos problemas en el tildado.

En segundo lugar, se evaluó el rompecabezas. Salió a relucir en primer lugar, la falta una bolsa que cubra los materiales, ya que los padres pueden sentir que no es higiénico del todo, ya que las piezas están sueltas. Luego se acentúa nuevamente la poca legibilidad de las oraciones dentro del rompecabezas porque el fondo es claro y el verde de la letra no

resalta y es difícil de leer. En cuanto a las imágenes del niño y la niña consideraron que era demasiado maduros, sobre todo resaltaron los ojos y los labios del niño porque era demasiado color en labios y ojos.

Recomendaron el uso de poses más infantiles y cambiar un poco el rostro de los niños. También comentaron la falta de una imagen guía para poder armar los rompecabezas o la colocación de números o letras para guiar el armado. Reducir el número de piezas sería mejor debido a que los niños no suelen tomarse mucho tiempo en el armado y pueden aburrirse si no les sale rápidamente.

En cuanto a la plantilla de stickers y su base, consideraron la imagen y los colores adecuados, el sticker se podía leer fácilmente. No hubo mayores recomendaciones respecto a este material. Se recomienda usar la misma imagen para el rompecabezas, pero cambiando los labios y ojos del niño.

Por último, el uso de la mini historia, es fácil de leer y mirar las imágenes. Es adecuado para la edad y considerar que sencillo para las madres conectarse a la web y continuar con la historia, sobre todo porque muchos de los niños insisten a su padre para continuar o investigar.

Se considera un buen material, se manifestó la posibilidad de realizar más variedad de materiales para que los niños no se aburran, como por ejemplo dibujos para pintar, completar imágenes, desarrollar crucigramas y pupiletras.

4.3. Resultados

En primer lugar, se entrevistó a la Psicóloga Educativa, Elva Aguirre, para conocer si el mensaje, el lenguaje y el diseño permitía que el objetivo de los materiales didácticos se cumpla. Manifestó que la historia funciona, el lenguaje es el apropiado para los niños. En cuanto a la cartilla de padres el mensaje también es claro, se debe precisar los términos niño y niña o pequeño y pequeña. Además, añadió que estos materiales implican desarrollar las otras habilidades que nos permiten incorporarnos o desarrollarnos como ciudadanos.

Otra idea que surgió fue sobre el material para que sea renovado, sobre todo, porque va dirigido a niños. Y ellos pierden la motivación después de un tiempo cuando ya tienen un material conocido. La novedad, para ellos, es siempre motivante y eso genera un enganche y en ese enganche, lo que precisamente se va a hacer, es educarlos.

Luego de los ajustes realizados después de esta asesoría, se llevó a cabo el proceso de validación a través de focus group con los niños y niñas de 6, 7 y 8 años. Además de entrevistas con los padres de familia y un focus group con los profesores. En esta validación se presentaron los materiales junto con los productos de Chiquinho & Chiquinha para tener una validación de la presentación del producto final. En el caso de los focus group realizados con los niños y niñas, se utilizaron materiales de control que ayudaron a la comparación de los materiales propuestos con unos ya existentes.

Gracias a los focus groups con alumnos por edades, profesores y las entrevistas con los padres de familia se determinó que todos los materiales son concretos con los mensajes y consejos que se plantea. Por lo que el contenido no deberá ser modificado, pero si el diseño y color de algunos materiales.

Se determinó que generar una cartilla como guía para los padres de familia permite entender la importancia de participar con ellos en el juego o la lectura de los materiales que Chiquinho & Chiquinha ofrecen. Los mayores cambios van dirigidos a cambios en el tamaño y color de la letra para contrastar con los fondos y permitir la legibilidad.

Por otro lado, un punto importante son las imágenes de los niños en la cartilla, en el rompecabezas y en la portada de la mini historia. Estos niños caricaturizados tienden a ser muy femeninos o en etapas mucho más grandes (púberes). Se le bajó la tonalidad de los labios y los ojos para suavizar su edad e infantilizarlos. En cuanto a la plantilla de stickers, como los niños están jugando se siente mucho más infantil, y no necesitan cambios.

Aunque existen diferencias entre lo que plantean los padres frente a los profesores, los padres manifiestan la falta de tiempo para continuar la mini historia en la página web, mientras que los profesores comentaban que muchos de los padres tienen computadoras o, por lo menos, un smartphone en casa para poder entrar a páginas web y continuar con

la historia o juegos. La historieta debe mantener un contacto vía página web para despertar el interés y poder comprometer el llamado a la acción de los padres. De esta manera los padres se involucrarán más con la enseñanza de sus hijos e hijas en el cuidado y protección de su cuerpo. Es por ello que se decidió completar la historia en la misma historieta, pero aun así se hará un llamado de acción para que encuentren más juegos y actividades en la página: www.tumundochiqui.com.

El otro cambio importante en los materiales se llevó a cabo con los rompecabezas, debido que la cantidad de piezas eran demasiadas para la edad, de acuerdo con los profesores, además que debería tener una imagen guía para que puedan armar correctamente el rompecabezas.

Después de observar los detalles de cada Focus Groups y las entrevistas a los padres de familia se presentarán algunos bocetos acerca de los cambios que se plantean realizar de acuerdo a los resultados más importantes de la validación.

Para entender mejor, se presentará a continuación los materiales presentados a los focus groups y entrevistados:

4.3.1 Materiales presentados en focus group y entrevistas.

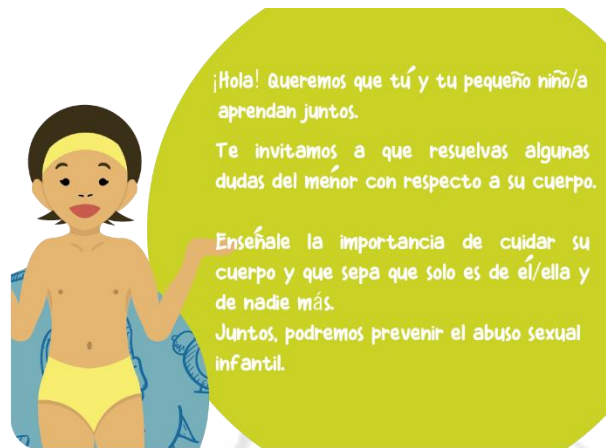
a. Cartilla para padres de familia:

TIRA:

De acuerdo al Focus group de Profesores y Entrevista a los Padres de familia, se determinó que el color blanco de la letra que aparece en la TIRA no se visualizaba bien. Para su legibilidad se debía usar otro color de letra y aumentar un poco el tamaño. El tipo de letra que se mostró en los focus y entrevistas para su validación es Kiddos y tamaño 10.5 pt.

Así mismo la imagen de la niña no correspondía con las edades de 6 a 8 años de edad, que es nuestro público. Por lo tanto, se determinó en el focus group de profesores buscar rasgos mucho más de niños y no de adolescentes a los que se asemeja la figura.

Figura 4.1 Tira de cartilla para padres presentada en el Focus Group y entrevistas.



