

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



## **EL REINO DE LAS MOSCAS**

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

**Lucia Mimbela Menendez**

**Código 20160898**

**Asesor**

**Rocío Villacorta**

Lima – Perú

Noviembre de 2022

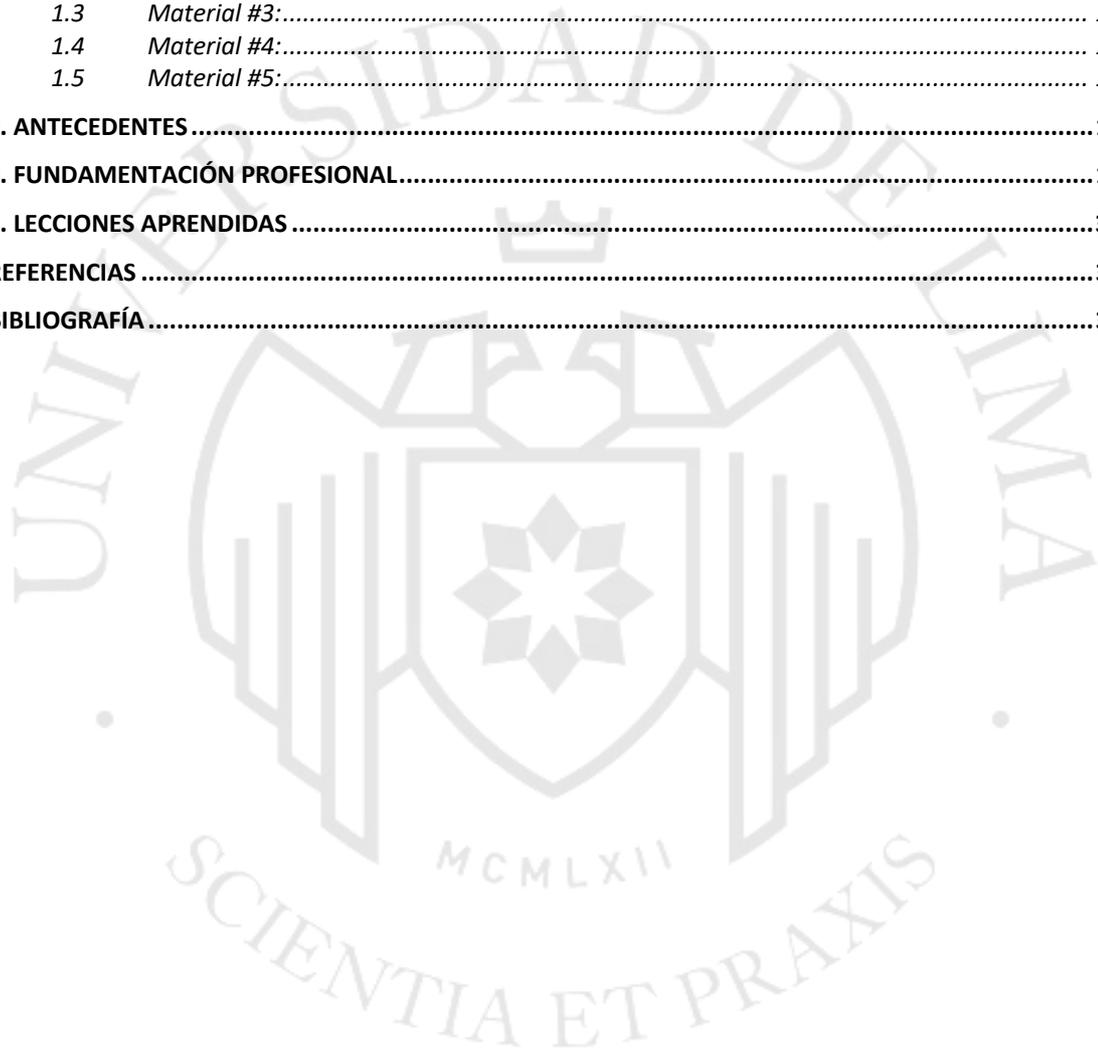




**EL REINO DE LAS MOSCAS**

# TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN</b> .....	<b>6</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>7</b>
<b>1. PRESENTACIÓN</b> .....	<b>8</b>
1.1 <i>Material #1:</i> .....	10
1.2 <i>Material #2:</i> .....	10
1.3 <i>Material #3:</i> .....	10
1.4 <i>Material #4:</i> .....	10
1.5 <i>Material #5:</i> .....	10
<b>2. ANTECEDENTES</b> .....	<b>11</b>
<b>3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL</b> .....	<b>17</b>
<b>4. LECCIONES APRENDIDAS</b> .....	<b>33</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>35</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>35</b>



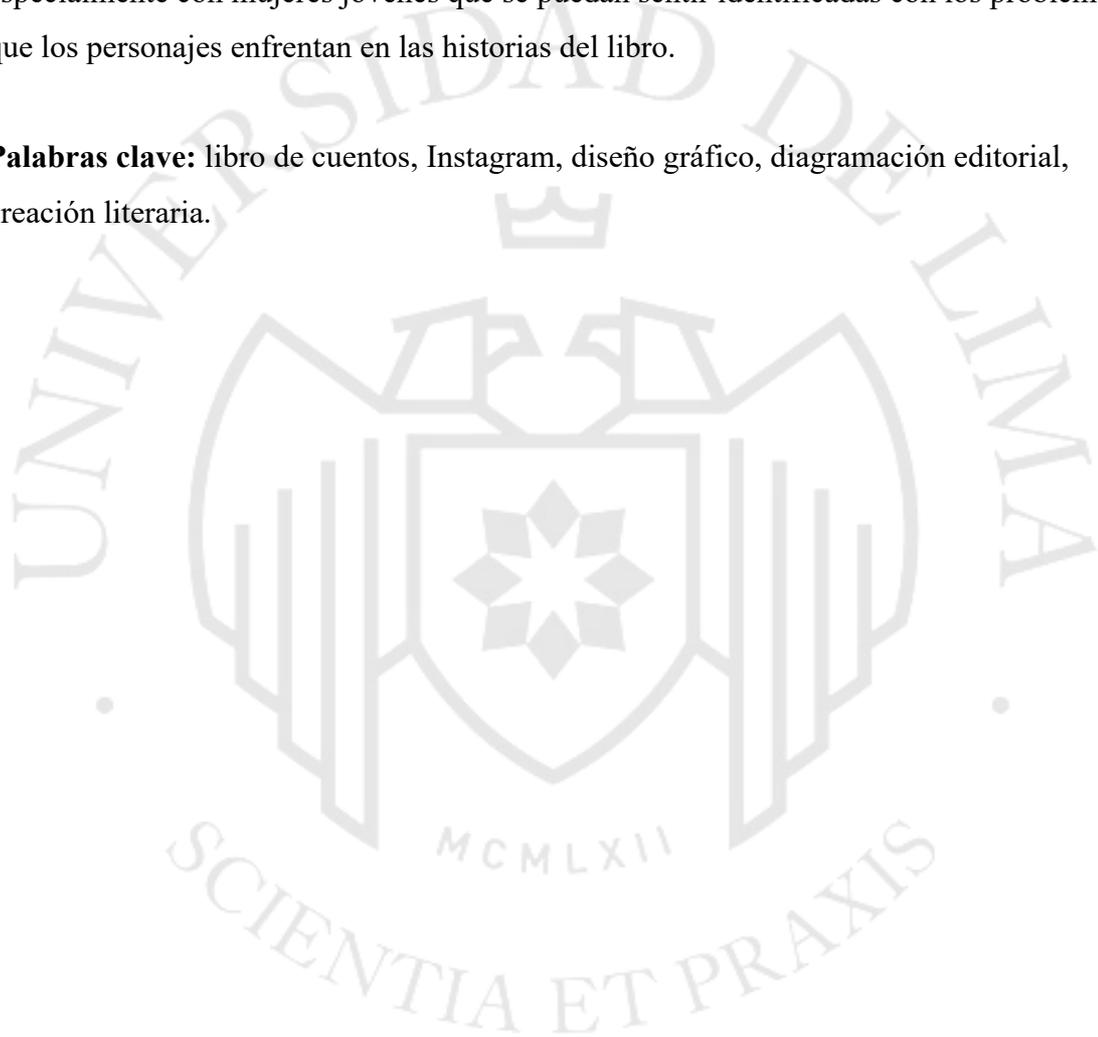
## ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1: Las cosas que perdimos en el fuego .....	14
Ilustración 2: Cuentos Macabros .....	15
Ilustración 3: Capitular .....	15
Ilustración 4: Mariana Enriquez.....	18
Ilustración 5: Samorì pintura 1 .....	18
Ilustración 6: Samorì pintura 2 .....	19
Ilustración 7: Samorì pintura 3 .....	19
Ilustración 8: Más piel, opción 1.....	20
Ilustración 9: Más piel, opción 2.....	20
Ilustración 10: Más piel, opción 3 .....	20
Ilustración 11: El reino muerto, opción 1.....	21
Ilustración 12: El reino muerto, opción 2.....	21
Ilustración 13: El reino muerto, opción 3.....	22
Ilustración 14: El reino de las moscas, opción 1 .....	22
Ilustración 15: El reino de las moscas, opción 2 .....	22
Ilustración 16: El reino de las moscas, opción 3 .....	23
Ilustración 17: El reino de las moscas, final.....	24
Ilustración 18: Correo Samorì.....	24
Ilustración 19: Respuesta Samorì .....	25
Ilustración 20: ilustración "El Rey" .....	25
Ilustración 21: Ilustración "Asco" .....	26
Ilustración 22: Mosca titular .....	26
Ilustración 23: Portada ilustrada 1.....	27
Ilustración 24: Portada ilustrada 2.....	27
Ilustración 25: Ilustración "Salir de Noche" .....	28
Ilustración 26: Ilustración "Los dedos de Adela".....	29
Ilustración 27: Ilustración "Ciega" .....	29
Ilustración 28: Gif Instagram 1 .....	31
Ilustración 29: Gif Instagram 2 .....	31
Ilustración 30: Gif Instagram 3 .....	32

