

Christian Scarlett Espinoza Avila

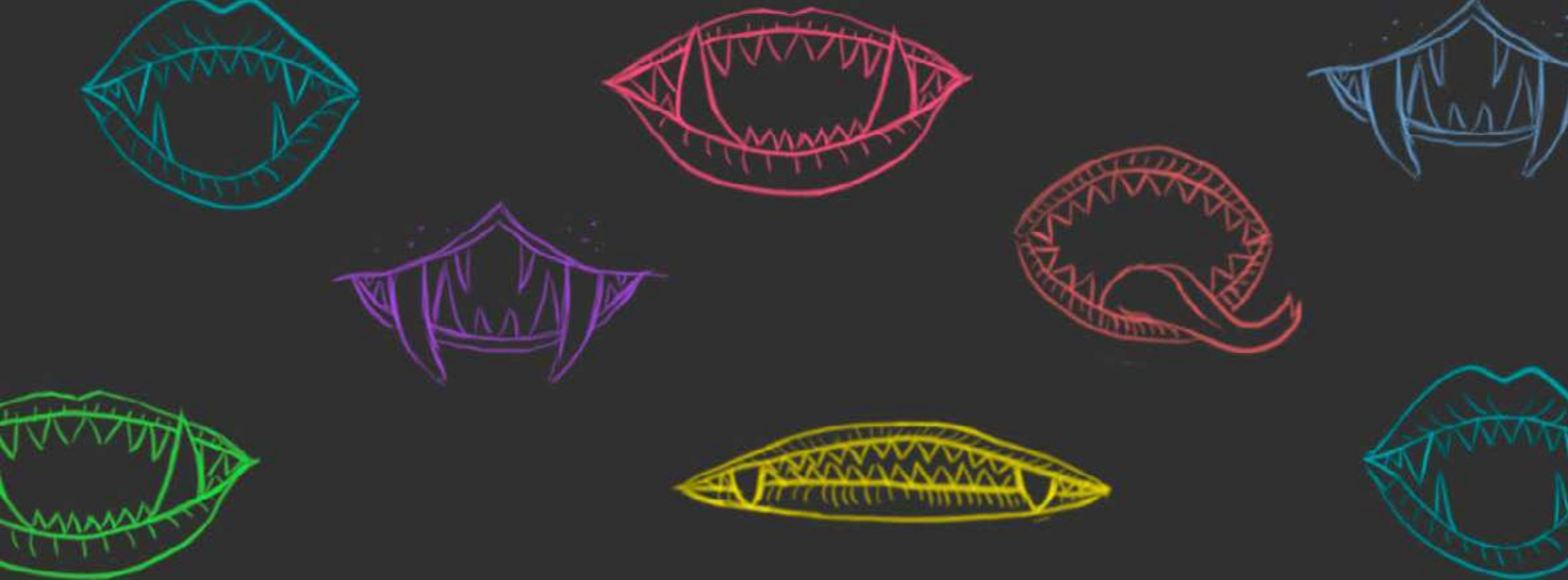
Monstruo Social

(resumen - abstract)

El proyecto Monstruo Social consiste en desarrollar, mediante la ilustración, 5 personajes y situaciones con un enfoque crítico y sarcasmo social-político. Cuatro de estos monstruos representan cuatro diferentes problemas sociales en el Perú: ignorancia, corrupción, discriminación y machismo. El quinto monstruo es el mediador entre el público objetivo y el mundo de Monstruo Social. Con ellos se busca crear sentido crítico y autocrítico en el usuario al identificarse a través de la interacción entre estos monstruos y su entorno. De este modo el proyecto se convierte en una herramienta que concientiza y divierte.

(palabras claves.)

- *Sociedad*
- *Ilustración*
- *Política*
- *Realidad peruana*
- *Humor.*



(introducción.)

El proyecto se va a desarrollar en la ciudad de Lima, tomando en cuenta su entorno socio político. Propone un cambio social en el cual nosotros, como individuos, nos convirtamos en mejores ciudadanos.

En los últimos años Perú está experimentando diversos cambios políticos y sociales. Con la ayuda de las redes sociales, la información ha podido viajar a los ciudadanos con gran rapidez y esto ha sido un factor importante para los principales movimientos sociales y la batalla contra la corrupción. Además, “hoy, los medios digitales, ofrecen potencialidades a límites inconcebibles” (Sánchez, 2009). Pero desgraciadamente junto con ello también se han cristalizado problemas que tenemos arraigados en nuestra sociedad, como por ejemplo la discriminación social y económica, el machismo, feminicidios, las criolladas que justifican la corrupción, etc. Han habido muchos artistas que han podido tocar estos temas pero por la época en la cual han emergido, su trabajo no ha podido ser realmente mediático.