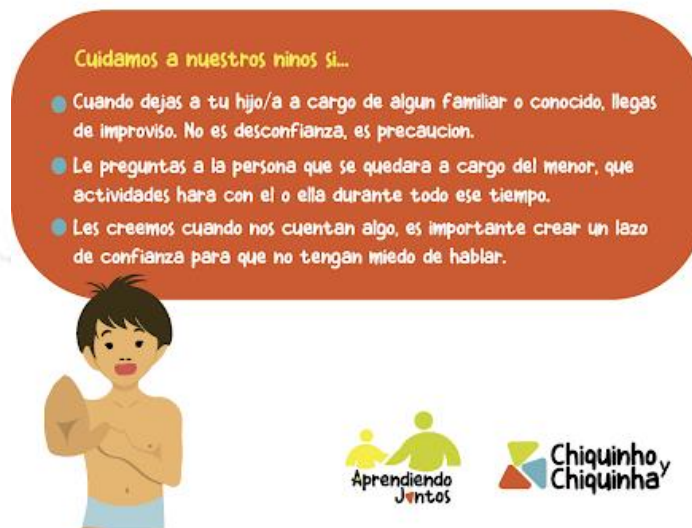
Fuente: Elaboración propia, 2019

RETIRA:

Así mismo, se determinó en el Focus Group de profesores, que se aprovechara el espacio de la retira para poner letras más grandes y se lea mejor el contenido.

El tipo de letra es Kiddos de tamaño 8.5 pt, con letras blancas sobre fondo rojo. Además, se determinó el cambio del rostro del niño para disminuir la tonalidad de los labios y ojos.

Figura 4.2 Retira de cartilla para padres presentada en el Focus Group y entrevistas.

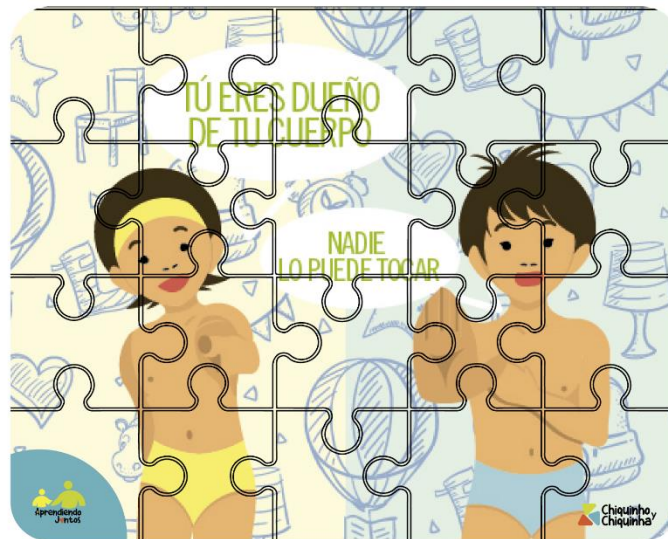


Fuente: Elaboración propia, 2019

b. Rompecabeza:

La rompecabeza tiene 20 piezas y aparecen dos personajes y dos frases. Los cambios que se plantearon fueron a partir del desarrollo de todos los focus groups. Se consideró el cambio del número de piezas, que solo fueran cuadrado que se unan fácilmente, y que los rostros de los niños sean cambiados. Además, se comentó que las dos frases no son legibles debido al color de la tipografía.

Figura 4.3 Rompecabezas presentado en el Focus Group y entrevistas.



Fuente: Elaboración propia, 2019

c. Stickers:

Consta de 12 piezas de stickers y plantilla para pegar las partes del cuerpo. Posee una retira donde se impregnaron las recomendaciones de la cartilla de padres. De acuerdo al focus se planteó que el material está bien y no debería constar de cambios. Simplemente considerar el color de la parte de la retira de la plantilla.

Figura 4.4 Cartilla de stickers presentada en el Focus Group y entrevistas.



Fuente: Elaboración propia, 2019

d. Historieta:

El último material según los comentarios encontrados en los Focus groups y las entrevistas tiene un buen mensaje en sus 8 páginas, muchos comentan el posible cambio en la historia si debe ser culminada y no ligada a una página web.

En las entrevistas con los padres muchos comentaron tener acceso a internet por celular o computadoras, pero que la falta de tiempo les impedía realizar el ingreso a la página con sus hijos, así que preferirían que la historia sea concluyente. Pero, los profesores

comentaron que para generar involucramiento de los padres la iniciativa era óptima o por último cambiarlo a una página en Facebook. El material mostrado para su validación es el siguiente:

Figura 4.5 Historieta presentada en el Focus Group y entrevistas.



Fuente: Elaboración propia, 2019

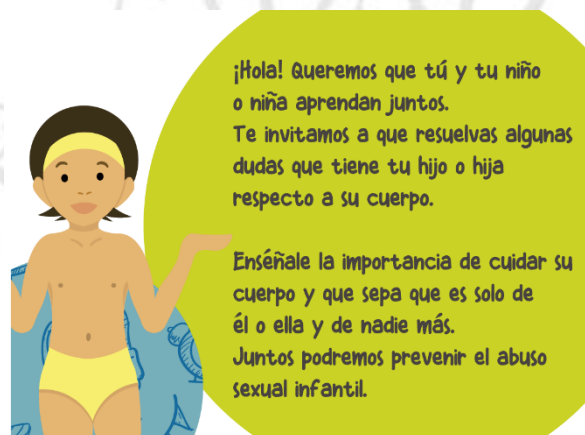
4.3.2 Materiales con cambios realizados.

a. Cartilla de padres:

TIRA:

Se cambió el rostro de la niña, colores más neutrales además de ojos de menos perfilados, tono de labio suave. El tipo de letra no se cambió debido a la estética, se quedó con Kiddos tamaño de letra 12, color gris oscuro. Además, se corrigió la ortografía.

Figura 4.6 Tira de cartilla de padres luego de los cambios.

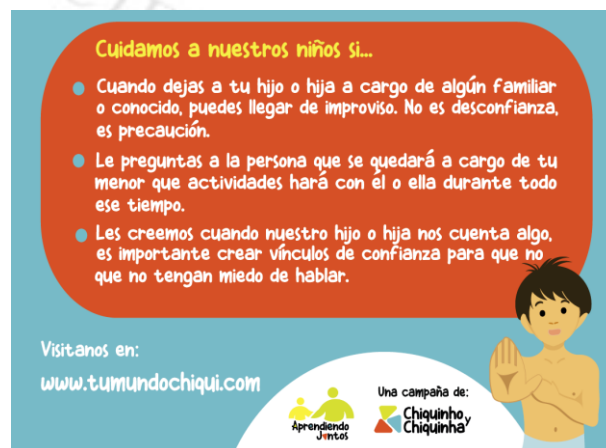


Fuente: Elaboración propia, 2019

RETIRA:

De acuerdo a lo señalado se cambió las tonalidades del rostro del niño. Y se agrandó el tamaño de letra a 11 pt. además del reacomodo de los logos y de la imagen del niño.

Figura 4.7 Retira de cartilla de padres luego de los cambios.



Fuente: Elaboración propia, 2019

b. Rompecabezas:

Se plantearon los cambios detallados anteriormente, el tipo de letra se cambió a Myriad Pro y el tamaño se aumentó a 35 pt. Los rostros de los niños se cambiaron de acuerdo a los consejos brindados en los focus.

Figura 4.8 Rompecabezas luego de los cambios.



Fuente: Elaboración propia, 2019

Además de ello se va añadir otra cartilla para servir de guía para que se mucho más fácil de armar la rompecabeza.

Figura 4.9 Imagen de apoyo para el rompecabezas.