## RESUMEN

El presente proyecto es la diagramación, ilustración, diseño gráfico y creación literaria del libro recopilatorio de cuentos de terror titulado “El reino de las moscas”, de auto publicación digital con una pequeña campaña publicitaria para Instagram. El propósito del proyecto es que, al final, se tenga un libro listo para publicar, con una buena bienvenida del público objetivo y que resuene con los amantes de la literatura de terror, especialmente con mujeres jóvenes que se puedan sentir identificadas con los problemas que los personajes enfrentan en las historias del libro.

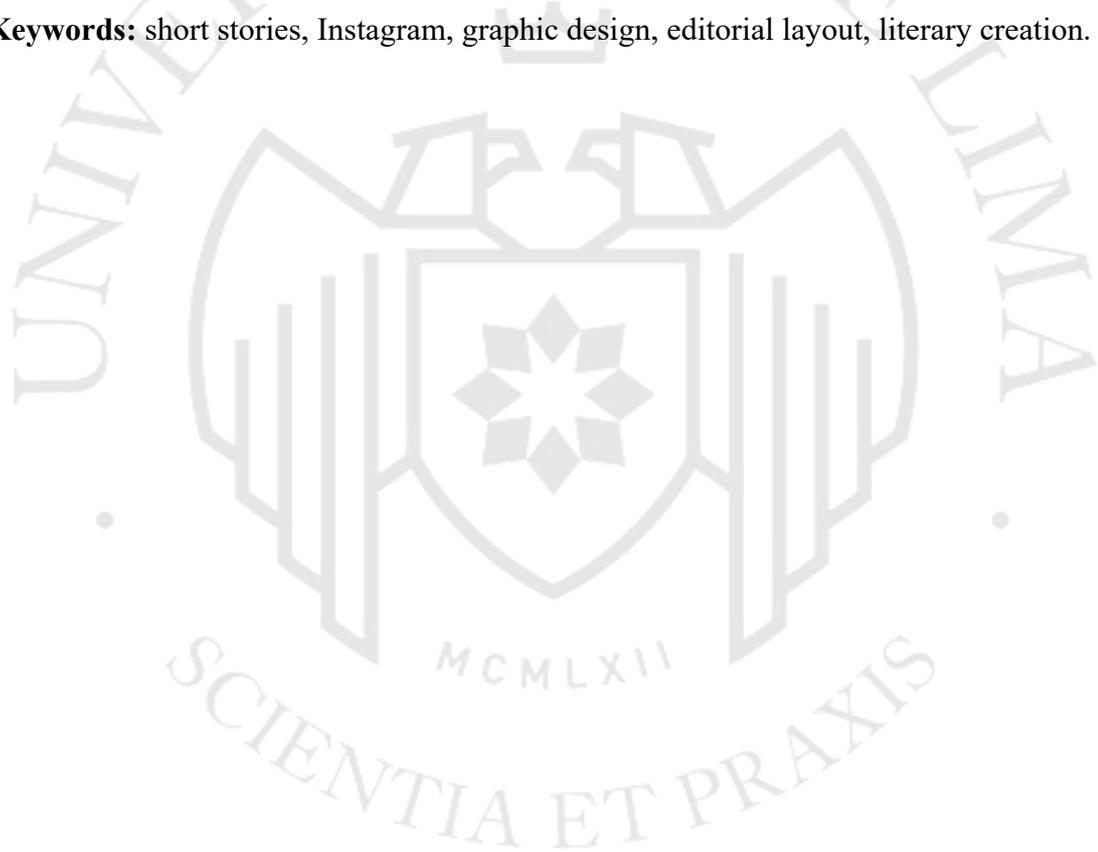
**Palabras clave:** libro de cuentos, Instagram, diseño gráfico, diagramación editorial, creación literaria.



## ABSTRACT

The present project consists of the layout, illustration, graphic design and literary creation of the horror story compilation book, titled “El reino de las moscas”, of digital self-publication with the addition of a small marketing campaign on Instagram. The purpose of this project is that, at the end of it all, there will be a complete book layout ready to publish, with a good reception from the key demographic and that it resonates with lovers of the horror genre, especially with young women who, hopefully, will feel identified with the family issues the characters of these stories persevere throughout the duration of the book.

**Keywords:** short stories, Instagram, graphic design, editorial layout, literary creation.



# 1. PRESENTACIÓN

El presente proyecto es el diseño editorial y literario de un libro recopilatorio de cuentos cortos de terror, además de una pequeña campaña publicitaria para el mismo en Instagram. El proyecto se titula: “El reino de las moscas”. En primer lugar, es importante entender la razón detrás del proyecto. He estado escribiendo cuentos desde que tenía aproximadamente doce años, del tipo que todos los niños de esa edad escriben, con finales como: “y, de pronto, se despertó y entendió que todo había sido un sueño”. Sin embargo, mientras más me alejaba de ese esquema predecible, mejor escribía. Escribir se me hacía fácil: no pensaba siquiera de qué iba a tratar la historia; solo era cuestión de sentarme, pensar en una frase que sonara bien y escribirla. Así, lo demás venía solo. Era como si la historia tuviese vida propia. De esa manera, a lo largo de mi vida escolar, cuando los profesores pedían un cuento para algún proyecto, me emocionaba pensar en lo que podía ser. En cuarto de secundaria, la profesora de Lenguaje nos pidió hacer un cuento sobre la vida urbana y rural en el Perú. Yo escribí un cuento titulado “Rojo fresa” que terminó enviándose a ADECOPA en el 2014 y ganó. La profesora me llamó emocionada al teléfono de la casa para contarme. Yo ni siquiera sabía que lo habían enviado. Eso me dio la confianza para escribir sin propósitos necesariamente académicos, y me interesé mucho por los cuentos cortos. Se me hace difícil, hasta el día de hoy, escribir cosas largas. Escribir novelas, por ahora, se me hace imposible. Y eso está bien.