El proyecto propone crear un espacio transparente y de libre opinión para incentivar la conversación acerca de los temas coyunturales y con esto lograr que más personas cuestionen el status quo de la realidad social del país y se informen.

Con este fin se dirige principalmente a adolescentes que empiezan a llegar a la edad votante (entre 15-18 años) y a los adultos interesados en temas de política y sociedad que usen redes sociales (de 18 a 50 años aprox.): asimismo a estudiantes que empiezan o están en una carrera universitaria/técnica, así como a adultos de cualquier profesión u oficio. Haciendo su perfil mediático, podría indicarse que consumen televisión nacional y cable, escuchan radio y frecuentan el cine, leen Perú21, La República, Trome, Correo, El Peruano. En cuanto al perfil tecnológico podría considerarse que usan smartphones android de baja a alta gama, prefieren laptops Toshiba, Acer, HP, etc., prefieren usar las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram en su día a día para actualizarse en noticias y eventos. Usualmente tienen Internet en sus hogares y en sus celulares.

El objetivo principal de Monstruo Social es crear una crítica de la realidad social-política peruana y crear conciencia de las actitudes y comportamientos negativos que tenemos los peruanos en el día a día y que nos afectan como nación. También busca ser mediático y poder alcanzar la mayor parte de las personas posible para crear mayores espacios de discusión.

Aportes de la Investigación para la creación

En el Perú han habido muchos artistas que, mediante sus obras, han tocado temas socio-políticos que han podido llegar a muchos pero muchas veces su difusión ha tenido límites a un grupo específico.



Jorge Miyagui



Jorge Miyagui



El cuy de Juan Acevedo

Se determinó que la representación desarrollada por el proyecto remita a lo “monstruoso” pero a la vez a lo lúdico usando colores vivos y llamativos. Estas características se ven aplicadas tanto a las piezas así como al logo de Monstruo Social. La composición de las piezas es sencilla pues deben llegar de la manera más clara posible al usuario y su lectura debe ser llamativa.

Se definió que el universo creado sea un paralelo a la sociedad peruana, usando referentes de ella y haciendo un juego de palabras para que se entienda el contexto. Como por ejemplo el personaje Pecus, el cual se caracteriza por ser la “oveja” de la sociedad y simplemente cree lo que la gente le dice sin interesarse en la veracidad de lo que escucha o ve. Esto hace referencia a las personas en redes sociales que comparten citas de personajes que jamás las han dicho. Se trata de crear un vínculo entre la realidad, la crítica, el sarcasmo y la ilustración. Estos elementos se combinan y fusionan para crear el objetivo de Monstruo social.

El primer paso para la creación del proyecto fue el recojo de información de las principales noticias peruanas acerca de política y sociedad, de los cuales se sacaron recursos y problemas para poder representarlos con los personajes. Luego se representaron con un lenguaje de humor sarcástico y se decidieron los elementos por resaltar con color para llamar la atención del usuario.

Las plataformas elegidas son: calles Limeñas, Facebook, Instagram y Twitter, además de un sitio web. Las publicaciones en redes serán constantes pues se necesita que el usuario esté en constante interacción con los personajes.

Por ello se mantendrá un cronograma para las publicaciones y etapas del proceso de investigación y creación.

Los colores de Monstruo Social contrastan y vibran lo cual denota lo lúdico y accesible. El mundo en el que se encuentra es la realidad peruana pero, como se puede ver por las situaciones, es la misma realidad que en América Latina. Así, Monstruo Social busca no una solución, pues la situación es demasiado compleja como para tener una sola solución al status quo. Sino que busca abrir espacios de conciencia y crítica a la realidad en la que vivimos día a día, y así poder tomar decisiones más responsables y cívicas para el crecimiento de nuestra sociedad.



Construcción de la marca

Visión: Convertirnos en 5 años en un comic reconocido a nivel nacional de conciencia social-política y referente de cambio social.

Misión: Monstruo Social busca ser un espacio de conversación y crítica social-política mediante el cual se pueda llegar a una conciencia y cambio en el país.