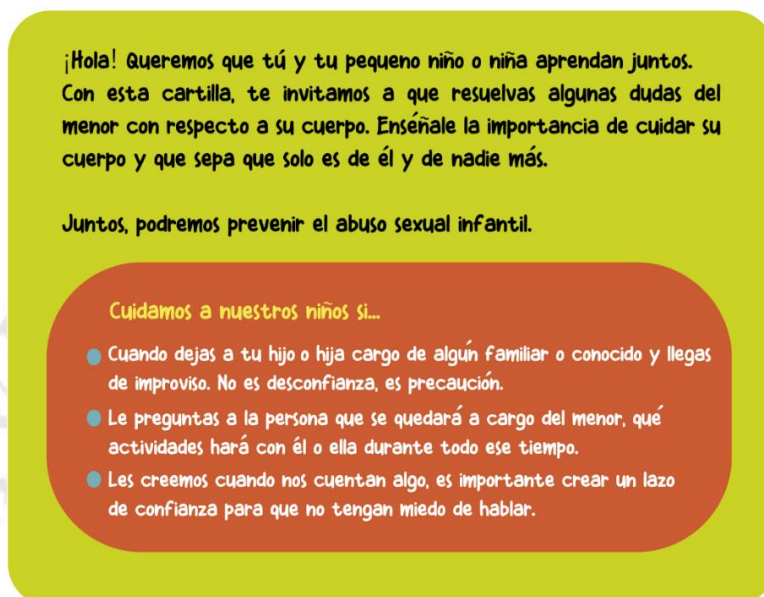


Fuente: Elaboración propia, 2019

c. Stickers partes del cuerpo:

Se plantea de acuerdo a lo analizado en el focus establecer cambios solo en la retina de la plantilla con un color de letra oscura para el fondo verde.

Figura 4.10 Cartilla de stickers luego de los cambios.



Fuente: Elaboración propia, 2019

d. Historieta

El único cambio que se presenta de acuerdo a los focus y las entrevistas es la imagen inicial de la niña en la historieta para que se note más natural sus facciones, y bajar la intensidad de los labios. Además, las letras de la página web en la contraportada debe tener un color oscuro para contrastar.

Figura 4.11 Historieta luego de los cambios.



Fuente: Elaboración propia, 2019

CAPÍTULO V: LECCIONES APRENDIDAS

5.1 Sobre la construcción de materiales

Este proyecto ha pasado por varios asesores, cuyas opiniones, consejos y reflexiones, nos hicieron ver cosas que no notamos durante la creación de los materiales didácticos. Es decir, poner en claro, líneas difusas y, sobre todo, llevar la idea del proyecto, más allá.

En primer lugar, la elección de la paleta de colores buscó distanciarse de los denominados colores para niño y niña, azul y rosado, respectivamente. Buscando una paleta de colores llamativa para los niños y niñas recurrimos al verde y azul por ser tonos de onda corta que son reconocidos como relajantes y asociados a experiencias agradables. Para poder equilibrar los sentimientos generados por los colores verde y azul, se le sumo el color rojo y amarillo que son visto como provocadores de excitación. (Elliot et al, 2007, p. 154). Esto nos enseñó la importancia en equilibrar los colores para que no generen miedos, dudas o contradicción en los mensajes educativos que se quieren transmitir.

Las formas utilizadas para los logos son círculos, óvalos y puntas redondeadas. Según Luiggi Santa María (2016): “Estos tienden a proyectar un mensaje emocional positivo. Usar un círculo en un diseño de logo comunica comunidad, amistad, amor, relaciones y unidad.” (párr. 04)

Según Alberto Guerrero Armas (2009), para la selección de los materiales didácticos se deben considerar algunos criterios como: “Los objetivos a alcanzar, las características de los contenidos a transmitir y los destinatarios de estos [...]; y la construcción ergonómica que favorezca la versatilidad de utilización para no discriminar a alumnos con deficiencias de algún tipo.” (p. 04 - 05) Por ese motivo, elegimos tres materiales ya conocidos por nuestro público objetivo, discriminado por edad: Rompecabezas (6 años), Plantilla de Stickers (7 años) e Historieta (8 años).

5.2 Reuniones con la empresa

Se organizaron dos reuniones con la empresa Chiquinho & Chiquinha, para cotejar comentarios y avances en cuanto al diseño y mensaje de los materiales didácticos. Además de trabajar la posibilidad de una renovación de marca. Pero, sobre todo, de la implementación de la campaña “Aprendiendo Juntos”. Se consideró importante, la adición de una cartilla para padres de familia, ya que no solo los mensajes deben apuntar a los niños y niñas, sino también a los padres de familia, ya que son el primer filtro en leer y permitir el uso de los materiales.

5.3 Afinamiento de la propuesta

Gracias a la asesoría en gestión de marca, aprendimos sobre la importancia de desligar a veces algunas marcas de su marca madre. Y nos ayudó a potenciar el lado corporativo del proyecto, al establecer claramente las relaciones entre marcas que se crearon. Y, sobre todo, que sea un ganar-ganar como proyecto social y corporativo. El especialista en diseño gráfico nos asesoró en la estética, armonía y coherencia en cuando a la unidad visual del proyecto. Con técnicas en la creación de logos, la importancia de jugar con las formas, rompiendo, y a la vez, manteniendo la simetría.

La especialista en psicología educativa, nos orientó en cuanto al tono de comunicación que debía tener los materiales para llegar eficazmente al público objetivo. Y sobre todo, qué narrativa utilizar, con qué temas tener cuidado, y a no educar con el temor. Así mismo, gracias a la colaboración de la directora de la institución educativa “Santo Domingo de Jesús”, sus profesores, alumnos y padres familia hemos podido entender que no siempre la mejor estética permite la legibilidad de los materiales. Siempre se debe evaluar que los materiales didácticos apunten a las edades adecuadas para cada público.

5.4 La importancia de la validación social

Las ideas más inesperadas resultado de la validación del material didáctico fueron sobre todo la legibilidad, ya que pensamos que los colores eran armónicos y se entendían fácilmente.

Además, el tamaño de letra generó problemas entre padres que usaban lentes o que ya eran mayores. Al ser clave la legibilidad para este proyecto, debemos considerar que mucho de los tutores son cortos de vista y la tipografía debe ser de mayor tamaño.

Otro punto importante de la validación es la desmitificación de varias ideas que teníamos con respecto a la reacción de los padres de familia frente a los materiales didácticos. Por ejemplo, teníamos temor en cuanto al presentar ilustraciones de niños solo con ropa interior. También, teníamos dudas sobre la reacción negativa de los padres al tratar este tema con sus hijos en casa. Sin embargo, los padres se mostraron abiertos al tema y al uso de materiales, ya que lo consideran que prevenir el abuso sexual infantil es necesario.

En general, la conducta de los padres de familia fue positiva frente a la propuesta. Se vieron reacciones favorecedoras hacia la marca que propone introducir este tema en el ámbito familiar de una forma educativa y lúdica.

5.5 La importancia del diseño gráfico

La evolución en general se desarrolló a partir de cambios de diseño gráfico. La intensidad de los colores ha sido algo que ha ido cambiando para permitir dinamismo y modernidad. Durante la validación final se han realizados cambios en los materiales en un 20% sobre el total. Sobre todo, en lo que respecta a la letra, tamaño y color de la misma.

Adicionalmente, se redujeron algunas tonalidades en los rostros de los personajes para que aparente ser mucho más infantiles, quitándoles la intensidad del rojo de los labios y la forma de los ojos.

Gracias al rediseño continuo de los materiales pudimos llegar de forma más amena y amigable a los niños y padres de familia. Además, este rediseño no solo se generó a partir de la validación con el target, sino también, tuvo que ser ajustado a las medidas establecidas que encontramos en la imprenta y de acuerdo, a los materiales disponibles.