Este proyecto es una pequeña aproximación a la literatura desde las ciencias de la comunicación, en donde el enfoque no está en la escritura del mismo, sino la diagramación, su diseño visual (portada e ilustraciones) y una pequeña campaña publicitaria en Instagram para alcanzar al público objetivo. Se realizará la diagramación del libro en digital pero en un futuro se podría considerar una edición física si es que los resultados son alentadores en los números de venta. Sea cual sea el caso, se presentarán ambas versiones (digital y la diagramación para una posible impresión). Los tipos de letra principales serán Big Calson de 12 puntos para el cuerpo con un interlineado de 1.5, Lance Sans de 18 puntos para el título en la portada. Cada cuento irá acompañado de una ilustración en donde también se presentará el título de cada uno de manera creativa. Como posibles campañas publicitarias, además de las publicaciones e historias en Instagram, se podría también llegar a clubes de lectura peruanos que puedan leer y recomendar el libro,

como “SINOPSIS” y “Leer Mujeres”. En este caso, se podrían imprimir unos cuantos ejemplares para mandarles a los miembros.

Los objetivos del proyecto son tres:

1. Objetivo principal: expresar, a través de la gráfica y del material, las sensaciones del contenido narrativo del libro.
2. Objetivo secundario: generar una aprobación del 90% de la propuesta gráfica y narrativa del libro en el público objetivo.
3. Objetivo secundario: Planear las bases y lineamientos para una campaña publicitaria de intriga por Instagram.

En caso del objetivo principal, es importante expresar a través de la portada y diseños interiores, las ilustraciones, y la diagramación del libro en general, las sensaciones de las historias del libro. En este caso particular, es importante que, a primera vista, el receptor entienda la idea general del libro – es por eso que se trabajó por mucho tiempo la carátula, tanto con expertos como con validaciones del público objetivo. Así, el contenido no es ninguna sorpresa luego de la primera impresión de la portada. El estilo literario es crudo, es real, los personajes tienen problemas desagradables pero con los que cualquier persona se podría sentir identificada y eso es justamente lo que traduce el diseño de la portada, la diagramación y las ilustraciones del interior. Las ilustraciones tienen un estilo único, colorido y atractivo para el público objetivo.

Con respecto a los objetivos secundarios, el primero es generar una aprobación del 90% de la propuesta gráfica y narrativa del libro – en ese aspecto, las validaciones con público fueron una parte muy importante del proceso de creación y edición de la portada e ilustraciones para que sea equivalente al contenido literario del libro. Por otro lado, con respecto al segundo objetivo secundario, es importante también la parte publicitaria: se desarrollaron las bases para una campaña de intriga en la red social de Instagram para generar interés en el contenido del libro, especialmente mediante ilustraciones, gifs, fotografías extrañas y descripciones de los personajes y de los cuentos.

**1.1 Material #1:** Libro “El reino de las moscas” terminado.

Libro diagramado terminado, listo para impresión, con tamaño 14 x 21,6 cm

<https://drive.google.com/file/d/1w-L02TCwbSomXwrKymr71QzQvow6zweS/view?usp=sharing>

**1.2 Material #2:** Libro “El reino de las moscas” versión anterior, con ilustraciones.

Versión anterior del libro diagramado terminado que incluye ilustraciones.

[https://drive.google.com/file/d/1wbzS5S9FEwWqIxBJ\\_x1lid2qSde4pEWl/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1wbzS5S9FEwWqIxBJ_x1lid2qSde4pEWl/view?usp=sharing)

**1.3 Material #3:** Portadas

La evolución de las portadas y los títulos del libro a lo largo del 2020, 2021 y 2022.

<https://drive.google.com/drive/folders/1w-RsyOH4WCm6LQq-RiR0PZyUbn9GUykU?usp=sharing>

**1.4 Material #4:** Contenido para Instagram

Borradores de lo que sería el contenido de Instagram para la campaña de intriga.

[https://drive.google.com/drive/folders/14Nx4H0BWdWV4C6ih5uIbT\\_flwkbeIzml?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/14Nx4H0BWdWV4C6ih5uIbT_flwkbeIzml?usp=share_link)

**1.5 Material #5:** Ilustraciones

Las ilustraciones que acompañan cada cuento.

[https://drive.google.com/drive/folders/1RWfdZBH42Vc4kentO9C52Hwlq8jmuphC?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1RWfdZBH42Vc4kentO9C52Hwlq8jmuphC?usp=share_link)

## 2. ANTECEDENTES

Como análisis de contexto, es importante entender el nivel de aceptación del género del terror en el Perú. En el país, el género del terror es muy visto. Por ejemplo, según el informe panorámico de las artes y las industrias culturales en el Perú del Ministerio de Cultura del año 2016, los géneros principales de largometrajes regionales desde el año 1996 al 2015 son el melodrama con 33 largometrajes (25.9%) seguido por el terror, con 33 largometrajes (22.4%). Es decir, el género del terror es importante para el cine nacional. Por otro lado, es cierto afirmar que la literatura peruana es aclamada y conocida en todo el mundo, pero todavía no hay literatura de terror en gran cantidad. Por eso, los escritores de terror buscan el reconocimiento que no reciben usualmente, por ejemplo, en la realización de ferias de libro para darse a conocer, como la Miniferia de Libros de Terror y Ocultismo del año 2017. Aunque el género del terror es consumido ávidamente en cine, es claro que le falta impulso a la literatura de terror, y es por eso que planteo realizar un proyecto de cuentos de terror, ya que esos consumidores existen, solo que falta impulso publicitario.

Con respecto al sector editorial en el Perú, según CERLALC y La Cámara Peruana del Libro, el número de agentes editoriales se ha multiplicado y el número de títulos que se registran se ha triplicado, un poco más de 2000 títulos en el año 2001 a 6031 títulos en el año 2010. En el 2018 la cifra se mantuvo en aproximadamente 6090 títulos anuales (CERLALC, 2018). En el 2021, la Biblioteca Nacional del Perú presentó el Panorama de la industria editorial en el Perú, análisis estadístico 2008-2019, que presenta información de la base de datos del registro en el ISBN. Menciona que en el 2019 se han publicado 7113 [libros](#) impresos y 1045 libros digitales; es decir, casi 9 mil libros publicados anualmente (BNP, 2021). Por otro lado, las obras en formato digital han mostrado una evolución notoria: en el 2000, representaban un 0,8% y ha llegado a un 13,7% en el 2016. En América Latina, ha evolucionado de 2% a 22% en el 2016. En base a esto, se puede concluir que hay un crecimiento notorio en la oferta editorial peruana: Perú participa con el 3.4% de la oferta total de títulos en América Latina (CERLALC, 2018). En el caso de la auto-edición, como es el caso del presente proyecto, en el 2016 representa un 35,6%, el mayor número de cualquier otro modo de edición. (CERLALC, 2018).

Por el lado virtual de la publicación, debemos tener en cuenta algunos datos. Según el informe técnico de Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación del segundo trimestre del 2022 del INEI, un 57,4% de los hogares del país tiene conexión a internet, 5.2% más que en el 2021 (INEI, 2022). En el contexto pre-pandemia, el INEI reportó un 39,5% de la población con acceso a internet desde sus hogares en el 2019 (INEI, 2019). Es decir, ha aumentado un 17.9% durante la pandemia del COVID-19.

Con respecto al interés que puede despertar la temática elegida en el público objetivo, cabe citar a Freud, quien escribe que “lo siniestro en la literatura, las historias y las producciones artísticas es mucho más fértil que lo siniestro de la vida real, aunque, mucho de lo que no es siniestro en la ficción sí lo sería si sucediera en la vida real” (Freud, 1995: 249).

Como señala Freud, lo siniestro en la literatura no es la historia en sí, sino las posibilidades. Posibilidad de que ese fantasma o monstruo salga de las páginas y se apodere de tu alma, o la posibilidad de que el gato enterrado en el cementerio aparezca sobre la cama de tu hijo; gato muerto sin ojos y que te mira, mira, mira.