En cuanto a los valores funcionales, se trata de un proyecto mediático, concientizador y crítico. Los valores emocionales remiten a la comunidad, al cambio, a la responsabilidad social. Se imponen como valores centrales ser un proyecto crítico, que busca el cambio social, con un tono comunicativo lúdico.

La marca promete crear un espacio transparente y de libre opinión para incentivar la conversación acerca de los temas coyunturales.

Con esto pretende lograr que más personas cuestionen sus comportamiento y el status quo.

La marca es amigable, asumiendo la personalidad de una mujer joven adulta de unos 25 años aprox., un poco sarcástica que se dirige a su público de “tu”.

Cumpliendo con estas condiciones, Monstruo social busca posicionarse como el cómic de referencia en crítica y conversación de temas sociales y políticos que generen un cambio en el Perú.

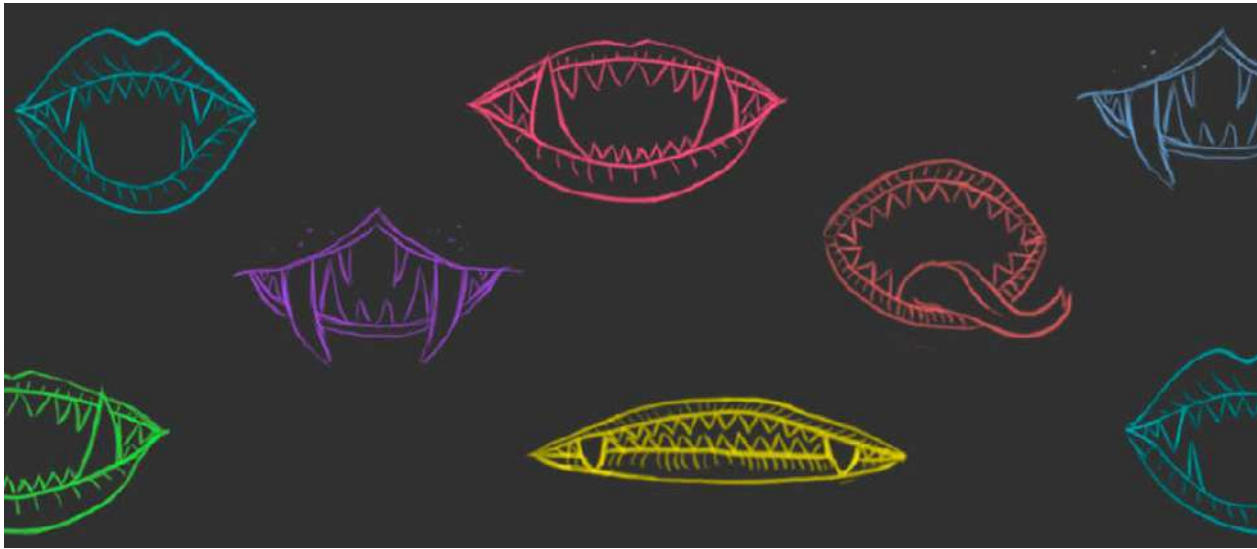
Códigos de marca

Empresa	Identidad de marca	Mensaje de identidad	Promesa de valor	Posicionamiento
Monstruo Social	Crítica social y política	Cambio ahora	Conciencia y cambio social en el Perú	Cómic referente de crítica social-política

Productos gráficos para la comunicación:



Logotipo



Portadas para facebook, instagram y twitter



Personajes



Street art

Estrategias creativas para la comunicación

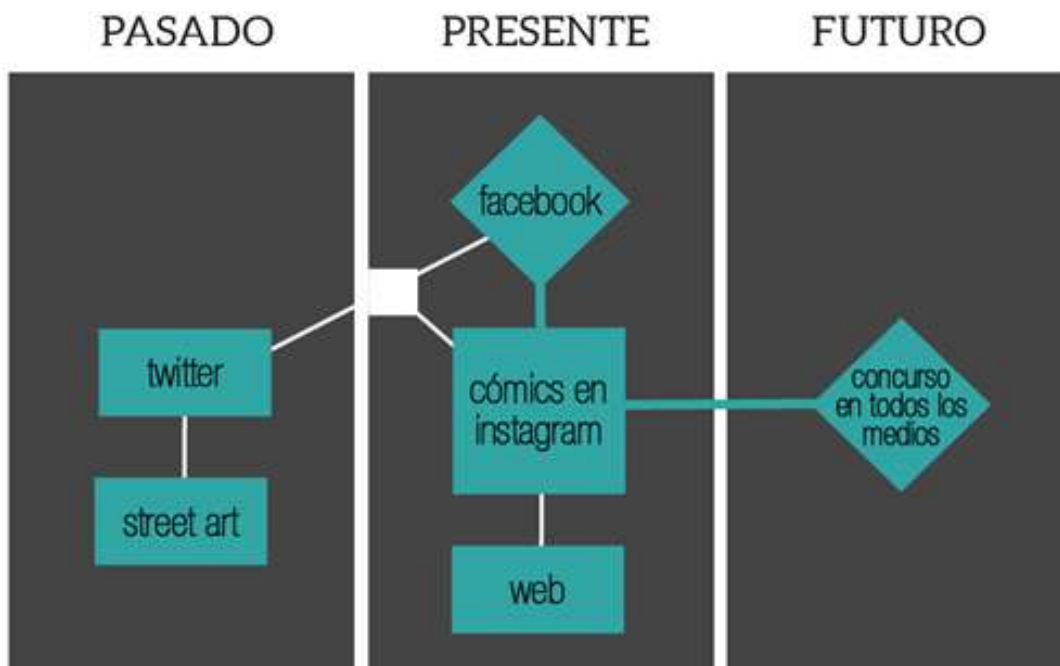
Las estrategias usadas son transmedia (Scolari, 2013) y crossmedia. En el proyecto se usará crossmedia en el contenido de facebook e instagram mientras que usará transmedia en las calles Limeñas, twitter y la página web. Se busca que haya Inmersión (Gallego, 2011)

Se plantean en los siguientes tiempos:

Detonación: Se plantea abrir una cuenta para Minerva en la red social twitter, en la cual se comparta y opine acerca de la política y sociedad en tiempo real. Así se crea intriga acerca de este personaje y se alza cuestionamientos y curiosidad para ver de dónde proviene. Para crear más intriga, se propone poner a Minerva en las calles de Lima.

Remisión: Luego de haber creado una cierta cantidad de seguidores, se procederá a lanzar las redes sociales facebook e instagram en donde se publicarán los comics con contenido sarcástico y de crítica, en los cuales Minerva será la mediadora entre el usuario y el mundo del Monstruo Social. En esta etapa también se hará la presentación de la web del proyecto.

•**Recompensa** Cuando las fanpage en Instagram y facebook hayan alcanzado una cantidad mínima de 500 seguidores, se hará un concurso para el usuario, con una temática, la cual consistirá en mencionar cuál es su personaje favorito y por qué. El usuario que gane, se le dará merchandising de su personaje favorito.

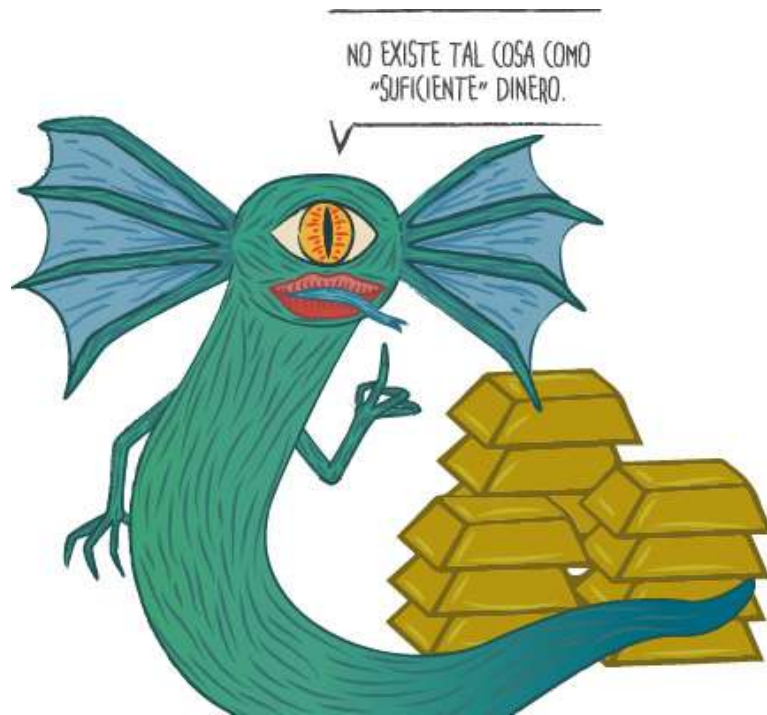


Para el proyecto se han desarrollado 5 personajes con personalidades concretas que ayudarán al desarrollo del proyecto:

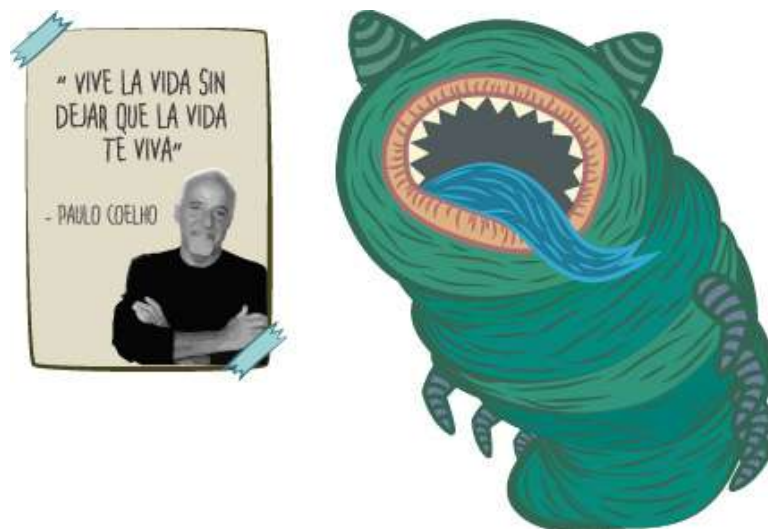
Minerva: Es el personaje principal del proyecto. Es una mujer de 25 años aproximadamente. Es sarcástica, no teme decir lo que piensa. Es la que incentiva a la crítica y al cuestionamiento propio. Es el nexo entre el usuario y el universo del Monstruo Social. Es de clase C.



Cayo: Es el corrupto, tiene 50 años aprox. es engañoso pues tiene buena labia para hacerlo. No duda en engañar y en buscar su propio bienestar. Es de clase media-alta.



Pecus: Es el ignorante que obedece o cree todo lo que escucha o ve. No tiene opinión propia. Es peligroso cuando se encuentra en masas. No tiene un sexo o edad definidos. Es de clase media.



Laura Es la discriminadora. Se cree superior a los demás por como luce y por su estrato económico. Vive en una burbuja. Tiene 21 años y es de clase Alta.



Arturo: el machista. Usualmente anda de mal humor. En su universo él es el que tiene la mayor importancia y usa su agresividad porque cree que así será respetado. Tiene 35 años aprox. y es de clase media-baja



Para el proyecto se decidió crear un personaje principal que interactúe con el usuario, ya que, por ser un cómic con responsabilidad social, es necesario que el cómic tenga una posición política y opinión definida. Así, este personaje sería el mediador entre el usuario y el mundo de Monstruo Social. El personaje principal, Minerva, empezará a crear un lazo con el usuario, primero, para luego llevarlo al mundo de nuestro cómic. Minerva se presentará en forma de Street ART, también, en las calles de Lima, aportando con su opinión y su información en twitter. El cómic se presentará en las redes sociales Facebook e Instagram. Luego de obtener seguidores, se presentará la web que ayudará a explicar mejor el proyecto, cómo se desarrolló, en qué con-

siste y la razón de nuestros personajes. Finalmente, se hará un concurso en las redes sociales preguntando por el personaje favorito de este universo y la razón. Al ganador se le premiará con merchandising del proyecto.

Conclusiones

En este proyecto se da a conocer la relevancia de informarse y conocer a los actores públicos e importantes que manejan nuestro país, nuestros comportamientos discriminatorios y tóxicos. Así podemos entender que si nos educamos al respecto, vamos a poder ser más críticos y denunciantes cuando se muestran estas malas prácticas.





(referencias.)

GALLEGO, A. F. (2011). Diseño de narrativas transmediáticas: guía de referencia para las industrias creativas de países emergentes en el contexto de la cibercultura. Manizales: Universidad de Caldas.

SÁNCHEZ, M.E.(2009). La revolución digital en el diseño gráfico. Año IV. Vol. 7. Buenos Aires: Argentina

SCOLARI, C. A. (2013) .Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Editorial Deusto.