El diseño gráfico y la calidad de los materiales no solo deben responder a las expectativas del público objetivo, sino también a las posibilidades de inversión de la empresa. Al

momento de diseñar se debe tener en cuenta las dimensiones de los materiales didácticos, el tipo de materiales en el que se imprimirán y el tiempo de producción de los mismos.

5.6 Construcción del mensaje

Los mensajes fueron construidos de acuerdo a los objetivos específicos: Educar sobre las partes íntimas del cuerpo femenino y masculino, y fomentar la búsqueda de ayuda en los adultos de confianza.

Es por ello que en el rompecabezas se presentan dos frases importantes: “Tu eres dueño de tu cuerpo” y “Nadie lo puede tocar”. Así mismo, permite identificar de manera general el cuerpo de un niño y una niña. Esto es ideal para los niños de 6 años, ya que los rompecabezas son utilizados con frecuencia a esta edad.

Por otro lado, la plantilla de stickers permite identificar las partes del cuerpo con precisión con respecto a sus nombres. Gracias a esto, los niños pueden comunicar con exactitud cuando alguien intenta tocar alguna parte de su cuerpo. Los niños de 7 años en adelante ya pueden leer y comprender el significado de las palabras. Sirve como un material de apoyo con respecto a lo que se enseña en los colegios, ya que es parte de la malla curricular.

Por último, la historieta permite a los niños de 8 años tener una reflexión más profunda, gracias a que han desarrollado una comprensión lectora mínima. Los mensajes centrales de la historieta son: “No te fies de los extraños” y “Cuéntale lo que pasa a tu persona adulta de confianza”.

Cabe recalcar, que junto a los materiales didácticos para niños se acompaña de una cartilla para padres que comenta el objetivo de la iniciativa y brinda consejos prácticos para prevenir el abuso sexual infantil. Además, los invita a conversar sobre este tema en el hogar.

Los objetivos sobre el mensaje de la campaña “Aprendiendo Juntos” han sido alcanzados satisfactoriamente, los niños y niñas junto a sus padres comprendieron la importancia de generar conversaciones respecto al tema. Dos de los siete padres entrevistados comentaron que los niños le mostraron el juego en casa y que muchos compartieron la historia y comentaron sobre el tema.

En definitiva, este proyecto ha sido enriquecedor, puesto que hemos visto cómo todas las áreas de la comunicación tienen que pulirse una y otra vez, para que puedan estar en la misma sintonía. Y así, poder cumplir los objetivos planteados para el desarrollo de esta campaña de responsabilidad social.



CONCLUSIONES

- De acuerdo al primer objetivo específico que es: Educar sobre las partes íntimas del cuerpo femenino y masculino, este se llega a cumplir gracias a todos los materiales didácticos propuesta y su validación con los niños. Cabe resaltar que los materiales son introducidos por edad para reforzar la educación planteada por la malla curricular nacional.
- El segundo objetivo específico: Fomentar la búsqueda de ayuda en los adultos de confianza. Si bien se refuerza con el uso de la historieta como material didáctico, también es mencionado en las cartillas de padres, para que refuercen los lazos de confianza con su niño o niña.
- El tercer objetivo específico: Generar apego a la marca a través de la campaña de responsabilidad social “Aprendiendo Juntos”. Este se validó durante las entrevistas a los padres de familia, ya que consideraron positiva la iniciativa de la marca por preocuparse no solo por la prevención del abuso sexual infantil, sino también, por aconsejar y guiar a los padres de familia en este proceso.
- Desde la perspectiva de los padres de familia y profesores entrevistados, este material ayuda a introducir el tema del abuso sexual infantil con su niño o niña como tema de conversación. El 100% de los entrevistados consideran que el tema del abuso sexual infantil es importante hablarlo con sus hijos, pero aún no lo han hecho.
- Desde la perspectiva de los niños y niñas, estos se mostraron sorprendidos y bastante curiosos con todos los materiales. La interacción con estos fue inmediata, el mensaje fue comprendido fácilmente y surgieron preguntas de los niños acerca de las partes del cuerpo.
- En cuanto al uso de los personajes de niños en ropa interior, aunque algunas prefieren algo más recatado, entienden el propósito y no es considerado un factor negativo que obstaculice la enseñanza.
- El proyecto se ha trabajado desde los ámbitos de la comunicación corporativa y de desarrollo. Viendo, además, aspectos como gerencia de marca, diseño gráfico y marketing.

- Luego de una última reunión con Manuel Valdivieso, gerente general de Chiquinho & Chiquinha la introducción de los materiales didácticos en sus productos ha sido aprobada y se llevará a cabo en el primer trimestre del 2020.



REFERENCIAS

1. Acción Por Los Niños. (2015). Abuso Sexual Infantil. Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/92BD4C65D4C3A248052578CA003007FD/\\$FILE/1.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/92BD4C65D4C3A248052578CA003007FD/$FILE/1.pdf)
2. Agencia Peruana de Noticias, ANDINA (2018). Defensoría impulse campaña para prevenir violencia sexual en regiones. Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-defensoria-impulsa-campana-para-prevenir-violencia-sexual-regiones-727510.aspx>
3. Aldeas Infantiles SOS Perú. (2019). Las cifras de violencia física y sexual contra menores de edad son alarmantes. Recuperado de: <https://www.aldeasinfantiles.org.pe/noticias/las-cifras-de-violencia-sexual-fisica-y-sexual-con>
4. ANDINA: Agencia Peruana de Noticias. (2018). Defensoría impulsa campaña para prevenir violencia sexual en regiones. Recuperado de: https://www.andina.pe/agencia/noticia-defensoria-impulsa-campana-para-prevenir-violencia-sexual-regiones-727510.aspx?fbclid=IwAR30vKbAyARw4jM_4OAM8XBjveFTdc9c5KdQU0xZ-zA8kG1ayQBVe1hn94I
5. Armas, A. G. (2009). Los materiales didácticos en el aula. Revista digital para profesionales de la enseñanza. Recuperado de: <https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd6415.pdf>
6. Castro Sánchez, D. (2016). Nivel de recordación del jingle “Yo sé cuidar mi cuerpo”, realizado por el MINEDU en el verano de 1999, en personas entre 25 a 29 años de la ciudad de Trujillo, 2016. (Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de Comunicación). Universidad Privada del Norte. Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10600/Castro%20S%c3%a1nchez%20Diego%20Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
7. César Takeuchi. (2018). Más de 1,700 menores fueron víctimas de abuso sexual en lo que va del año. Recuperado de: <https://peru21.pe/lima/abuso-sexual-1-700-menores-victimas-ano-405100>.
8. Diario El Comercio. (2018). Lanzas Campaña ¡Cuidado! para prevenir la violencia sexual en menores. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/lanzan-campana-cuidado-prevenir-violencia-sexual-menores-noticia-545377>
9. Elliot, A. J., Maier, M. A., Moller, A. C., Friedman, R., & Meinhardt, J. (2007). Color and psychological functioning: the effect of red on performance attainment. *Journal of*