Eso es justamente lo que se trata de hacer con los cuentos del libro – tratan sobre horrores familiares, no sobrenaturales de por sí. El terror real viene de los problemas interpersonales, los fraternos, los de uno mismo con su propio cuerpo y lo que ve en el espejo. Son horrores del día a día – y, como dice Freud, esos son los más terroríficos. En la vida real, ya hay suficientes horrores como para añadirle fantasmas y vampiros. En ese sentido, me baso en la edad de los lectores como punto de partida. Las edades de los personajes varían entre 17 y 25; se tocan temas que son comunes a esas edades específicamente. Es así, que el público objetivo serían jóvenes entre 17 y 25 años.

El género del terror es, en términos generales, un género que ha sido mayoritariamente masculino por mucho tiempo, especialmente como se ve en las primeras películas de terror. Ya, con el tiempo, se ha ido abriendo más a otro tipo de historias, muchas veces enfocándose en el lado más humano del terror, que es lo que busca el tipo de literatura que explico. El miedo en la vida real. Como los temas que toco no son estrictamente paranormales, entonces el público objetivo también se abre a más posibilidades. La mayoría de los personajes principales en los cuentos de este libro son mujeres;

adolescentes, adultas y niñas que tienen problemas, tienen miedo y tratan de sobrevivir. Es por eso que, más que un público masculino, busco que adolescentes y mujeres adultas puedan leer estas historias y sentirse identificadas con los miedos de los personajes. Es sabido que el terror clásico ha tenido más que nada un público masculino. Sin embargo, esto ha ido cambiando a través de los años (más que nada por la representación de las mujeres como heroínas en la pantalla grande). Por la naturaleza de mis cuentos, que no abordan principalmente el terror paranormal sino los miedos internos y humanos expuestos desde la perspectiva de personajes femeninos, el público principal es el femenino.

Todas las características del público objetivo podríamos sintetizarlas en un solo buyer persona: “Adela es una mujer de 24 años que siempre está leyendo un libro. Le gusta mucho el cine, especialmente el independiente y el drama, y también disfruta la música. Con respecto a la literatura, lee mucha ficción realista y terror, como Mariana Enriquez, Lovecraft, Ishiguro y Lorrie Moore. Le gustan los cuentos pero también las novelas y los poemas. Va al cine una vez por semana a explorar géneros nuevos y le gustan las películas perturbadoras aunque la pongan nerviosa y más ansiosa de lo usual. Es curiosa y le gusta interpretar lo que lee.” Los cuentos del libro se abren mucho a la interpretación y es importante que el lector pueda entender el significado detrás del aparente terror más próximo.

Aunque el público objetivo ideal es un público que está involucrado en la lectura y consume mucha literatura, no siempre es la realidad – especialmente ahora en el contexto de la post pandemia. La gente que lee no se concentra, la que gente que no lee sigue sin leer y otros que leen, siguen leyendo, incluso más. El público objetivo puede encontrarse en el grupo que no está leyendo por el estrés y la nueva normalidad. En general, considero que es importante que la portada de un libro o de una película debe llamar la atención, y eso es lo que trato de hacer con la carátula del proyecto. Es una ilustración que hice al terminar las ilustraciones de cada cuento. Así, el estilo de la portada y el interior del libro tienen coherencia. Era la ilustración de una sola persona sangrando, pero decidí multiplicarla varias veces y me gustó el efecto que tuvo. Es un juego metafórico del “contengo multitudes” de Walt Whitman. Eres una sola persona pero con muchas vidas, y pensamientos y emociones. Así también son los personajes de los cuentos. Es importante poder atraer a un público que no busque activamente leer pero puede ser

atraído por la propuesta gráfica del proyecto. Por esa misma razón se eligió Instagram como plataforma principal y única para el desarrollo de la campaña publicitaria de intriga para el libro – se publicarán ilustraciones, extractos y fotos de la portada, para poder atraer al público no solo literariamente, sino con un elemento gráfico fuerte que pueda generar interés.



**Ilustración 1: Las cosas que perdimos en el fuego**

Con respecto a los casos referenciales, los principales son los libros de cuentos cortos de terror de Mariana Enríquez, tanto *Los peligros de fumar en la cama* del 2009 y *Las cosas que perdimos en el fuego* del 2016. Ambos son referenciales al estilo literario de los cuentos y la creación de los personajes; crudos, reales y terroríficos. En el caso de *Las cosas que perdimos en el fuego*, cuentos como *El chico sucio*, *La casa de Adela*, *Pablito clavó un clavito: una evocación del Petiso Orejudo*, *Nada de carne sobre nosotras* y *Bajo el agua negra* son referentes principales del libro, tanto por el estilo de escritura y el género de los cuentos. Frases como “Pensé en cuerpos hermosos como el de Vera, si estuviese completo: huesos blancos que brillan bajo la luna en tumbas olvidadas, huesos delgados que cuando se golpean suenan como campanitas de fiesta, danzas en la foresta, bailes de la muerte,” o “Las quemas las hacen los hombres, chiquita. Siempre nos quemaron. Ahora nos quemamos nosotras. Pero no nos vamos a morir: vamos a mostrar nuestras cicatrices,” son el tipo de estilo que se buscó para los cuentos. Además, como se

menciona en el primer objetivo, el material gráfico te remite directamente al estilo de los cuentos.

Por otro lado, los cuentos principales de *Los peligros de fumar en la cama* que sirvieron de referentes para el proyecto fueron *El desentierro de la angelita* y *El aljibe*. Frases como “salí caminando rápido hasta la parada del 15 y la obligué a corretear detrás de mí con sus pies descalzos que, de tan podridos, estaban dejando asomar los huesitos blancos,” o “y apenas alcanzó a ver el reflejo de su cara en el agua antes de caer sentada entre los pastos crecidos, llorando, ahogada, porque tenía mucho miedo de saltar,” son referentes directos para los cuentos. El estilo puntual, crudo y real son una gran inspiración para los relatos del proyecto, además de los temas tocados.



**Ilustración 2: Cuentos Macabros**



**Ilustración 3: Capitular**

El segundo caso referencial con respecto a la diagramación y material gráfico es el libro de cuentos de Edgar Allan Poe *Cuentos macabros*, ilustrado por Benjamin Lacombe. Especialmente la manera de que cada cuento empieza con una ilustración grande y la letra capitular tiene un diseño ilustrado que llama la atención del lector.



### 3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL

El proyecto inició con la escritura de los cuentos entre los años 2019 y 2020. Al comienzo, la selección incluía más de 10 cuentos, todos de terror, pero con temas diferentes. Como es un recopilatorio de cuentos, es mejor si todas las historias tienen un mismo hilo conductor. Decidí eliminar 2 cuentos que no iban bien con la temática, que no es tanto el terror paranormal, sino es un tipo de “terror familiar”; es decir, los personajes tienen relaciones complicadas con sus familiares y los cuentos retratan el tema desde el terror. Por ejemplo: una hija de padres divorciados con problemas alimenticios; trillizos incestuosos; hermanas codependientes; una niña con una madre alcohólica y miedo al rechazo; una pareja de esposos que ha llegado a odiarse; una mujer que descubre que su esposo le es infiel y que nunca la quiso.

Con respecto a la edición del texto, primero se hizo una edición simple a lo largo del año 2020 para tener ya las versiones finales y poder realizar validaciones. El profesor y escritor Jorge Eslava me ayudó en ese aspecto especialmente. Tuvimos varias reuniones en donde revisábamos los cuentos para comprobar la ortografía y el sentido completo del texto hasta llegar a una lectura limpia. Además, con el profesor Eslava también vimos el nombre del libro. Al comienzo del año 2020, el libro se llamaba “Más piel” para luego cambiar a “El reino muerto de las moscas negras”. Se cambió a la segunda opción en base a las validaciones de público en el 2020, en donde varias personas mencionaron que relacionaban el título “Más piel” más con un poemario que con un libro de cuentos cortos – no resonaba tanto el terror. Más adelante, en la primera validación con el profesor, quedamos en que sería mejor llamarlo solamente “El reino de las moscas”, quitándole los adjetivos. El nombre era muy largo y no iba con el estilo de la portada.