- experimental psychology: General, 136(1), 154.* Recuperado de: <http://courseware.eduwest.com/emccourseware/xueli/0111/content/ziyuan/wenxian/01.pdf>
10. FAPMI. (2011). Federación de Asociaciones para la Prevención del Maltrato Infantil. Recuperado de: http://www.fapmi.es/imagenes/subsecciones1/1de5_Doc_01_Presentaci%C3%B3n_Maque_tado.pdf
 11. FAPMI – ECPAT ESPAÑA. (2012). Materiales sobre la Regla de Kiko. Recuperado de: <http://www.ecpat-spain.org/servicios.asp?sec=8&subs=25>
 12. IPSOS. (2017). Informe de Perfiles Socioeconómicos de Lima Metropolitana. (1° Edición) Lima. IPSOS Opinión y Mercado S.A.
 13. INEI. (2016). INEI. Recuperado de: <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/inei-cerca-de-7-millones-de-ninas-y-ninos-viven-en-el-peru-9010/>
 14. Inversión en la Infancia. (2011). ASPEM lanzó campaña en El Agustino para prevenir el abuso sexual contra niños y adolescentes. Recuperado de: <https://inversionenlainfancia.net/?blog/entrada/noticia/1029>
 15. La República. (2017). Perú es el segundo país con mayor violencia sexual. Recuperado de: <https://larepublica.pe/sociedad/1035525-peru-es-el-segundo-pais-con-mayor-violencia-sexual>
 16. La República. (2018). Talara registró 81 casos de violación a menores en los últimos 4 años. Recuperado de: <https://larepublica.pe/sociedad/1257546-talara-registro-81-casos-violacion-menores-ultimos-4-anos>.
 17. Orjuela López, L., & Rodríguez Bartolomé, V. (Octubre de 2012). Save the Children. Recuperado de: https://www.savethechildren.es/sites/default/files/imce/docs/violencia_sexual_contra_los_ninos_y_las_ninas.pdf
 18. Santa María, Luiggi. (2016). Psicología de la forma de los diseños de logos. Recuperado de: <http://www.staffcreativa.pe/blog/psicologia-formas-disenos-de-logos/>
 19. TV Perú Noticias, TVPE. (2016). Minedu lanza campaña "Yo sé cuidar mi cuerpo" para prevenir y denunciar violencia sexual. Recuperado de: <https://tvperu.gob.pe/noticias/locales/minedu-lanza-campana-yo-se-cuidar-mi-cuerpo-para-prevenir-y-denunciar-violencia-sexual>.
 20. Unicef Argentina. (2017). Página web: "Querer Posta". Recuperado de: <http://www.quererposta.org>

21. Viviano Llave, T. (2012). Ministerio de la mujer y poblaciones vulnerables. Recuperado de:
<https://www.repositoriopncvfs.pe/wp-content/uploads/2015/05/abuso-sexual-viviano.pdf>



BIBLIOGRAFÍA

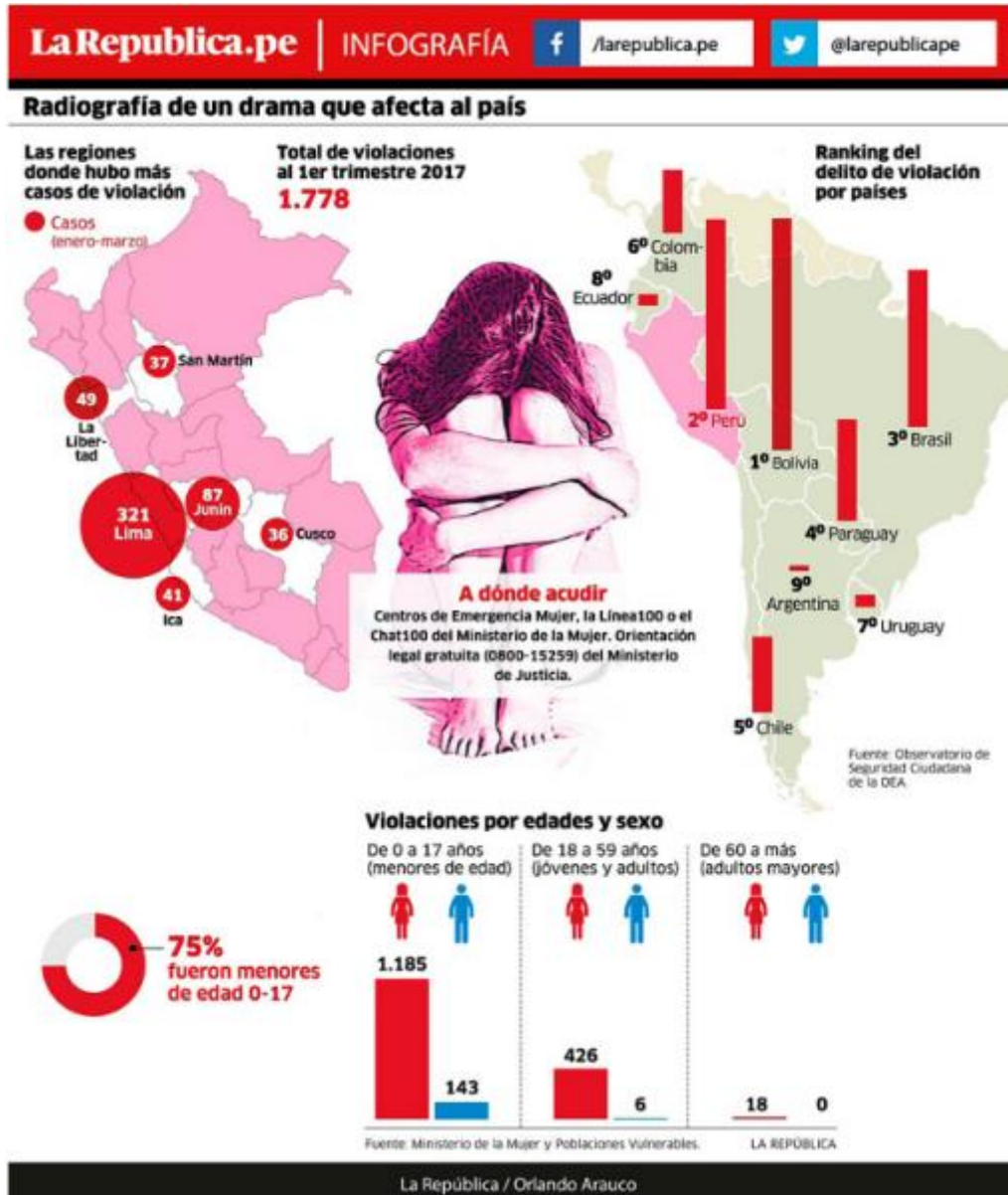
1. Asociación solidaria de países emergentes. ASPEM. (2018). Recuperado de: <http://aspem.org.pe/nosotros/>.
2. Enrique Echeburúa y Cristina Guerricaechevarría. (2005). Concepto, factores de riesgo y efectos psicopatológicos del abuso sexual infantil. en violencia contra los niños (86-112). Barcelona: Ariel. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/50c7/67bd0b960c08d632186dd724d76161e34063.pdf>
3. Orozco, A. M. M., & Henao, A. M. G. (2013). El material didáctico para la construcción de aprendizajes significativos. Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 4(1), 101-108. Recuperado de: <https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/RCCS/article/view/952>
4. Pereda Beltran, Noemí CONSECUENCIAS PSICOLÓGICAS A LARGO PLAZO DEL ABUSO SEXUAL INFANTIL Papeles del Psicólogo, vol. 31, núm. 2, mayo-agosto, 2010, pp. 191-201 Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos Madrid, España. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/778/77813509005.pdf>
5. Publimetro. (2019). Cada hora se atiende un caso de abuso sexual infantil en Perú. Recuperado de: <https://capital.pe/actualidad/cada-hora-se-atiende-un-caso-de-abuso-sexual-infantil-en-peru-noticia-1222704>
6. Save The Children y El Ministerio de Trabajo Y Asuntos Sociales. (2001). Abuso sexual infantil: Manual de formación para profesionales de Save The Children. Recuperado de: <http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/ABUSO%20SEXUAL%20INFANTIL%20Manual%20Formaci%C3%B3n%20Profesionales.pdf>
7. UNICEF. (2011). Informe Perú 2011. Recuperado de: <http://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/675/386.%20Estado%20de%20la%20ni%C3%B1ez%20en%20el%20Per%C3%BA..pdf?sequence=1>
8. UNICEF Argentina. (2017). #QuerePosta: Una campaña sobre el consentimiento en las relaciones sexuales para disminuir el embarazo no planificado en la adolescencia. Recuperado de: <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/quererposta-una-campa%C3%B1a-sobre-el-consentimiento-en-las-relaciones-sexuales-para>
9. UNICEF Perú. (2018). UNICEF pide tolerancia cero y acciones urgentes frente al abuso sexual de niños, niñas y adolescentes en las escuelas. Recuperado

de: <https://www.unicef.org/peru/comunicados-prensa/unicef-pide-tolerancia-cero-y-acciones-urgentes-frente-al-abuso-sexual-de-ninos>



ANEXOS

ANEXO 1: Radiografía de un drama que afecta al país



Fuente: Infografía. La República (2017)

ANEXO 2: Infografía de la logística de producción y distribución de materiales.



Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3: Infografía de la campaña para prevenir el abuso sexual infantil.

Campaña para prevenir el abuso sexual infantil*

*Niños de 6 - 8 años del NSE D y E

de:

Tu mundo Chiqui

Chiquinho y Chiquinha

Aprendiendo Juntos

1 Situación Actual en el Perú

1,727

Casos de abuso sexual contra menores entre enero y marzo del 2018

(Fuente: FERU 21)



2 ¿Cómo prevenir estas situaciones?



La temprana educación de las partes íntimas del cuerpo.

Crear lazos de confianza con un adulto responsable cercano al niño/a.



76 %

De las víctimas de violación sexual está conformado por menores de edad

(Fuente: Diario Correo)

3 ¿En qué consiste la campaña?

Materiales Didácticos



Canal de Distribución



Página Web / Feedback



Chiquinho y Chiquinha



4 ¿Qué queremos lograr?



- ▶ Mayor conciencia en los niños sobre su cuerpo.
- ▶ Alcanzar información y tips para el adulto encargado del niño/a.
- ▶ Introducir el tema al hogar.

Para más información visítanos en: www.tumundochiqui.pe

Fuente: Elaboración propia.

ANEXO 4: Guía de entrevistas

Guía de preguntas para Padres de familia

Requisito de los participantes:

Sexo	Edad	NSE	Ocupación	Cantidad
Ambos sexos (Femenino y masculino)	Entre 18 a 30 años.	D y E	Independientes - informales	7

III. PREGUNTAS GENERALES

- ¿Le han comprado ustedes mismos ropa interior a sus hijos?
- Si la respuesta es NO, ¿Quién suele comprarlo?
- ¿Qué marcas compra y dónde? ¿Por qué?
- ¿Qué es lo que buscan que tenga una buena ropa interior para sus hijos? ¿Material? ¿Colores? ¿Moda?
- ¿Han escuchado de paquetes de ropa interior con juegos para niños?

IV. PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿Alguien ha escuchado hablar de la marca Chiquinho & Chiquinha?

Aquí tengo muestras para que observen en qué consiste este producto. Chiquinho & Chiquinha es una marca de ropa interior para niños, ahora estamos lanzando este producto junto con juego que permitan a su niño conocer su cuerpo y cuidarlo mejor. Pasaremos por su sitio entregándoles 3 materiales a cada uno, cada uno de ellos varía de acuerdo a la edad de su hijo.

Material	Material Chiquinho & Chiquinha
A	Rompecabezas
B	Stickers
C	Historieta

El primer lugar está el material A:

- ¿Qué es el material A, descríbalos?
- ¿Qué le parece?
- ¿Le gusta? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el objetivo de este material?

- ¿Por qué?
- ¿Para qué edad cree que es apropiado este juego?
- ¿Su hijo lo entendería? ¿Qué edad tiene su hijo?
- ¿Qué cosas cambiaría o mejoraría?

El segundo es el material B:

- ¿Qué es el material B, descríballo?
- ¿Qué le parece?
- ¿Le gusta? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el objetivo de este material?
- ¿Por qué?
- ¿Para qué edad cree que es apropiado este juego?
- ¿Su hijo lo entendería? ¿Qué edad tiene su hijo?
- ¿Qué cosas cambiaría o mejoraría?

El último material es el C:

- ¿Qué es el material C, descríballo?
- ¿Qué le parece?
- ¿Le gusta? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el objetivo de este material?
- ¿Por qué?
- ¿Para qué edad cree que es apropiado este juego?
- ¿Su hijo lo entendería? ¿Qué edad tiene su hijo?
- ¿Qué cosas cambiaría o mejoraría?

IV. MANTENIMIENTO

Ahora quisiéramos saber algunas cosas:

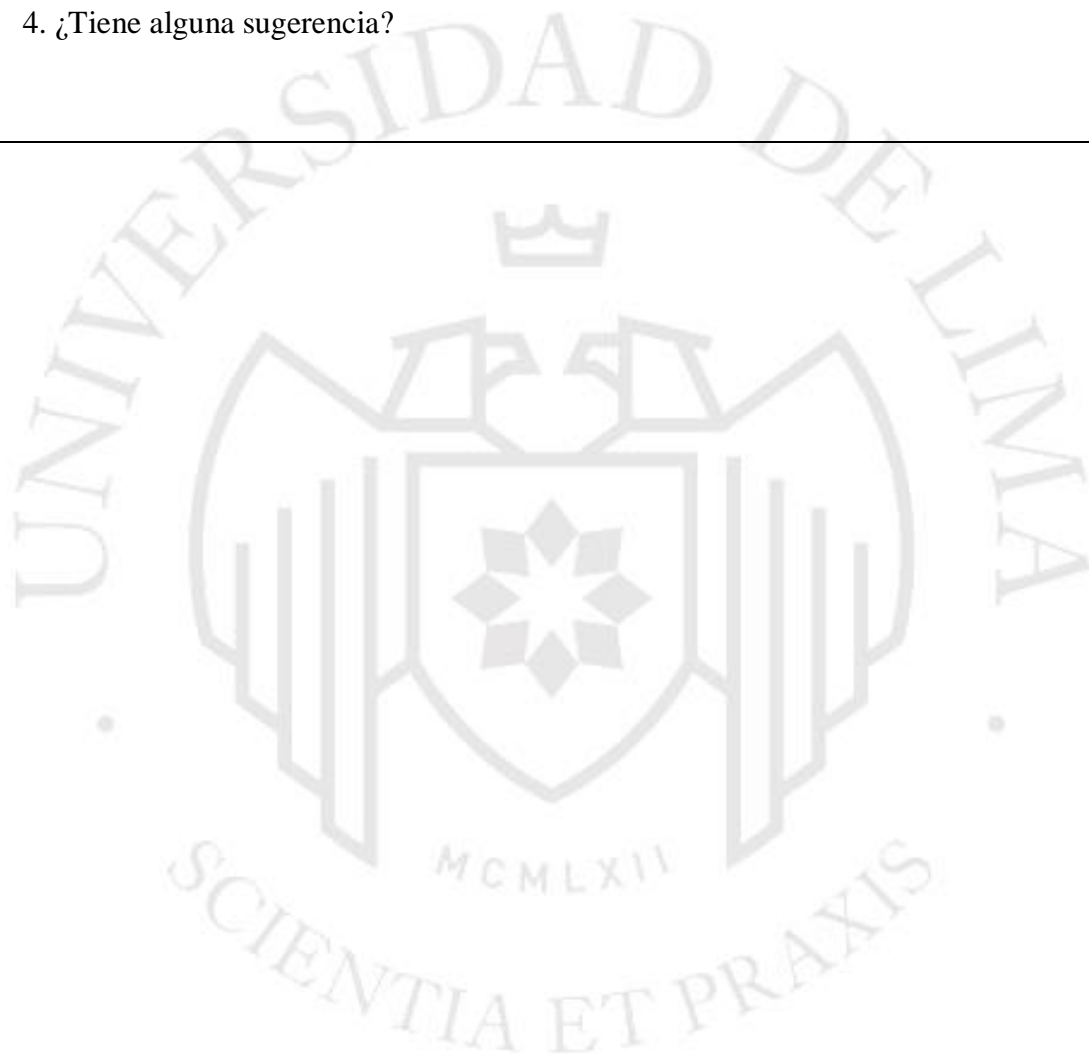
- ¿Suele comprarle juego parecidos a este? ¿Por qué?
- ¿Habla con sus hijos sobre su cuerpo y cómo cuidarlo? ¿Por qué?
- ¿Juega con su hijo o hija? ¿En qué momento? ¿Qué suele jugar? ¿Por qué?
- ¿Jugaría con ella este material? ¿En qué momento?
- ¿Estaría dispuesto a explicarle por qué es importante conocer su cuerpo?
- ¿Entraría a una página web para continuar la actividad? ¿Por qué?
- ¿Qué otros medios prefieren? ¿Por qué?
- ¿Usa su celular? ¿Para qué?
- ¿Con qué frecuencia usa el internet? ¿Entra a Facebook o páginas web?
- ¿Tiene alguna sugerencia o idea?