La elección de la portada fue un proceso largo. Al comienzo, estuve principalmente inspirada por las portadas de la editorial Anagrama, específicamente las portadas de los libros de cuentos de Mariana Enriquez, escritora argentina de terror. Las carátulas de sus dos libros de cuentos (“Las cosas que perdimos en el fuego” y “Los peligros de fumar en la cama”) son pinturas intervenidas con algún elemento de horror.



**Ilustración 4: Mariana Enriquez**

En ese sentido, busqué pinturas que puedan aludir un poco al tema que trataba en los cuentos. Luego de ver opciones por algunos días, encontré las pinturas del pintor francés Nicolai Samorì. Tres de ellas llamaron mi atención; sabía que quería que la persona de la portada del libro sea una mujer. En base a eso, elegí estas tres pinturas:



**Ilustración 5: Samorì pintura 1**



**Ilustración 6: Samorì pintura 2**



**Ilustración 7: Samorì pintura 3**

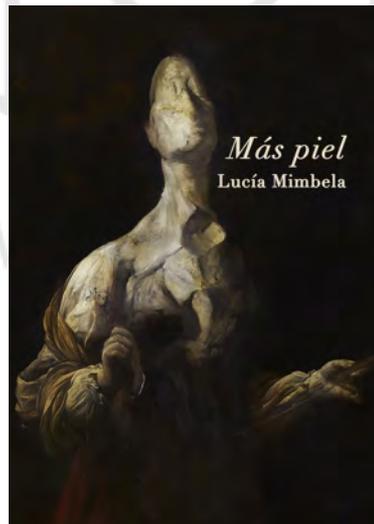
De las tres pinturas, las que más me llamaron la atención fueron la primera y la segunda, aunque hice borradores con las tres cuando se llamaba “Más piel”:



**Ilustración 8: Más piel, opción 1**



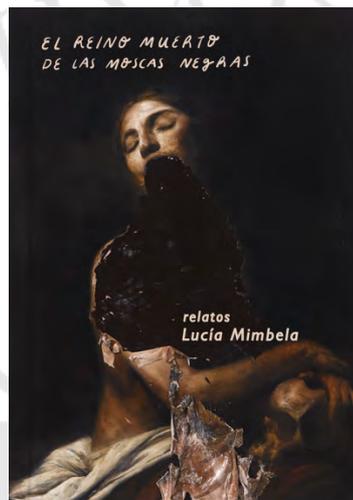
**Ilustración 9: Más piel, opción 2**



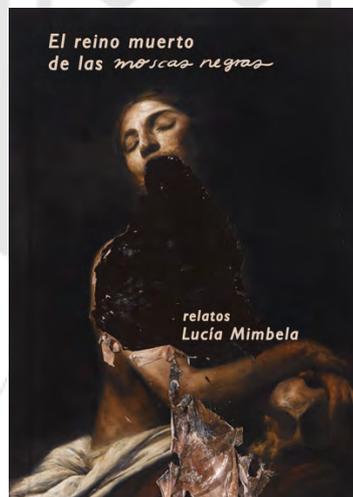
**Ilustración 10: Más piel, opción 3**

A partir de esos tres bocetos de portada, me pude reunir con la profesora de Diseño Gráfico, Rocío Villacorta. En la reunión, pudimos llegar a la conclusión de que la mejor

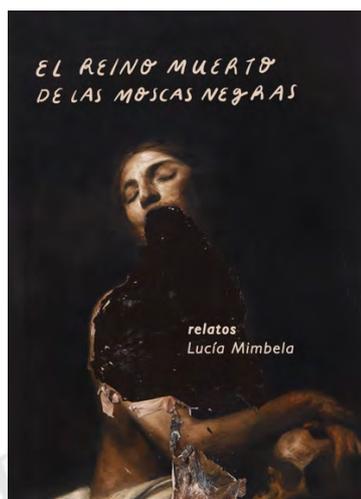
opción para la portada sería la primera pintura, aunque tendría que cambiar la tipografía y los márgenes, además de darle más espacio superior a la mujer, donde podría ir el título. La profesora Villacorta descartó especialmente la segunda portada (ilustración 7) porque sugirió que el ojo de la persona en la pintura era ya muy fuerte y podía dar un efecto contrario en el público: en vez de atraer a una persona con la carátula, la podría alejar por asco. Volví un par de veces más para quedar en un diseño final. La profesora me sugirió usar letras escritas a mano para que no se vea tan formal. Estas fueron algunas de las sugerencias, luego de que el nombre cambiara:



**Ilustración 11: El reino muerto, opción 1**

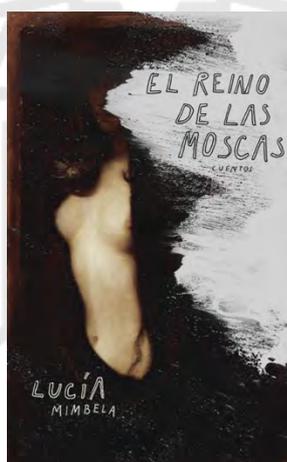


**Ilustración 12: El reino muerto, opción 2**

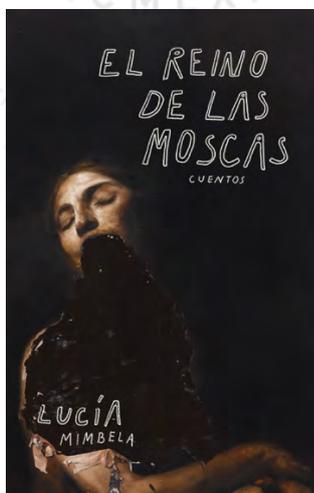


**Ilustración 13: El reino muerto, opción 3**

La tercera opción es la que finalmente quedó – tiene más espacio arriba para el título. Sin embargo, he realizado nuevos diseños por la sugerencia de una pintura alternativa del Profesor Eslava y por el cambio de nombre.



**Ilustración 14: El reino de las moscas, opción 1**



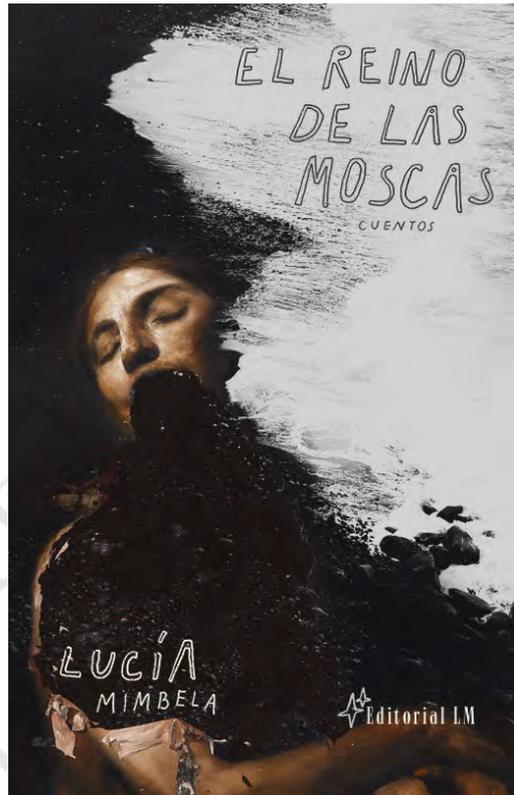
**Ilustración 15: El reino de las moscas, opción 2**



**Ilustración 16: El reino de las moscas, opción 3**

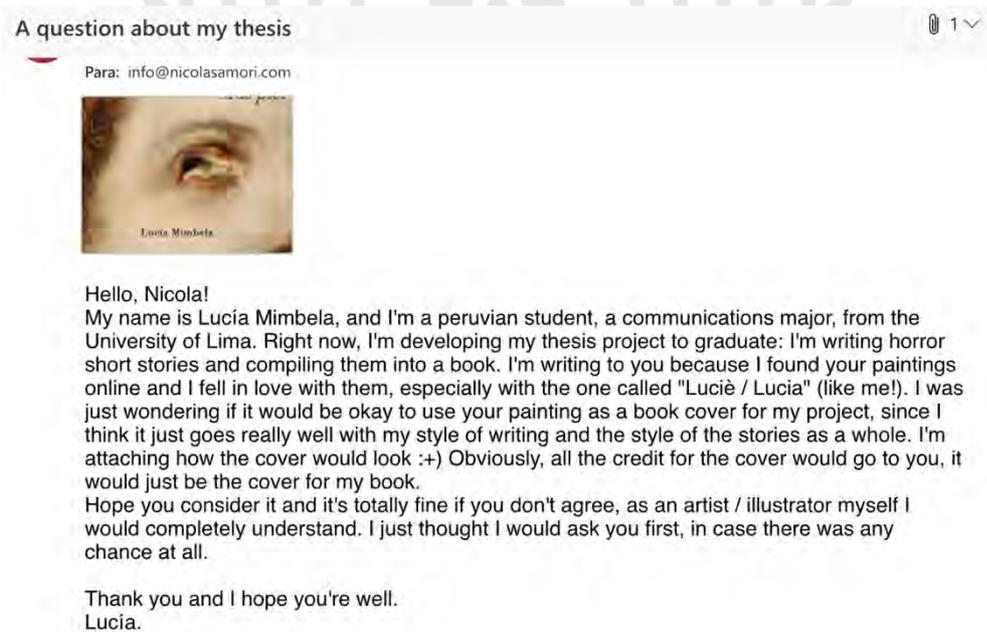
En asesoría con el profesor de diseño gráfico Miguel Bernal, le dio preferencia a la tercera opción (ilustración 14) porque atraería a un público más juvenil, es más dinámica y entretenida visualmente que la segunda (ilustración 13). Con respecto a la primera, la pintura del cuerpo no le remite a un libro de cuentos de terror porque evocaría más a la sexualidad, que no es el objetivo del proyecto, específicamente. Sin embargo, la tercera pintura (Ilustración 14), es más rica gráficamente y se entiende más el objetivo de la mujer vomitando (o con la boca arrancada, como se quiera interpretar). Sin embargo, le gustó el detalle de la mosca de la primera pintura porque se relaciona directamente con el título.

Más adelante, se realizaron las validaciones con público (8 personas – principalmente mujeres – de 21 a 30 años). La primera pregunta fue relacionada a las portadas. Los participantes pudieron todos llegar a la conclusión de que la tercera portada (la misma que eligió el profesor Bernal, ilustración 14) fue la que estaba mejor realizada y se relacionaba más al estilo y temas de los cuentos. Sin embargo, les gustó también el detalle de la mosca de la primera pintura, y sugirieron que se lleve ese detalle a la segunda pintura. En ese sentido, se pudo realizar esta carátula, que sería la oficial para el libro, con la mosca incluida en el hombro de la mujer, a la izquierda:



**Ilustración 17: El reino de las moscas, final**

Le pude escribir un correo al pintor de la segunda obra, Nicola Samorì, que mencioné anteriormente para pedirle autorización de utilizar su pintura como portada del proyecto. Pude obtener una respuesta rápidamente con su permiso:



**Ilustración 18: Correo Samorì**



nicola samori <samorinicola@gmail.com>

Mar 24/11/2020 02:59

Para: Usted

Hello Lucía,

thanks for your appreciation; when a signal comes from such a distance it's always a surprise and a track of the fact that images are able to run without any explanation.

If this detail is for your private use - your thesis - there is no problem, you can print it as a cover.

Let me know if the image resolution is ok for your purpose.

All my best from Italy,

Nicola Samori

### Ilustración 19: Respuesta Samori

Con respecto al diseño editorial y a la diagramación del libro, al comienzo estaba convencida de que el estilo no se prestaba a tener ilustraciones. Además, es importante considerar que, en el 2020, cuando se inició el proyecto, recién había empezado a ilustrar en digital. Es muy diferente a la ilustración en papel, entonces toma tiempo desarrollar un estilo. En ese momento, no me sentía segura como artista, y no pensé que sería capaz de plasmar el estilo de las historias en ilustraciones. El proyecto empezó como solamente un libro diagramado como alguno de la editorial Anagrama. Sin embargo, el profesor Eslava me recomendó hacer pequeñas ilustraciones para el comienzo de cada cuento, solo para ver cómo quedaba. Con ilustraciones quedaría así, por ejemplo:

i.

El rey

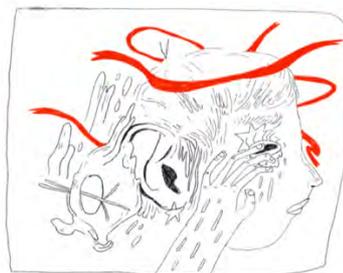
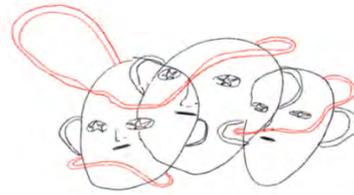


Ilustración 20: ilustración "El Rey"

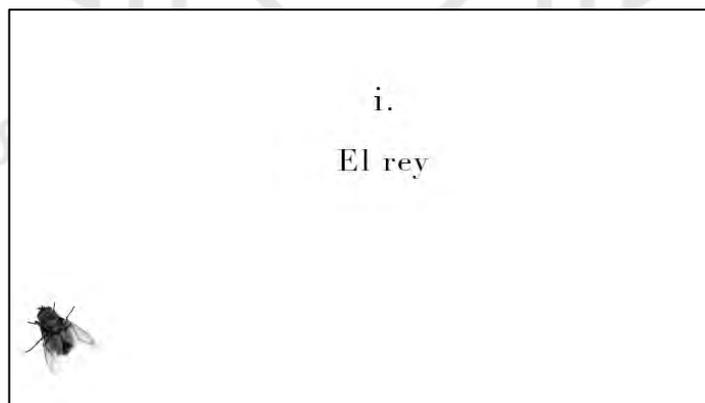
ii.

Asco



**Ilustración 21: Ilustración "Asco"**

En la validación con el profesor Miguel Bernal, dijo que las ilustraciones funcionaban. Sin embargo, en la validación con el público objetivo llegaron a la conclusión de que sería mejor sacar las ilustraciones porque le quitan seriedad a los cuentos y estuve de acuerdo. Las ilustraciones por sí solas van bien, pero cuando se juntan con las historias, quedan un poco chicas – además, no tienen mucha relación con la portada. Por otro lado, me recomendaron que dentro del libro, podría haber partes en donde ponga imágenes de moscas. No en todas las páginas, sino pegadas esporádicamente donde el público pueda verlas y no se lo espere. Me pareció un detalle inteligente que podría complementar mejor el texto que las ilustraciones. De esa manera, las páginas del libro quedaron así: No pongas todo tan juntito, deja espacios entre ilustraciones e imágenes.



**Ilustración 22: Mosca titular**

Ya en el año 2022, siento que me he desarrollado más como artista y, según el consejo de mi asesora, Rocío Villacorta, intenté ir por el camino de la ilustración para cada cuento. Es así, que no solo pude cambiar la portada, sino también darle un valor agregado al proyecto. Las ilustraciones van bien con las historias; son crudas, pero no asquerosas; son

misteriosas y coloridas, lo que las hacen más atractivas, especialmente pensando en el público objetivo. La primera portada ilustrada que hice para el proyecto fue la Ilustración 21.