V. CONCLUSIONES

- ¿Está dispuesto a comprar este producto? ¿Por qué?
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
- ¿Cree que vale la pena?

Guía de preguntas para la Psicóloga Educativa Elva Aguirre

1. ¿Cree que el lenguaje utilizado es el adecuado?
2. ¿Considera que los colores, dibujos y estilo son los adecuados para el público al que se dirige?
3. ¿Está bien dirigido en el ámbito educacional?
4. ¿Tiene alguna sugerencia?



ANEXO 5: Guía de Focus Groups

Guía de pautas para niños y niñas

Requisito de los participantes: 3 grupos de 6 cada uno

Sexo	Edad	NSE	Ocupación	Cantidad
Ambos sexos (Femenino y masculino)	6 años	D y E	Estudiantes de 1ero de primaria	6
Ambos sexos (Femenino y masculino)	7 años	D y E	Estudiantes de 2do de primaria	6
Ambos sexos (Femenino y masculino)	8 años	D y E	Estudiantes de 3ero de primaria	6

I. INTRODUCCIÓN

A. Propósito del grupo

Buenos Días/Tardes, mi nombre es Mabel Cayo y ella es mi compañera Ximena Prado, somos estudiante de Comunicación de la Universidad de Lima. Quisiéramos agradecerles por asistir el día de ellos a esta actividad. Si tienen alguna duda o consulta no duden en llamarme por nuestros nombres.

- Ahora, alguien recuerda ¿Cuál es mi nombre?
- Esperar respuesta, si nadie recuerda repetir hasta que sea necesario y entablar familiaridad.

Hoy día nos hemos reunidos para presentarles unos nuevos juegos. Así que hoy vamos a jugar.

Necesitamos que sean lo más sinceros posibles y nos digan lo que sienten o piensan. En algún momento, haremos preguntas o esperaremos sus opiniones, para lo cual deben levantar la mano. No hablen todos a la vez, por favor. Uno por uno, nos entendemos mejor.

- ¿Tienen alguna pregunta hasta aquí? ¿Dudas?

B. Reglas de juego

Vamos a escribir las reglas que nos ayudarán a entendernos mejor el día de hoy. Se escribe sobre pizarra o papelógrafo:

2. Relájense y diviértanse.
3. Levantar la mano para hablar.
4. Di lo que piensas
5. Escuchemos con respeto y en silencio.

II. CALENTAMIENTO

A. Dinámica: LA TELARAÑA

En esta primera dinámica los participantes formarán un círculo donde se tendrá como objeto principal de la actividad un **ovillo de hilo**. El primer integrante dice su nombre y, como propuesta, dice que le gusta hacer en su tiempo libre. A continuación, inesperadamente, el primero tira el ovillo a otro compañero y este repite la función. De esta forma el hilo va repartiéndose hasta llegar al último alumno, formando así una telaraña.

III. CASO CONTROL

A. MATERIALES

Edades	Materiales Control (A)	Material Chiquinho & Chiquinha (B)
6 años	Rompecabeza	Rompecabezas
7 años	Stickers	Stickers
8 años	Historieta	Historieta

B. ACTIVIDAD

Ahora que estamos más despiertos vamos a jugar con estos materiales que hemos traído para ustedes. Ahora, XX pasará por su sitio y les entregará dos de cada uno, pero por favor aún no los abran, ni jueguen con ellos.

Se presentará los juguetes de acuerdo a la edad del niño (pegatinas, rompecabezas e historieta). Un material es de Chiquinho & Chiquinha, el otro es cualquier material que no es de la marca.

Ahora quiero que todos pongan las manos hacia atrás y sin tocar quiero que me digan uno por uno:

1. ¿Cuál les parece más llamativo? ¿Cuál les gusta más?
2. ¿Por qué te gusta ese?

Ahora niños quiero que escuchen atentamente. Van a abrir el primer material (A) y jueguen con él. Si alguien necesita ayuda levanta la mano y los ayudaremos. (10 minutos)

- ¿Chicos ya todos han acabado?

Ahora abriremos el segundo material (B), ahora pueden jugar con él. Si necesitan ayuda nos pueden llamar, solo levantan la mano. (10 minutos)

- ¿Chicos ya todos han acabado?

IV. COMENTARIOS

Ahora queremos hablar sobre los juegos que acabamos de usar:

- ¿Lo han visto antes? ¿En el mercado? ¿En la Tv? ¿En el colegio?
- ¿Cuál nos gustó más después de usarlo?
- ¿Por qué?
- ¿Qué no te gusto?
- ¿Por qué?
- ¿De qué trata el material A?
- ¿De qué trata el material B?
- ¿Les gustaría jugar con el material con sus papás?

A. SOBRE MATERIAL B: Chiquinho & Chiquinha

Ahora vamos a hablar SOLO sobre el material B (se retira el material A de la mesa).

- ¿Les gustó? ¿Por qué?
- ¿Qué aprendiste con el material?
- ¿Enséñame como se usa?
- ¿Tienes uno parecido o igual en casa?
- ¿Qué no te gustó?

Este material o juego viene dentro de este envase de ropa interior. Se llama Chiquinho & Chiquinha.

- ¿Te gustaría comprar este producto? ¿Se lo pedirías a tu papá o mamá?
- ¿Qué tanto te gusta? ¿Poco? ¿Mucho? ¿Por qué?
- Explica que piensas de los colores, la forma, el tamaño. ¿Qué colores prefieres? ¿Qué otros juegos te gustaría encontrar en ellos?

V. CIERRE

Ahora para acabar queremos escuchar qué aprendieron hoy día:

- ¿Qué recuerdas más de lo que hicimos hoy día?
- ¿Como se llamaba la marca de ropa interior?
- ¿Qué juego venía en el paquete?
- ¿Qué quería enseñarnos el juego?
- ¿Por qué es importante conocer eso? (Partes/Cuidados del cuerpo)
- ¿Qué cosas pueden pasar si no cuido mi cuerpo?
- ¿Con quienes debo hablar si algo no me gusta y me siento mal?

Ya para acabar quiero que realicen un dibujo sobre el material B. Se les dará una hoja y colores para que pinten,

- ¿Qué recuerdan que explicaba este material B?

Ahora colgamos los dibujos sobre la pizarra.

Todos podemos llevarnos los materiales a casa, es un pequeño obsequio. Gracias por ayudarnos hoy día.

Guía de pautas para profesores

Requisito de los participantes: 3 grupos de 6 cada uno

Sexo	Edad	NSE	Ocupación	Cantidad
Ambos sexos (Femenino y masculino)	Entre 20 a 55 años.	C, D y E	Profesores	6 a 10

I. INTRODUCCIÓN

- a. **Presentación de los moderadores**
- b. **Motivo de la reunión**
- c. **Presentación de los participantes (Nombre, edad, ocupación)**
- d. **Explicación de cómo funcionará la sesión:**
 - Explicar que nos hay respuestas correctas o erróneas, todas son importantes
 - Explicar que se grabará la sesión con fines meramente científicos, no publicará sus nombres.
 - Se pide que solo hable una persona a la vez, para poder escuchar todos los puntos de vista.
 - Sí usted tiene una opinión diferente a las demás, solo díganla. No tiene por qué callar.
 - ¿Tienen alguna duda?

II. ROMPEHIELO

Ahora que sabemos un poco las reglas de la sesión queremos conocernos mejor:

- ¿Cómo quieren que los llame?
- ¿Tiene hijos? ¿Cuántos? ¿Qué edades tienen?
- ¿Dónde vive? ¿Con quienes vive? ¿Cuántas personas son?

III. PREGUNTAS GENERALES

- ¿Suelen hablar sobre el cuidado del cuerpo de los niños y niñas en las horas de clase?
- ¿Qué temas tocan en clase?
- ¿Cómo reaccionan los niños?
- ¿Hablan sobre la sexualidad con los padres?
- ¿Cómo reaccionan los padres?
- ¿Creen que es importante el tema de la sexualidad en el colegio?
- ¿Creen que es importante el tema de sexualidad en el hogar?

IV. PREGUNTAS INTERMEDIAS

- ¿Cuáles son las mejores formas de explicar sobre el cuidado del cuerpo a los niños?

- ¿Qué les atrae más? ¿Por qué?

V. PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿Alguien ha escuchado hablar de la marca Chiquinho & Chiquinha?

Aquí tengo muestras para que observen en qué consiste este producto. Chiquinho & Chiquinha es una marca de ropa interior para niños, ahora estamos lanzando este producto junto con juego que permitan a su niño conocer su cuerpo y cuidarlo mejor. Pasaremos por su sitio entregándoles 3 materiales a cada uno, cada uno de ellos varía de acuerdo a la edad del niño.

Material	Material Chiquinho & Chiquinha
A	Rompecabeza
B	Stickers
C	Historieta

El primer lugar está el material A:

- ¿Qué es el material A, descríballo?
- ¿Qué le parece?
- ¿Le gusta? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el objetivo de este material?
- ¿Por qué?
- ¿Para qué edad cree que es apropiado este juego?
- ¿Es didáctico? ¿Tiene un lenguaje apropiado?
- ¿Qué cosas cambiaría o mejoraría?

El segundo es el material B:

- ¿Qué es el material B, descríballo?
- ¿Qué le parece?
- ¿Le gusta? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el objetivo de este material?
- ¿Por qué?
- ¿Para qué edad cree que es apropiado este juego?
- ¿Es didáctico?
- ¿Qué cosas cambiaría o mejoraría?

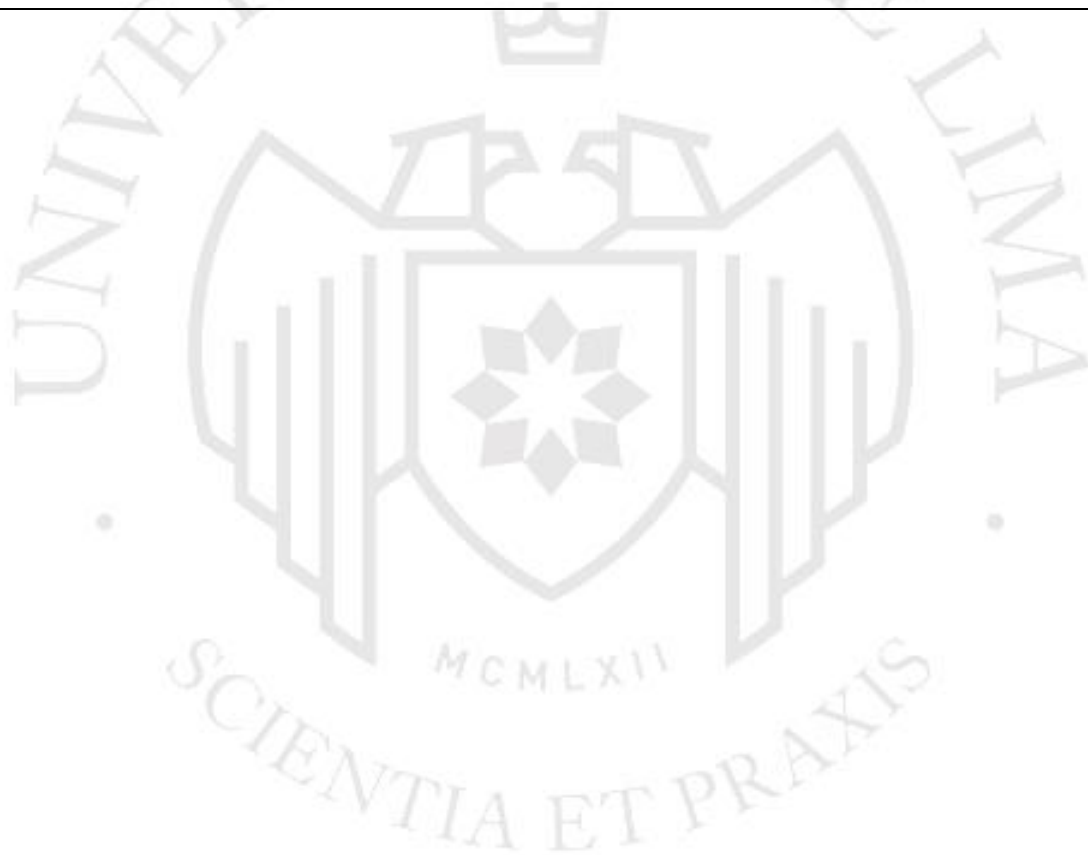
El último material es el C:

- ¿Qué es el material C, descríballo?
- ¿Qué le parece?
- ¿Le gusta? ¿Por qué?
- ¿Cuál es el objetivo de este material?
- ¿Por qué?

- ¿Para qué edad cree que es apropiado este juego?
- ¿Es didáctico? ¿Tiene lenguaje apropiado?
- ¿Qué cosas cambiaría o mejoraría?

VI. CONCLUSIONES

- ¿Está dispuesto a comprar este producto? ¿Por qué?
- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
- ¿Cree que vale la pena?
- ¿Cree que es adecuado para los niños de esa edad?
- ¿Es un material correcto para que usen padres con sus hijos?
- ¿Logra su objetivo educativo?



ANEXO 6: Fotografías de Focus Groups con niños y niñas