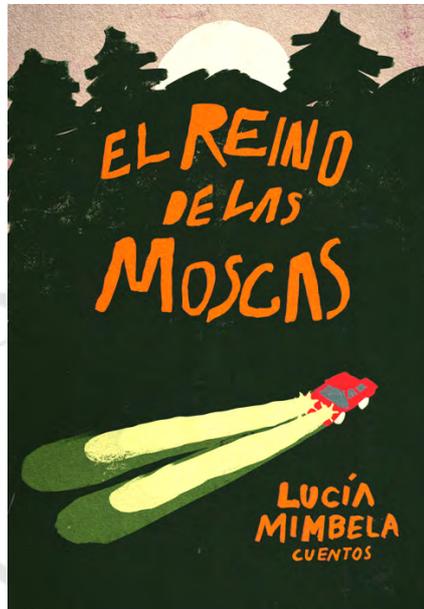


Ilustración 23: Portada ilustrada 1

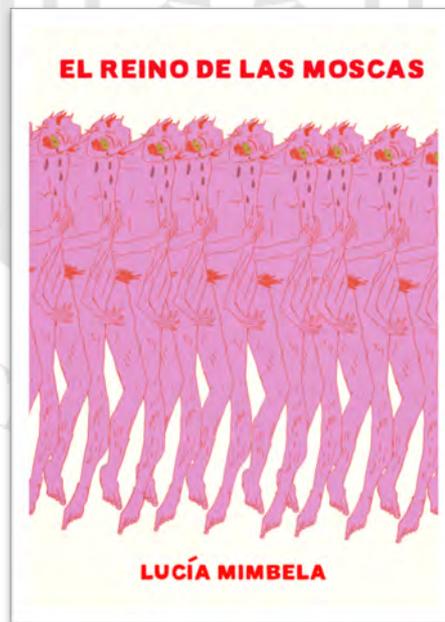


Ilustración 24: Portada ilustrada 2

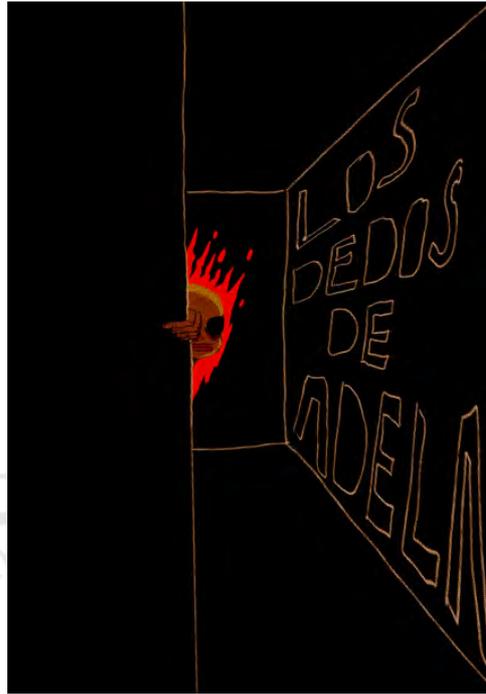
Sin embargo, y concuerdo con su opinión, la profesora Villacorta comentó que se relacionaba mucho con lo fantástico y no necesariamente reflejaba el estilo de los cuentos ni del género del libro. Luego de esa asesoría, pude trabajar en una nueva portada. Luego de experimentar un poco con el tamaño de la persona y los tipos de letra, pude llegar a esta portada final para el libro (Ilustración 24).

Según el segundo focus group con el público objetivo, cuando se les preguntó por su preferencia entre la portada anterior de la pintura de Samorì en relación con las nuevas ilustraciones, todas contestaron que preferían la nueva portada porque encapsula mejor el estilo de las historias y las ilustraciones. Todo tiene un estilo más balanceado que va bien con el público objetivo, a diferencia de antes, cuando no habían ilustraciones o la portada era un fotomontaje. Todo en conjunto tiene sentido.

Estas son algunas de las ilustraciones de los interiores:



**Ilustración 25: Ilustración "Salir de Noche"**



**Ilustración 26: Ilustración "Los dedos de Adela"**



**Ilustración 27: Ilustración "Ciega"**

Además de las entrevistas y asesorías con profesores de la Universidad, tuve la oportunidad de entrevistar a dos personas que están en el mundo de la edición y publicación de libros: Rubén Barcelli y Christian Ayuni. Rubén es el director de Milojas, editorial que se especializa en la publicación de libros digitales y Christian Ayuni es un destacado ilustrador y escritor, también profesor de la Universidad de Lima. En la

entrevista con Rubén, pudimos indagar un poco en el proceso de publicación mediante Amazon. Comentó que, según el proyecto, sería ideal poder publicar el libro en versión digital en Amazon en formato EPUB (para libro digital) y también habilitar una versión en físico a demanda. Es decir, si una persona compra una versión en físico en tapa blanda, Amazon se encargaría de imprimir una copia según los comandos e información que les brinde (tamaño, tipo de papel). En caso de un formato impreso, yo cubriría la mitad de los gastos de la impresión. Para esto se tendría que inscribir el libro como un KDP en Amazon (cuenta de editor) y usarlo como intermediario para poder registrar una tarjeta, etc. De la misma manera, Christian Ayuni también me recomendó tener una versión impresa del libro, no solo digital, ya que a los lectores ávidos usualmente les gusta tener libros físicos como parte de su biblioteca personal.

Con respecto al lado publicitario del proyecto, se mencionó que se haría una pequeña campaña de intriga en Instagram para promocionar el libro. En varias asesorías con la profesora de marketing digital María Teresa Valencia, pudimos idear un plan para Instagram. En primer lugar, este proyecto será el primero de muchos – sería ideal poder publicar más libros en el futuro. En ese sentido, el Instagram no debería centrarse únicamente en el libro, sino en mí como autora promocionando su primer libro. En las primeras publicaciones podría explicar quién soy, cuándo empecé a escribir, quiénes son mis inspiraciones, recomendaciones de libros. Se debe crear una marca personal digital – una línea gráfica específica. Una vez establecido el tema y que la gente pueda conocerme un poco, se empezaría a promocionar el libro. En la validación con público, sugirieron que podía tomarme fotos extrañas para llamar la atención rápidamente de los usuarios – como es una red social, el tiempo que tienes para captar la atención de alguien es casi inexistente; con un click, te eliminan. Por esa razón, fotos de mí o alguien comiendo un plato de moscas por ejemplo, o sacando moscas de un plato, o un plano detalle de dedos agarrando a una mosca. Es sugerente y es repulsivo – eso podría captar la atención de alguien y hacer que se pregunte “¿qué es esto? ¿es una campaña? ¿es de verdad? ¿por qué come moscas? ¿hay más fotos?” – así, no solo se quedan en la foto, sino que también entran a ver el perfil.

La idea sería que, a través de los posts de Instagram de la campaña de intriga, poder contar una historia. Es así que intervendría algunas fotos y las haría en formato GIF con frases extrañas, como: “no le abras la puerta”, o “algo quiere entrar”, “¿lo dejarás entrar?” en

relación a los personajes de los cuentos. Hice los siguientes Gifs en boceto que se acercan a la idea que quiero retratar. Los autores de las fotos de fondo son desconocidos, pero cabe recalcar que cuando yo publique gifs de este estilo en Instagram, sería con fotos que yo tome e intervenga. Los siguientes ejemplos son solo bocetos del estilo que se buscaría.



**Ilustración 28: Gif Instagram 1**



**Ilustración 29: Gif Instagram 2**



**Ilustración 30: Gif Instagram 3**

Además, la profesora Valencia menciona que podría también ir más allá que las fotos – podría hacer un trailer que pueda causar la misma reacción que la foto, incluso más: algo corto y terrorífico que intrigue a los usuarios de querer ver más o querer leer el libro. Luego de las fotografías o el video, se introducirían a los personajes mediante diferentes posts. Podrían hacerse ilustraciones, publicar citas de los cuentos y explicar un poco el proceso de creación o cómo es el personaje o qué trata de hacer en el relato; podría explicarse, además, el mundo que se ha creado de las moscas – el reino en donde los personajes están atrapados. Además, podrían hacerse lecturas en transmisiones en vivo – invitar a personas a una clase de conversatorio o investigar personas que hagan proyectos similares al mío que puedan invitarme a una transmisión en vivo desde su cuenta y así alcanzar más rápido al público. En ese sentido, también podrían hacerse alianzas con clubes de lectura para que lean el libro y hagan una reseña y así lo promocionen (SINOPSIS, Leer Mujeres). Por ejemplo, podría hacer una alianza con Ángela Arce, de la editorial Colmillo Blanco, que tiene experiencia en edición de libros y en la construcción de una marca digital y hacer un en vivo con ella para promocionar el libro; @librosparabuddy (1200 seguidores), @entrelibros (8000 seguidores). Otros métodos de promoción serían crear un filtro en donde la persona se vería rodeada de moscas o como la portada del libro, con el vómito negro de pintura; o un hashtag #MiReinoDeLasMoscas en donde gente pueda contar sus experiencias con sus moscas (conflictos familiares que se relacionen a la historias del libro.)

## 4. LECCIONES APRENDIDAS

Este proyecto significó poner en marcha la auto publicación de un libro – es decir, ocuparme de la creación literaria, gráfica, editorial y publicitaria. Se empezó con los cuentos ya escritos sin un concepto específico detrás – por pura coincidencia los relatos se relacionan entre sí. Aunque esta vez sí funcionó, para un futuro proyecto similar sería mejor que pueda planear los cuentos y que los escriba con un tema específico en mente para que tengan una estructura clara. Al comienzo, había 10 cuentos, pero, aunque dos de ellos también eran buenos, los tuve que sacar porque no iban con el tema principal del libro: los problemas familiares – las moscas. Definitivamente, el no tener un tema principal en la cabeza al escribirlos atrasó el proceso. Pudo haber sido más limpio y claro y se pudo haber empezado a editar con más tiempo.

Con respecto a las portadas, aunque ha sido un proceso largo de elección, ha sido positivo. Es importante tener una idea clara de cómo debería ser la portada y tener opciones y luego validarlas con el público objetivo o expertos, como hice desde el comienzo. Como hubo tiempo de por medio entre el final de Trabajo Profesional 1 y 2, la portada final del primer curso reposó por algunos meses hasta que se retomó el proyecto para el siguiente curso. Eso siempre es importante, tanto para las portadas como para el título del libro. Dejarlos reposar y repasarlos todos los días es crucial: puede emocionarte un día y una semana después ya no te gusta. Como esta vez hubo bastante tiempo, entonces todo resultó bien – el título y la portada tuvieron su tiempo de reposo y de análisis y edición. Sin embargo, puede haber alguna ocasión en donde sea todo más apresurado y se elija el título sin considerarlo mucho, como hice al comienzo cuando el proyecto se titulaba “El reino muerto de las moscas negras”. Meses después, el título ya no sonaba bien, y luego de una reunión con el profesor Eslava, rápidamente quedamos en que quitarle los adjetivos sería mejor. Es siempre importante dejar cualquier proyecto creativo reposar para una futura edición.

Por otro lado, es importante entender la relación de las ilustraciones con el texto. Como mencioné anteriormente, al comienzo las ilustraciones que era capaz de hacer en el año 2020 y 2021 no iban bien con el texto ni con el estilo. Sin embargo, este año he podido desarrollar más mi estilo como artista y probar nuevamente me ayudó a decidir que,

finalmente, sí era capaz de hacer ilustraciones que vayan bien con las historias. Es siempre cuestión de probar o poder adaptarse al estilo del texto.

Finalmente, es muy importante poder reflexionar sobre cómo la elaboración de este libro ayudó en mi recorrido como Comunicadora, escritora e ilustradora. Gracias a este proyecto, he afinado mi capacidad de contar historias en cualquier tipo de producto comunicacional. Además, si en el futuro decido publicar este libro o cualquier otro en alguna editorial, tendría mucho más control creativo de la diagramación porque sé cómo hacerlo y las opciones que existen, según el estilo de escritura. Como ilustradora y diseñadora, he aprendido a adaptar el estilo según lo que está acompañando – en este caso, historias de terror.



# REFERENCIAS

## Bibliografía

- Cerlalc. (2018). *Estudio diagnóstico del sector editorial en el Perú*. Lima: Cámara Peruana del Libro.
- Enriquez, M. (2016). *Las cosas que perdimos en el fuego*. Buenos Aires: Anagrama.
- Enriquez, M. (2017). *Los peligros de fumar en la cama*. Buenos Aires: Anagrama.
- Freud, S. (1995). *An Infantile Neurosis and Other Works*. Londres: The Hogarth Press.
- INEI. (2022). *Aumenta hogares con conexión a internet en el II trimestre del 2022*.  
Obtenido de INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática:  
<https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/aumenta-hogares-con-conexion-a-internet-en-el-ii-trimestre-del-2022-13928/>
- Ministerio de Cultura. (2016). *Informe panorámico de las artes y las industrias culturales en el Perú*. Lima: Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Cultura. (2019). *Sondeo sobre los efectos de la pandemia en el sector del libro en el Perú*. Lima: Ministerio de Cultura.
- Radio Nacional. (2019). *Alrededor del 40% de los hogares del país tiene acceso a Internet*. Obtenido de Radio Nacional:  
<https://www.radionacional.com.pe/informa/locales/alrededor-del-40-de-los-hogares-del-pais-tiene-acceso-a-internet>
- INFOBAE. (29 de septiembre de 2022). *57,4% de los hogares del Perú tiene conexión a internet*. Obtenido de INFOBAE:  
<https://www.infobae.com/america/peru/2022/09/29/574-de-los-hogares-del-peru-tiene-conexion-a-internet/>
- Samorì, N. (2020). *Cannibal Trail*. Italia: Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto.
- Samorì, N. (2020). *Luciè*. Italia: Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto.
- Samorì, N. (2020). *The Violin*. Italia: Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto.
- Nicola Samorì: [samorinicola@gmail.com](mailto:samorinicola@gmail.com)
- Profesor Jorge Eslava: [jeslava@ulima.edu.pe](mailto:jeslava@ulima.edu.pe)
- Profesor Miguel Bernal: [mbernal@ulima.edu.pe](mailto:mbernal@ulima.edu.pe)
- Profesora Rocío Villacorta: [rvilla@ulima.edu.pe](mailto:rvilla@ulima.edu.pe)
- Profesora Valencia: [tvalencia@ulima.edu.pe](mailto:tvalencia@ulima.edu.pe)

# TSP\_Mimbela Menedez Lucia

## INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://infolibros.cpl.org.pe">infolibros.cpl.org.pe</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://revistas.upb.edu.co">revistas.upb.edu.co</a> Fuente de Internet	<1%
5	<a href="http://en.wikipedia.org">en.wikipedia.org</a> Fuente de Internet	<1%
6	<a href="http://upc.aws.openrepository.com">upc.aws.openrepository.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	<a href="http://www.infoartes.pe">www.infoartes.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad Rey Juan Carlos Trabajo del estudiante	<1%
9	<a href="http://pasa-la-voz-ya.blogspot.com">pasa-la-voz-ya.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1%

10	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
11	covid-19.openaire.eu Fuente de Internet	<1 %
12	cuadernos.info Fuente de Internet	<1 %
13	roboticayrobots.com Fuente de Internet	<1 %
14	zena.cat Fuente de Internet	<1 %
15	energyheritage.files.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
16	loslibrosdehache.blogspot.com.es Fuente de Internet	<1 %
17	www.anobii.com Fuente de Internet	<1 %
18	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
19	sociedad.digital Fuente de Internet	<1 %
20	tienda.musicasa.com Fuente de Internet	<1 %
21	www.todaslasnovedades.com	

Fuente de Internet

<1 %

22

[librosycasas.cultura.gob.ar](http://librosycasas.cultura.gob.ar)

Fuente de Internet

<1 %

23

[thepinkinuit.blogspot.com](http://thepinkinuit.blogspot.com)

Fuente de Internet

<1 %

24

[www.przetargi.info](http://www.przetargi.info)

Fuente de Internet

<1 %

25

[www.rodriquezalvarez.com](http://www.rodriquezalvarez.com)

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo